



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

---

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**ESPECIALIDAD EN GÉNERO, VIOLENCIA Y POLÍTICAS PÚBLICAS**

**TÍTULO DE PROYECTO TERMINAL**

“Incorporación del enfoque de género en la materia de Ética Profesional e Identidad Institucional en la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Universitario del Estado de México”

QUE PARA OBTENER EL DIPLOMA DE ESPECIALISTA EN  
**GÉNERO, VIOLENCIA Y POLÍTICAS PÚBLICAS**

**PRESENTA**

JULIO CÉSAR VALENCIA PULIDO

**TUTORA ACADEMICA**

NATALIA IX-CHEL VÁZQUEZ GONZÁLEZ

**REVISOR / A**

GRACIELA VELEZ BAUTISTA

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO, ENERO 2018.



A mi papá Ismael, a mi mamá Carmen, a mi hermano Ismael, a mi sobrina Isamarala nueva sobrina que viene y a mi cuñada Bethzaida quienes siempre me han apoyado en todos los aspectos de mi vida locochona.

A Natalia Ix-Chel Vázquez, Guillermina Pérez, Rocío Miranda y Graciela Vélez por siempre confiar en mí, exhortarme a continuar con este sendero y a nunca fallar a la sociedad.

A Margarita Ortega, Jimena Fuentes, Rurik Calderón, Luis Fernando Bobadilla, Martha Navarro y Paulina Quiñones por su compañía incondicional y su tenaz apoyo desde sus diversas trincheras y ciudades.

A Giz Gómez, Luis Rodrigo Anaya, Ana Laura García, Eduardo Rodríguez y Citlali Macedo por continuar luchando conmigo y compartiendo este dichoso momento.

A Sharon Rocha, Miriam Valenzuela y Salvador Sánchez por apoyarme con su tiempo y esfuerzo en el proceso de selección y admisión de esta 7ª. Promoción de la Especialidad.

A Nedelia Moguel, Brenda Pichardo, Briseida Urióstegui y Alejandra Cortéz quienes me han motivado a continuar con la disidencia desde los estudios feministas y a buscar un cambio verdadero con su fortaleza y entrega a nuestra labor social.

A Mariela Reyes, Sandibel Matias y Andony Álvarez por insistirme en nunca decaer ante las adversidades y darle una perspectiva de oportunidades a conquistar.

A Magda Ortíz, Laura Cortés, Isaí López y Karla López, quienes desde el servicio público me apoyaron a continuar con mis sueños y a cumplir de manera eficiente y eficaz nuestra labor. Los aprecio y estimo demasiado.

A Dayanira García, Marius Coatl, Anayi Alverdi, Rosana Díaz y Juan Pablo Ramos por su incondicional apoyo en la Ciudad de México y por todo el espacio brindado desde sus trincheras.

A todos mis ídolas, ídolos e ídolos disidentes feministas y transfeministas que nunca me han dejado caer y a continuar con estas torcidedeces como Helena López, Ana Buquet, Sayak Valencia, Alba Pons, Siobhan McManus, Sergio Salazar, Diana Pornoterrorista, Ali Gua Gua, Dahlia Bat, Hija de Perra (RIP), Supermana y Superperra, Paul B. Preciado, Virginie Despentes, Martin Hache, Luis de Pablo, Jessica Marjane, Jay Maverik, Samantha Lemus Escobar, Lía "La Novia Sirena" García, Roshell, Liz Misterio, Alex Aceves y Alaska.

A Gloria Trevi quien me exhortó a ser siempre como quiero, a olvidarme de complejos, a no tener miedo a nada ni a nadie, aunque me tachen de indecente, aunque hable mal de mí la gente.

## Índice

Introducción .....	5
Capítulo 1: Diseño Gráfico y Perspectiva de Género.....	8
1.1 Diseño Gráfico desde el enfoque de la enseñanza mexicana .....	8
1.2 Género y Perspectiva de Género.....	10
1.3 Diseño Gráfico y Género .....	11
1.3.1 La perspectiva de género en la comunicación gráfica.....	11
1.3.2 La ética en la construcción del discurso y la comunicación.....	12
Capítulo 2. Diseño Gráfico con enfoque de Género, el caso de la Escuela .....	14
de Diseño del Instituto Universitario del Estado de México .....	14
2.1 Generalidades del Instituto Universitario del Estado de México .....	14
2.2 Panorama General 2017 del Instituto Universitario del Estado de México .....	15
2.2.1 Personal Administrativo .....	15
2.2.2 Personal Académico .....	16
2.2.3 Personal Directivo Académico.....	16
2.3 Panorama de la Escuela de Diseño Gráfico del IUEM.....	17
2.3.1 Organigrama de la Escuela Profesional de Arquitectura y Diseño .....	17
2.3.2 Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico.....	17
2.3.2.1 Sistema UAEM .....	17
2.3.4. Población Estudiantil Sistema SEP.....	21
Capítulo 3. Diagnóstico sobre el panorama de la Escuela de Diseño del IUEM .....	22
para la planeación del enfoque de género.....	22
3.1 Grupo Focal 401-7 Sistema UAEM .....	22
3.2 Grupo Focal 401-7CM Sistema SEP .....	25
3.4 Entrevista semiestructurada al coordinador de la Escuela Profesional de Diseño Gráfico.....	28
Capítulo 4. Propuesta de unidad de aprendizaje para la incorporación del enfoque de igualdad de género en los estudiantes de Diseño Gráfico del IUEM .....	29
4.1 Ejes temáticos .....	29
4.2 Conceptos clave.....	30

4.3 Incorporación de la unidad de aprendizaje con enfoque en las materias de la Escuela de Diseño Gráfico .....	31
Conclusiones Generales .....	37
Bibliografía .....	39

## Introducción

El género se ha convertido en un eje transversal en los ámbitos políticos, sociales, culturales, económicos e incluso académicos. A pesar de que es un tema relativamente reciente de investigación, se ha incorporado en la agenda pública y en la agenda política del Estado Mexicano.

Por lo anterior, se puede pensar que la categoría “género” es una línea de acción que permea toda planeación, proyecto o incluso plan de estudio del sistema sociopolítico y cultural de México. Pero, afirmar esta situación puede resultar incluso una argumentación falaz, puesto que no vemos las diferentes perspectivas que pueden diferir para que se realice una implementación veraz.

Asimismo, desde una perspectiva académica, el siguiente trabajo se sustenta de la incorporación de esta categoría de género en los escenarios de arte y diseño, los cuales se ha hablado mucho y poco a la vez, y es ahí donde haremos una exploración hacia este escenario desde la Licenciatura de Diseño Gráfico del Instituto Universitario del Estado de México.

Las y los estudiantes de Diseño Gráfico de dicha institución, serán profesionales con una sólida preparación académica, física y humanística, para que mediante su trabajo profesional atiendan las demandas de los sectores sociales y productivos, de acuerdo a la misión y visión de la misma institución.

Con la incorporación de la categoría de género en la agenda política y como las universidades deben responder a dichas aperturas, se realizó una exploración en la Escuela Profesional de Diseño del Instituto Universitario del Estado de México, para generar nuevas concepciones para el diseño e implementación de proyectos

sociales, campañas políticas, publicidad que fomente discursos libres de estereotipos y contribuyan a generar espacios plurales y diversos.

Por lo anterior se analizó si las y los estudiantes de Diseño Gráfico del IUEM se encuentran sensibilizados ante la temática de género, si el plan de estudios fomenta que dicha categoría se encuentre intrínseca en sus quehaceres académicos y, si estas labores se realizan bajo un eje de igualdad, pluralidad y diversidad.

El proyecto busca contribuir al fomento de la igualdad de género y su coinversión en los escenarios académicos de diseño gráfico del Instituto Universitario del Estado de México para que las y los estudiantes de esta licenciatura busquen generar desde sus diversas especialidades, discursos de igualdad y no discriminación por género.

