

Núm.0

Junio 2023

deLADYsigner

ARTISTAS

Y ARTESANAS



PALABRAS DEL EDITOR

QUERIDOS LECTORES,

Me complace darles la bienvenida al primer número de la revista deLADYsigner, en la que nos sumergimos en un apasionante viaje a través de la historia del diseño para honrar el papel invaluable de las mujeres en este campo. En cada página, exploraremos cómo las mujeres han desafiado las convenciones, dejando una marca indeleble en el mundo del diseño en todas sus facetas.

El artículo principal se centra en el Movimiento Art and Crafts, una época en la que mujeres visionarias desafiaron las barreras impuestas por la sociedad, encontrando su voz en la creación artística y la artesanía. Descubriremos cómo estas mujeres influyentes fueron precursoras de una estética única y un enfoque centrado en la calidad y la autenticidad, dejando un legado duradero en el mundo del diseño. A continuación, exploraremos el fascinante mundo del Diseño Emocional, donde las mujeres han sido líderes en la búsqueda de conexiones profundas entre el diseño y nuestras emociones más íntimas. Examinaremos cómo el diseño ha evolucionado para abrazar y expresar una amplia gama

de emociones, y cómo las diseñadoras han transformado espacios, productos y servicios en experiencias impactantes y significativas. En nuestra sección sobre Grafismo Feminista, exploraremos el poder del arte visual como herramienta de expresión y cambio. Analizaremos cómo las artistas han utilizado el grafismo para desafiar las normas, cuestionar los roles de género y luchar por la igualdad. Conoceremos las vidas de dos profesionales del diseño, como la hermana Corita Kent y May Morris, cuyas biografías nos revelarán sus contribuciones y su influencia en sus respectivos campos. A través de sus historias, aprenderemos valiosas lecciones de perseverancia, creatividad y audacia, que nos motivarán a seguir nuestros propios sueños y superar cualquier obstáculo que encontremos en nuestro camino.

Pero esto es solo el comienzo, a lo largo de esta edición, encontraremos más historias inspiradoras, análisis profundos y una entrevista reveladoras con una diseñadora contemporánea que nos contará su historia. Exploraremos diversos ámbitos, desde la moda hasta la arquitectura, desde el diseño gráfico

hasta el diseño industrial, para comprender y celebrar la diversidad y la creatividad ilimitada de las mujeres en el diseño.

Me emociona presentarles esta edición dedicada a las mujeres en el diseño, un tributo a su talento, valentía y contribuciones invaluable a lo largo de la historia, espero que esta revista sea un espacio de inspiración y aprendizaje, y que nos acompañen en la exploración de los logros y desafíos que las mujeres han enfrentado y superado en su búsqueda de la excelencia en el diseño.

A todas las mujeres del diseño, a aquellas que han allanado el camino y a las que están dejando su propia marca en la actualidad, les agradecemos y las honramos, que este número sea un homenaje a su creatividad, perseverancia y pasión.

Sergio Romero Fernández



EDITORIAL

1

ESPACIO ESCRITO POR EL AUTOR EN EL QUE SE PRESENTAN LOS TEMAS DESTACADOS O RELEVANTES PARA LA EDICIÓN ACTUAL Y EXPRESA SU OPINIÓN O POSICIÓN DE LA REVISTA SOBRE CIERTOS ASUNTOS

HABLEMOS DEL FUTURO

6

NOS ADENTRAMOS EN UN FASCINANTE VIAJE HACIA EL HORIZONTE DEL DISEÑO, DONDE LAS EMOCIONES SE CONVIERTEN EN EL NÚCLEO DE LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN

ARTISTAS Y ARTESANAS

12

DESCUBRE CÓMO LAS MUJERES HAN DEJADO SU HUELLA EN EL MOVIMIENTO ART AND CRAFT, DESAFIANDO LAS NORMAS Y REDEFINIENDO LOS LÍMITES DEL ARTE

TRABAJOS EJEMPLARES

22

PRESENTAMOS UNA SELECCIÓN DE TRABAJOS QUE HAN SIDO ELOGIADOS POR SU CREATIVIDAD, ORIGINALIDAD Y HABILIDAD TÉCNICA EN DIVERSOS CAMPOS DEL DISEÑO

GALARDONADAS

28

CONOCE LOS TALENTOS QUE HAN DEJADO SU MARCA EN DIVERSAS DISCIPLINAS DEL DISEÑO, DESDE MODA Y DISEÑO GRÁFICO HASTA ARQUITECTURA Y DISEÑO INDUSTRIAL

33

BIOGRAFÍAS

DESCUBRE LAS HISTORIAS DETRÁS DE ESTAS MUJERES VISIONARIAS, DESDE PIONERAS DEL PASADO HASTA CREADORAS CONTEMPORÁNEAS, CUYAS CONTRIBUCIONES HAN DEJADO UNA HUELLA IMBORRABLE EN LA INDUSTRIA

46

ENTREVISTA

SUMÉRGETE EN UNA FASCINANTE CONVERSACIÓN CON UNA DESTACADA DISEÑADORA CONTEMPORÁNEA. DESCUBRE LOS SECRETOS DE SU PROCESO CREATIVO, SU VISIÓN DEL DISEÑO Y LAS INFLUENCIAS QUE HAN DADO FORMA A SU CARRERA

52

LA MUJER Y SU PUBLICIDAD

DESDE LOS ESTEREOTIPOS TRADICIONALES HASTA LAS REPRESENTACIONES MÁS EMPODERADAS Y DIVERSAS, EXAMINAREMOS CÓMO HA EVOLUCIONADO LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS ANUNCIOS PUBLICITARIOS

56

DISEÑANDO LA IGUALDAD

EXPLORAMOS EL PODEROSO MUNDO DEL GRAFISMO FEMINISTA Y CÓMO LAS ARTISTAS VISUALES ESTÁN UTILIZANDO SU CREATIVIDAD PARA ABORDAR CUESTIONES DE GÉNERO Y PROMOVER LA IGUALDAD

60

PUBLICACIONES

DESTACAMOS A TALENTOSAS AUTORAS CUYOS LIBROS SON UNA GUÍA INVALUABLE PARA AQUELLOS QUE DESEAN EMPRENDER SU CAMINO EN EL MUNDO DEL DISEÑO

HABLEMOS DEL FUTURO

HABLEMOS SOBRE EL FUTURO DEL DISEÑO, QUÉ PAPEL TIENE LA MUJER EN ÉL Y QUE IMPACTO TENDRÁ EN LA SOCIEDAD, HABLEMOS DEL DISEÑO EMOCIONAL.

El diseño emocional es una disciplina relativamente nueva en el campo del diseño pero su impacto en la forma en que pensamos sobre diseñar y cómo nos relacionamos con los productos es significativo. A continuación en este artículo, exploraremos la historia del diseño emocional, desde sus inicios hasta su estado actual.

El diseño emocional se originó en la década de 1990 como una respuesta a la creciente demanda de productos que no solo fueran funcionales, sino que también fueran atractivos, los diseñadores se dieron cuenta de que la conexión emocional de los consumidores con los productos era una parte integral del proceso de compra y de la experiencia del usuario. El diseñador alemán Hartmut Esslinger es a menudo considerado el padre del diseño emocional, en la década de 1980, fundó la empresa

de diseño Frog Design, que se especializó en la creación de productos tecnológicos que combinaban la estética con la funcionalidad, en lugar de simplemente crear productos que funcionaran bien, Esslinger creía que los productos debían crear una conexión emocional con el usuario, lo que los hacía más memorables y significativos.

El diseño emocional se basa en la idea de que los productos deben ser diseñados con la experiencia del usuario en mente, esto



significa que los diseñadores deben tener en cuenta cómo los consumidores interactuarán con el producto, cómo lo utilizarán y cómo les hará sentir. Los principios del diseño emocional incluyen la simplicidad, la empatía, la claridad y la coherencia, deben ser fáciles de entender y de usar y deben ser atractivos estéticamente.

En los años 90, el diseño emocional se popularizó y se convirtió en una parte integral del diseño de artículos. Productos de Apple, como el iMac y el iPod, son ejem-

plos que utilizan el diseño emocional para crear una conexión con el usuario más allá del proceso de compra/venta, combinan la funcionalidad con la estética para crear productos en los que el usuario sienta su propio "yo" por el mero hecho de poseerlos, yendo más allá de la necesidad, pasamos a la identidad. Desde entonces, el diseño emocional ha evolucionado y se ha expandido a diferentes áreas, incluyendo la arquitectura, la publicidad y el diseño de servicios. Las marcas han comenzado a comprender la importancia de crear conexiones emocionales con

sus consumidores y han adoptado el diseño emocional como una estrategia de marketing efectiva.

La presencia de mujeres en el campo del diseño emocional ha aumentado significativamente en los últimos años, a medida que la disciplina se ha expandido y se ha vuelto más importante en el diseño de productos, las mujeres han comenzado a desempeñar un papel más activo en la creación de significativos para el consumidor. Cada vez más mujeres están tomando roles de lideraz-

Fig.1 Imagen de Toa Heftiba, Unsplash



Fig.2 Imagen de Curtis Adams, Pixabay



go en la industria del diseño, en especial el emocional, liderando equipos y creando productos innovadores que combinan la funcionalidad con la estética y una conexión íntima y genuina con el usuario pues a menudo traen una perspectiva única al diseño emocional, ya que tienen una comprensión más profunda de las emociones y los sentimientos, como ha demostrado la cada vez más alta oferta de diseños femeninos.

A medida que la tecnología avanza y los consumidores se vuelven más exigentes, el diseño emocional continuará evolucionando, los productos inteligentes como los asistentes virtuales y los dispositivos de hogar inteligente se están convirtiendo en una parte integral de nuestras vidas. Los diseñadores están buscando maneras de crear productos emocionalmente atractivos que no solo funcionen bien, sino que también sean intuitivos y fáciles de usar, se empieza a cuñar el término “userfriendly” para referirse a aquellos productos que son “amigables” con el usuario, que les permite tener una experiencia fácil y placentera. El diseño emocional también se está expandiendo para incluir una mayor preocupación por la sostenibilidad y el impacto ambiental, cada vez más los productos deben ser diseñados para ser respetuosos con el medio ambien-



Fig.3 Paula Scher, entrevista para OnCreativity



Fig.4 Jessica Walsh

te y son más duraderos, de manera que no sólo satisfagan las necesidades de los consumidores, sino que también tengan un impacto positivo en el planeta.

Esto ha llevado a un aumento en la demanda de productos que sean responsables y sostenibles y a la necesidad de diseñadores que se centren en la creación de productos que tengan en cuenta estas preocupaciones. Puesto que el diseño emocional entiendo la salud mental del usuario y la capacidad de un entorno limpio y sostenible de estabilizarla, los ecodiseños son cada vez más demandados. Desde el uso de materiales reciclados hasta el diseño de productos que se pueden descomponer fácilmente,

**“EL DISEÑO DEBE SEDUCIR,
EDUCAR Y, QUIZÁS LO MÁS
IMPORTANTE, PROVOCAR UNA
RESPUESTA EMOCIONAL”
-APRIL GREIMAN**

las mujeres están liderando el camino en la creación de productos que no sólo sean hermosos y funcionales, sino también sostenibles, tal es el caso de Paula Scher, una diseñadora gráfica estadounidense conocida por su enfoque audaz y emocional del diseño gráfico. Su trabajo a menudo presenta tipografía grande y expresiva, combinada con colores vibrantes para crear diseños



Fig.5 Neri Oxman, foto por Noah Kalina,



Fig.6 Patricia Urquiola, foto por Massimiliano Sticca

impactantes los cuales tienen como objetivo comunicar emociones y provocar una respuesta intensa en el espectador. Uno de los proyectos más destacados de Scher es su trabajo en la identidad visual de la cadena de librerías Barnes & Noble, en el que utilizó el diseño emocional para crear un logotipo icónico y reconocido internacionalmente. Otro ejemplo es Neri Oxman, una diseñadora, arquitecta y profesora israelí que ha sido reconocida por su trabajo en el campo del diseño emocional. Oxman ha desarrollado un enfoque innovador para el diseño que se centra en la conexión entre la naturaleza, la tecnología y las emociones humanas, uno de los proyectos más destacados de Oxman es su trabajo en el diseño de la serie "Wanderers",

que consiste en una serie de trajes espaciales inspirados en la naturaleza y diseñados para permitir a los humanos sobrevivir en entornos extremos. Jessica Walsh es otro caso en el diseño emocional, su trabajo está completamente ligado a generar una respuesta visceral y emocional en los usuarios hacia sus diseños y estos no pasan inadvertidos para nadie, por ello ha trabajado con grandes marcas y artistas como AIGA o Jay-Z.

Por último, Patricia Urquiola es una diseñadora española que se ha destacado en el campo del diseño emocional en la creación de mobiliario e interior. Urquiola ha trabajado para algunas de las empresas más importantes del mundo, como Moroso, B&B Italia,

Cassina y Louis Vuitton. Ha sido elogiada por su capacidad para combinar la funcionalidad y la estética en sus diseños y por su habilidad para crear objetos que reflejan la personalidad de sus usuarios, en su trabajo presta especial atención a cómo sus diseños interactúan con las personas en el espacio.

Estos son solo algunos ejemplos de las muchas diseñadoras gráficas talentosas que utilizan el diseño emocional en su trabajo, cada una de ellas aporta una perspectiva única y valiosa al campo del diseño gráfico, y su trabajo es una inspiración para otros diseñadores y diseñadoras en todo el mundo.





enSevilla tu revista de eventos culturales

Descubre los tesoros ocultos de Sevilla a través de nuestra revista,
la compañera de viaje cultural que te guiará hacia experiencias inolvidables

+Feria de Abril

+Semana Santa

+Teatro

+Bienal de flamenco

+Bienal de arte contemporáneo

+Festival de Cine Europeo

+ Festival de las Naciones

+Ruta monumental



 @revistaensevilla

 Revista Ensevilla

Contacto:
revistaensevilla@gmail.com

enS

ARTISTAS Y ARTESANAS

UNA MIRADA A CÓMO LAS MUJERES CONTRIBUYERON AL MOVIMIENTO ARTS AND CRAFTS Y CÓMO SU TRABAJO EN EL DISEÑO TEXTIL, CERÁMICA Y OTROS CAMPOS AYUDÓ A DEFINIR EL ESTILO DEL MOMENTO.

En el siglo XIX, el Movimiento de Artes y Oficios revolucionó la forma en que se concebían y realizaban los productos y su producción. La participación de las mujeres en el movimiento a menudo se pasa por alto, sin embargo, jugaron un papel clave en la creación y difusión de las ideas y prácticas que definen el movimiento.

El movimiento Arts and Crafts (Artes y Oficios) surgió a mediados del s. XIX en Gran Bretaña como reacción a la industrialización y la producción en masa. Este movimiento buscó recuperar el valor del trabajo manual y la artesanía, promoviendo la belleza en el diseño y la calidad en la producción y aunque tuvo su origen en un contexto masculino, las mujeres también desempeñaron un papel importante en él. El movimiento Arts and Crafts ofreció una oportunidad única para que las mujeres participaran en la producción manual y de forma creativa, ga-

nando independencia económica y social y convirtiéndose en una fuerza laboral importante en la producción de artículos de consumo. Estas impactaron particularmente en las áreas textiles y de confección, desempeñando un papel clave en la enseñanza de las artes y oficios, transmitiendo habilidades y técnicas a futuras generaciones.

