



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

De musas a creadoras

Explorando la presencia de la mujer latina en el cine



Autora María Jesús Viñales M. **Profesor guía** Ricardo Vega

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile
para optar al título profesional de Diseñador

Enero, 2022. Santiago, Chile.



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

De musas a creadoras

Explorando la presencia de la mujer latina en el cine



Autora María Jesús Viñales M. **Profesor guía** Ricardo Vega

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile
para optar al título profesional de Diseñador

Enero, 2022. Santiago, Chile.

Índice

Agradecimientos	pp.7
I. Introducción	pp.8
a. Intro a la temática	pp.9
b. Motivación personal	pp.12
II. Marco teórico	pp.14
1. Latinoamérica y sus mujeres	pp.15
1.1 Identidad y adolescencia: aproximación psicológica	pp.17
1.2 Identidad y adolescencia: aproximación epistemológica	pp.18
1.3 Invisibilización y la importancia de la representación	pp.22
2. Cine e identidad	pp.24
2.1 La representación de la mujer latina en el cine hollywoodense	pp.24
2.2 La mujer latina en la industria	pp.38
2.3 Plataformas de streaming	pp.30
3. Diseño y narrativa	pp.32
3.1 Neuronas espejo	pp.33
3.2 Narrativas como dispositivos de transición	pp.34
3.3 Diseñar narrativas de empoderamiento femenino	pp.35
III. Aproximación metodológica	pp.37
1. Human-centered design	pp.38
2. Framing analysis	pp.41
3. Narrativa visual y data humanism	pp.41
IV. Referentes	pp.45
1. Potenciar narrativas femeninas	pp.46
2. Desarrollo de una visualización y/o una narrativa digital	pp.47
3. Relación del usuario con su identidad	pp.48

V. Antecedentes	pp. 49
1. BRUISES - The data we don't see	pp. 50
2. Dear New York	pp. 51
3. Cinemetrics	pp. 52
4. Cinema Redux	pp. 53
5. Rocky Morphology	pp. 54
VI. Formulación del proyecto	pp. 55
VII. Objetivos del proyecto	pp. 57
VIII. Usuario y contexto	pp. 60
IX. Proceso de diseño	pp. 63
X. Propuesta definitiva	pp. 77
XI. Implementación	pp. 81
XII. Conclusión	pp. 84
XIII. Referencias	pp. 87

Agradecimientos

A mi profesor guía, Ricardo Vega, por recibirme en su grupo y por brindarme apoyo para lograr crear un proyecto de acuerdo a lo que me motiva.

A Sandra y Javier, mis papás, por mostrarme las películas que son parte de mi alma, por su apoyo incondicional y por darme la oportunidad de desarrollarme en el área que me apasiona.

A Eduardo, por su paciencia y amor.

A mi hermana por ser mi roca, por ver películas conmigo hasta la madrugada y por estar para mí cuando la necesité.

A mi Toto que, aunque ya no está aquí en este mundo, me acompañó durante todo este proceso hasta el final, y me sigue acompañando porque su amor es infinito.

Y, por último, a mis amigas hermosas, en especial a mi wevito, por todo apoyo, el cariño y la contención que me dieron a lo largo de toda la carrera. Sin ustedes no habría logrado nada.

I.

Introducción

De musas a creadoras

a. INTRO A LA TEMÁTICA

Es innegable la relevancia que han adquirido culturalmente las películas y series que son producidas en los grandes estudios hollywoodenses, probablemente la película favorita de más de alguna persona es una de aquellas. Y es que sus narrativas son importantes, son poderosas y tienen un efecto en nuestras vidas, como también sus personajes muchas veces pasan a tomar un lugar en los corazones de sus espectadores, y también es muy probable que la gran mayoría de las personas declare haberse criado viendo ciertas películas o una serie en particular, de esas que tienen varias temporadas y que sus finales causan conmoción a nivel mundial.

Así, también es innegable la existencia de las mujeres latinas en el mundo pues, existen, simplemente es un hecho y no se considera necesario adentrarse más en eso. Entonces, si ambos hechos son innegables, **¿por qué vemos tan poco a las mujeres latinas en aquellas películas?**

Es este tipo de interrogantes las que impulsan el proyecto de título a continuación, el cual aborda la invisibilización de las mujeres latinas en el mundo cinematográfico y lo que este fenómeno significa en el desarrollo identitario de aquellas jóvenes que no logran sentirse identificadas con los

personajes que se ven en la pantalla.