Dicho proyecto se encuentra dividido en cuatro capítulos que muestran el desarrollo de la investigación que suscitó al planteamiento del posible producto académico y cultural. En el primer capítulo se podrá encontrar los ejes teóricos y conceptuales en materia de diseño gráfico y género, así como la importancia del ejercicio de la ética en la construcción de discursos visuales.

El segundo capítulo aborda la semblanza del Instituto Universitario del Estado de México, donde podremos observar cómo se encuentra organizada desde la función administrativa, directiva y estudiantil. Asimismo, veremos el panorama general de la Escuela Profesional de Diseño, desde su organigrama, plan de estudios y comunidad estudiantil.

En el tercer capítulo se establece el diagnóstico que se realizó con las y los estudiantes de diseño gráfico, así como con el coordinador de la licenciatura, donde se fundamenta el grado de sensibilización, atención y ejecución de la categoría de género en dicha escuela profesional.

Por último, tenemos el cuarto capítulo donde se propone un apartado académico para la inclusión de la perspectiva de género para las y los estudiantes de diseño gráfico, para poder cumplir con el objetivo del fomento de discursos libres, con perspectiva hacia la igualdad y no discriminación por género, así como los correspondientes anexos que ayudaron a la realización de dicho diagnóstico.

## **Capítulo 1: Diseño Gráfico y Perspectiva de Género**

### **1.1 Diseño Gráfico desde el enfoque de la enseñanza mexicana**

De acuerdo con la investigación de María de las Mercedes Portilla Luján (2006), el CADU (Comité de Arquitectura, Diseño y Urbanismo) del CIEES (Comité de Instituciones de Educación Superior) existen dos posturas sobre las instituciones en las que se inicia la impartición de la Licenciatura en Diseño Gráfico: una es por motivo de las olimpiadas en México donde la Escuela de Artes Plásticas, reestructura su plan de estudios enfocándolo a la comunicación gráfica y la segunda porque se creó dicha licenciatura en la Universidad Iberoamericana.

De acuerdo con Marianela Urdaneta (2009), el diseño gráfico es un medio o soporte comunicativo muy importante que permite generar, difundir y transmitir pensamientos. Es un proceso organizado de elementos para crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados y utilizando soportes como vallas, periódicos, multimedia, libros y revistas, entre otros.

Para Daniel Tena (2005), “el diseño gráfico es gestionar la transmisión del contenido mediante la forma; y el diseñador gráfico es la persona experta en la gestión de ese proceso”. Esa forma de gestión emplea una serie de signos, iconos y símbolos que dan un carácter expresivo y de significación al mensaje de acuerdo con las diversas necesidades: estilísticas, informativas, identificatorias, de persuasión, de código, tecnológicas, de producción, de innovación, etc.



Todo diseño gráfico debe tener en cuenta tres puntos esenciales:

- a. Considerar en primer lugar las características del público al que nos dirigimos.
- b. Pensar en la utilidad de lo que hacemos, y en qué y con qué lo hacemos.
- c. Diseñar con lógica y sencillez, favoreciendo los comportamientos naturales e instintivos de aquellos a los que nos dirigimos evitando hacerles pensar de manera forzada o adivinatoria (Martínez, 2004).

El diseñador y la diseñadora debe ser un individuo creativo consciente de las herramientas estéticas e icónicas y de la forma de organización del contenido. Cada elemento empleado en el proceso del diseño debe tener una justificación y servir para reforzar el significado del mensaje.

El texto, la tipografía de letra, los colores, las imágenes, los personajes, la ubicación, el tamaño, son algunos de los recursos que pueden influir en la significación y decodificación de un mensaje. De acuerdo con Tena (2005), todo proceso comunicativo unifica el contenido y la forma y es esta *forma* o continente la que transporta el *contenido*.

En seguimiento a Portilla Luja (2006), la reflexión con relación, quién es el que establece qué realidad es la deseada y con base en qué criterios éticos el diseñador tiene permitido incidir en las personas para persuadirlas y transformar su realidad porque seguramente nos podremos enfrentar a escenarios susceptibles de violencia, desigualdad y/u otra circunstancia que pueden considerarse normales o incluso, inaceptables.

## 1.2 Género y Perspectiva de Género

Para Judith Butler (2007), el género es un concepto mediante el cual se producen y naturalizan las nociones de masculino y femenino, pero podría muy bien ser el aparato mediante el cual tales términos son deconstruidos y desnaturalizados. En las últimas décadas, se ha pensado y discutido mucho acerca de la diferencia entre sexo y género. Esto ha generado lo que denominamos discursos de género.

De acuerdo a la postura de Marta Lamas (2008), el género se ha convertido en un término con numerosos significados. Por ejemplo, la cuestión de género es exclusivo de asuntos de mujeres como si fuera “una marca femenina” o lo socialmente aceptado por el lenguaje de acuerdo a la distinción entre hombres y mujeres. Sin embargo, podemos decir que la perspectiva de género está relacionada con prácticas y representaciones sociales sobre la feminidad y la masculinidad, representa una forma de pensar.

La perspectiva de género es una forma de análisis que se utiliza para mostrar que las diferencias entre mujeres y hombres están en su determinación biológica, pero también en las diferencias culturales que suelen asignarse a los seres humanos, las cuales han generado desigualdades de trato, acceso y oportunidades. Esta perspectiva ayuda a comprender más profundamente tanto la vida de las mujeres como la de los hombres y las relaciones que se dan entre ellos (Inmujeres, 2007).

El símil entre perspectiva y lentes nos ayuda a mostrar que las realidades en que vivimos pueden analizarse o verse desde diferentes puntos de vista y con diversos grados de aproximación.

Por lo anterior, la perspectiva de género afina la mirada analítica para captar y explicar los procesos mediante los cuales las sociedades construyen reglas, valores, prácticas y subjetividades referidas a las relaciones entre las mujeres y los hombres, de modo tal que convierten la diferencia sexual en el fundamento de la desigualdad de género.

### **1.3 Diseño Gráfico y Género**

#### **1.3.1 La perspectiva de género en la comunicación gráfica**

De acuerdo a Marianela Urdaneta (2009), los medios son instrumentos que determinan las relaciones sociales y ayudan a establecer una socialización de género y estatus que en muchos casos reflejan las verdaderas diferencias en las relaciones de poder que se dan entre los dos sexos. La situación mediática hace casi imposible que la sociedad escape de los estereotipos masculinos y femeninos que a cada instante se difunden y propagan por los medios. “No se podía escapar a las imágenes estereotipadas de los sexos porque los medios de reproducción difundían con una gran amplitud las imágenes de una cierta modernidad” (Higonnet, 1992).

La modernidad, la comodidad, el lujo, la belleza, la moda, el placer, el sexo, la diversión, la alegría, la tristeza, son algunas de las características que a diario nos venden los medios de una sociedad globalizada, marcada por el flujo incesante de las nuevas tecnologías, donde el hombre y la mujer tienen un papel preponderante en todos sus niveles. Según González (2004), el desarrollo de la comunicación es la que produjo esa división de sexos:

Mostrar la imagen masculina puede utilizarse en la mayoría de los casos como una afirmación de convencimiento del mensaje que se quiere hacer llegar al público objetivo, ya que la presencia de iconos varoniles en los comunicados comerciales conlleva significados que transmiten valores de seguridad hacia la audiencia (González, 2004).

Por su parte, la mujer ha sido sometida a un proceso discriminatorio a lo largo de la historia. Se le han asignado patrones, conductas y roles determinados, lo cual recorta sus posibilidades de desarrollo personal. La utilización de su imagen, principalmente, tiene un papel seductor con el objetivo de facilitar el acercamiento al público masculino.

La importancia de la perspectiva de género en la comunicación gráfica visibiliza a las mujeres en todas las actividades que realizan y en todas las esferas de la sociedad, devela cuáles actividades y conocimientos se tipifican como propios de mujeres o de hombres, explica cómo funcionan las relaciones de poder entre hombres y mujeres, permite cuestionar los significados sociales y culturales de la feminidad y la masculinidad, así como buscar entender, mostrar y plantear soluciones de desigualdades de género en cualquiera de los ámbitos en los que se presentan.