Esta activa participación en la promoción y difusión del movimiento fue producida a través de publicaciones y la organización de exposiciones y eventos relacionados con el

movimiento y los valores que este buscaba transmitir. Mujeres como May Morris y Jessie M. King, quienes no solo eran artistas y profesionales destacadas en sus campos, sino defensoras y promotoras del movimiento, fueron las principales difusoras a nivel publicitario del mismo y sus obras.

Fue clave la implicación femenina en la transformación de la producción y la forma en la que el público explotaba los productos, promoviendo el renacimiento del interés por las artes y la artesanía tradicionales,



Fig.7 Imagen de Lexica

además de la idea de que la producción de objetos bellos y funcionales debía estar al alcance de todos y todas independientemente de su clase social o género, dotando a su vez al movimiento de un cariz progresista. Igualmente, desempeñaron un papel especialmente crítico en la creciente demanda de artículos de consumo, lo que llevó a la creación de nuevos mercados y la expansión de la producción en masa artesanal.

La producción y posterior compra venta de artículos de consumo se convirtieron en un ámbito importante de la actividad económica y social para las mujeres, tanto en Gran Bretaña como en otros lugares.

HABLEMOS DE LAS CONDICIONES LABORALES DE LA MUJER A FINALES DEL SIGLO XIX

La búsqueda de la belleza y la calidad en la producción de objetos cotidianos, así como la valoración del trabajo manual y la artesanía, fueron algunas de las ideas fundamentales del movimiento.

A pesar de que por primera vez la mujer era abiertamente una profesional, el movimiento Arts and Crafts no escapó de las restricciones y prejuicios de género que eran prevalentes en la sociedad victoriana. La

SE CONSIDERABA QUE EL TRABAJO REALIZADO POR LAS MUJERES NO TENÍA EL MISMO VALOR QUE EL DE LOS HOMBRES, LO QUE LLEVABA A UNA BRECHA SALARIAL SIGNIFICATIVA

división sexual del trabajo, en la que las mujeres estaban relegadas a trabajos manuales considerados "femeninos" y con menor remuneración era una realidad. El artículo "*Sexual Division of Labour in the Arts and Crafts Movement*" de la autora Anthea Callen, abor-



Fig.8 Imagen de Lexica

da este tema específico examinando cómo la división por género del trabajo fue perpetuada en el movimiento Arts and Crafts, a pesar de su enfoque en la artesanía con alto valor estético, por mucho que el trabajo democratizara la producción, los roles de género impuestos por la sociedad seguían vigentes y no sería hasta un tiempo después, cuando la mujer se vio a sí misma como artista y profesional, cuando exigiría sus derechos por méritos propios. Callen también aborda esta división a través de la diferenciación entre la producción “femenina” y “masculina”, los trabajos manuales considerados “femeninos”, como la costura, el bordado y la cerámica decorativa, eran considerados de menor importancia y remuneración que los trabajos “masculinos”, como la carpintería y la metalurgia, trabajos más pesados para los que se consideró al género femenino como no apto. Callen señala que incluso cuando las mujeres que estaban involucradas en la producción de objetos más grandes, como muebles y edificios, a menudo se les asignaban tareas consideradas menos importantes y menos remuneradas, como la decoración y el acabado.

Otra forma en que la división sexual del trabajo se perpetuó en el movimiento Arts and Crafts fue a través del consumo de objetos. Los objetos producidos por mujeres, a menu-

COOPERATIVAS Y TALLERES DE ARTESANÍA LIDERADOS POR MUJERES FUE UNA FORMA DE BUSCAR LA INDEPENDENCIA ECONÓMICA Y LA IGUALDAD DE GÉNERO

do considerados “femeninos”, eran destinados a un mercado específico de consumo, mientras que los objetos producidos por hombres, considerados más “masculinos”, eran destinados a otro más amplio y general. Este enfoque limitaba las oportunidades de las mujeres para vender y promocionar su trabajo, y perpetuaba la idea de que las mujeres no podían producir objetos tan valiosos o de alta calidad como los hombres.

A pesar de estas limitaciones, hubo mujeres que desafiaron la división sexual del trabajo y lograron destacarse en el movimiento, tal fue el caso de la diseñadora e ilustradora de libros Florence Kate Upton, conocida por su creación del personaje de muñeca “Golliwogg”. Upton no solo creó ilustraciones y diseños, fue una luchadora incansable contra la

idea de que las mujeres solo podían producir objetos pequeños y decorativos.

HABLEMOS DE LA MUJER COMO PROPIETARIA Y GESTORA

A pesar de las barreras de género a las que se enfrentaron, las mujeres desempeñaron un papel fundamental en la creación y gestión de empresas de artesanía y diseño, lo que contribuyó al éxito y la diversidad del movimiento. En la sociedad victoriana, las mujeres se consideraban a menudo como una fuerza doméstica, responsables del cuidado del hogar y la familia, sin embargo durante el siglo XIX, un número creciente de mujeres comenzó a buscar nuevas formas de expresión y oportunidades laborales. Las mujeres del movimiento Arts and Crafts encontraron una manera de participar en el mundo del diseño y la artesanía, creando su propio camino en un mundo dominado por hombres.

Muchas mujeres se animaron a fundar sus propios talleres, lo que les permitió controlar su propio trabajo y producción, estas mujeres no solo se involucraron en la creación de objetos de diseño y artesanía, sino que también gestionaron el proceso de producción y co-

mercialización, desafiando así las expectativas de género de la época. Además, al crear empresas de diseño y artesanía, pudieron trabajar con otras mujeres y crear comunidades de trabajo femeninas que les proporcionaron un apoyo emocional y financiero.

Zoe Thomas, periodista en The Wall Street Journal, destaca en su artículo *"Between Art and Commerce: Women, Business Ownership, and the Arts and Crafts Movement"* como muchas diseñadoras se vieron desapegadas de un movimiento que traía tintes de libertad como fue el Art & Crafts por las limitaciones que se les imponía y lejos de separarse de los valores del movimiento, formaron sus propias empresas y talleres para ser dueñas de su producción. Entre las mujeres destacadas en el artículo de Thomas se encuentra Mary Watts, esposa del famoso artista y arquitecto George Frederic Watts, quien fundó la Compton Pottery en 1899. La Compton Pottery fue una empresa exitosa y rentable que empleó a un gran número de mujeres y produjo objetos de artesanía de alta calidad. Otras mujeres, como la anteriormente mentada May Morris, hija de William Morris, también desempeñaron un papel importante en el movimiento, continuando la labor de su padre con Kelmscott Press y produciendo objetos de diseño y artesanía de gran belleza. Esta gran oportunidad

para controlar su propio trabajo y el cada vez mayor número de organizaciones y comunidades femeninas fue el principio del cambio, pues mediante la difusión y el ejemplo desafiaron las expectativas de género de la época.

Estas emprendedoras creían en la importancia del aprendizaje de habilidades manuales y la apreciación de la belleza en la vida cotidiana, trabajaron incansablemente para difundir estas ideas. Una de las formas en que las mujeres promovieron el movimiento fue a través de la formación de sociedades y organizaciones dedicadas a grandes eventos, por ejemplo la Arts and Crafts Exhibition Society de Londres, fundada en 1887, contó con un gran número de mujeres en su membresía y liderazgo. La Sociedad promovió exposiciones y ferias para exhibir y vender obras de arte y artesanías de calidad y se enfocó en la educación y la divulgación de los valores del movimiento.

HABLEMOS DE LA MUJER EN LA REFORMA SOCIAL Y POLÍTICA

Además la implicación femenina en la producción, la mujer también tuvo un papel importante en la reforma social y política del siglo XIX de forma significativa. El movimiento

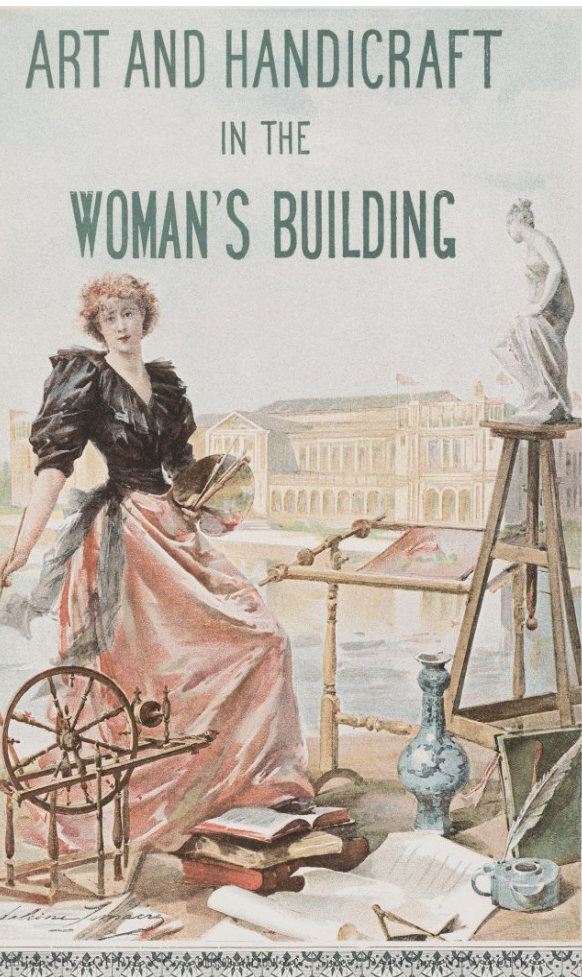


Fig. 9 Lithographic poster for the Art & Handicraft in the Woman's Building, Chicago International Fair (1893)

Arts and Crafts y el movimiento feminista estaban estrechamente relacionados, ya que ambos buscaban una mayor igualdad y justicia social en sus bases, aunque esto luego costase aplicarlo. Tras sufrir esa relegación en las atribuciones y la división laboral y salarial comenzaron a aparecer mujeres que eran activistas políticas y sociales, buscaban mejorar las condiciones laborales y las condiciones sociales de las mujeres trabajadoras y la ruptura total de las restricciones de esta época, como la discriminación en la contratación, las limitaciones en la educación y los estereotipos de género. Por tanto, el movimiento Arts and Crafts se convirtió en una plataforma para la reforma de la sociedad, promoviendo la idea de que el diseño y la fabricación de bienes debían estar estrechamente vinculados y que la igualdad laboral era una máxima.

El feminismo tuvo una influencia significativa en el movimiento Arts and Crafts y posteriormente fue una fuerza impulsora en la creación de la nueva sociedad que el movimiento trajo en Inglaterra en 1884. Las artesanas cuestionaron la idea de que la belleza y el arte eran exclusivos del género masculino, crearon un nuevo estilo de arte y diseño que incorporaba las habilidades y la creatividad femenina, promovieron la idea de que la

ABOGARON POR UNA EDUCACIÓN MÁS EQUITATIVA, QUE INCLUYERA LA ENSEÑANZA DE HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS TÉCNICOS PARA LAS MUJERES, LO QUE LES PERMITIRÍA TENER MAYORES OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y UNA MAYOR AUTONOMÍA

producción manual y la artesanía eran una forma de resistencia y empoderamiento. El acceso a su propia economía, negocios y producción permitió a la mujer desempeñar un papel clave en la sociedad y en el movimiento en general, lo que les permitió tener una mayor participación en la vida social y política de la época. El historiador y crítico de arquitectura Robert W. Winter (1924-2019) destaca en su artículo *"The Arts and Crafts as a Social Movement"* el papel de mujeres como Emmeline Pethick-Lawrence, la cual se convertiría en una líder importante en el movimiento sufragista y luchó por el

derecho al voto de las mujeres en el Reino Unido. Trabajó como secretaria de la Unión Social y Política de Mujeres y fue una de las fundadoras de la revista *Votes for Women*. Pethick-Lawrence y muchas otras desafiaron los roles de género tradicionales de la época y ayudaron a crear una cultura de igualdad y empoderamiento de la mujer en el movimiento y al hacerlo, lograron influir en la sociedad en general y en la lucha por los derechos de las mujeres. Otra persona cuya participación en el cambio marcó la reforma fue Evelyn de Morgan, pintora y activista británica que destacó por su compromiso con la justicia social y la igualdad, también se involucró en el movimiento feminista. Fue miembro de la Women's Social and Political Union (WSPU), una organización que luchaba por el sufragio femenino y se convirtió en una defensora de los derechos de las mujeres en la educación y el trabajo, también fue una activista en contra de la Primera Guerra Mundial y apoyó causas como la abolición de la esclavitud en todo el mundo.

Esta reforma social y política fue incrementándose en tamaño e importancia gracias al ejemplo de muchas, las cuales facilitaron que cada vez más personas se sintieran atraídas al movimiento y sus valores y así esta reforma pudo alcanzar nuevas cotas.

En el ámbito de la educación, por ejemplo, las mujeres jugaron un papel fundamental en la creación de escuelas que promovían la educación artística y manual para todos y todas, incluyendo a las clases trabajadoras por primera vez. Estas escuelas fueron fundamentales para la democratización de la educación y la promoción de la educación integral y humanista, mediante la información que se divulgaba en estas escuelas desafiaron los estereotipos y promovieron la igualdad y la diversidad en la creatividad y la producción artística, siendo May Morris la principal difusora de los valores del movimiento, fundando la Liga de Bordadoras en 1890, que defendía la igualdad de género y la mejora de las condiciones laborales para las bordadoras. Cabe destacar el ejemplo de Madam C. J. Walker (1867-1919) empresaria y filántropa estadounidense, fue la primera mujer afroamericana en hacerse rica produciendo productos de belleza los cuales se siguen comercializando a día de hoy.

Con el tiempo y el cambio en la sociedad, muchas mujeres estuvieron involucradas en la política, promoviendo la igualdad de derechos para las mujeres y los trabajadores y luchando contra la opresión y la injusticia social. Algunas mujeres incluso fueron elegidas para cargo públicos, como el caso de la escritora sufragista

CREATIVOACADEMY

+300 CURSOS ONLINE

ESTUDIA JUNTO A LOS MEJORES
CREATIVOS EN ACTIVO DEL SECTOR



y socialista Annie Besant, que fue elegida para el Consejo del Condado de Londres en 1892.

HABLEMOS DEL PAPEL DE LA MUJER EN LA PRESERVACIÓN DE TÉCNICAS Y TRADICIONES ARTESANALES

En el contexto de la época, el movimiento Arts and Crafts se desarrolló en un momento en que las técnicas y tradiciones artesanales estaban siendo reemplazadas por la producción en masa y la industrialización, este cambio

tuvo un impacto negativo en las técnicas artesanales y las tradiciones, ya que los objetos de uso cotidiano se volvieron menos duraderos y de menor calidad. Los miembros del movimiento buscaron revivir estas técnicas y promovieron la producción de objetos de alta calidad.