El análisis de los efectos que ha producido la representación estereotipada de la mujer latinoamericana en las producciones cinematográficas, disponibles en el cotidiano de las espectadoras adolescentes, o derechamente la total no representación de éstas, resulta pertinente al considerar las implicancias psicológicas que tienen las películas y series con las que nos formamos como mujeres y que, inconscientemente o instintivamente, imitamos para adaptarnos a nuestro entorno. El **intentar adaptarse a un mundo que no parece reconocer tu existencia ni rescatar la riqueza y diversidad cultural que envuelve a las latinoamericanas, repercute negativamente en el desarrollo de sus identidades y en su autopercepción**, procesos que se generan desde la perspectiva norteamericana sobre su propia identidad cultural, es decir, **adquieren conocimientos sobre sí mismas según lo que los otros piensan de ellas al crecer con narrativas construidas por quienes no han vivido sus historias**.

Se analizará la problemática desde la construcción de identidad, ya que es uno de los principales efectos que en este proyecto se detectan como oportunidad, comprendiendo el concepto de identidad como uno de los hitos más importantes de la adolescencia y, por lo tanto, del desarrollo de las jóvenes latinas. Por otro lado, también se hará un análisis de la aproximación epistemológica de la identidad y cómo se ha ignorado históricamente la perspectiva propia de las comunidades latinoamericanas como fuentes primarias de

la verdad, lo que se reproduce en el mundo cinematográfico como una acción colonizadora y, por lo tanto, discriminatoria, lo que nos lleva una vez más a cuestionarnos, en ambos campos del saber, **¿quién está contando nuestras historias y cómo se las está presentando al mundo?**

A través de técnicas narrativas y metodologías de diseño, se pretende visibilizar, sensibilizar y empoderar acerca de la problemática planteada, explorando la visualización de datos como una herramienta poderosa para transmitir un mensaje tan potente como el que este proyecto intenta entregar.

Durante este escrito se repetirán los conceptos: *mundo cinematográfico, televisión, pantalla, medios de comunicación, producciones, producciones audiovisuales y cine*, o similares a estos. A pesar de que existen diferencias en sus significados, todos estos hacen referencia al contenido que se consume y que es producido en estudios de la industria cinematográfica, es decir, películas y series. Hoy en día es posible acceder a este tipo de producciones a través de distintos dispositivos y de distintas maneras (a través de plataformas, de canales de televisión, etc.), por lo que no se quiso excluir la experiencia de ninguna persona al solo considerar un tipo de consumo. Aún así, se investiga la relación del usuario específico, es decir, las jóvenes latinas chilenas, con las plataformas de streaming, ya que su contenido es más variado, más accesible en términos de comodidad, temporalidad y tecnología, y es una tendencia en alza actualmente. Asimismo, para efecto del prototipo, se analizaron únicamente películas, ya que son reconocidas dentro de un ranking de nivel mundial realizado por IMDb, una

de las bases de datos más reconocidas globalmente, lo que nos lleva a considerar estas películas como de conocimiento general o popular.

b. MOTIVACIÓN PERSONAL

El interés en este tema en particular, es decir, narrativas audiovisuales y feminismo interseccional, nace a partir de una realidad a la que me he enfrentado desde que tengo memoria: **ser mujer latina y crecer junto a la pantalla.**

La televisión y el cine han tenido protagonismo en mi vida desde muy pequeña y, por lo tanto, he crecido intentando encontrar personajes con los cuales identificarme dentro de estas narrativas sin mucho éxito, debido a la falta de personajes que se vieran como yo, es decir, como una niña latina. Y esto, ahora que soy consciente de lo importantes que son los modelos a seguir durante la vida de las personas y el desarrollo de sus identidades, es algo que me hace mucho ruido, me ha llevado a preguntarme quién sería yo si me hubiera desarrollado viendo un contenido diferente, ya sea negativamente o positivamente.

Esta carente representación en la pantalla no llevaba a una yo de pequeña a una reflexión mucho más profunda que una incomodidad momentánea, ni me hacía sentir directamente excluida. Sí recuerdo, por ejemplo, no encontrar qué personaje quería ser al jugar con mis primos o mis *amigues*, porque me sentía falsa o enojada si tenía que ser una persona que no se parecía a mí. No es que sea una experiencia traumática, pero me ha conducido en la actualidad a desarrollar un proyecto como este, al pensar en cómo eso ha afectado a la percepción que tengo de mí misma y cómo esto quizás ha afectado al resto de niñas, adolescentes y mujeres latinas: ¿me creo

capaz de hacer lo que yo me proponga, sin pensar en mis limitaciones geográficas, sociales y/o culturales? ¿Podía yo salvar el universo como mis pares masculinos al jugar a los superhéroes o puedo yo ser una princesa como mis pares del “primer mundo”?