### **1.3.2 La ética en la construcción del discurso y la comunicación**

Portilla Luja (2006) establece que hablar de ética en la construcción y diseño de los discursos que son difundidos en diferentes medios de comunicación implica hacer una reflexión especial de ética en la publicidad, debido a que es una de las formas más comunes y cotidianas de comunicación con una amplia difusión y capacidad de influencia. Hay una polémica al hablar de ética y publicidad dado que por un lado se tiene a los profesionales que se desempeñan en esta área y

que procuran hacer ver a la sociedad que la publicidad es una profesión respetable y responsable y por otro, las denuncias y quejas que refieren a la publicidad como engañosa (Portilla Luja, 2006).

Por lo anterior, Domingo García-Marzá (2004), establece una ética de la comunicación comercial entendida como una reflexión crítica sobre el sentido y la razón de ser de la actividad comunicativa. Además, propone que al igual que cualquier otra práctica, la producción de este bien interno va acompañada de una serie de bienes externos, como el dinero, el poder o el reconocimiento social, que no comparten el rasgo básico de todo el bien público y, por lo tanto, cuanto más parte tenga alguien de ese bien menos tienen los demás.

Asimismo, de acuerdo a los postulados de Portilla Luja (2006), el autor refiere que toda ética aplicada reside en las relaciones de dependencia recíproca que existen entre dos niveles: el de los actores individuales (profesionales, comunicadores, directivos, ciudadanos, etc.) y el de los actores corporativos (empresas, anunciantes, agencias de publicidad, medios informativos diseñadores, etc.). Es por ello que, si los profesionales que construyen estos discursos, han tenido una formación sustentada en principios éticos, aminoran problemáticas y su ejercicio profesional se realiza de manera más responsable y comprometida con la sociedad, aunque, previene Portilla Luja (2006) que esto no es garantía ni solución al problema, contribuye a una cultura de paz haciendo uso de diversas competencias basadas en la veracidad y la honestidad.

## **Capítulo 2. Diseño Gráfico con enfoque de Género, el caso de la Escuela de Diseño del Instituto Universitario del Estado de México**

### **2.1 Generalidades del Instituto Universitario del Estado de México**

El Instituto Universitario del Estado de México, S.C. (Universidad IUEM) es un organismo académico en educación media superior y superior ubicado en el municipio de Metepec, Estado de México. Dentro de la institución se promueve el ejercicio académico de 20 licenciaturas y bachillerato con incorporación a la Universidad Autónoma del Estado de México y a la Secretaría de Educación Pública. Dentro de las 20 licenciaturas ofertadas, se incluye la carrera de Diseño Gráfico, una licenciatura que se ha dado paso ante el ejercicio multidisciplinario con perspectiva en arte y comunicación. Uno de los ejes principales de la licenciatura es enseñar la verdadera importancia social, cultural y económica de ser diseñador gráfico.

La misión y visión del organismo académico, está comprometido con formar estudiantes y profesionistas con la más alta calidad académica a través del desarrollo integral, comprometidos con la familia y la patria sustentados en una ética de valores. Además de contribuir al mejoramiento de nuestra sociedad formando ejecutivos del conocimiento con una sólida preparación académica, física y humanística.

Por lo anterior, la Universidad IUEM muestra una clara postura hacia el fomento del bienestar social; sin embargo, hemos encontrado que falta la inclusión de la perspectiva de género en su estructura organizacional como son: personal académico, personal administrativo y la comunidad estudiantil.

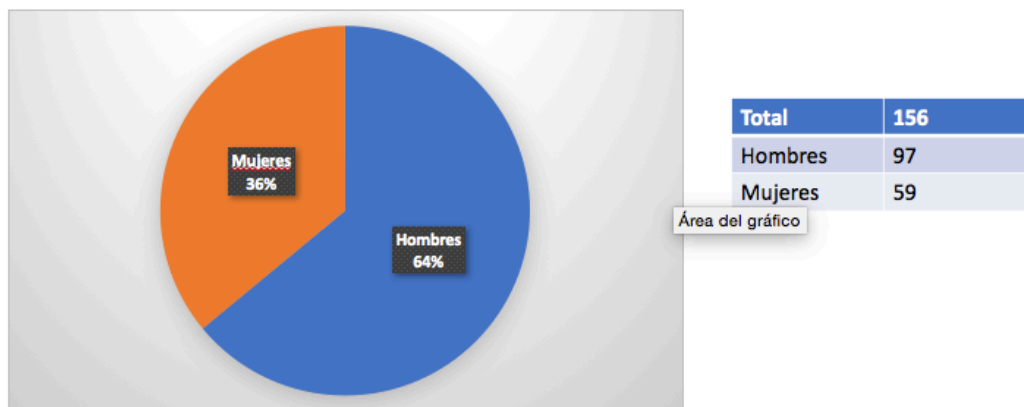
## 2.2 Panorama General 2017 del Instituto Universitario del Estado de México

### 2.2.1 Personal Administrativo

El personal administrativo se compone por 156 personas. Sin embargo, el 36% de su población son mujeres. No existe un equilibrio entre el personal administrativo por sexo, con un total de 97 hombres que representan el 64%. Además, se encontró que de acuerdo a los cargos (sin importar jerarquía) se encuentran vigentes entre hombres.

CUADRO 2.2.1

### PERSONAL ADMINISTRATIVO (2015-2016) POR SEXO



FUENTE: DIRECCIÓN GENERAL DE RECURSOS HUMANOS, IUEM

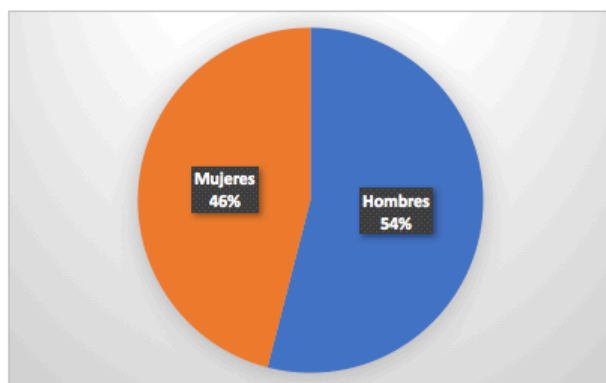
### 2.2.2 Personal Académico

El cuerpo del IUEM se encuentra equilibrado entre hombres y mujeres. De un total de 523 profesores y profesoras. El 46% son mujeres (241 profesoras) y 54% hombres (282 profesores). Sin embargo, todavía se le otorga más prioridad al hombre para obtener un cargo de jornada académica. Una de las razones expresadas por las profesoras de la institución tiene énfasis en la disponibilidad de horario.

CUADRO 2.2.2

## PERSONAL ACADÉMICO (2015-2016)

POR SEXO



<b>Total</b>	<b>523</b>
Hombres	282
Mujeres	241

FUENTE: DIRECCIÓN GENERAL DE RECURSOS HUMANOS, IUEM

### 2.2.3 Personal Directivo Académico

El Instituto Universitario del Estado de México cuenta con 14 direcciones académicas y en conjunto con sus coordinaciones, los cuales depende de las licenciaturas que residen, el 40% de dichas direcciones son presididas por mujeres, las cuales son la Escuela Profesional de Mercadotecnia, la Escuela de Odontología, la Escuela de Pedagogía, la Escuela de Psicología, la Escuela de Preparatoria y la Dirección de Posgrado.