Las mujeres trabajaron activamente en la preservación de las técnicas y tradiciones de artesanía, estaban involucradas en la producción de objetos artesanales y como consumidoras, apoyaban la producción de objetos de alta calidad. Además, muchas artistas escribieron libros y artículos sobre técnicas tradicionales,

enseñando estas habilidades a otras mujeres en los talleres. Una de las profesionales más destacada en la promoción y preservación de las tradiciones artesanales fue Mary Fraser Tytler, una artista y diseñadora que trabajó en una gran variedad de medios, incluyendo cerámica, metalurgia y vidrio. Watts trajo consigo las enseñanzas del movimiento a Compton (Los Ángeles) ayudando a fundar la Arts & Crafts Guild y fue una defensora apasionada de la producción artesanal de alta calidad. Watts también fundó la Compton Potters' Arts Guild con un grupo de aficionados y juntos erigieron la Watts Chapel, un edificio ubicado en el cementerio de Compton y diseñado para



A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE TALLERES Y ESCUELAS, LA PUBLICACIÓN DE REVISTAS Y LIBROS Y EL EJEMPLO PROFESIONAL, SE LUCHÓ POR EL RECONOCIMIENTO DE LAS MUJERES COMO ARTISTAS Y DISEÑADORAS EN SU PROPIO DERECHO

promover la colaboración entre artistas y artesanos usando elementos celtas tradicionales. Otra personalidad que desempeñó un papel importante en la promoción y preservación de las técnicas tradicionales artesanales fue Gertrude Jekyll, una diseñadora de jardines y paisajista que también trabajó en la producción de objetos de artesanía. Jekyll escribió varios libros sobre jardinería y diseño de jardines y también enseñó a otras mujeres sobre estas habilidades. A través de su trabajo promovió activamente la utilización de técnicas y materiales tradicionales, incluyendo la albañilería y la carpintería, en el diseño de elementos de jardinería. También defendió la importancia de la colaboración entre el diseñador y el artesano en la creación de objetos y apoyó la creación de talleres y escuelas de artesanía.

HABLEMOS DE LA LUCHA POR EL RECONOCIMIENTO PROFESIONAL

Durante el siglo XIX, la idea predominante en la sociedad era que la mujer no era capaz de generar un valor equitativo al producido por un hombre y debían estar limitadas a los roles impuestos por la tradición, hecho que se reflejaba en el campo de las artes y la artesanía,

donde las mujeres eran consideradas como ayudantes de los hombres y su trabajo era a menudo marginado y desvalorizado.

A pesar de su valor profesional y el ejemplo práctico, seguían siendo tratadas como personas inferiores, por lo que tuvieron que reinventarse y crear nuevas formas de darse a conocer y valer. Una de las formas en que las mujeres lucharon por el reconocimiento fue a través de la creación de los talleres y escuelas de arte y artesanía, donde las mujeres podían aprender y enseñar las habilidades necesarias para convertirse en artistas y artesanas profesionales, además de convertirse estos en espacios seguros donde reunirse entre ellas. Uno de los talleres más famosos fue el "Guild of Handicraft", fundado en 1888 por Charles Robert Ashbee, diseñador de corte socialista y de pensamiento progresista además de una de las principales mentes del movimiento Arts & Craft. En Robert Ashbee las mujeres de la época encontraron un refugio donde pudieron prosperar y hacerse valer como artistas y artesanas, ya que empleaba a principalmente a mujeres en trabajos de joyería y metalistería principalmente.

Otro aspecto importante de la lucha por el reconocimiento y la igualdad de las mujeres en el movimiento Arts and Crafts fue la pu-

blicación de revistas y libros que destacaban el trabajo de las mujeres y abogaban por su reconocimiento, pese a que en su mayoría, las autoras tuvieron que crear pseudónimos masculinos para tener más ventas. Entre estas publicaciones se encontraban "The Studio" y "The Craftsman", que presentaban artículos sobre el trabajo de mujeres artistas y artesanas, y también contenían anuncios de talleres y escuelas dirigidos por mujeres.

Podemos concluir destacando que el papel de la mujer en el movimiento Arts and Crafts fue fundamental y multifacético. A través de su participación en el movimiento las mujeres lograron desafiar los estereotipos de género de la época y luchar por el reconocimiento y la igualdad en el campo de las artes y la artesanía. ■ ■ ■



Escuela de **Arte y Diseño Romero Medina** | centro privado



Acceso Enseñanzas
Artísticas superiores



Admisión Ciclos formativos



Admisión bachillerato

**Descubre tu
pasión,
desata tu
creatividad**

TRABAJOS EJEMPLARES

PRESENTAMOS UNA SELECCIÓN DE TRABAJOS QUE HAN SIDO ELOGIADOS POR SU CREATIVIDAD, ORIGINALIDAD Y HABILIDAD TÉCNICA EN DIVERSOS CAMPOS DEL DISEÑO



Fig.11 Jacqueline Casey - Posters, Heidi De Vries from Berkeley



Fig.12 Mariana Goncharov "Fair" - Packaging Polvos Tabu maquillaje



Fig.13 Luba Lukova - I Scream, foto de Étienne Pouvreau

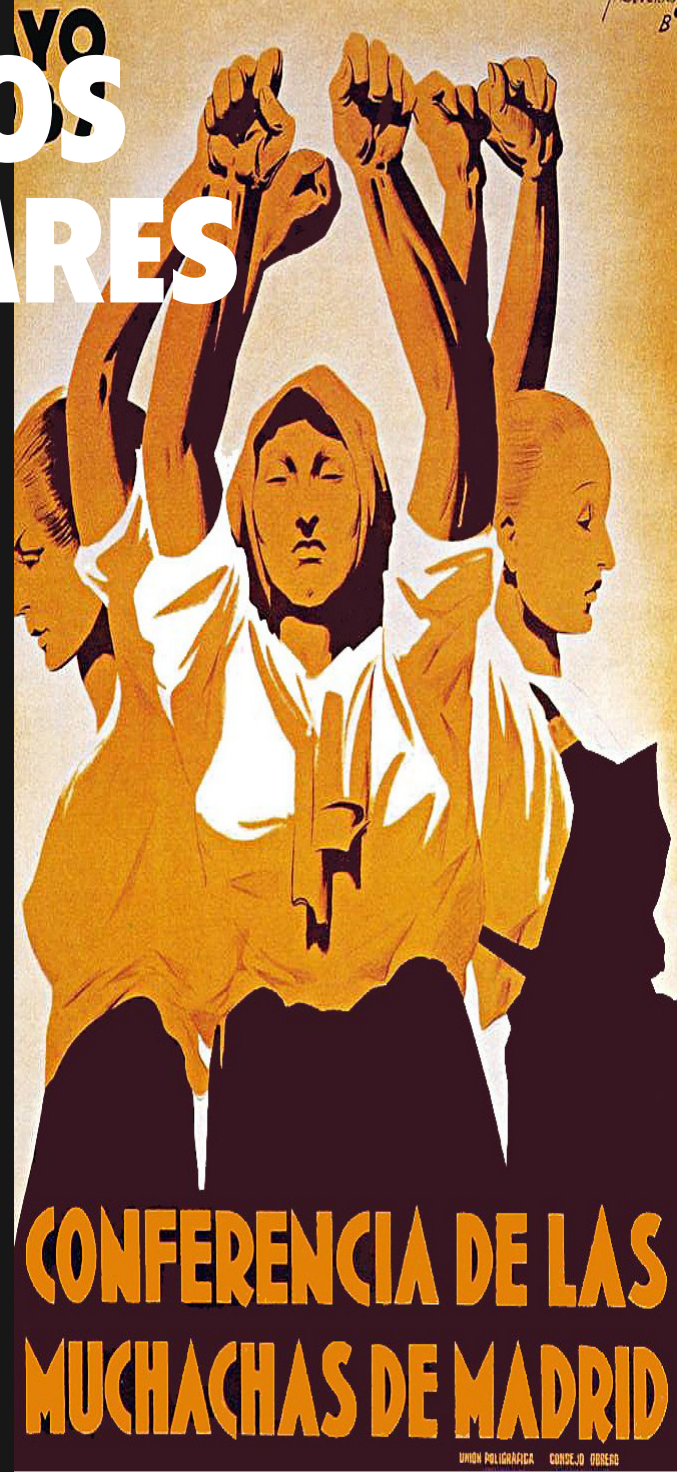


Fig.14 Juana Francisco Rubio - Evacuad Madrid propaganda

OTROS EJEMPLOS

JESSIE M. KING, CONOCIDA POR SU ESTILO ART NOUVEAU, CREÓ JOYAS, ILUSTRACIONES Y DECORACIONES PARA LIBROS, Y DISEÑÓ LA PORTADA DE LA REVISTA THE STUDIO EN 1907



Fig.16 Jane Atché - affiches Belle Epoque de Jane, foto por Franzrycou

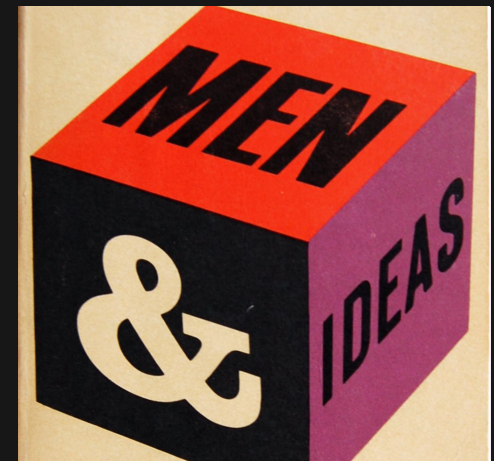


Fig.17 Elaine Lustig Cohen - Book cover of Men and Ideas: History, the Middle Ages, the Renaissance, foto por Crossett Library



Fig.18 Paula Scher - The National Center for Civil and Human Rights foto por Jeremy Thompson

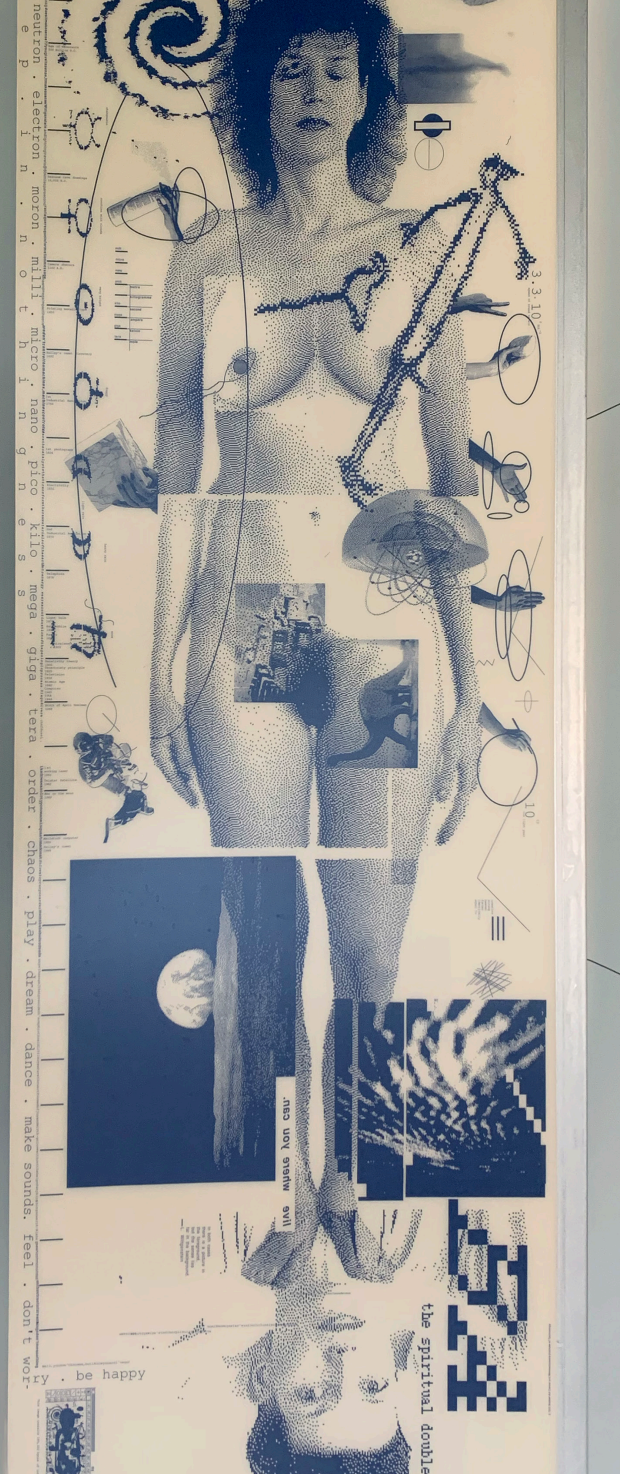


Fig.15 April Greiman - MadelnSpace.la



Fig.19 Deborah Sussman - bags for the @lacma store, Alissa, Flickr



Fig.20 Florence Knoll - Barcelona chair and Ottoman, moDecor Furniture Pvt Ltd

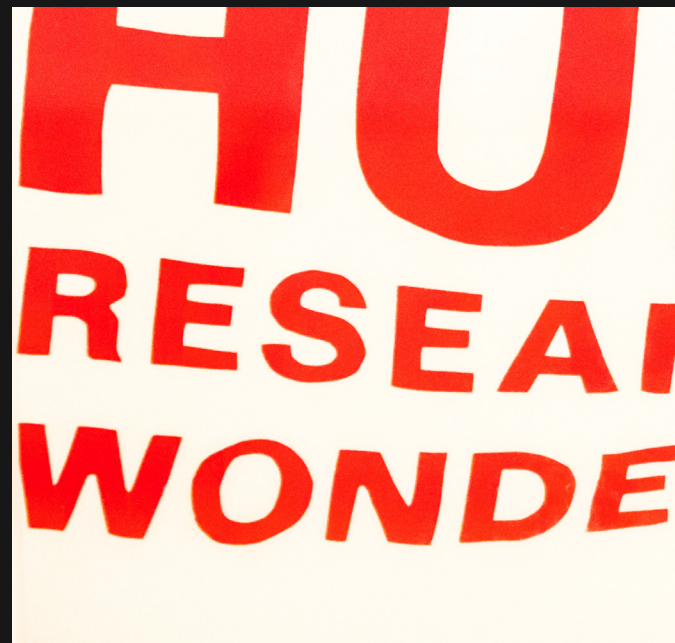


Fig.21 Kate Moross - 'OOOF', foto por Loz Pycock, Flickr

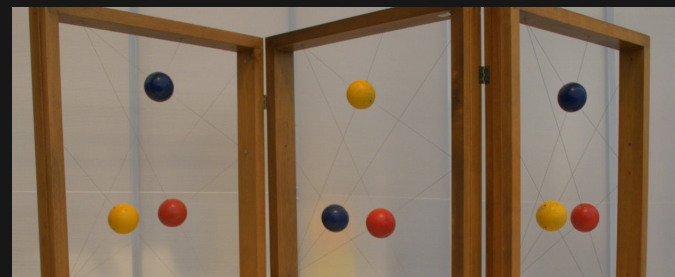


Fig.25 Greta Magnusson Grossman - Room Divider Screen, foto por Joe Wolf

OTROS EJEMPLOS

IRENE SARGENT PRESENTÓ UNA SERIE DE DISEÑOS DE MOBILIARIO EN LA EXPOSICIÓN DE ARTES Y OFICIOS DE NUEVA YORK, MOSTRANDO SU HABILIDAD EN LA CREACIÓN DE FORMAS ELEGANTES Y FUNCIONALES