Son estas mismas interrogantes, junto con el contenido activista que generalmente consumo, producido por diferentes mujeres través de las plataformas disponibles como *Tiktok* o *Instagram*, lo que me lleva a reflexionar entorno a este fenómeno de *no-representatividad* en la televisión, lo que me lleva a su vez a fijarme en las cosas de las que quizás nos privamos como mujeres y latinas, de qué espacios nos restamos sin cuestionarnos, por el hecho de haber crecido creyendo que las cosas son así porque así nos dijeron que eran, porque no hemos sido testigos de otra forma de ser, de otros caminos a seguir.

Así, también comencé durante estos años de estudios universitarios, donde me he visto más involucrada e interesada en lo que es una narrativa y cómo estas están presentes a través de nuestro cotidiano, a preguntarme **quién se encarga de contar las historias de las mujeres dentro de la pantalla:** ¿por qué hay cosas que veo y que no me hacen mucho sentido como mujer, que no resuenan en mi experiencia? ¿Por qué a veces es tan distinta la sensación al ver una película o serie, cuando en unas pareciera que son historias o personajes vacíos, carentes de vida y emoción (aunque sea ficticia), y otras veces siento una conexión tan profunda con las situaciones que viven los personajes y

sus sentimientos? Y luego, adentrándome aún más en las narrativas que consumimos en el día a día, volví a fijarme en lo que sentía cuando era pequeña, al no encontrar personajes con los que podía sentirme identificada en las series de Netflix o en las películas en el cine. ¿Aún no puedo salvar el mundo o ser una mujer feliz y exitosa como mis pares del “primer mundo” en estas narrativas? ¿Por qué pareciera que esos espacios están reservados sólo para ellos y para nosotras solo queda el narcotráfico, el crimen, el servicio o el ser un objeto de deseo sexual? Y sí, claro, hoy en día se habla mucho de la inclusión en la industria, de la diversidad de etnias y personajes en las grandes franquicias del cine hollywoodense. Pero cuando nos incluyen como latinas, ¿están realmente incluyéndonos para representarnos como somos o solamente necesitaban a alguien que dijera “papi” y cuidara a los niños?

Como latinas generalmente se nos relega a los espacios asignados arbitrariamente por un ente que pareciera estar por sobre nosotras solamente por su posición de privilegio, quien toma las decisiones creativas y controla el mundo cinematográfico. El cine es un mundo colonizado, al igual que nuestra cultura, nuestro origen y, al parecer, nuestras historias, y se reproducen en nosotras los tratos patriarcales que conllevan fenómenos como la colonización o la globalización, ahora las mujeres que cuidan y sirven son las mujeres del tercer mundo (CITAR). Pero, volviendo a las narrativas y la construcción de nuestras identidades como latinas, ¿por qué tenemos que conformarnos con lo que un (probablemente) hombre blanco dice de nosotras? ¿Por qué

se nos menosprecia como mujeres latinas dentro del mundo narrativo y creativo si las historias que se cuentan hablan de nosotras mismas?

Es esto último lo que, en particular, me impulsa a tomar acción, ya que lo que es el diseño dentro del mundo creativo y narrativo es algo a lo que pretendo dedicarme en un futuro ideal, ya que creo que el diseño de narrativas a través de los elementos visuales juega un papel determinante en cuanto a la calidad de las obras que se quieren transmitir, ya sea una película, una serie de televisión, un corto, un videoclip, un cuento, un libro, un proyecto, etc. Me impulsa a reclamar y diseñar para a la inclusión de nuestras identidades de manera apropiada y representativa, de la mano de quienes deben contar sus propias historias y que no quieren que hablen más por ellas, abriendo así las posibilidad de que las mujeres latinas cuenten sus historias a través de distintos medios, de distintas maneras y formatos, no solo a través del guión literario.

1.

Latinoamérica y sus mujeres

La llegada a nuestros hogares de grandes estrenos de películas y series producidas, en su mayoría, en el hemisferio norte, es cada vez más acelerada. Es fácil observar a través de las redes sociales la gran expectativa que generan sus secuelas y los estrenos de nuevas temporadas. Así, la influencia que tienen en nosotros es también innegable, ya que probablemente todo aquel que ha visto una de estas producciones ha sentido una montaña rusa de emociones a medida que la trama se desenvuelve, nos emocionamos y lloramos con los personajes que vemos en la pantalla, con quienes parecemos haber logrado generar lazos de empatía, convirtiendo a la TV en una especie de *storyteller* y asignándole un rol que va más allá que un objeto tecnológico, al ser el cual “constituye las experiencias sociales, políticas, económicas y culturales” (Castañeda, 2018, pp.2) dentro de nuestra sociedad. Es por esto, que una representación que sea inclusiva en cuanto a la diversidad de personas que la componen, juega un rol clave al momento de contar sus historias a los espectadores y, precisamente, uno de los grupos menos abordados dentro de las producciones de consumo masivo y que, sin embargo, ocupa un largo porcentaje de la población global y espectadora, es la comunidad latina (Arellano, 2017), donde además existe una **deficiente representación de mujeres latinas**.