## **2.3 Panorama de la Escuela de Diseño Gráfico del IUEM**

### **2.3.1 Organigrama de la Escuela Profesional de Arquitectura y Diseño**

La Dirección de la Escuela Profesional de Arquitectura y Diseño está conformada por un director y dos coordinaciones, de las cuales una está regida por una mujer y corresponde a la carrera de Diseño Industrial. Para mayor apreciación, se elaboró la siguiente tabla de la siguiente manera:

<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>
<b>M. en D. Sebastián Carrión</b>	<b>Director de la Escuela Profesional</b>
<b>Lic. en D.G. Ismael Valencia</b>	<b>Coordinador Lic. Diseño Gráfico</b>
<b>Lic. en D.I. Mitzi Villamares</b>	<b>Coordinadora Lic. Diseño Industrial</b>

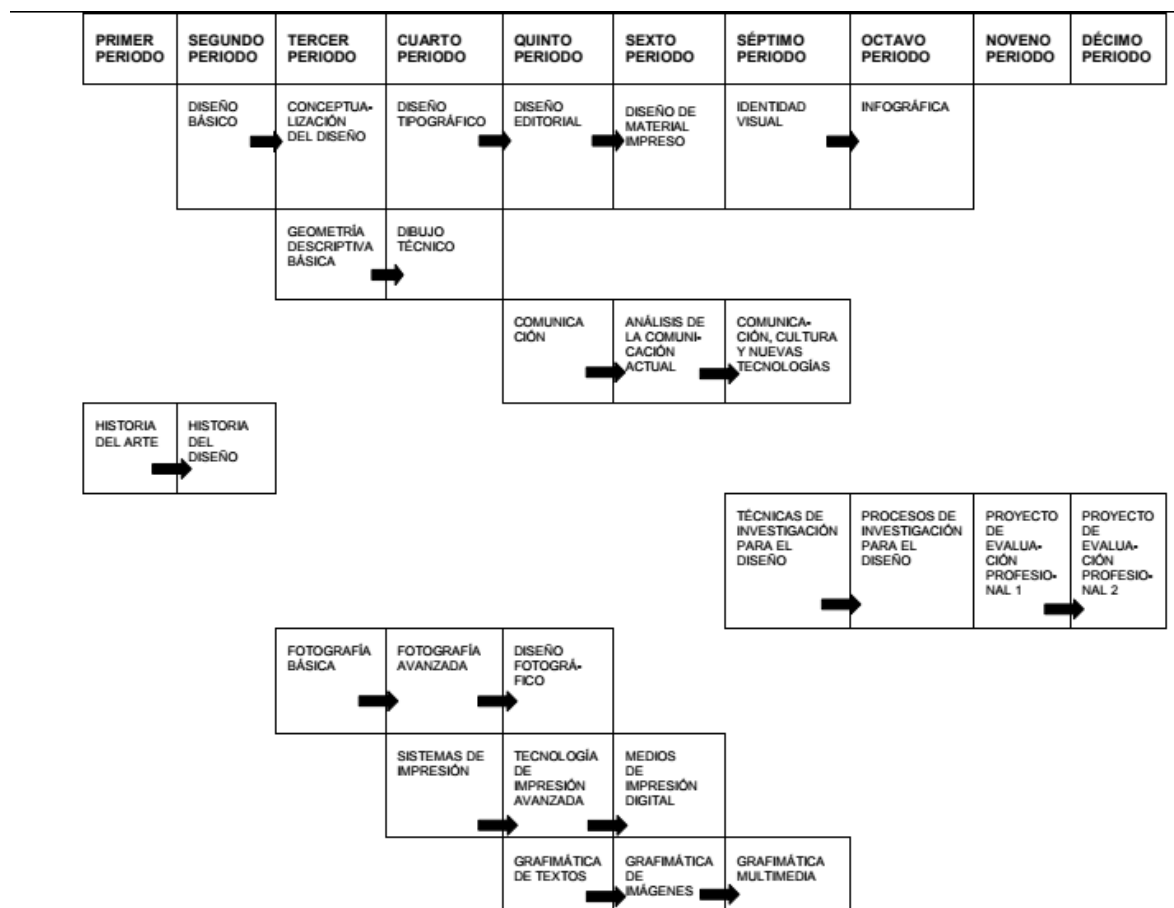
### **2.3.2 Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico**

#### **2.3.2.1 Sistema UAEM**

La Escuela Profesional de Diseño Gráfico del IUEM ofrece la licenciatura de Diseño Gráfico incorporado al Sistema Educativo de la Universidad Autónoma del Estado de México. Sin embargo, aún rige el Plan de Estudios de 2004 en donde el proceso de enseñanza-aprendizaje está centrado en el alumno, con tres núcleos de formación profesional (básico, sustantivo e integral), basado en competencias, (conocimientos, habilidades, aptitudes y valores); y caracterizado por una estructura interdisciplinaria y flexible, que permite la toma de decisiones por parte del estudiante, sobre sus trayectorias escolares, en la selección de áreas de formación, auto regulando su aprendizaje y su proceso para participar en comunidades permanentes de aprendizaje, desarrollando un pensamiento crítico y

habilidades para la solución de problemas, el trabajo en equipo y la toma de decisiones con un amplio sentido de responsabilidad, compromiso social y ético, como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

**CUADRO 2.3.2.1**  
**PLAN DE ESTUDIOS LICENCIATURA DE DISEÑO GRÁFICO**  
**UAEM (2004)**



Fuente: Plan de Estudios 2004, Licenciatura en Diseño Gráfico, FAD UAEM, 2004

### 2.3.2.2 Sistema SEP

La Escuela Profesional de Diseño Gráfico del IUEM también ofrece la licenciatura en Diseño Gráfico con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE) ante la Secretaría de Educación Pública, el perfil de egreso del licenciado y de la licenciada en Diseño Gráfico se refiere al de un profesionista con conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para construir, producir y reproducir mensajes visuales creativos mediante el impacto y la innovación, en la síntesis y significación de los proyectos que realice. Aplicará nuevas propuestas al diseño de objetos gráficos bi y tridimensionales de forma eficiente, los cuales estarán orientados a resolver problemas específicos de comunicación gráfica y a satisfacer necesidades en una sociedad globalizada; además de ser profesionistas altamente competitivos, vanguardistas, integrales y auto-críticos, que sustenten su conocimiento en una ética de valores.

A continuación, mostraremos la lista de asignaturas de aprendizaje, donde podría acentuarse la categoría género:

<b>Lista de Asignaturas de Aprendizaje</b>	
	Diseño Editorial
Fundamentos del Diseño	Desarrollo de Contenidos Editoriales
Dibujo	Publicidad
Técnicas de Representación	Administración
Arte en el Tiempo	Diseño Editorial Digital
Proceso de Comunicación	Fotografía de la Figura Humana
Mercadotecnia	Habilidades del Pensamiento Complejo
Ética Profesional e Identidad Institucional	Diseño Infográfico
Diseño Tipográfico	Relaciones Públicas

Ilustración	Metodología de la Investigación
Ergonomía y Antropometría	Producción para el Diseño Gráfico
Evolución del Diseño Gráfico II	Diseño Digital Web Animado
Diseño con Pixel	Sistemas de Impresión Industrial
Fotografía I	
Comprensión Lectora Estratégica	

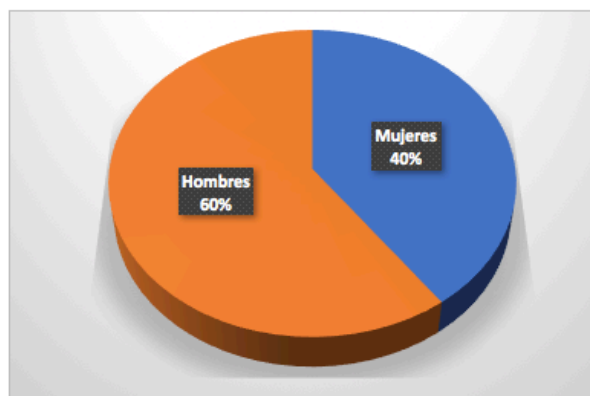
Fuente: Plan de Estudios Lic. Diseño Gráfico, RVOE SEP 2016

### 2.3.3 Población Estudiantil Sistema UAEM

En la primera gráfica correspondiente al sistema UAEM, encontramos una equifinalidad entre la población estudiantil debido a que el 60% son hombres (16 alumnos) y 40% son mujeres (11 alumnas). A pesar de que es una población menor, las alumnas comentan que los compañeros son respetuosos con ellas y que existe un ambiente de solidaridad y compañerismo uniforme.