Fig.22 Marianne Brandt - Coffee and Tea Set

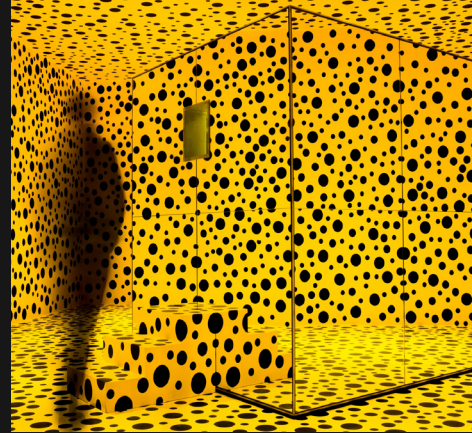


Fig.23 Yayoi Kusama - The yellow mirror box room, foto por Kristoffer Trolle



Fig.24 Corita Kent - We Care, foto por Thomas Hawk

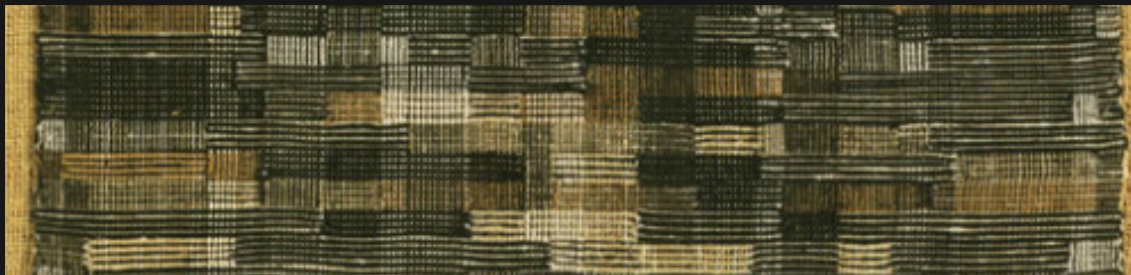


Fig.26 Anni Albers - Tapete tejido a mano, JR



Fig.27 Gunta Stölzl - Alfombra tejida a mano, foto mhobl, Flickr



Fig.28 Margaret Calvert - Señales viales



Fig.29 Carolyn Davidson - Logo Nike, Av Nike

OTROS EJEMPLOS

EDITH HEATH FUNDÓ SU PROPIA EMPRESA DE CERÁMICA, DONDE PRODUJO PIEZAS DE ALTA CALIDAD Y DISEÑO ELEGANTE QUE TODAVÍA SON MUY VALORADAS HOY EN DÍA COMO LA LÍNEA "COUPE", LA CUAL SIGUE GENERANDO UNA ENORME DEMANDA



Fig.30 Mary Blair - Concept art exhibit at the Disney Gallery, foto por Loren Javier, Flickr



Fig.31 Gae Aulenti - Musée d'Orsay, París



Fig.32 Barbara Kruger - Exhibición en el ACCA, Melbourne



Fig.33 Ruth Asawa - Instalación Young Museum, foto por Alexandra Courtis



Fig.34 Charles and Ray Eames - Bucket chair, foto por Sandra Fauconnier



Taller NURIA MONDRIAN

Centro de estudios en diseño

www.tallernuriamondrian.es

clases **DE MARKETING**

clases **DE MODA**

clases **DE DISEÑO**

GALARD

EL TALENTO Y LA DEDICACIÓN DE LAS DISEÑADORAS MÁS INFLUYENTES DE LA INDUSTRIA DEL DISEÑO NO SOLO SON EVIDENTES EN SUS OBRAS MAESTRAS, SINO TAMBIÉN EN LOS NUMEROSOS GALARDONES Y RECONOCIMIENTOS QUE HAN RECIBIDO A LO LARGO DE SUS CARRERAS.

En esta sección mostramos algunas de las diseñadoras más renombradas y visionarias del mundo así como su mayor galardón y el año en el que se les concedió.



1938

[1]

DOROTHY LIEBES NEIMAN MARCUS FASHION AWARD

Dorothy Wright Liebes (1897–1972) fue una diseñadora textil estadounidense y una de las figuras más influyentes en el desarrollo del diseño textil moderno en Estados Unidos. Liebes fue una de las primeras diseñadoras en experimentar con materiales sintéticos, utilizando fibras de vidrio y plástico en sus diseños, esto demostró su visión innovadora y su habilidad para adoptar nuevas tecnologías en su trabajo lo que le granjeó el Neiman Marcus Fashion Award entre otros premios. Su obra ha sido exhibida en museos y galerías de todo el mundo, incluyendo el museo de arte moderno de Nueva York y el museo de arte contemporáneo de Chicago. Su legado ha inspirado a varias generaciones de diseñadores, su influencia continúa en la actualidad. ■■■



1938

[2]

EUGÉNIE SELLERS STRONG MEDALLA DE ORO DE ROMA

Eugénie Sellers Strong (1860–1943) fue una destacada arquitecta y diseñadora de interiores estadounidense conocida por su trabajo innovador y su contribución al diseño arquitectónico y de interiores. Durante su carrera, recibió premios y reconocimientos por su trabajo excepcional, fue la primera mujer admitida en la Escuela Británica de Atenas, lo que demuestra su destacada trayectoria. Destaca su labor en la mansión Chatsworth por la que fue elogiada y dejó un legado duradero en el diseño arquitectónico y de interiores. Recibió premios y honores en Inglaterra e Italia por su contribución al diseño, como en 1938 cuando recibió la medalla de oro de Roma, demostrando su importancia en la historia del diseño y su impacto en la profesión. ■■■

OMNADAS



[3]

1951

LUCIENNE DAY
GOLD MEDAL IN DESIGN

Désirée Lucienne Lisbeth Dulcie Day (1917-2010) fue la diseñadora textil más importantes de Gran Bretaña, su trabajo ayudó a definir el diseño británico de la posguerra, llevando el estilo imperante al modernismo. Day comenzó a trabajar como diseñadora textil independiente en 1941, sus primeros diseños incluían patrones geométricos abstractos que reflejaban la influencia del modernismo y el cubismo. La colaboración de Day con su esposo, el diseñador de muebles Robin Day y su trabajo en la creación de muebles y objetos de diseño para el hogar la catapultó a lo más alto de su profesión haciéndola merecedora de numerosos premios entre los que se encuentra la Orden del Imperio Británico en 2003 por sus servicios al diseño. ■ ■ ■



[4]

1969

MARY QUANT
ROYAL DESIGNER FOR INDUSTRY

Barbara Mary Quant (1930-2023) Mary Quant fue nombrada Diseñadora del Año en 1963, un premio otorgado por la Asociación de Diseñadores de Moda de Gran Bretaña. Quant es una diseñadora de moda británica que se destacó por su influencia en la moda juvenil de la década de 1960. Quant es conocida por popularizar la minifalda y el pantalón ajustado, así como por su uso de colores vibrantes y diseños gráficos. Su estilo de moda juvenil y divertido reflejaba la actitud cambiante de la época y tuvo un impacto significativo en la moda y la cultura popular. A lo largo de su carrera, ha recibido numerosos premios y honores por su trabajo, incluyendo la Orden del Imperio Británico en 1966 y la Legión de Honor francesa en 2015. ■ ■ ■



[5]

1982

LELLA VIGNELLI
AIGA MEDAL

Lella Vignelli (1934-2016) fue una destacada diseñadora que se centró en el diseño de interiores, muebles y productos. En 1960 junto con su esposo Massimo Vignelli estableció la Oficina de Diseño y Arquitectura Massimo y Lella Vignelli en Milán, donde realizaron encargos de identidad de marca para clientes prominentes como Knoll International, American Airlines y Articoli Plastici Elettrici y sus diseños eran tan apreciados que abrieron oficinas en Nueva York y París. Lella recibió la Medalla de Oro AIGA en 1982, su trabajo se encuentra en importantes colecciones de museos, como el Museo de Arte Moderno (MoMA), el Centro Pompidou y el Museo Victoria and Albert (V&A). Sus productos siguen siendo tendencia hoy día. ■ ■ ■



CIPE PINELES HERB LUBALIN AWARD

Cipe Pineles (1908–1991) es conocida por ser la primera directora de arte femenina para importantes revistas, defensora de la introducción del arte en los medios de producción y una diseñadora gráfica pionera que contribuyó significativamente a la industria del diseño en Estados Unidos. Además de su trabajo como diseñadora, Cipe fue una figura clave en la promoción de la mujer en la industria del diseño y en la creación de oportunidades para jóvenes diseñadoras a través de su trabajo como profesora y mentora. Su legado sigue siendo una fuente de inspiración para muchos diseñadores actuales, su contribución pionera al mundo del diseño gráfico y su compromiso con la igualdad de oportunidades para las mujeres en la profesión. ■ ■ ■

ZAHA HADID PREMIO PRITZKER

Zaha Mohammad Hadid (1950–2016) fue una arquitecta británica nacida en Irak conocida por sus diseños vanguardistas y revolucionarios que desafiaban las convenciones de la arquitectura moderna. Fue la primera mujer en recibir el prestigioso Premio Pritzker en 2004 y la primera mujer en recibir la Medalla de Oro del Instituto Real de Arquitectos Británicos en 2015. A lo largo de su carrera, Hadid diseñó numerosos edificios impresionantes y escultóricos en todo el mundo, desde el Museo MAXXI en Roma hasta el Centro Acuático de los Juegos Olímpicos de Londres 2012. Sus diseños eran conocidos por su estilo distintivo y sus formas fluidas y curvas y eran una manifestación de su interés en la geometría y la tecnología. ■ ■ ■

LOUISE FILI PREMIO TYPE DIRECTORS CLUB

Louise Fili es una reconocida diseñadora gráfica y autora conocida por su experiencia en tipografía y branding realizando contribuciones significativas en el campo del diseño gráfico y ha dejado una marca distintiva en la industria. En 1989, Louise Fili fundó su propio estudio de diseño llamado Louise Fili Ltd./Design, su enfoque principal se centra en la creación de identidades visuales, logotipos y embalajes inspirados en el estilo europeo y la estética vintage. A lo largo de su carrera, Louise Fili ha recibido numerosos premios y reconocimientos por su destacado trabajo en diseño gráfico como el premio a la trayectoria por el Type Directors Club o la inclusión en el Salón de la Fama del Alliance Graphique Internationale. ■ ■ ■

OMNADAS



[9]

SUSAN KARE
AIGA MEDAL

Susan Kare es una diseñadora gráfica estadounidense reconocida por su trabajo en el diseño de los iconos de los primeros sistemas operativos de Apple Macintosh en la década de 1980. Recibió la Medalla AIGA en 2018, el premio más alto otorgado por la Asociación de Diseñadores Gráficos de América (AIGA). Es considerada una pionera en el diseño de iconos y tipografía digital y su trabajo ha tenido un gran impacto en la forma en que interactuamos con las computadoras y la tecnología en general. Además de su trabajo en Apple, Kare ha trabajado en proyectos de diseño gráfico para otras empresas tecnológicas y ha sido reconocida con numerosos premios y honores. ■ ■ ■

2018



[10]

LINA BO BARDI
LEÓN DE ORO

Achillina Bo (1914–1992) fue una arquitecta y diseñadora ítalo-brasileña, figura clave del diseño moderno en Brasil y que siempre abogó por la inclusión social y por la realización de proyectos comunitarios durante su carrera. La Bienal de Arquitectura de Venecia, una exposición de arquitectura contemporánea, otorgó a título póstumo, el León de Oro por su contribución significativa a la arquitectura y al diseño en todo el mundo. Lina fue una figura clave en el diseño moderno en Brasil y se destacó por su enfoque en la construcción de edificios que respondieran a las necesidades de la sociedad. No solo sobresalió como arquitecta, también como diseñadora de mobiliario y su enfoque en la integración de la arquitectura y el diseño en la vida cotidiana. ■ ■ ■

2021

CRÉDITOS

- Fig.35 [1] Dorothy Wright Liebes, 1946, fotógrafo desconocido
 Fig.36 [2] Eugenie Sellers (1860-1943), Mrs Arthur Strong, Girton College
 Fig.37 [3] Lucienne Day in New York with Calyx, 1951, The Robin and Lucienne Day Foundation - Photographer: Studio Briggs
 Fig.38 [4] Mary Quant in a minidress, 1966, Jack de Nijs for Anefo / Anefo
 Fig.39 [5] Lella Vignelli in 2012, designmilk
 Fig.40 [6] Cipe Pineles, 1950, fotógrafo desconocido
 Fig.41 [7] Zaha Hadid in Heydar Aliyev Cultural center in Baku, 2013, Dmitry Ter-novoy
 Fig.42 [8] Louise fili por mesa. Henry Leutwyler
 Fig.43 [9] Artist and graphic designer, Susan Kare, en el 2019 National Design Awards en Cooper Hewitt, Cooper Hewitt
 Fig.44 [10] Lina Bo Bardi, 1991, BM . Flickr



WE ARE SIGN
WE ARE DESIGN

@medo.studio



MEDO
ESTUDIO

BIOGRAFÍAS



EL DISEÑO ES UNA DISCIPLINA QUE HA SIDO MOLDEADAS POR LA CREATIVIDAD Y EL INGENIO DE MUJERES VISIONARIAS A LO LARGO DE LA HISTORIA.

EN ESTA SECCIÓN EXPLORAREMOS LAS BIOGRAFÍAS DE ALGUNAS DE LAS MUJERES MÁS IMPORTANTES E INFLUYENTES EN SU ÉPOCA.

BIOGRAFÍAS

EILEEN GRAY

Eileen Gray (1878–1976) fue una arquitecta y diseñadora irlandesa que, a pesar de ser una de las figuras más importantes del movimiento modernista, durante muchos años estuvo olvidada por la historia. Gray fue una mujer adelantada a su tiempo, que desafió las convenciones sociales y de género de su época, y que logró crear una obra innovadora y atemporal.