Es este el motivo por el cual este trabajo aborda la Teoría crítica

de la raza y la Metodología crítica de la raza mencionada por Solórzano y Yosso (2002), debido a su enfoque en las injusticias raciales presentes que afectan el aprendizaje de los y las jóvenes chicanas y latinas, y se encarga de identificar sus orígenes, utilizando una variedad de áreas del saber para comprender los efectos que provocan el racismo, sexismo y el clasismo, **con el propósito de visibilizar las injusticias presentes en distintas dinámicas de nuestra sociedad, permitiendo que las víctimas se empoderen.** Y, tal como en este proyecto se propone, la narrativa y la contra-narrativa (o el *counter-storytelling*) son herramientas poderosas para analizar las relaciones de poder que se da entre las personas que son parte de ésta, en este caso, personas de distinta etnia, clase social y/o sexo, donde hay una experiencia o discurso que domina y que, por lo tanto, margina las experiencias del grupo oprimido (Solórzano & Yosso, 2001).

Asimismo, se analiza la representación de la mujer latinoamericana en la televisión de la cultura dominante: la cultura estadounidense. Hollywood ha tomado las riendas de la producción cinematográfica a nivel mundial, no es extraño encontrar una película hollywoodense en la televisión chilena ni tampoco que sean parte de una cultura general global. La globalización ha hecho su parte en este sentido, la progresiva rapidez con la que el contenido viaja a través del mundo y el avance de la tecnología son recursos clave para la masificación de este tipo de películas y series, las cuales

no sólo dan forma a una cultura mediática o fílmica, sino que también son parte de instancias sociales. Y es precisamente este tipo de interacciones las que se han cuestionado al momento de iniciar este proyecto porque, **¿qué pasa con las adolescentes latinas cuando ven películas o series y ven a una supuesta mujer latina (estereotipada, por supuesto) o, incluso peor, no ven a nadie con quien se puedan identificar?**

1.1 IDENTIDAD Y ADOLESCENCIA: APROXIMACIÓN PSICOLÓGICA

Durante este proyecto, se considera importante la construcción de identidad pues, es el proceso en el cual se establecen y se hacen necesarias figuras con las que el ser humano pretende sentirse identificado, proceso que se lleva a cabo en la etapa adolescente de la vida. Así, los medios de comunicación son cruciales dentro del desarrollo identitario, ya que “constituyen una rica fuente de recursos simbólicos con los que los adolescentes interactúan en la elaboración de la propia identidad” (Pindado, 2006, pp.11).

La televisión* forma parte de la vida de los adolescentes inevitablemente, es un elemento cultural que está inserto no solamente como una fuente de entretenimiento, sino también como fuente informativa, social y, por lo tanto, también forma parte de las etapas de desarrollo de los y las jóvenes. Solamente considerando el año 2020, los menores de edad aumentaron su tiempo frente a las distintas pantallas que tienen a su disposición” (Consejo Nacional de Televisión, 2021).

Mientras tanto, como se mencionó anteriormente, la construcción de la identidad es uno de los hitos más importantes de la adolescencia, que surge a partir de la

necesidad del ser humano de saber quién es para sentirse amado y respetado como tal, por lo que su correcto desarrollo es fundamental para la formación de cada niño/a y, particularmente para efectos de este proyecto, de las jóvenes latinoamericanas. Su importancia radica no solo en la conciencia moral, sino que también en los derechos de las jóvenes latinas como adolescentes, donde se debe garantizar a éstas condiciones de igualdad con sus pares varones y, en este caso, también con sus pares de otros países. Se reconocen las desigualdades que las mujeres latinas enfrentan desde la infancia al ser, precisamente, *mujeres latinas e infantes*, injusticias que se mantienen a través de su desarrollo hacia la adultez, y que afectan su experiencia de ser niñas o adolescentes, la cual “se encuentra entonces condicionada por sistemas de discriminación y exclusión vigentes en nuestras sociedades” (Céspedes & Robles, 2016, pp.7).