CUADRO 2.3.3

## ALUMNOS DE LICENCIATURA DE DISEÑO GRÁFICO, SISTEMA UAEM POR SEXO



<b>Total</b>	<b>27</b>
Hombres	16
Mujeres	11

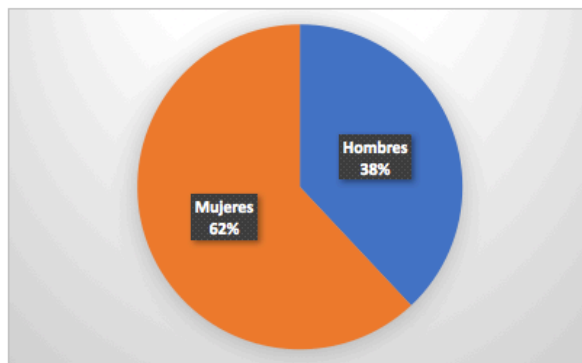
FUENTE: ESCUELA PROFESIONAL DE DISEÑO GRÁFICO, IUEM

### 2.3.4. Población Estudiantil Sistema SEP

Sin embargo, en el sistema SEP la situación se invierte. Debido a que el 62% son mujeres (28 alumnas) en posicionamiento del 38% que son hombres (17 alumnos). Esto permite que exista mayor sororidad entre las alumnas de la Escuela Profesional de Diseño Gráfico del Instituto Universitario del Estado de México.

CUADRO 2.3.4

## ALUMNOS DE LICENCIATURA DE DISEÑO GRÁFICO, SISTEMA SEP POR SEXO



<b>Total</b>	<b>45</b>
Hombres	17
Mujeres	28

FUENTE: ESCUELA PROFESIONAL DE DISEÑO GRÁFICO, IUEM

### Capítulo 3. Diagnóstico sobre el panorama de la Escuela de Diseño del IUEM para la planeación del enfoque de género

#### 3.1 Grupo Focal 401-7 Sistema UAEM

El pasado 22 de mayo de 2017 se realizó el grupo de discusión a los alumnos del séptimo semestre de la licenciatura en Diseño Gráfico. Para la realización del grupo de discusión, participaron los 6 alumnos conformados por dos mujeres y cuatro hombres.

Para cubrir su identidad, utilizaré un nombre para darle énfasis a su declaración. De acuerdo a los resultados que generó, las y los estudiantes se encuentran sensibilizados en materia de género debido a que se impartió en un módulo de la materia Comunicación y Análisis de la Comunicación Actual.<sup>1</sup>

A pesar, de que la mayoría se denomina “a favor del género” aún queda una duda sobre “perspectiva de género”. Tienen conocimiento de que es un tema importante dentro de la agenda pública y que en la UAEM existe énfasis para su difusión:

*-“Bueno, en la clase de Comunicación lo vimos, porque el profesor nos dijo que el género no solamente es una categoría política o de hacer política, sino que está en todos lados y nosotros somos parte de ello”* Josué, estudiante DG UAEM

*-“El género es una construcción social, al principio me costaba trabajo porque en la calle, en la casa, incluso en el material a elaborar en la escuela veo que es como si fuera algo ya establecido y posiblemente no cambie. Pero desde que vimos esos análisis discursivos, veo las cosas diferentes”* Bernardo, estudiante DG UAEM

---

<sup>1</sup> Dicho modulo fue incluido por un servidor para la realización de este proyecto.

*-“Antes pensaba que las mujeres que hablaban de género eran solamente las feministas y decía que yo no odiaba a los hombres. Pero cuando empezamos a ver Género y Sociedad y me di cuenta que fomentaba un mundo más justo, incluso llegué a pensar que yo podía ser feminista y que no era malo. Sino todo lo contrario”* Eva, estudiante DG UAEM

*-“Sé que la UAEM tiene una coordinación de género, que promueve la igualdad entre hombres y mujeres. Mi pregunta es si nosotros como alumnos incorporados podemos tener acceso a ella”* Francisco, estudiante DG UAEM

Las alumnas del grupo 401-7 han visto los comentarios sexistas de los compañeros de la Escuela Profesional de Diseño Gráfico hacia las compañeras:

*-“He visto que se sientan en las escaleras y lanzan comentarios desagradables sobre las mujeres como si fuéramos mercancía y cuando vamos al aula, y utilizamos material editorial o publicitario, veo que esos discursos se encuentran ahí. Como si fuera parte de nuestra realidad”* Eli, estudiante DG UAEM

*-“A pesar de que somos más mujeres, eso no impide que, de vez en cuando a los compañeros se les salga un comentario inconveniente que deje a la imaginación nuestra capacidad como diseñadoras gráficas”* Paula, estudiante DG UAEM

Las y los estudiantes tienen conocimiento de que la perspectiva de género es una categoría universal, pero desconocen si hay una estrategia de incorporación en sus materias en el IUEM. Además, tienen conocimiento de la existencia de la Coordinación Institucional de Equidad de Género (CIEG) de la UAEM, pero desconocen si, como alumnos incorporados, pueden tener acceso a los servicios que brinda el CIEG de la UAEM.

Los alumnos hombres comentan que la perspectiva de género los ha ayudado a una mejora en la relación con sus compañeras y a ampliar su panorama profesional:

*-“Yo la verdad no me interesaba, hasta que lo vimos en clase. Después de ello, veo todo diferente y una amiga me dijo si la apoyaba con un cartel a favor de la igualdad de niños y niñas, le encantó”* Josué, estudiante DG UAEM

Establecen que la perspectiva de género es un pilar fundamental en la plena realización profesional y personal del diseñador gráfico:

*-“Ya existen discursos políticos, faltan los discursos artísticos y nosotros podemos ser ese medio para difundirlo, tenemos la técnica, falta saber la estrategia”* Eli, estudiante DG UAEM

Las y los estudiantes del 401-7 Sistema UAEM proponen que exista una materia de género o algún instrumento que les permita laborar con perspectiva de género.

*“En el mundo hay mucha publicidad sexista, pero también hay publicidad que incluye a hombres y mujeres y personas de la diversidad. Podemos trabajar desde ahí”* Josué, estudiante DG UAEM



### 3.2 Grupo Focal 401-7CM Sistema SEP

El pasado 4 de septiembre de 2017 se realizó el grupo de discusión a los alumnos del séptimo cuatrimestre de la licenciatura en Diseño Gráfico. Para la realización del grupo de discusión, participaron los 12 alumnos conformados por nueve mujeres y tres hombres.

Para cubrir su identidad, utilizaré un nombre para darle énfasis de sus declaraciones. La base del grupo focal se encuentra localizada en la parte Anexos de este proyecto. De acuerdo con los resultados, los alumnos no están sensibilizados en materia de género y conocen del tema por información que han consultado en internet.

A pesar, de que la mayoría se denomina “a favor” del ejercicio cívico y social de la identidad de género, desconocen su concepto y no sabrían definirlo. Tienen conocimiento de que es un tema importante dentro de la agenda pública.