Nacida en una familia acomodada en Enniscorthy, Irlanda, Gray creció en un entorno de cultura y educación. Su padre era un pintor reconocido y su madre una mujer con gran sensibilidad artística. Desde temprana edad, Gray demostró una gran pasión por el arte y el diseño y a los 20 años decidió trasladarse a París para estudiar. En la capital francesa, Gray asistió a la Académie Julian y luego a la École Colarossi, donde estudió dibujo y pintura. Pronto se interesó por el diseño de interiores y comenzó a trabajar en el taller de un artesano de muebles. En 1902, se unió a la Escuela de Arte Slade de Londres para estudiar arquitectura, pero tuvo que abandonar debido a problemas financieros. A su regreso a París, Gray se convirtió en una figura clave de la vanguardia artística y cultural de la ciudad, fue amiga de artistas como Fernand Léger y Sonia Delaunay y colaboró con el diseñador y arquitecto rumano Jean Badovici. Juntos, diseñaron la Casa en la Costa Azul o también llamada Casa E-1027, una obra maestra de la arquitectura moderna que se ha convertido en un hito del siglo XX, su nombre es un código numérico obtenido al combinar sus iniciales en el or-

Fig. 45 Eileen Gray, autor desconocido



“LA CREATIVIDAD NO ES UN DON DIVINO, ES LA HABILIDAD DE VER COSAS ORDINARIAS DE UNA MANERA EXTRAORDINARIA”



Fig.46 Glass Salon de Paul Ruaud and Eileen Gray, 1922, autor desconocido



Fig. 47 Casa E1027, Roquebrune-Cap-Martin, Francia, carl ja

den de las letras del alfabeto; “E” representa a Eileen, “10” representa a la “J” de Jean, “2” representa a la “B” de Badovic y “7” representa a la “G” de Gray. La Casa E-1027, construida en 1929, es un ejemplo del estilo de Gray, destacando los grandes ventanales que permiten una vista panorámica del Mediterráneo. En el interior, la distribución es diáfana y funcional, con muebles y objetos diseñados por la propia Gray. Además de la arquitectura, Gray destacó en el diseño de muebles y objetos, en 1927 creó la icónica silla E-1027, un mueble funcional y estético que se convirtió en un símbolo del movimiento moderno. También diseñó alfombras, lámparas, mesas y otros objetos, que combinaban la simplicidad formal con la innovación técnica. A pesar de su éxito, Gray luchó toda su vida contra la discriminación y el sexismo en el mundo del arte y el diseño, como mujer abiertamente bisexual, sufrió la marginación y el ostracismo de la sociedad conservadora de su época.

Durante años, su obra fue ignorada por los críticos y los historiadores del arte, hasta que en la década de 1970 comenzó a ser reconocida como una figura clave del modernismo. Eileen Gray falleció en 1976, a los 98 años, en su casa de la Costa Azul. Su legado como arquitecta y diseñadora ha sido reivindicado en las últimas décadas y hoy es considerada una pionera de

la arquitectura moderna y una de las primeras diseñadoras abiertamente bisexuales de la historia. Además, su obra ha sido objeto de exposiciones y retrospectivas en todo el mundo y sus piezas de mobiliario y arquitectura se han convertido en iconos del diseño. A pesar de su importancia en la historia del diseño y la arquitectura, la obra de Eileen Gray estuvo relegada durante muchos años a un segundo plano. En gran parte, esto se debió a su condición de mujer y a su sexualidad, que la marginaron de un mundo dominado por hombres. No obstante, gracias a su perseverancia y talento, logró superar estas barreras y dejar un legado que ha inspirado a generaciones de diseñadores.

La vida y obra de Eileen Gray son un ejemplo de perseverancia, talento y valentía. A pesar de las dificultades que enfrentó a lo largo de su carrera, logró imponerse como una de las diseñadoras más importantes del siglo XX. Su legado ha sido reivindicado en los últimos años y su obra sigue inspirando a nuevas generaciones de artistas y diseñadores. Sin duda, Eileen Gray es una figura clave en la historia del diseño y la arquitectura moderna. ■ ■ ■

BIOGRAFÍAS

CHARLOTTE PERRIAND

Charlotte Perriand (1903–1999) fue una diseñadora y arquitecta francesa que desempeñó un papel fundamental en la creación del movimiento de arquitectura moderna en Francia. Conocida por su trabajo en la promoción de una visión más progresista de la arquitectura, el diseño y la decoración de interiores, siendo considerada una de las figuras más importantes del diseño del siglo XX.

Una de las características más notables de su trabajo fue el compromiso con la funcionalidad y la simplicidad en el diseño. Creía que los objetos y los espacios debían ser diseñados para cumplir una función específica y que la belleza y la estética debían surgir de esta función. Esta visión la llevó a experimentar con materiales y técnicas innovadoras y a crear diseños que se ajustaran a las necesidades de la vida moderna. Se destaca su compromiso con la igualdad de género y su papel como modelo a seguir para las mujeres en el campo del diseño y la arquitectura, a lo lar-

go de su carrera luchó por la inclusión de las mujeres y fue una de las primeras mujeres en ser aceptada en el Sindicato de Arquitectos franceses.

Desde joven, se interesó por el arte y la arquitectura y estudió en la Ecole de L'Union Centrale des Arts Decoratifs de París. A los 24 años, comenzó a trabajar para el famoso arquitecto Le Corbusier, quien se convirtió en su mentor y colaborador durante muchos años. En 1927, Perriand colaboró con Le Corbusier y su primo, Pierre Jeanneret, en el diseño del "Pavillon de l'Esprit Nouveau" en la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas de París. Este proyecto llamó la atención por su enfoque innovador en la arquitectura y el diseño y ayudó a establecer a Perriand como una figura destacada en el campo. Durante los años siguientes, Perriand continuó colaborando con Le Corbusier en varios proyectos importantes, incluyendo el diseño de la "Villa Savoye" en Poissy,



Fig. 48 Charlotte Perriand, 1991, Robert Doisneau



Fig. 49 Grand Palais, 2008, Jacques.delacroix



Fig. 50 Exposición "Inventando un mundo nuevo", Gabriel Fernandes



Fig. 51 Silla de bambú, museo Quai Branly, Jean-Pierre Dalbéra

“LA EXTENSIÓN DEL ARTE DE LA VIVIENDA ES EL ARTE DE VIVIR, VIVIR EN ARMONÍA CON LOS IMPULSOS MÁS PROFUNDOS DEL HOMBRE Y CON SU AMBIENTE ADOPTANDO O PREFABRICADO”

cerca de París. Además, Perriand se convirtió en una figura importante en el movimiento de diseño moderno francés, y trabajó en varios proyectos independientes en el campo del diseño de muebles y la decoración de interiores, pues durante su vida, se dedicó a explorar nuevas formas y materiales para el diseño de muebles y espacios interiores.

En 1930, diseñó la silla B301, también conocida como la “silla LC4”, que se convirtió en un icono del diseño moderno. Perriand también diseñó la “mesa ajustable” y la “silla giratoria”, ambos elementos se convirtieron en piezas clave del diseño moderno. Además de los muebles, Perriand también trabajó en el diseño de interiores, incluyendo la casa de té de Tokio, que diseñó en colaboración con Le Corbusier y Jeanneret. El dibujo fue clave para sus exitosos diseños, parte de su proceso creativo quedaba reflejado en los bocetos, esquemas y sistemas que plasmaba y que más tarde, daban lugar a prototipos funcio-

nales gracias a la ardua tarea artesanal, de la que en numerosas ocasiones la diseñadora formó parte. Su mente creativa y práctica le permitía mostrar en sus dibujos las ideas que en su mente transcurrían con la estética y material de la época, fruto de una contemplación basada en la curiosidad.


En 1940, Perriand viajó a Japón para estudiar la cultura y la arquitectura japonesas. Este viaje tuvo una gran influencia en su trabajo posterior y se convirtió en una de las principales influencias en la creación de su estilo distintivo y su enfoque innovador en la arquitectura y el diseño. Fue especialmente crítica con la exportación masiva de los diseños artesanales japoneses, pues opinaba que la rica tradición japonesa debía permanecer fiel a sus orígenes en lugar de satisfacer las modas occidentales. En 1943 estalló la guerra y pudo escapar de Japón rumbo a Hanoi, donde animó a los artesanos a apostar por los productos locales.

“L'ART DE VIVRE”

Aquí se casaría con el fotógrafo Jacques Martín, profesional del que procederían la mayoría de fotografías conocidas de la artista y con quien tuvo el siguiente hito que marcaría su vida, su hija Pernette. En la década de 1950, Perriand se convirtió en una figura importante en el mundo del diseño internacional y trabajó en varios proyectos de alto perfil en todo el mundo. En 1952 fue nombrada Directora de Arte de la compañía de muebles Steph Simon, donde desarrolló una línea de muebles modernos y funcionales que se convirtió en un éxito comercial. En sus últimos años, trabajó conjuntamente con su hija, la cual había heredado la creatividad e ingenio de su madre.

Falleció en París en 1999, dejando un legado duradero en el campo del diseño y la arquitectura moderna. Su obra y sus ideas continúan inspirando a arquitectos y diseñadores en todo el mundo. ■ ■ ■

BIOGRAFÍAS | SHEILA LEVRANT



BIOGRAFÍAS

MAY MORRIS



**“I’M A REMARKABLE
WOMAN, ALWAYS WAS,
THOUGH NONE OF YOU
SEEMED TO THINK SO.”**

Mary “May” Morris, nacida en 1862, fue la hija más joven de William Morris y Jane Burden. Durante mucho tiempo, su vida y trabajo quedaron eclipsados por los logros de su padre, pese a ello, May fue una mujer consciente de su posición privilegiada en el mundo por lo que utilizó sus ventajas, como su educación, talento y estabilidad financiera para mejorar la vida de las mujeres menos afortunadas. A la vez, gran parte de su carrera la dedicó al diseño para Morris & Co. y a promover el bienestar de la empresa familiar.

May fue introducida al arte y el diseño desde temprana edad, durante su infancia estuvo rodeada de todo tipo de arte gracias al círculo de amigos y colaboradores artísticos de su padre, que incluía a Burne-Jones, Rossetti y sus familias. May demostró un talento excepcional como artista y artesana desde una edad temprana, aprendió a bordar de su madre y de su tía Bessie Burden y en poco tiempo las superó en destreza a ambas, también recibió una educación artística formal en la National Art Training School, precursora del Royal College of Art en Londres.

En reconocimiento a sus habilidades y conocimientos, en 1885 y a la edad de 23 años,

May fue nombrada directora del Departamento de Bordado, responsable de supervisar todas las operaciones de bordado de Morris & Co. Tras la muerte de su padre, en 1896, John Henry Dearle, un empleado de la compañía, se convirtió en el diseñador jefe y él y May trabajaron en estrecha colaboración.

En 1893, May publicó un libro titulado *“Decorative Needlework”* en el que delineaba su filosofía del arte y el diseño, abogaba por que los diseñadores estudiaran la naturaleza y se inspiraran en ella al crear adornos, alejándose de otras filosofías que primaban lo funcional y la estética geométrica. Defendía el uso de formas simplificadas, como hojas dispuestas de manera plana y tallos curvados en líneas fluidas, para llenar los espacios necesarios, promovía el uso de un número limitado de puntos de bordado a los juntos para cada pieza para no saturar la composición, un ejemplo de su enfoque se encuentra en la cubierta de mesa Vine Leaf, que exhibe motivos naturales y formas simplificadas.

Fig. 52 May Morris (1862–1938) , Bain News Service, publisher

Aunque la mayoría de la pieza está bordada con puntos simples, su experta habilidad se revela en la variación de la dirección de los puntos, los cuales hacen un efecto óptico sutil mediante el juegos de luces sobre la superficie.

May también fue una crítica contundente de las estructuras económicas que llevaban a precios bajos para el bordado hecho a mano, precios que no reflejaban el valor estético del trabajo ni la mano de obra involucrada, el auge del bordado a máquina había influenciado la percepción de los consumidores sobre el costo del trabajo manual. May no se cansaba de enfatizar que *"ningún ser humano tiene derecho a comprar lujos a un precio que no puede representar una justa remuneración para el trabajador"*. En apoyo a las artistas y diseñadoras femeninas, fundó la "Women's Guild for Arts" en 1907, brindándoles apoyo y oportunidades de trabajar en un equipo de profesionales que les habían sido negados al estar excluidas del Art Worker's Guild debido a su género, no se permitían socias femeninas. May Morris desempeñó un papel importante en el contexto del feminismo de su época, como hija de William Morris, quien también era un defensor de la igualdad de género, May creció



Fig.53 Autumn and Winter, May Morris, AndyScott

en un entorno que valoraba las contribuciones de las mujeres en el ámbito artístico y buscaba promover sus derechos. Se convirtió en una destacada activista feminista y abogó por la igualdad de oportunidades para las mujeres en el campo del arte y el diseño. Reconoció que las mujeres enfrentaban barreras y desafíos en la industria, y trabajó incansablemente para mejorar su posición y reconocimiento.

En el año 1910, May realizó una gira de conferencias por Estados Unidos que incluyó



Fig.54 The Homestead and the Forest, May Morris, AndyScott

una estancia de un mes en Chicago y una charla en la Glessner House de la ciudad, esta casa había sido amueblada con telas y papel tapiz de Morris & Co. a finales de la década de 1880. Frances Glessner se había encantado con los diseños de William Morris después de leer su libro "Hopes and Fears for Art" (1882), una colección de cinco conferencias. Los Glessner contrataron a un arquitecto, H. H. Richardson, quien también era admirador de Morris, para diseñar su nueva casa en Prairie Avenue. Cuando May visitó la casa de los Glessner, se sumergió

en un entorno muy familiar, donde se combinaban las obras de Morris & Co. con tejidos antiguos, tal como su familia lo había hecho en su propia casa, Kelmescott Manor. Durante su estadía en Chicago, May fue entrevistada por el Chicago Tribune y se le preguntó sobre su opinión sobre el arte estadounidense, la arquitectura y el sufragio femenino y aunque apoyaba el derecho al voto de las mujeres, admitió que no estaba directamente involucrada en la lucha, ya que su interés en el sufragio estaba relacionado con los trabajadores y trabajadoras del gremio en las artes y oficios. Antes de llegar a Chicago, había asistido a una reunión de sufragistas en Carnegie Hall en Nueva York.

Después de su gira de conferencias por Estados Unidos, May regresó a Inglaterra como una ferviente defensora de los sindicatos y del apoyo profesional para las artistas. Para ella, la educación y las oportunidades de carrera en las artes para las mujeres eran elementos clave para lograr una reforma de género en la sociedad. Al igual que su padre, May era una personalidad inteligente y enérgica, apasionada por la defensa del buen diseño basado en el conocimiento de la historia, el respeto por la naturaleza, la valoración del trabajo artesanal y la combinación de inspiración y labor. ■ ■ ■



**CURSOS Y TÉCNICAS PARA
APRENDER A DIBUJAR Y PINTAR**

C. Abad Gordillo, 16, 41002 Sevilla
www.estudiosantaella.com

679 36 94 11



BIOGRAFÍAS

CORITA KENT

Frances Elizabeth Kent (1918–1986) fue una monja, artista y activista estadounidense, conocida por su obra de arte pop y su compromiso con la justicia social y la reforma religiosa.

Kent se unió a la orden de las Hermanas del Inmaculado Corazón de María en Los Ángeles en 1936 y tomó los votos religiosos en 1938, ordenándose como la Hermana Mary Corita. En 1941, Kent se graduó de la Universidad del Sur de California con una licenciatura en historia del arte. Continuó sus estudios de posgrado en la misma universidad, obteniendo una maestría en historia del arte en 1951. Durante sus años universitarios, Kent comenzó a experimentar con el arte y la serigrafía.