Es entonces, de suma importancia asegurar que esta experiencia sea positiva para dichas jóvenes, ya que la calidad de vida que tendrán como adultas depende de esta etapa, la cual a su vez depende de factores externos para garantizar su éxito que están en su mayoría relacionados a instancias sociales, como la búsqueda de aceptación por parte de sus pares y la búsqueda de figuras en las cuales las jóvenes pretenden sentirse identificadas, todo con el fin de responder a la necesidad de aclarar quiénes son en este mundo. Por lo

* O “la pantalla” en general, considerando la cantidad de aparatos tecnológicos y la cantidad de formas disponibles para ver películas y series.

1.2 IDENTIDAD Y ADOLESCENCIA: APROXIMACIÓN EPISTEMOLÓGICA

tanto, según Robles Martínez (2008) en su estudio de las etapas de Erikson, la aceptación de sus seres es crucial para que la adolescencia se supere de manera favorable, “tanto en los aspectos corporales como en los psicológicos, sociales y a los valores morales de su cultura” (pp.32), para así encontrar un rumbo como personas adultas.

Posicionando a la televisión como un factor importante en la vida de las personas y, con mayor relevancia para este proyecto, de las personas chilenas, es que podemos hablar del contenido que se muestra en esta, donde los multimillonarios del país y los consorcios estadounidenses poseen la mayor cantidad de canales de televisión a nivel nacional (El Siglo 21, 2020) y, por lo tanto, controlan el contenido que se lanza al aire para sus espectadores.

Aún así, en la actualidad la televisión quizás no es el medio que aporte más contenido dentro de la vida de las jóvenes chilenas. Últimamente la contratación de servicios de streaming, tales como Netflix, Amazon Prime Video y Disney+ (todas compañías de propietarios estadounidenses) han estado en alza, servicios que en su mayoría contienen grandes producciones realizadas por la industria dominante estadounidense y muy populares a nivel mundial y nacional, temática que será abordada más adelante en este estudio.

A partir de estos datos se pueden considerar a los medios de comunicación como un área que ha sido **colonizada**, es decir, ha sido conquistada por una cultura dominante y que, por lo tanto, ha tomado un carácter hegemónico en comparación al resto de culturas. Aún así, los medios de comunicación y el cine no son los únicos campos que se presentan a través de una perspectiva eurocentrista dentro de esta investigación, desde el proceso de construcción del

conocimiento se han instalado patrones que fortalecen las estructuras hegemónicas, es decir, se ha considerado como verdad absoluta del desarrollo aquello que proviene desde el hombre blanco heterosexual (Saldarriaga, n.d., pp.1). Es así como la decolonialidad propone dentro de su apuesta como epistemología, “no sólo [de] comprender la colonización sino transformar sus efectos” (Saldarriaga, n.d., pp.2). Al ser el cine un campo colonizado por un sector con más medios financieros, más oportunidades y más privilegios, es decir, la industria estadounidense, se puede considerar una decolonización* del cine y las prácticas discriminatorias que sostiene al considerar como única verdad aquella que proviene de sus propias perspectivas. No solo se ha relegado la visión latinoamericana del área del saber y la cultura, sino que también se han menospreciado e invisibilizado las identidades de su gente, sobre todo de grupos minoritarios históricamente discriminados. como lo son las mujeres, lo que De Sousa Santos denomina como *epistemicidio* (2010, como citó Saldarriaga, n.d., pp.2).

El trabajo epistemológico sobre las historias colonizadas se encarga de revisar y resignificar lo registrado por aquellas

* La decolonización se considera para efectos de este proyecto, como aquella que “propone que tanto la libertad, la igualdad como la convivencia humana, más allá de prejuicios raciales, sexistas y homofóbicos, son todas coordinadas fundamentales, para entender y defender lo humano” (Méndez, 2012. p.84).

personas que no protagonizaron las grandes batallas y que no ocuparon los espacios más destacados oficialmente, pero que su contribución fue igual de importante para el desarrollo de sus comunidades, es decir, contribuye a visibilizar a aquellas personas que han sido consideradas invisibles. Y, así mismo, en el cine también predominan los grandes héroes y las verdades absolutas, las historias oficiales contadas por aquellos que tienen el poder monetario y la posición privilegiada que la historia les ha otorgado, producto de “un eurocentrismo que ha sido replicado por los sucesores de los europeos en este territorio: la élite criolla; quien adoptó las características coloniales del poder como algo natural” (Saldarriaga, n.d., p.3-4).