*–“Sinceramente profesor, cuando escucho “género” pienso que es solamente para las mujeres y pues por eso no le presto interés” Germaín, estudiante DG SEP*

Dos de las nueve alumnas del grupo 401-7CM conocen el concepto de género, pero tienen una idea errónea sobre el concepto de feminismo:

*–“Yo creo que hay un error al mezclar género y feminismo porque uno habla de hombres y mujeres y el otro solo de la mujer [...] Sesga el trabajo que se ha realizado hasta el momento” Emma, estudiante DG SEP*

*–“El feminismo ha logrado que hombres y mujeres discutamos por la batuta del poder y nos impone ideas que, a veces, nosotras no queremos realizar o no estamos en total acuerdo como el aborto” Jimena, estudiante DG SEP*

Sin embargo, las siete alumnas restantes se promulgaron a favor de la lucha feminista:

*-“El feminismo es esa acción colectiva que nos tiene sentadas y sentados en esta aula”* Margarita, estudiante DG SEP

*-“No puedo decir que el feminismo y el género estén separados, sino todo lo contrario, se unen para buscar que los espacios sociales sean cada vez más equitativos para nosotras y para ellos, sin dejar de lado a la comunidad gay. Todas y todos somos personas con derechos humanos y debemos ser respetados y respetadas por el hecho de serlo”* Jazmín, estudiante DG SEP

Los alumnos comentaron una nula presencia de la igualdad de género en materias de la licenciatura

*-“Una vez la vimos (igualdad de género) en clase de Comunicación, y eso porque Regina la expuso en su trabajo del primer parcial, pero así como tal, pues no”* Jesús, estudiante DG SEP

*-“No creo que lo vayamos a ver, ni siquiera en Valores se nombró algo sobre igualdad de género, tenía una vista más empresarial y no tan humana. Así como obedecer al jefe y ya”* Alejandro, estudiante DG SEP

También negaron ver una materia donde mencionen los derechos humanos. Por el sesgo que existe sobre la tergiversación del concepto feminismo y el poco conocimiento del alumnado hombre sobre el concepto género, no pueden definir que es la perspectiva de género.

*- “La verdad son cosas muy equis que les da igual a los diseñadores, cuando en nuestro escenario laboral suceden muchas violaciones hacia las mujeres por el hecho de ser mujeres”* Regina, estudiante DG SEP

Preocupante lo que dijeron las alumnas del grupo, es que en la Escuela de Diseño Gráfico se reproduce el discurso heteronormativo del sujeto femenino:

*-“Aún vemos conceptos donde las mujeres no pasamos de falda y vestido”* Regina, estudiante DG SEP

*-“Algunos anuncios llaman más la atención a los compañeros hombres y son donde las modelos prácticamente llevan el foco de atención” Jazmín, estudiante DG SEP*

*-“Se ríen de nosotras en clase, porque sienten que por el hecho de ser mujeres, no podemos ser competentes” Emma, estudiante DG SEP.*

Las docentes del Sistema SEP se han visto interesadas por fomentar la igualdad de género en sus clases:

*-“Hace poco una maestra nos dio una pequeña lección sobre la equidad de género, todo surgió por el hecho de la publicidad sexista y por la estructura de los conceptos de mercado, la verdad no había prestado atención a que podía haber incorporación en mi carrera” Alejandro, estudiante DG SEP*

Las y los estudiantes del 401-7CM consideran que una solución para incorporar el enfoque de género en la Escuela de Diseño Gráfico es que la materia de Ética Profesional y Compromiso Social contenga un módulo de género con perspectiva hacia su campo de trabajo o que exista un material didáctico que converja estos temas para tenerlo como manual y así ellas y ellos puedan diseñar hacia una mirada de igualdad, diversidad y no discriminación desde la categoría de género.

### **3.4 Entrevista semiestructurada al coordinador de la Escuela Profesional de Diseño Gráfico**

El pasado 31 de octubre de 2017 se realizó una entrevista semiestructurada al coordinador de la licenciatura de Diseño Gráfico del IUEM. El coordinador ha pasado por los ámbitos de alumno, administrativo y ahora docente en dicha institución por lo cual su visión es amplia. Está sensibilizado en materia de género, pero no sabe distinguir el concepto de igualdad de género al juntar el discurso en el fomento de derechos humanos.

Los principales puntos que se rescata de la entrevista son los siguientes:

- a. Comenta que el cuerpo docente de la Escuela Profesional de Diseño Gráfico está en proceso de sensibilización en perspectiva de género, antepone que se está buscando un taller de sensibilización.
- b. Menciona que últimamente se ha tratado de incorporar el tema de género en las materias teóricas tanto en el sistema UAEM y SEP en la licenciatura de Diseño Gráfico.
- c. El coordinador tiene conocimiento de los derechos humanos, de su importancia en la universidad y de qué manera podemos lograr una comunidad fomentada en el respeto y la responsabilidad.
- d. Pero debe atender también a la perspectiva de género, desde una percepción académica para que tenga repercusión y no sólo quede de manera literal en el discurso o lema.
- e. Debe haber una acción que venga desde un marco reglamentario y por lo tanto expresado en hechos sociales de bienestar desde la perspectiva de género.
- f. No se puede hablar de derechos humanos universitarios, si se deja fuera la perspectiva de género.
- g. El coordinador se ha comprometido a atender a las y los estudiantes de la licenciatura en Diseño Gráfico para la incorporación del enfoque de género en el desarrollo profesional de su carrera y con enfoque crítico.

## **Capítulo 4. Propuesta de unidad de aprendizaje para la incorporación del enfoque de igualdad de género en los estudiantes de Diseño Gráfico del IUEM**

De acuerdo a los resultados que lanzaron los dos grupos focales con las y los estudiantes, tanto de los sistemas UAEM y SEP de la Escuela Profesional de Diseño del Instituto Universitario del Estado de México; así como de la entrevista semi estructurada al Coordinador de la licenciatura, se planteó en la planeación de una unidad de aprendizaje que incorpore el enfoque de igualdad de género en la plena realización de su profesión.

### **4.1 Ejes temáticos**

La unidad de aprendizaje con enfoque de igualdad de género en los estudiantes de Diseño Gráfico del IUEM tiene dos ejes transversales para su elaboración:

1. Perspectiva de Género
2. Igualdad y Diferencia

Por lo anterior, se fundamenta una guía para la construcción de mensajes que promuevan la convivencia y la no discriminación. Que fomenten una diferencia entre sexo y género, que promueva prácticas y representaciones sociales, así como las concepciones sobre lo femenino y lo masculino, como se desarrollan los estereotipos y roles de género, y el fomento hacia la búsqueda para la construcción de espacios diversos para su pleno desarrollo.

## 4.2 Conceptos clave

- Género: como el término que se emplea para hacer referencia a la fabricación cultural e histórica de lo femenino y lo masculino, la cual define como conjunto de prácticas, ideas y discursos relativos a la feminidad y a la masculinidad.
- Sexo: variante biológica y anatómica que diferencia a miembros de una misma especie.
- Prácticas y representaciones sociales: El significado que le damos a lo que hacemos y lo que somos puede verse en los espacios de arte, símbolos y publicidad en las ideas que se deben hacer las mujeres y los hombres.
- Estereotipo: Uso figurativo de esta palabra que extiende para significar una imagen o idea aceptada por la sociedad
- Rol: Funciones y papeles sociales que se cumplen cuando se actúa de acuerdo con las ideas de lo que debe ser femenino y masculino.
- Cultura: Conjunto de formas de vida y expresiones sociales, económicas y políticas de una sociedad determinada que incluye todas las prácticas y representaciones de las relaciones humanas.
- Identidad de género: Proceso por el cual las personas se definen en función de su pertenencia a un sexo y ocurre en el cuerpo.
- Empatía: Es la capacidad para ver los problemas o situaciones de otras personas según supongamos.
- Aprecio por la diversidad: Capacidad de reconocer que los seres humanos son únicos e irrepetibles. Implica valoración de las diferencias de género, ideología, religión y preferencias sexuales.
- Comunicación asertiva: Comunicarse de manera verbal y no verbal para favorecer la convivencia social.
- No discriminación: Como derecho de toda persona a ser tratada de manera homogénea, sin exclusión, distinción o restricción arbitraria.

### **4.3 Incorporación de la unidad de aprendizaje con enfoque en las materias de la Escuela de Diseño Gráfico**

Por el análisis de los diferentes planes de estudio del sistema UAEM y SEP que ofrece el Instituto Universitario del Estado de México en la Escuela Profesional de Diseño Gráfico. Podemos incorporar un eje transversal en la materia de Ética Profesional e Identidad Institucional ya que dicha asignatura se imparte en ambas modalidades, además que justifica el hecho de la construcción de estos discursos éticos y profesionales desde el enfoque del arte y diseño.