En 1947, Kent comenzó a enseñar arte en la Escuela Immaculate Heart en Los Ángeles, una escuela católica femenina. Kent se convirtió en la directora del Departamento de Arte de la escuela en 1964, y bajo su liderazgo, la escuela se convirtió en un centro de vanguardia de la enseñanza del arte en los Estados Unidos. Sus clases fueron la cuna de prominentes genios y artistas de su época tales como Alfred Hitchcock, John Cage, Saul Bass, Buckminster Fuller y Charles y Ray Eames. Kent influyó en Charles Eames, y Buckminster Fuller y el historiador del arte Dr. Alois Schardt, ambos reconocieron la impor-

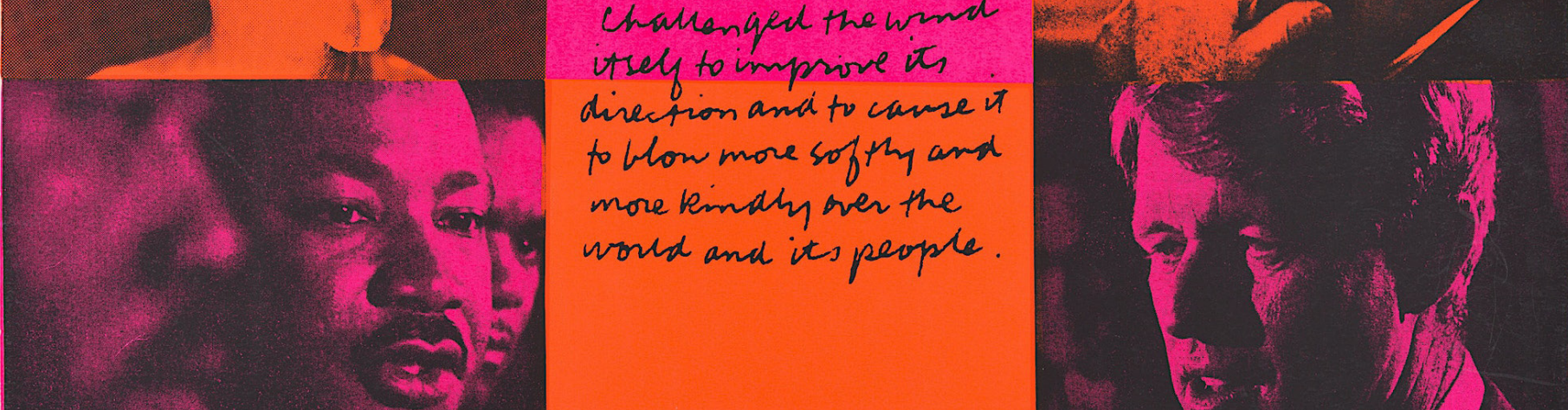


Fig.56 It can be said of them © Corita Kent, VEGAP, Barcelona, 2023

tancia de su profesora y su contribución a su desarrollo intelectual y artístico. En los 50 sus clases en arte y diseño era famosas en todo el mundo, personas de todo tipo y origen hacían cola para acceder a sus clases y ser educados por una de las mayores artistas de su época, el centro estudiantil a su vez, batió record de solicitantes en esos años, por lo que el número de rechazados por la escuela también fue record. A través de su arte y sus enseñanzas, Kent abogó por la igualdad racial, la no violencia y la justicia social. También participó activamente en la lucha por los derechos civiles y fue una crítica abierta del gobierno estadounidense y su papel en la guerra de Vietnam.

En la década de 1960, Kent se convirtió en una figura importante en el movimiento del arte pop y la contracultura de la década de 1960. Su arte, que combinaba elementos reli-

giosos y sociales, resonó con una generación de jóvenes que buscaban nuevas formas de expresión y lucha contra la injusticia social. Las obras de Corita Kent se caracterizan por su uso del lenguaje, los colores vibrantes y los diseños gráficos impactantes. Su estilo es a menudo descrito como "pop art religioso" o "serigrafía espiritual". Durante su carrera artística, Kent creó una gran variedad de obras,

"LOVE THE MOMENT. FLOWERS GROW OUT OF DARK MOMENTS. THEREFORE, EACH MOMENT IS VITAL. IT AFFECTS THE WHOLE. LIFE IS A SUCCESSION OF SUCH MOMENTS AND TO LIVE EACH, IS TO SUCCEED."

que incluyen carteles, serigrafías, murales, cajas de luz y hasta un automóvil pintado. Sus obras abordan temas como la paz, la justicia social, la igualdad racial, el feminismo, la espiritualidad y el amor. Entre sus obras más reconocidas de esta época se encuentra "You are not a mistake", esta muestra una imagen de una flor con el texto "you are not a mistake" (no eres un error) escrito debajo. La

imagen y el texto son una afirmación positiva de la dignidad, el valor humano y la idea de que todas las personas tienen un propósito y una importancia en el mundo. La imagen de la flor sugiere la idea de la belleza y la vida, y la elección del texto refleja la actitud positiva de Kent hacia la vida y su deseo de inspirar y motivar a otros a través de su arte.

A lo largo de su carrera, Corita Kent tuvo varios desacuerdos con la Iglesia Católica y sus líderes, especialmente en los años 60 y 70. Uno de los principales motivos de su desacuerdo fue su compromiso con la justicia social y los derechos civiles, que chocaba con la postura conservadora de la Iglesia en ese momento.

En el año 1966 Los Angeles Times la nominó a una de las nueve mujeres del año, esto no hizo más que incrementar su visibilidad para

Artes Gráficas **MORENO** S.L.

- Bolsas de Papel
- Impresión offset
- Impresión digital
- Diseño
- Libros
- Revistas
- Cartelería
- Folletos
- Tarjetas de visita
- Talonarios, etc...



Alta tecnología
para ofrecer
la máxima
Calidad

d Polg. Ind. El Aceitunillo - C/ República Argentina,10- 41930 Bormujos (Sevilla)

f **955 72 53 38**

e impresion@agmoreno.net

ENTREVISTA LOLA FERNÁNDEZ



Fig.58 Lola Fernández posando para deLADYsigner

En una reveladora entrevista con Lola Fernández, talentosa diseñadora y maquetadora de la revista Andalucía Económica, descubrimos su fascinante trayectoria en el mundo del diseño, Desde sus humildes inicios hasta convertirse en una pieza clave en el proceso creativo de la revista. Lola comparte con nosotros su pasión por el diseño, su evolución en el campo y cómo ha logrado superar obstáculos para alcanzar el reconocimiento profesional.

¿Cómo te iniciaste en el mundo del diseño y la maquetación?

Mi encuentro con el diseño fue casual. Lo cierto es que nunca me gustó estudiar una carrera, y cuando terminé bachillerato quería trabajar de inmediato. Cursé lo que ahora sería un grado medio de auxiliar administrativo (antiguo FP) y con 17 años ya estaba trabajando. Tras varios años en gestorías, empresas privadas, etc., decidí darle un giro a mi vida laboral montando con unas compañeras una tienda de moda en una localidad cercana a Sevilla. Fue tras el cierre de la tienda, en 1991, cuando entré a formar parte del equipo de la que hoy es la empresa donde trabajo, una revista mensual de economía que nació un año antes.

Háblanos de tu trayectoria en esta revista. ¿Cuál ha sido tu cometido?

Pues realmente empecé como auxiliar administrativo, pero pronto el trabajo en mi departamento se quedaba pequeño y comencé a organizar el archivo fotográfico de la revista. Ufff como me gustaba ese trabajo... La empresa en sí no tenía nada que

ver con ninguna en la que había estado, el ambiente, el método de trabajo, ... todo era nuevo para mí. En sus inicios, la revista en aquellas fechas se redactaba al completo en Sevilla, donde tenía la sede, pero se diseñaba y se imprimía en Barcelona. Todos los meses el director cogía un vuelo para ver las planchas y cerrar el número. Cuesta trabajo imaginarlo, pero en esas fechas no había internet, ni móviles. La información llegaba o por correo ordinario o por fax (entonces lo más). He de decir que, aunque había ordenadores, eran aún muy desconocidos y se usaba la máquina de escribir. Ver esos Apple Macintosh era una pasada... estamos hablando de un modelo del 89.

Pues bien, en ese tiempo como ya digo estaba cada vez más involucrada con el departamento de Redacción, me apasionaba todo lo que ocurría allí. Llegaba la primera y me marchaba la última. Una de estas tardes, me llamó al despacho el director y me hizo una pregunta: ¿Tú sabes picar textos?... Perdona?? Qué es eso? Sonrió y me dijo: Siéntate en mi ordenador, es lo mismo que

cualquier otro teclado, solo tienes que copiar este texto. Y se marchó. No he tardado más en mi vida en picar un texto, iba con sumo cuidado, hasta que llega el momento de apagar el equipo... Quiere cerrar sesión? Quiere apagar equipo? Lo dejé encendido jajaja

¿Y cuándo comienza la revista a diseñarse en Sevilla?

Yo seguía picando los textos y ya estaba super familiarizada con el archivo fotográfico. Pero la revista se diseñaba e imprimía en Barcelona, y todo el afán del director era que se hiciera aquí. Un día me pregunta: ¿A tí te gusta esto del diseño? ¿Te verías diseñando? Yo no tenía ni idea de lo que me estaba hablando. ¿pPor qué yo? Al fin y al cabo era una administrativa. Pues al parecer, el vio en mí lo que yo no había logrado ver, creatividad!! Y ahí estaba yo, convencida de que con ganas se puede lograr todo... Así que le dije: ¿Qué hay que hacer? Poco tiempo después, vino a Sevilla el diseñador de Barcelona para enseñarme todo lo necesario para diseñar la revista.

Estuve cinco días viviendo prácticamente en la revista, y aprendí lo necesario para maquetar con Quarkxpress. Fue en abril de 1993 cuando sale la primera revista maquetada por mí. No me lo podía creer, la había hecho yo, creo que incluso hoy en día no hay mayor placer que ver impresa una creación tuya. Fue entonces cuando nació mi inquietud y amor por el diseño y también por aprender más.

¿Y además de este autoaprendizaje, realizaste algún curso formativo?

El director me propuso que me informara de donde podía formarme, que obviamente iba a ser privado, por lo que la empresa apostaría por mí y pagaría el 50% del coste del curso. Me puse manos a la obra en buscar donde formarme, y no fue fácil, en-

tonces esto del diseño era algo muy desconocido aún y no había escuelas, tan solo una de Madrid que acababa de aterrizar en Sevilla, Tracor.

Fueron unos meses apasionantes, eran aulas muy reducidas, de apenas 10 personas. Había de todo: fotógrafos con ganas de aprender a tocar sus imágenes, chicos jóvenes que se sentían atraídos por el diseño y yo, que ya estaba trabajando en el sector sin apenas herramientas ni nociones mínimas de tipografía, identidad corporativa ni nada que se le pareciese. Tuve la gran suerte de poder desarrollar todas mis clases al día siguiente en la revista... Estaba entusiasmada, era una maravilla, cada día aprendía algo nuevo para mi trabajo y la revista comenzó a tomar otra forma...

¿Y toda tu aportación tuvo su reconocimiento a nivel profesional?

Pues lo cierto es que al principio no. Cuando en 1993 salió la primera revista maquetada por mí quitaron del staff a mi compañero de Barcelona, pero no me pusieron a mí.

Es en julio de 1994 cuando aparece mi nombre por primera vez en el staff como diseñadora, me lo había currado. También es cierto que después de todo, tuve que luchar mucho para que se me reconociera profesionalmente y a nivel económico. No me quiero ni acordar de cuando me enteré lo que cobraba el compañero de Barcelona, casi el doble ¿por qué? Yo llevaba más de un año sacando el producto a la calle y me había formado, ¿por qué no se me recono-

Fig.59 Lola Fernández recibiendo el premio María Auxiliadora



Fig.60 Lola Fernández en su oficina del centro de Sevilla



cía en nómina? Pues por lo de siempre, por la brecha salarial que había entonces y que sigue por desgracia habiendo ahora.

¿Y qué pasó después? ¿Seguiste evolucionando?

Sí. Poco después me nombraron responsable de hacer el cierre de la revista con imprenta. Y diréis que tampoco sería para tanto... Pues sí, nada que ver con los procesos de hoy. A saber: en esas fechas, las imágenes de nuestros fotografías llegaban en diapositivas y como decía, los textos por correo ordinario o por fax. Una vez visualizadas las diapos, te hacías una idea del corte que querías para la maqueta, con lo que una vez hecha en Quarkxpress, la imprimía en la impresora de toda la vida de cartucho de tinta negro y le pegaba con cello la diapositiva, indicándole a bolígrafo la medida y el corte que necesitaba.

Así se llevaba a imprenta y allí la escaneaban en el escáner de tambor. Posteriormente en un diskette nos las devolvían para terminar la maqueta. Y esa evolución? jajaja comenzamos con el diskette, con una capacidad de 1.2 Mb, luego llegó algo más grueso y con más capacidad, tras ellos pasamos a los CD, dvd hasta llegar a los actuales formatos puerto usb, discos duros, pen... pues hasta que llegó a nuestras vidas internet Dios mío que cosa

tan rara era eso de internet... nadie sabía bien explicar qué era... Aunque vio la luz allá por el 2000 yo calculo que comenzáramos a usarlo en la revista a partir de 2004 y sin muchas pretensiones. Bueno, como decía... una vez cerrada la paginación de la revista, la llevaba personalmente a imprenta grabada en un disco y comenzaba la odisea.

El montaje de pliegos lo hacían directamente en imprenta, por supuesto Quark no tenía opción de crear pdf, por lo que tenían que abrir los documentos en la imprenta con el consiguiente riesgo de que se movieran textos y pasaran las típicas cosas raras. Me quedaba esperando hasta que salían los fotolitos listos para revisarlos.

En los departamentos de preimpresión (entre mediados y finales del siglo XX), para grabar las planchas de una imprenta era necesario crear antes unas copias intermedias en película fotográfica de alto contraste. Cada copia correspondía a una plancha de color y allí donde hubiera variaciones de intensidad, la película llevaba una trama que simulaba esas variaciones de intensidad. Cada una de esas películas era un fotolito.

¿Complementas el trabajo en la revista con alguna otra actividad relacionada con la maquetación y el diseño?

Ahora sí, debería haber empezado antes. Pero no es hasta 2010 cuando valoro la posibilidad de sacarle partido a mis conocimientos, abriéndome a nuevos trabajos de diseño, memorias de empresas, anuarios de Hermandades, flyers, y todo lo que se me presente. Recientemente recibí una placa del Ayuntamiento por la realización de un cartel que para mí fue un reconocimiento a mi trabajo.

Eres madre de dos niñas ¿Has podido conciliar bien tu trabajo con la maternidad?

Cuando nació mi primera hija solicité la reducción de jornada de 1/3 y la renové una vez nació la segunda. Lamentablemente una vez que quise incorporarme a jornada completa en la empresa no se me ha condecorado, han alegado que no hay recursos ahora mismo y pese a que sé que es obligación por su parte no he querido entrar en conflictos con la empresa. De modo que hace un año estoy trabajando en otra revista por las tardes, es una revista parecida a la mía solo que en lugar de mensual es trimestral. ■ ■ ■





BL3D

DISEÑO DE MINIATURAS 3D

CAMPAÑAS EN
KICKSTARTER



 BL3D MODELS

 @BL3DMODELS

 @BL3D_MODELS

www.e.crea.tivo.es

ESTUDIO

CREATIVO

@e.creativo.