Y no son solo estas dos áreas las que han sido colonizadas, el feminismo también ha sido analizado con el motivo de decolonizarlo. Porque sí, las mujeres luchamos por nuestros derechos en todo el mundo, pero ¿qué pasa cuando la mujer blanca del “primer mundo” alcanza una posición privilegiada en comparación con el resto de las mujeres “tercermundistas”? El feminismo es considerado un movimiento universal, y es precisamente esta característica la que se ve cuestionada por el feminismo decolonial ya que, como Valiña (2018) menciona, se reconoce globalmente la figura de feminista como aquellas mujeres de la clase media o alta, blancas, quienes luchan por una igualdad de género entre sus pares, sin reconocer la pluralidad de mujeres que

existen en el mundo y las luchas que cada una lleva contra las diferentes opresiones relacionadas con la discriminación de género, clase y raza que existe en sus territorios y experiencias de vida. Es por esto que se considera como , un feminismo hegemónico a aquel “domina el discurso académico y el debate social” (Valiña, 2018), al ser posible reconocer las diferentes experiencias de cada mujer como tales y las diferencias entre las vulneraciones a sus derechos, otorgándole mayor relevancia a lo que significa invisibilizar a un grupo de mujeres que son discriminadas al generalizar en un movimiento de tal alcance.

También es posible reconocer las dinámicas de poder que se generan en cuanto al feminismo hegemónico, donde las mujeres blancas adoptaron conductas coloniales como considerar sus verdades como las únicas legítimas, donde además se detectan conductas patriarcales como la asignación de roles de género a un nuevo tipo de mujer oprimida en sus realidad, es decir, se replican las conductas pasadas aplicadas a las mujeres blancas en la relación de éstas con las mujeres latinas a su alrededor (Fernández, 2013). Una vez que la mujer blanca es, en cierta forma, liberada de los roles impuestos a ésta por estereotipos de géneros enraizados en la cultura occidental, es la mujer latina la que ha pasado a atender esos roles, lo cuales no han sido realmente derribados por este feminismo hegemónico, como pueden pensar las feministas blancas, sino que simplemente

han sido reasignados a las mujeres que tienen menos acceso a oportunidades de desarrollo, que generalmente se ven en situaciones de vulnerabilidad, que se ven en necesidad de trabajo para sobrevivir. Y es así como esta relación asimétrica entre las mujeres blancas y las mujeres latinas se ve plasmada en el contenido audiovisual que se transmite alrededor del mundo, donde el limitado conocimiento y experiencias de la cultura dominante sobre las identidades de las mujeres latinas es la que se considera como absoluta y que las reduce a una cantidad determinada de estereotipos, en los cuales se entrará en mayor profundidad durante este informe.

Es así como, desde una aproximación epistemológica, se puede reconocer una hegemonía tanto histórica, como particularmente cinematográfica. Ambos conceptos se relacionan, conviven dentro de un mismo contexto y se reconoce en ellas la misma problemática: la identidad latinoamericana en manos de un otro privilegiado.

Pero, ¿qué tiene que ver esto con la construcción de identidad de las adolescentes latinas? Considerando la epistemología como un área del conocimiento filosófico que estudia el conocimiento en sí, no solo nos permite reconocer la colonización del saber, del feminismo y el cine, sino que también nos permite también analizar cómo adquirimos los conocimientos que nos forman como seres humanos, lo que lleva a la pregunta: **¿cómo actúan las figuras de poder de**

la industria cinematográfica sobre nuestras identidades como mujeres y latinas?

Tal como se menciona anteriormente, se pueden considerar las producciones cinematográficas como un factor importante a considerar en el análisis del aprendizaje, ya que la televisión forma parte de la vida de las jóvenes latinas. Y, a su vez, para analizar el aprendizaje, se deben considerar las teorías de aprendizaje relacionadas al conocimiento previo y a las primeras interacciones con el saber. La construcción del conocimiento se considera, de acuerdo a la teoría epistemológica constructivista, determinada por los factores que rodean al ser humano, determinados por un colectivo que compone una sociedad, y que el ser humano es capaz de percibir a través de sus sentidos, vinculando “al ser humano a un escenario, en donde [él] deja de ser un receptor pasivo de conocimiento y se convierte en el constructor activo del mismo” (Guerra García, 2020, p.6).