Contiene un apoyo institucional y una validez oficial para ambas modalidades de la licenciatura y podrá cumplir el objetivo de diseñar para todas, todos y todas, los escenarios sociopolíticos donde el diseñador y la diseñadora gráfica es el agente de cambio por medio de sus diversas áreas de acentuación.

Además, dicha asignatura se imparte desde el primer semestre y primer cuatrimestre de la licenciatura en Diseño Gráfico. Su objetivo general se fundamenta en identificar cuestiones éticas y conflictos sociales contemporáneos con los cuales se enfrentará al ser profesionalista, asumiendo una actitud crítica ante diversos problemas con respecto a los fundamentos profesionales de la ética, identidad, compromiso y profesional, etc.; con la finalidad de establecer un compromiso para su desempeño profesional y contribuir a la conformación de una sociedad más justa, humana y con amplia cultura científico-tecnológica.

Por lo anterior, el enfoque de género debe estar incluido en la unidad de aprendizaje de la materia puesto que cumple con el eje transversal y multidisciplinario para el fomento de diseñadores y diseñadoras gráficas que generen cambios hacia una mirada igualitaria, incluyente y constructora de un ejercicio del diseño con perspectiva de género.

La inclusión de la perspectiva de género en esta materia quedaría de manera estructural en cada una de las unidades de aprendizaje. Asimismo, planteo la siguiente propuesta con su justificación:

## **Unidad 1. Aspectos Básicos**

### **1.6 Ética profesional.**

#### ***1.6.2 Ética profesional y perspectiva de género***

El compromiso que los alumnos y las alumnas de la licenciatura en diseño gráfico es ofrecer servicios bajo un proceso comunicativo con la finalidad de permear las estructuras, los valores, el quehacer institucional y las relaciones de las sociedades con la mirada de la perspectiva de género, de tal manera que se den a conocer condiciones de igualdad y no discriminación.

La promoción de la participación igualitaria entre hombres y mujeres en la vida pública y política es parte del desarrollo de la sociedad, por lo que la igualdad de oportunidades persigue mejorar los niveles de participación política, económica y de decisión de las mujeres en los diversos escenarios.

## **Unidad 2. Fundamentos Profesionales**

### **2.3 Conflictos éticos sociales actuales.**

#### ***2.3.1 Violencia de género: un análisis desde la publicidad***

Las académicas Lauren Gurrieri, Helene Cherrier y Jan-Brace-Govan han investigado el fenómeno de utilizar la violencia contra la mujer como una treta publicitaria más y concluyen que “representar a las mujeres de manera sexualizada y como seres subyugados fomenta una cultura de la violación en la que tratar a las mujeres de maneras degradantes a través del uso de la violencia es considerado aceptable”. La publicidad que trivializa la violencia contra la mujer normaliza dicha violencia; la vuelve algo normal.



## **Unidad 3. Identidad Profesional**

### **3.2 Responsabilidad Social**

#### ***3.2.1 Igualdad de oportunidades***

La igualdad entre mujeres y hombres se refiere a que los seres humanos son libres para desarrollar habilidades personales y decidir sin las limitaciones de estereotipos, roles de género o prejuicios. No implica que mujeres y hombres tienen que ser iguales, pero sus derechos, oportunidades y responsabilidades no deberían depender en función de si nacieron hombre o mujer (Heide, 2000).

Este subtema auxiliará a las y los diseñadores gráficos al atender recursos que pueden hacer referencia a la diversidad de género desde una mirada horizontal como la presencia de mujeres en los sectores productivos y las especialidades profesionales, así como una mirada vertical, un ejemplo son las diferentes escalas de responsabilidad que las mujeres pueden conseguir de acuerdo a una organización que incluya una axiología de igualdad, no discriminación y compromiso con la diversidad de género.

## **Unidad 4. Ética Profesional**

### **4.3 Normas éticas y código profesional**

#### ***4.3.1 Marco Normativo para la igualdad y no discriminación***

El principio de la igualdad de oportunidades, implica una participación equilibrada de hombres y mujeres en todas las esferas de la vida pública y privada. La igualdad de oportunidades es una cuestión de justicia social para las mujeres y es uno de los principios fundamentales de la construcción social y todas las políticas que se pongan en marcha deben respetarlo y promoverlo.

La promoción de igualdad de oportunidades tiene una normatividad vinculada en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y expresadas en legislaciones a favor como la Ley Federal para Prevenir la Discriminación (2003) Ley General para la Igualdad entre hombres y mujeres (2006) y la Ley General de Acceso a las mujeres a una vida libre de violencia (2007).

¿Será posible que la inclusión de la perspectiva de género en la carrera de Diseño Gráfico genere un impacto sociocultural a la manera de realizar una obra, un boceto o un proyecto? El resultado de la sesión de arte, diseño y género en la materia de Comunicación y Estrategias Publicitarias con los alumnos del 401-7 del sistema UAEM y de Análisis de la Comunicación Publicitaria 401-7CM dieron los siguientes resultados:

El grupo 401-7 del sistema UAEM diseñó un cartel el pasado 16 de agosto de 2017 derivado por el feminicidio de Lesvy Osorio en la Universidad Nacional Autónoma de México. Dicho tema fue elegido por el grupo después del grupo focal y de la sesión de Arte, Género y Diseño que sensibilizó a las y los estudiantes de séptimo semestre de Diseño Gráfico del Instituto Universitario del Estado de México. (Véase Figura 1. Cartel “La última llamada de su vida”).

El diseño de cartel es sombrío donde existen dos elementos que resaltan de la superficie los cuales son el boceto del teléfono (el cuál se encontró entre el cuello de Lesvy Osorio) y el escudo de la Universidad Nacional Autónoma de México (lugar donde se encontró el cuerpo de Lesvy Osorio) Las alumnas justifican el uso del color rosa por la alegoría a las cruces rosas que se utilizan desde la visibilidad del feminicidio en la situación del Campo Algodonero, además para exclamar que son las mujeres las principales víctimas en el feminicidio pero que son las menos “escuchadas” ante las investigaciones del delito. Es por ello que el teléfono es un elemento para comunicar, pero a la vez es silenciado.

Sin necesidad de exponer un cuerpo sin vida de una mujer, de utilizar el sensacionalismo gore que describe el mundo posmoderno la categoría de género busca el ejercicio cívico y fundamental de la participación social, así como el desenvolvimiento político de hombres y mujeres en el espacio público. El diseño gráfico debe volverse herramienta para dar voz a las sujetas, sujetos y sujetxs.