LA MUJER Y SU PUBLICIDAD

UN ANÁLISIS SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN EL DISEÑO PUBLICITARIO DESDE PRINCIPIOS DEL SIGLO XX HASTA LA ACTUALIDAD, DESTACANDO LOS PRINCIPALES CAMBIOS SOCIALES.

La publicidad ha sido un reflejo de la sociedad en la que vivimos, desde principios de siglo la publicidad ha sido uno de los medios más influyentes en la representación de la mujer. Si bien hoy día la es cada vez más inclusiva, el género femenino se ha mostrado de diferentes manera, desde la mujer como objeto sexual, como ser sumiso, hasta la mujer fuerte e independiente

Durante gran parte del siglo XX, la publicidad retrataba a las mujeres como objetos sexuales, cuyo principal propósito era el de satisfacer los deseos masculinos. Los diseños publicitarios reflejaba los estereotipos de género de la época, en los anuncios mostraban a mujeres jóvenes y hermosas, vestidas con poca ropa y en poses sugerentes, vendiendo todo tipo de productos como coches, tabaco o refrescos. Era vista como un objeto de deseo y no como un ser humano completo, se contribuyó a la creación de la idea de que la mujer era inferior al hombre y que su papel en la sociedad era el

de ser un objeto de lujo más. Un ejemplo de este tipo de publicidad es la campaña publicitaria de la marca de cigarrillos Lucky Strike en la década de 1920, la campaña presentaba a mujeres jóvenes y atractivas fumando cigarrillos, asociando el consumo de tabaco con la idea de la libertad y la independencia, mostraba la idea de que fumar cigarrillos era una actividad propia de los hombres, pero que las mujeres también podían hacerlo y ser atractivas al mismo tiempo.

En los años 50, la publicidad comenzó a mostrar a las mujeres como amas de casa per-



Fig. 61 Publicidad Lucky Strike, 1932, Dan H. Flickr

fectas, cuyo principal objetivo era mantener el hogar y cuidar a la familia. Los anuncios mostraban a mujeres sonrientes y felices, en la cocina o haciendo la compra, vendiendo todo tipo de productos para el hogar, desde electrodomésticos hasta productos de limpieza, esto se debió en gran parte a los cambios en la sociedad de la época. Con la llegada de la Segunda Guerra Mundial, las mujeres empezaron a trabajar fuera de casa para ayudar en la economía de guerra pero una vez finalizada la guerra, muchas mujeres volvieron a sus hogares para convertirse en esposas y madres, lo que llevó a la creación del estereotipo de la "ama de casa perfecta".

Durante los años 60 y 70 la imagen de la mujer en la publicidad comenzó a cambiar de nuevo. Las mujeres comenzaron a luchar por sus derechos y a exigir igualdad de oportunidades en todos los ámbitos de la vida. En la publicidad, empezaron a aparecer mujeres fuertes e independientes que desafiaban los estereotipos de género y se abrían camino en un mundo dominado por los hombres. La publicidad de la época reflejaba la mentalidad de la época, en la que la mujer era vista, al fin, como un ser humano completo y no como un objeto sexual, la publicidad de esta época también fue un reflejo de la creciente conciencia social sobre la igualdad de género. Las mujeres comen-



Beer belongs...enjoy it

In this home-loving land of ours... in this America of kindness, of friendship, of good-humored tolerance... perhaps no beverage is more "at home" on more occasions than good American beer and ale. For beer and ale are the kinds of beverage Americans like. They belong to pleasant living, to good fellowship, to sensible moderation, and our right to enjoy them, this too belongs—to our own American heritage of personal freedom.



Fig. 62 John Gannam - US Brewers Foundation ad, Susi Pator Flickr

LA PUBLICIDAD TIENE EL PODER DE INFLUIR EN LAS PERSONAS

zaron a ocupar puestos de trabajo que antes eran exclusivos para hombres y esto se reflejó en la publicidad de la época. Por ejemplo, se empezaron a mostrar mujeres en anuncios de herramientas y maquinarias pesadas, algo que anteriormente se consideraba impensable, sin embargo esta representación de mujeres en papeles no tradicionales todavía se limitaba a un número muy reducido de anuncios y la mayoría de los anuncios seguían mostrando a mujeres en roles tradicionales, como cuidadoras del hogar y de la familia.

Aunque se estaba comenzando a aceptar la idea de que las mujeres podían tener carreras y trabajar fuera de casa, esto a menudo se presentaba como algo complementario a su rol principal de amas de casa, se mostraba a una mujer trabajando en una oficina durante el

AS QUICK AS YOU CAN SAY...

"Come And Get It"

Serve Tempting, Tender, Saucy Heinz Cooked Spaghetti. It's All Ready To Heat, Eat, And Cheer For!

WHEN time is short and the family famishes open a tin of Heinz Cooked Spaghetti—and serve. Here's a perfect companion for the oven—a delicious meal-in-one! For Heinz do make this spaghetti from select semolina flour crown it with an irresistibly tangy sauce of fine prize tomatoes, mippy cheese and a daff dash of spigly spices.

Won't you try Heinz Cooked Spaghetti for an saving summer meal? It's easy on the budget and the cook!

Another grand minute-meal is Heinz Cooked Macaroni prepared in a luscious cream sauce ench...

Fig. 63 1941's HEINZ ad. As Quick As You Can Say "Come and Get It!". Flickr

SPÉCIAL POUR BOUILLIR

LE BLANC

Tide bout plus blanc que tout!

Oui, c'est vrai... des milliers de femmes émerveillées le proclament avec enthousiasme : **Plus blanc que tout**, parce que *zeul*, Tide est *spécial* pour bouillir le blanc.

Plus blanc que tout, parce que *zeul*, Tide donne une *moine* aussi abondante, riche et active.

Plus blanc que tout, parce que *zeul*, Tide contient des éléments *non-savon* qui absorbent avec douceur les taches les plus tenaces.

Comparez et vous verrez vous-même : si vous faites bouillir votre linge, c'est Tide qu'il vous faut, car Tide bout plus blanc que toutes les lessives ou tous les savons que vous avez pu utiliser jusqu'ici.

Fig. 64 Publicidad Bonnes soirées, 1950s-1956, Mo Flickr

con un cuerpo delgado y atractivo. A medida que avanzaban los años 80 y 90, la publicidad comenzó a mostrar a las mujeres como profesionales y trabajadoras, lo que reflejaba el aumento de mujeres en la escena laboral. Sin embargo, aún se perpetuaban los estereotipos de género en cuanto a la apariencia física, por ejemplo en la publicidad de productos de belleza se seguía presentando una imagen idealizada y estereotipada, lo que reforzaba la idea de que las mujeres debían ser atractivas para ser valoradas, también se perpetuaba la idea de que la felicidad y el éxito dependían de su capacidad para atraer y mantener la atención de los hombres. A pesar de esto, la publicidad de los años 80 y 90 también comenzó a mostrar a las mujeres en roles más diversos y complejos, se empezaron a presentar mujeres en roles de liderazgo, en industrias tradicionalmente dominadas por hombres y también se comenzaron a mostrar relaciones y familias más diversas alejadas de la tradicional.

En la primera década del siglo XXI, la publicidad comenzó a cambiar significativamente, en lugar de simplemente mostrar a las mujeres como objetos sexuales o como amas de casa, la publicidad comenzó a mostrarlas como mujeres fuertes e independientes que podían tomar decisiones y liderar sus propias vidas. Esto no significa que los estereotipos de

género hayan desaparecido por completo, las mujeres en la publicidad todavía eran principalmente jóvenes, blancas y atractivas, lo que sugiere que la apariencia física seguía siendo una consideración importante. En la década de 2010, la representación de las mujeres continuó evolucionando, la publicidad comenzó a mostrar diversidad en cuanto a etnia, edad y apariencia física, además comenzaron a ser representadas en roles más diversos, desde empresarias y líderes hasta madres y cuidadoras. Otro cambio significativo fue el aumento de las campañas publicitarias centradas en temas

feministas y de igualdad de género, estas campañas no solo muestran a las mujeres como fuertes e independientes, sino que también cuestionan los estereotipos de género y abogan por la igualdad de género.

Además, el movimiento #MeToo y otros activismos similares han tenido un impacto significativo en la forma en que se representa a las mujeres en la publicidad, la cual ha comenzado a tomar en cuenta la necesidad de mostrar a las mujeres de manera respetuosa y a no objetivarlas. En la actualidad, la publicidad es más



consciente de la necesidad de representar a la mujer de una manera más diversa, compleja y realista. Si bien aún hay trabajo por hacer, se han dado importantes pasos para lograr una representación más justa e igualitaria.

Es importante destacar que la publicidad no solo refleja la sociedad, sino que también la moldea, por lo tanto es fundamental que los publicistas sean conscientes de la responsabilidad que tienen a la hora de representar a la mujer, que trabajen para lograr una representación justa y equitativa. Al fin y al cabo, la publicidad tiene el poder de influir en la forma en que se perciben los roles de género y las expectativas en la sociedad, ayudando a fomentar la igualdad y la justicia de género. La publicidad es un reflejo de la sociedad y ha evolucionado a medida que las sociedades han cambiado. La representación de la mujer en la publicidad ha pasado por muchas etapas, desde una representación estereotipada y limitada hasta una representación más diversa y realista actual, la cual se ve hoy día apoyada por la mayoría de la sociedad como nunca antes.

Si bien aún quedan muchos desafíos por enfrentar, se han logrado importantes avances y es importante continuar trabajando para lograr una representación justa de la mujer en la publicidad. ■ ■ ■



**Cada paso que damos
refleja nuestra experiencia
en la industria y la
dedicación por la calidad**

Llámanos

+34 902 113 382

Escríbenos

comunicacion@lafactoria.es

DISEÑANDO LA IGUALDAD

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, EL ACTIVISMO GRÁFICO FEMINISTA SE HA CONVERTIDO EN UNA PODEROSA HERRAMIENTA PARA LA LUCHA POR LA IGUALDAD DE GÉNERO EN TODO EL MUNDO. A TRAVÉS DE LA UTILIZACIÓN DE DISEÑOS VISUALES IMPACTANTES Y MENSAJES PODEROSOS.

El activismo gráfico feminista es un movimiento artístico y social que utiliza la gráfica como medio para visibilizar, denunciar y concientizar sobre la opresión y la discriminación de género. Desde hace décadas, el diseño gráfico ha sido una herramienta fundamental para el feminismo, al permitir la creación de imágenes que transmiten mensajes claros y directos a la sociedad.

El activismo gráfico feminista ha evolucionado a lo largo del tiempo y ha ido adaptándose a las necesidades y demandas del movimiento feminista. Desde sus inicios en la década de 1960, este movimiento ha buscado romper con los estereotipos de género, combatir la violencia machista y luchar por la igualdad de derechos y oportunidades para las mujeres.

En la actualidad, el activismo gráfico feminista se ha convertido en una corriente muy rele-

vante dentro del diseño gráfico, ya que permite abordar temas de gran importancia social y generar un cambio en la percepción de la sociedad mediante el impacto gráfico.

El movimiento feminista moderno tuvo su inicio en la década de 1960 y con él surgió la necesidad de comunicar y difundir sus ideas y demandas. Es en este contexto que nace el activismo gráfico feminista como una herramienta visual para la lucha por los derechos de

las mujeres, lucha a la que se unirían la defensa de otras razas, gustos y orientaciones. Uno de los primeros ejemplos de este tipo de activismo es la obra de la artista estadounidense Barbara Kruger, quien a través de collages fotográficos con frases contundentes y provocadoras, criticó la opresión de la mujer en la sociedad patriarcal y capitalista. Sus trabajos, que incluían mensajes como “tu cuerpo es un campo de batalla”, “no eres tú misma” y “compro, luego existo”, tuvieron un gran impacto en

la cultura visual y se convirtieron en referentes del movimiento feminista. Otra figura importante en el desarrollo del activismo gráfico feminista fue la artista y diseñadora gráfica Sheila Levrant de Bretteville, quien en 1973 fundó el Women's Graphic Center en Los Ángeles. Esta iniciativa tuvo como objetivo ofrecer recursos a las mujeres para que pudieran crear su propio trabajo gráfico y visual y así contribuir a la creación de una cultura feminista. En España, el colectivo Mujeres y Artes Gráficas (MAG) fue fundado en 1976 y se dedicó a la creación de carteles y otros materiales gráficos para la difusión de los valores y demandas del feminismo en la transición democrática del país. El trabajo de MAG tuvo una gran repercusión en la sociedad española y ayudó a concientizar a la población sobre la necesidad de la igualdad de género.

El activismo gráfico feminista se caracteriza por su uso de la imagen y el diseño gráfico como herramientas de comunicación y de denuncia. Las obras suelen ser impactantes y provocadoras y su objetivo es llamar la atención sobre la discriminación de género y la opresión que sufren las mujeres en la sociedad. La tipografía y la composición son elementos clave en el activismo gráfico feminista. La elección de fuentes y colores, así como la disposición de los elementos en el

Fig. 66 Your Body is a Battleground. Barbara Kruger, Photo and silk screen. Broad Art Foundation. LACMA, Rob Corder Flickr

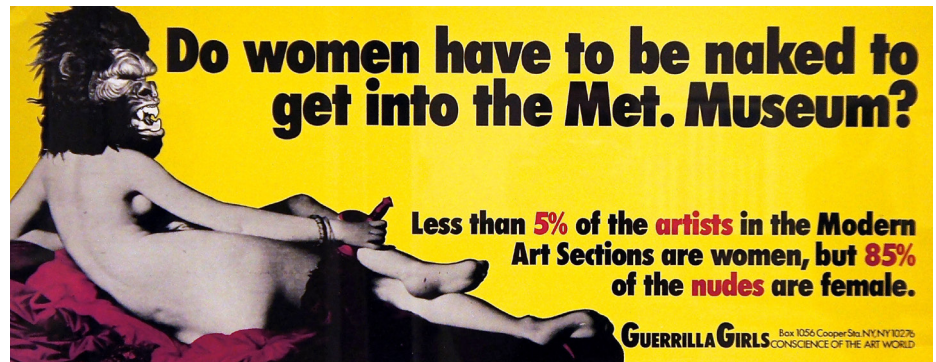


Fig. 67 Do women have to be naked to get into the Met. Museum?, Peter E. Flickr

diseño, tienen un gran impacto en el mensaje que se quiere transmitir. El uso de imágenes y símbolos es muy frecuente en este tipo de arte, ya que ayuda a reforzar la idea central del mensaje. Otro aspecto importante del activismo gráfico feminista es su compromiso con la diversidad y la inclusión, a menudo las obras incluyen representaciones de mujeres de diferentes edades, razas, orientaciones sexuales y capacidades, con el fin de visibilizar la diversidad y la complejidad de las experiencias femeninas.

Además de las mencionadas Barbara Kruger y Sheila Levrant de Bretteville, hay muchas otras artistas y obras que han contribuido al desarrollo del activismo gráfico feminista, tal es el caso de Guerrilla Girls, colectivo de artistas fundado en Nueva York en 1985, cuyo objetivo es denunciar la discriminación de género y racismo en el mundo del arte. Con su nombre inspirado en los gorilas, que simbolizan la fuerza y la ferocidad, las Guerrilla Girls han creado un estilo distintivo de carteles y pancartas que se ha convertido en un icono del feminismo y la lucha por los derechos de las mujeres.