Precisamente, esta construcción del conocimiento incluye aquellas experiencias que involucran a terceros, los que pueden ser interpretados a través de aparatos tecnológicos. La teoría sociocultural de Vigotsky postula que el conocimiento se construye en colectivo a través de las interacciones sociales, formando así la percepción que tiene una persona acerca del mundo que le rodea, experiencias que los humanos codifican e interpretan gracias al lenguaje, formando lo que se conoce como conocimientos previos

(Guerra García, 2020). A partir de esta teoría, se puede decir que la televisión actúa en el proceso de aprendizaje como un intermediario entre lo que se percibe en el entorno, es decir, el contenido que presenta la industria norteamericana a través de la pantalla, y las jóvenes latinas que se desarrollan en este, lo que otorgaría a estas producciones la característica de conocimientos previos dentro de la mente de dichas jóvenes. Así, la construcción del conocimiento, el cine y el feminismo (todos conceptos colonizados) son factores importantes que influyen en la perspectiva que tienen las mujeres latinas sobre el mundo y, más importantemente, sobre ellas mismas. Entonces, **¿cómo son estas experiencias previas que tienen las jóvenes latinas sobre ellas mismas?**

1.3 INVISIBILIZACIÓN Y LA IMPORTANCIA DE LA REPRESENTACIÓN

Considerando a la televisión como un objeto que tiene efecto en gran parte de nuestra sociedad y en diferentes ámbitos, tal como se menciona anteriormente, es importante que refleje a todas las personas que la conforman. ¿No es a caso una forma de discriminación el no mostrar a personajes latinos que participen de la trama? Si se piensa en las películas y series más populares de hoy en día, ¿cuántos de sus protagonistas son latinos o latinas? ¿Es justo, por ejemplo, que el rol de los superhéroes y superheroínas, quienes deben salvar el mundo, pareciera ser casi exclusivo para personas blancas y/o norteamericanas?

Al ser el cine una parte impotente dentro del desarrollo de los y las jóvenes de gran parte del mundo, es importante que cuenten a través del proceso de desarrollo de identidad, con figuras a las que admirar, ya sea dentro de su círculo social o en su entorno cultural. Pero, **¿cómo una joven latina puede llegar a sentirse identificada con mujeres que no se ven como ellas, que no provienen de donde ellas provienen, que no forman parte de su cultura?** Si somos seres que, por naturaleza, imitamos lo que vemos (característica que se abordara más adelante durante este escrito), las jóvenes latinas necesitan verse reflejadas en aquello que forma parte de su cotidianidad para crecer con la idea de que tienen las mismas oportunidades que sus pares del sexo opuesto o de otras nacionalidades pues, como ya se mencionó, crecer con

las mismas oportunidades que sus pares es parte de sus derechos (Céspedes & Robles, 2016). Tal como Rivadeneyra, Ward & Gordon (2007) plantean en su estudio sobre la exposición de adolescentes latinos a la televisión y sus autopercepciones, la falta de representación en el contenido que ven en la TV es real y puede distorsionar la percepción que tienen las jóvenes latinas de sus propias identidades. Además, no sólo la comunidad latina crece y se desenvuelve en un entorno del que la televisión y el cine forman parte, también el resto del mundo, por lo que la invisibilización de las mujeres latinas no solo afecta a estas mismas, sino que también tiene efecto en la perspectiva del resto del mundo sobre éstas.

¿Cómo son representadas las latinas (cuando son representadas)?

Es más frecuente ver a personajes latinos en ocupaciones de servicio y/o de bajo rango de poder, donde la probabilidad de representar a trabajadoras domésticas es incluso más alta que cualquier personaje de otra etnia. También es frecuente que estos personajes estén relacionados a alguna actividad ilícita, criminal o violenta. Además, particularmente a los personajes de mujeres latinas se les asignan características agresivas o impulsivas y de pereza en relación al mundo laboral. Todos estos ejemplos demuestran la falta de

representación que la comunidad latina enfrenta en comparación a la diversidad de características positivas que se puede utilizar para crear un personaje de tal etnia (Rivadeneira et al., 2007), y son estas las imágenes más frecuentes en las pantallas de todo el mundo, incluso las mismas jóvenes latinas, quienes se ven involucradas en esta dinámica racista en pleno desarrollo identitario y que posiblemente ven afectadas sus autoestimas, perpetuando así discursos de odio en contra de una cultura que está lejos de ser principalmente criminal, floja o carente de fuerza y poder.

Retomando el análisis del aprendizaje y el conocimiento, Rivadeneira, Ward & Gordon (2007) mencionan la teoría social cognitiva planteada desde la perspectiva de Bandura (2001), la cual establece los jóvenes espectadores construyen su aprendizaje en base a lo que experimentan, en este caso, lo que ven en televisión, y lo asimilan con sus características personales, aludiendo así la representación y lo importante que es que cuenten con modelos que favorezcan la construcción de conocimientos previos.

2.