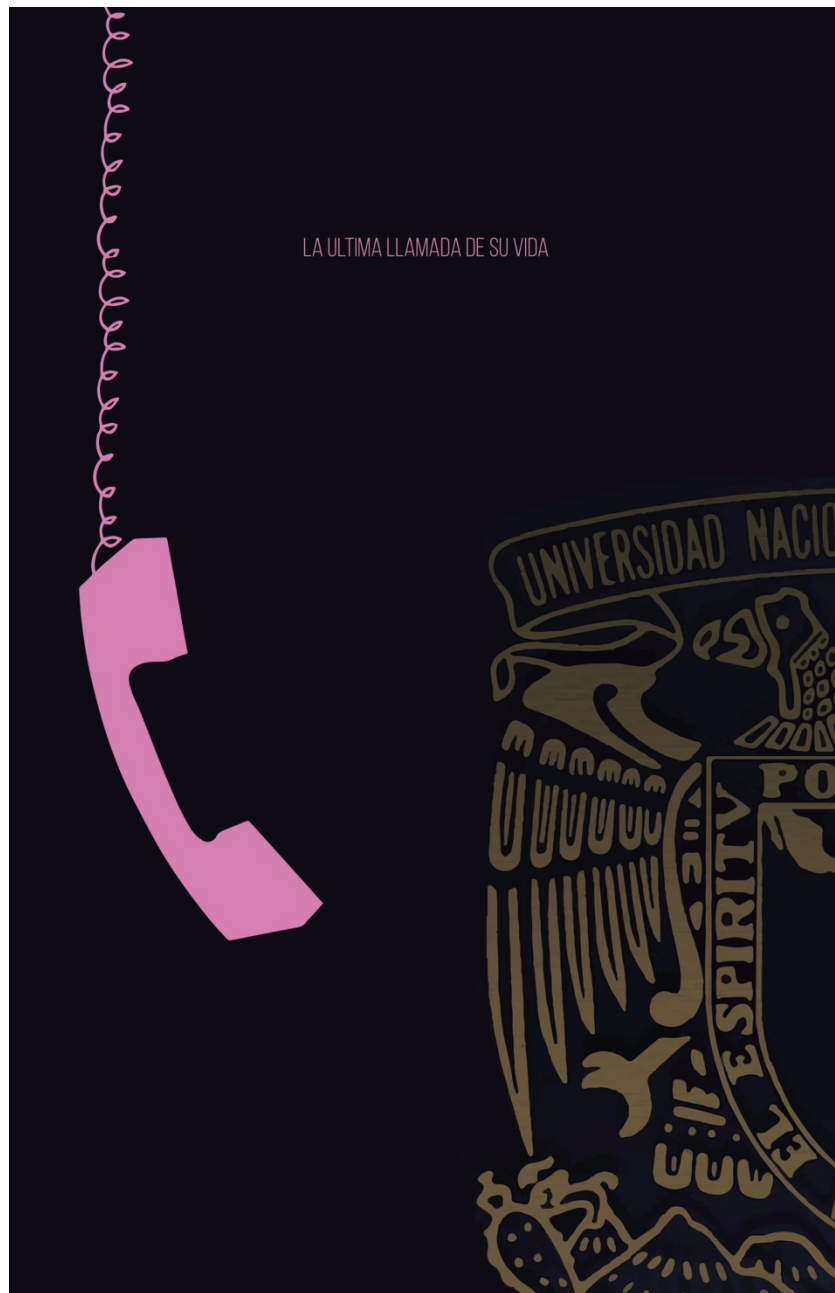


Figura 1. Cartel “La última llamada de su vida” en honor a Lesvy Osorio  
Grupo 401-7 sistema UAEM. Escuela Profesional de Diseño Gráfico IUEM

Del grupo 401-7CM la alumna Karina realizó dos ilustraciones donde visibiliza a mujeres sin algún índice de hipersexualización además que, enfoca más hacia la personalidad de las sujetas en diferentes contextos.

La *figura 2. Happy Tuesday* es una mujer contemporánea en un ambiente urbano donde el mayor realce de visión se encuentra en los lentes. Viste una camiseta negra y posa de manera natural y en la *figura 3. Look Vemos* a una mujer de tez morena la cual rompe con los cánones de belleza hegemónicos de la mujer blanca, la dibuja en un ambiente urbano y en una posición natural y recta. El enfoque de la ilustración es hacia la sujeta mujer y su entorno, más que a una exacerbación sexual de la mujer.



Figura 2. Happy Tuesday, Karina 401-7CM



Figura 3. Look, Karina 401-7CM

Por lo anterior, si bien los alumnos demostraron trabajar en visibilizar la violencia de género, sin revictimización y tienen conciencia sobre su impacto en las personas, haría falta trabajar sobre sus competencias profesionales para diseñar con perspectiva de género en el ámbito comercial.

Sin embargo, la propuesta que aquí se realiza nos permite empezar a incidir en una mirada o en la incorporación de un enfoque más igualitario y con perspectiva de género en la licenciatura de diseño gráfico.

### **Conclusiones Generales**

Podemos analizar que la categoría de género aún falta por ser permeada en diferentes escenarios que van más allá del ejercicio político, que sin embargo lo son, la cuestión técnica o la falta de la multidisciplinariedad no hace que se lleve a cabo, como lo es en la perspectiva del arte y del diseño.

Se necesita proporcionar la categoría de género en la Escuela de Diseño del IUEM debido a que la misma comunidad estudiantil lo demanda para un pleno ejercicio de su realización profesional como licenciados en diseño gráfico y como una responsabilidad social hacia sus diversas poblaciones.

La propuesta de la unidad de aprendizaje con enfoque de género, promueve una mirada para realizar y de qué manera orientar dichas miradas con la que las y los alumnos de Diseño Gráfico aprecian las relaciones mediadas por la construcción de género. Además, estimula las capacidades, habilidades y actitudes que lleve a las y los docentes a capitalizar su propia experiencia, a pensar, a preguntar, a (de)construirse en relación con la equidad de género y la resolución de manera hacia el fomento de igualdad y no discriminación.

La propuesta de la unidad de aprendizaje genera prácticas de no violencia y promoción de la equidad de género en la elaboración de proyectos sociales, campañas políticas, ejercicio de publicidad incluyente desde la mirada del arte y del diseño para que las y los estudiantes de diseño gráfico del IUEM, giren hacia una nueva perspectiva del quehacer del diseñador como un ente activo social.

Asimismo, contribuye a la formación de competencias que a su vez promuevan la construcción de una sociedad plural, incluyente, diversa e igualitaria donde se pueda vivir sin discriminación y violencia. Porque es un asunto de interés específico para que las y los estudiantes de diseño gráfico aporten más allá de la información que se adquiere durante el estudio de la licenciatura.

Los saberes disciplinarios de los estudios de género proveen elementos teórico-metodológicos que propician el análisis, la reflexión y el desarrollo de habilidades de las y los docentes con la finalidad de promover la equidad entre hombres y mujeres en la práctica educativa cotidiana, lo que sin duda contribuirá a construir una sociedad democrática, diversa e igualitaria en la que se viva sin discriminación y sin violencia.

## Bibliografía

- Buquet, Ana (2011), “Transversalización de la perspectiva de género en la educación superior. Problemas conceptuales y prácticos” en *Perfiles Educativos*, vol. XXXIII, 2011, pp. 211-225, México: UNAM.
- Buquet, Ana *et. al* (2013), *Intrusas en la universidad*, Ciudad de México: UNAM.
- Butler, Judith (2007), *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*, 4ª. Edición en castellano, Barcelona: Ediciones Paidós
- Callejo, Javier (2001) *El Grupo de Discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona: Ariel.
- García-Marzá, Domingo (2004): “Ética de la publicidad”, en Conill, Jesús y Gozávez, Vicent (coords.) *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, Barcelona: Gedisa.
- González, Jordi (2004), *Usos actuales del marketing sensual. Iconos femeninos en la publicidad de hoy*. Barcelona: Editorial Granica.
- Heide, I. (2000). ABC of Women Workers’s rights and Gender
- Equality. Geneva: International Labour Office.
- Higonnet, Anne (1992), “Mujeres e imágenes: representaciones”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dirs.), *Historia de las mujeres. V. El siglo XX*, Madrid: Santillana.
- Inmujeres (2007), *Pasos hacia la igualdad de género en México, 2007*
- Lagarde, Marcela (1996), *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*, Madrid: Ediciones Gafistraf
- Lamas, Marta (2000), “Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género” en *Papeles de Población*, vol. 5, núm. 21, julio-septiembre, 1999, pp. 147-178, Toluca: UAEM
- Ley General de Acceso de las Mujeres a una vida libre de violencia (2012)

- Martínez-Val, José María (2004). *Comunicación en el diseño gráfico. La lógica de los mensajes visuales en diseño, publicidad e Internet*. Madrid: Laberinto Comunicación.
- Portilla Luja, María de las Mercedes (2006), *La ética comunicativa aplicada en la construcción del discurso visual para contribuir con una cultura de paz*. México: UAEM
- Rojas Soriano, Raúl (2001), *Guía para realizar investigaciones sociales*. Ciudad de México: Plaza y Valdes Editores
- Tena, Daniel (2005), *Diseño Gráfico y comunicación*. Madrid: Pearson Educación
- Urdaneta García, Marianela (2009), “La perspectiva de género en la comunicación gráfica”, en Varios Autores *Actes de Congènere: la representació de gènere a la publicitat del segle XXI*, España: Congenerè
- Varios autores (2011), *Equidad de Género y Prevención de la Violencia en Secundaria*. México: SEP-PUEG