Dentro de las nuevas tendencias y enfoques del activismo gráfico feminista, también podemos encontrar influencias y técnicas de diseño que son utilizadas para transmitir los

mensajes de manera efectiva. Una de las influencias más notables es el diseño de carteles políticos y de protesta de los movimientos sociales de los años 60 y 70, en los que se utilizaba la tipografía en negrita, los colores contrastantes y las ilustraciones directas para comunicar los mensajes, el activismo gráfico feminista ha adoptado estas técnicas y las ha adaptado a sus propias necesidades, creando diseños que son igualmente impactantes y llamativos. Otra influencia importante es la utilización de los medios digitales y las redes sociales, el uso de plataformas como Instagram, Twitter y Facebook ha permitido que el activismo gráfico feminista llegue a un público mucho más amplio y diverso que nunca antes. Las redes sociales también han permitido la creación de comunidades en línea que pueden compartir y difundir mensajes e información, así como crear campañas virales que pueden tener un impacto real en la sociedad, llegando incluso a crear campañas transmedia con la que generar un mayor impacto e implicación de los usuarios.

Existe una creciente tendencia hacia el diseño colaborativo y la co-creación, en la que los diseñadores trabajan con activistas y organizaciones para crear diseños que sean más relevantes y efectivos, esta colaboración también ha permitido la inclusión de una amplia

ESTÉTICA LLAMATIVA Y UNA CLARA INTENCIÓN DE COMUNICAR UN MENSAJE CONTUNDENTE, EL DISEÑO EMOCIONAL EN SU MÁXIMA EXPRESIÓN

variedad de voces y perspectivas en el diseño, lo que ha hecho que los mensajes del movimiento feminista sean más representativos y empáticos, tal es el caso de empresas como CocaCola, Ikea, Apple o Converse entre muchas otras, donde podemos observar un diseño de publicidad tanto gráfico como en formato televisivo en el que de forma cercana se transmite el apoyo a los derechos de la mujer y donde los roles de género son compartidos.

Actualmente, el enfoque es la creación de diseños inclusivos y diversos que representen a mujeres de diferentes razas, etnias, culturas y orientaciones sexuales, esta tendencia se debe a la creciente conciencia sobre la interseccionalidad y la necesidad de incluir y representar a todas las mujeres en la lucha feminista.

Estas gráficas han ampliado su alcance para incluir otros temas de justicia social, como la defensa de los derechos LGBTQ+, la lucha contra el racismo y la xenofobia, y la protección del medio ambiente. ■ ■ ■



ACADEMIA Y ESPACIO CREATIVO

- TALLERES DE PINTURA
- TALLER DE ESMALTE
- PREPARACIÓN PRUEBA DE ACCESO DE LA ESCUELA DE ARTE DE SEVILLA
- TALLERES DE ILUSTRACIÓN
- CLASES INTENSIVAS
- TALLERES INFANTILES
- CLASES DE CREATIVIDAD
- MOSAICO ARTÍSTICO
- CLASES DE DISEÑO

elgatoconarte@gmail.com

elgatoconarte.blogspot.com



PUBLICACIONES



Fig.70 Ellen Lupton speaking at Retirefresh DC, foto por Jason Garber, Flickr

PENSAR CON TIPOS

ELLEN LUPTON
EDITORIAL GG

“Pensar con Tipos: Una guía crítica para diseñadores, escritores, editores y estudiantes” de Ellen Lupton es un libro fundamental para todo diseñador gráfico. En este libro, Lupton explora la tipografía desde una perspectiva crítica y ofrece una guía práctica para diseñar con tipos de manera efectiva y creativa.

El libro está escrito de forma clara y accesible y está ilustrado con numerosos ejemplos de diseño y tipografía de alta calidad. En el libro se incluyen ejercicios prácticos y cuestionarios para ayudar a los diseñadores a aplicar los conceptos presentados en el libro a su propio trabajo. ■ ■ ■

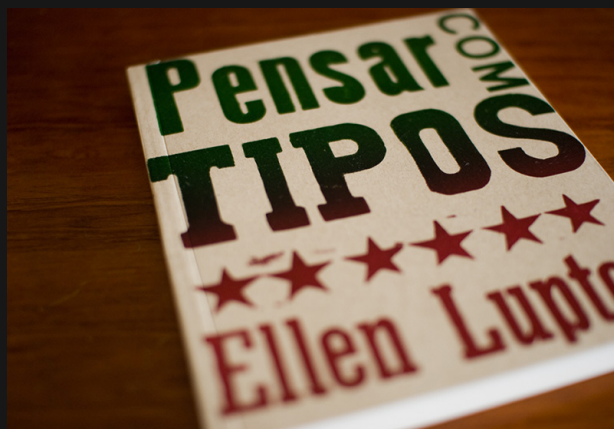


Fig. 71-72 Pensar com tipos/Thinking with type, Filipe Varela Flickr

TE PRESENTAMOS UNA CUIDADA SELECCIÓN DE LECTURAS IMPRESCINDIBLES, EN ESTE NÚMERO PODRÁS DESCUBRIR ALGUNAS DE LAS OBRAS QUE ESTÁN MOLDEANDO LA HISTORIA DEL DISEÑO DE TIPOGRAFÍAS Y HAN DEJADO UNA HUELLA PERDURABLE EN SU CAMPO.

IN PROGRESS: SEE INSIDE A LETTERING ARTIST'S SKETCHBOOK AND PROCESS, FROM PENCIL TO VECTOR

JESSICA HISCHE
EDITORIAL CHRONICLE BOOKS

"In Progress: See Inside a Lettering Artist's Sketchbook and Process, from Pencil to Vector" es un cautivador viaje a través del cuaderno de bocetos de la querida diseñadora del mundo del diseño Jessica Hische, descubrirás el proceso creativo y técnico detrás de la creación de letras a mano que han sido galardonadas. Desde los primeros bocetos hasta las versiones finales pulidas, podrás admirar el talento de Hische en proyectos para destacados clientes como Wes Anderson, NPR y Starbucks. Este libro es una fuente inagotable de inspiración y conocimientos prácticos para aquellos diseñadores que deseen perfeccionar sus habilidades y crear formas de letras distintivas. ■ ■ ■



Fig.73 Jessica Hische, foto por Martin Kraft

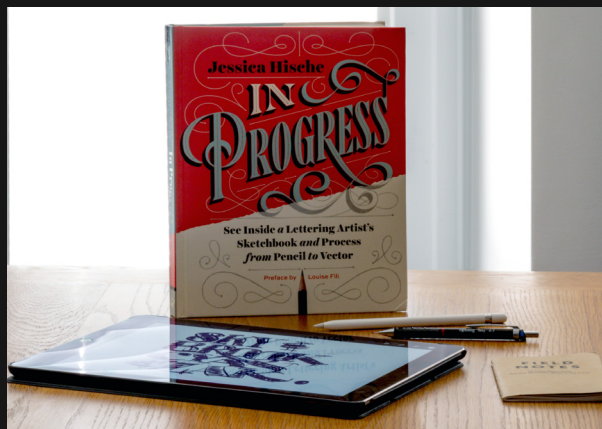


Fig. 74 Jessica Hische, foto por Martin Kraft, Flickr



Fig.75 Jessica Hische, Sketchnotes 1 Carolyn Sewell, Flickr

PRÓXIMO NÚMERO

DISEÑADORAS EN LA URSS

Adentrémonos en un período histórico donde el poder de la imagen y el diseño gráfico se convirtieron en herramientas vitales para propagar ideologías y moldear la sociedad. Descubriremos las poderosas obras de artistas y diseñadoras como Varvara Stepanova, Alexandra Exter y Natalia Goncharova, cuyos trabajos revolucionaron la estética visual y la comunicación en la Unión Soviética.

A través de una cuidadosa investigación y entrevistas exclusivas, desentrañaremos los fundamentos del diseño de la propaganda soviética y su conexión intrínseca con el movimiento brutalista ruso.

Exploraremos cómo estas diseñadoras desafiaron los límites convencionales, fusionando elementos geométricos, tipografía impactante y colores audaces para transmitir mensajes de cambio social, revolución y orgullo nacional.



CRÉDITOS

- Fig.1 Heftiba, T. (2018, 22 enero). persona con papel azul que cubre su rostro. Unsplash
- Fig.2 Adams, C. (2021, 16 febrero). Foto de stock gratuita sobre adentro, alfombra. Pexels
- Fig.3 OnCreativity, CC BY 3.0, via Wikimedia Commons
- Fig.4 Jessica Walsh, CC BY-SA 3.0, via Wikimedia Commons
- Fig.5 Noah Kalina, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.6 Patricia Urquiola, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.7 Imagen de Léxica
- Fig.8 Imagen de Léxica
- Fig.9 Woman's Building Lemaire poster, dominio público
- Fig.10 Imagen de Léxica
- Fig.11 Heidi De Vries from Berkeley, CA, CC BY 2.0, via Wikimedia Commons
- Fig.12 Museo del Objeto del Objeto, CC BY 3.0, via Wikimedia Commons
- Fig.13 Pouvreau, É. (s. f.). Luba Lukova (2012). Flickr
- Fig.14 «Juana Francisca» (Paquita Rubio). Conferencia de las Muchachas de Madrid., Creazilla. (s. f).
- Fig.15 MadeInSpace.la, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.16 Franzrycou, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.17 Crossett Library. (s. f.). Elaine Lustig. Flickr
- Fig.18 Thompson, J. (s. f.). The National Center for Civil and Human Rights. Flickr
- Fig.19 Walker, A. (s. f.). In 1966 Deborah Sussman designed these bags for the @lacma store, and today they're being relaunched to honor her legacy. I'm going on a shopping spree. Flickr
- Fig.20 Miesbarcelonachair at English Wikipedia, CC BY-SA 3.0, via Wikimedia Commons
- Fig.21 Pycock, L. (s. f.). «OOOOF» by Kate Moross, Covent Garden. Flickr
- Fig.22 Moonoa. (s. f.). Marianne brandt. Flickr
- Fig.23 Trolle, K. (s. f.). Yayoi Kusama exhibition at Louisiana Museum, Denmark. Flickr
- Fig.24 Thomas Hawk – photographer. Corita Kent – artist., CC BY 2.5, via Wikimedia Commons
- Fig.25 Wolf, J. (s. f.). Room Divider Screen: Greta Magnusson Grossman, 1952. Flickr
- Fig.26 J R, CC BY 2.0, via Wikimedia Commons
- Fig.27 Mhobl. (s. f.). a carpet to fly with. Flickr
- Fig.28 Traffic signs, copyright free. (ref [1]), OGL v1.0 OGL v1.0, via Wikimedia Commons
- Fig.29 Nike logo. (s. f.). Store norske leksikon.
- Fig.30 Javier, L. (s. f.). The Colors of Mary Blair Exhibit at the Disney Gallery. Flickr
- Fig.31 Nono vlf, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.32 Zoom Zoom from Australian Center for Contemporary Art, Melbourne, Australia, CC BY-SA 2.0, via Wikimedia Commons
- Fig.33 Alexandra Courtis, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.34 Sandra Fauconnier, CC BY 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.35 Photographer not credited, Public domain, via Wikimedia Commons
- Fig.36 Constance Phillott, Public domain, via Wikimedia Commons
- Fig.37 The Robin and Lucienne Day Foundation – Photographer: Studio Briggs, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.38 Jack de Nijs for Anefo / Anefo, CC BY-SA 3.0 NL, via Wikimedia Commons
- Fig.39 designmilk from USA, CC BY-SA 2.0, via Wikimedia Commons
- Fig.40 Self portrait, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.41 Dmitry Ternovoy, FAL, via Wikimedia Commons
- Fig.42 Henry Leutwyler, CC BY 3.0, via Wikimedia Commons
- Fig.43 Cooper Hewitt, CC BY 3.0, via Wikimedia Commons
- Fig.44 Bm. (s. f.). Lina Bo Bardi, 1991. Flickr
- Fig.45 Eileen_gray, Public domain, via Wikimedia Commons
- Fig.46 L'illustration, 27 May 1933, Public domain, via Wikimedia Commons
- Fig.47 Carl ha ([https://de.wikipedia.org/wiki/File:E1027_Roquebrune-Cap-Martin_\(September_2016\).jpg](https://de.wikipedia.org/wiki/File:E1027_Roquebrune-Cap-Martin_(September_2016).jpg)), <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>
- Fig.48 Robert Doisneau, CCo, via Wikimedia Commons
- Fig.49 Jacques.delacroix, CC BY-SA 3.0, via Wikimedia Commons
- Fig.50 Fernandes, G. (s. f.). exposição charlotte perriand: inventando um mundo novo. Flickr
- Fig.51 Dalbéra, J. (s. f.). Chaise longue en bambou de Charlotte Perriand, (musée du Quai Branly). Flickr
- Fig.52 Bain News Service, publisher, Public domain, via Wikimedia Commons
- Fig.53 AndyScott, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.54 Jane Morris (1839–1914)/AndyScott, CC BY-SA 4.0, via Wikimedia Commons
- Fig.55 Hermana Mary Corita, 1960. © Corita Kent, VEGAP, Barcelona, 2023
- Fig.56 It can be said of them © Corita Kent, VEGAP, Barcelona, 2023
- Fig.57 Black is beautiful © Corita Kent, VEGAP, Barcelona, 2023
- Fig.58 Fotografía Lola Fernández, cedida por ella
- Fig.59 Fotografía Lola Fernández, cedida por ella
- Fig.60 Fotografía Lola Fernández, cedida por ella
- Fig.61 H, D. (s. f.). 1932 Lucky Strike Ad. Flickr
- Fig.62 Mo. (s. f.). The 1950s-1956 Bonnes soirées ad. Flickr
- Fig.63 John Gannam – US Brewers Foundation ad, Rehearsing the Community Play 1950 | Openverse. (s. f).
- Fig.64 Jamie. (s. f.). Vintage Ad #733: As Quick As You Can Say «Come and Get It!» Flickr
- Fig.65 Tran, T. (2020, 12 septiembre). Chica Camiseta De Cuello Redondo Y Falda · Foto de stock gratuita. Pexels.
- Fig.66 Corder, R. (s. f.). Barbara Kruger. Flickr
- Fig.67 E, P. (s. f.). Guerrilla Girls. Flickr
- Fig.68 Barcelona, A. (s. f.). Manifestació 8M. Flickr
- Fig.69 Barcelona, A. (s. f.). Manifestació 8M. Flickr
- Fig.70 Garber, J. (s. f.). Ellen Lupton speaking at Refresh DC. Flickr
- Fig.71 Varela, F. (s. f.). Pensar com tipos/Thinking with type. Flickr
- Fig.72 Varela, F. (s. f.). Pensar com tipos/Thinking with type. Flickr
- Fig.73 Martin Kraft, CC BY-SA 3.0, via Wikimedia Commons
- Fig.74 Jordan, B. (s. f.). In Progress: See Inside a Lettering Artist's Sketchbook and Process, from Pencil to Vector. Flickr
- Fig.75 Sewell, C. (s. f.). Jessica Hische, Sketchnotes 1. Flickr.
- Fig.76 Fig.7 Imagen de Léxica

de**LADY**signer