Cine e identidad

2.1 LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER LATINA EN EL CINE HOLLYWOODENSE

La cultura que envuelve a la mujer latina es entonces insuficientemente abordada por los creativos del mundo cinematográfico, quienes en su mayoría pertenecen a una realidad estadounidense, blanca y privilegiada (Constable, 2019). Son quienes se han encargado de contar y distribuir las historias que aluden particularmente a la imagen de las mujeres y las latinas, en base a características atribuidas arbitrariamente producto del racismo internalizado en el imaginario colectivo de las comunidades estadounidenses y/o europeas que lideran el mercado comunicacional.

Un ejemplo recurrente de la imagen estereotipada que se le asigna a las mujeres latinas a partir de esta perspectiva, es Gloria Pritchett, el personaje que interpreta Sofía Vergara en la serie *Modern Family* (Levitan et al., 2009), de la cadena estadounidense ABC pero que actualmente está disponible en nuestro país a través de plataformas de streaming como Netflix. Durante los primeros capítulos de la serie, son varios los momentos en los que el resto de la familia se burla de Gloria por su acento marcado y su pronunciación del inglés, denotando la mirada despectiva que los americanos tienen por esta mujer latina que ha llegado a sus vidas, que pareciera ser más tonta que ellos y, al mismo tiempo, más escandalosa y graciosa. Hay una actitud condescendiente hacia su persona en el transcurso de la serie, convirtiéndola

en un personaje que pareciera ser inferior a sus pares blancos. Al mismo tiempo, hay una personificación sexualizada de la mujer latina, al presentarla como la latina threat, es decir, aquella mujer exótica que utiliza sus atributos sexuales para obtener lo que quiere, significando una amenaza para el resto (Arellano, 2017).



Fig. 1 y 2: Sofía Vergara en el personaje de Gloria en *Modern Family* (Levitan et al., 2009).



Fig. 3: *Maid in Manhattan* (Wang, 2002).

Fig 4: *Spanglish* (Brooks, 2004).

Retomando uno de los estereotipos mencionados anteriormente, es común ver en películas populares en nuestra cultura a mujeres latinas como personajes que tienen un cargo laboral relacionado al servicio de personas blancas, como Marisa Ventura en *Maid in Manhattan* (Wang, 2002) o Flor Moreno en *Spanglish* (Brooks, 2004). A pesar de que se pone en disputa el racismo y son las protagonistas de estas películas, ¿es esta la única realidad que viven las latinas? ¿O es el único trabajo al que puede aspirar una mujer latina? Y no tiene que ver con el trabajo en sí, sino con las

dinámicas de poder coloniales que se reproducen, como se mencionó anteriormente, entre personas blancas y mujeres latinas, donde esta última está al servicio de estos señores y señoras.

También es recurrente la caracterización de personajes latinos como *tontos*: un motivo de risas para las personas blancas a su alrededor, diferente, excéntrico, escandaloso y ridículo; siendo generalmente utilizada la diferencia de idiomas como motivo para considerarles como personas menos inteligentes (siendo que manejan por lo menos dos idiomas diariamente para sobrevivir).

Igualmente, los estereotipos que criminalizan y sexualizan a las mujeres latinas están presentes de manera frecuente en producciones populares: latinas relacionadas al narcotráfico, a la comercio sexual y a actividades ilícitas, y también latinas que son consideradas como un peligro para las mujeres blancas en el ámbito social, al mostrar cuerpos con curvas prominentes y generalmente con atuendos que ayudan a resaltar esta característica.

Entonces, es así como se puede vislumbrar que la relación que se establece entre esta percepción de la mujer latina y las producciones cinematográficas dentro de los medios de comunicación masiva no es azarosa ni sin precedentes.



Fig. 5: *From dusk till down* (Rodríguez, 1996).

Fig 6: *Baby Driver* (Wright, 2017).

Como se expone anteriormente, existen diversos estudios realizados por académicos y académicas que dan cuenta, desde la variedad de sus disciplinas, del efecto que tienen los medios de comunicación en la perspectiva que se tiene del mundo. En el caso mencionado, la perspectiva de los creativos estadounidenses se distribuye globalmente, es decir, llegan a los hogares de miles de familias de diferentes países para quienes, en ocasiones, la TV es la única forma en la que interactúan con una persona latina, convirtiéndose ésta en la única oportunidad en la que aprenden y perciben a las latinas en general (Arellano, 2017).

El hecho de que se presenten a las latinas a través de estereotipos no solo resulta preocupante por este motivo, sino que también nos lleva a preguntarnos: ¿Si el mundo ve así a las latinas, cómo se autoperciben las latinas? **La escasa y equívoca representación de la mujer latina en los medios puede tener un efecto negativo en la autopercepción de las jóvenes del mismo origen y, por lo tanto, en la construcción de sus identidades**, donde la constante exposición a personajes que caracterizan a la comunidad latina como personas flojas, violentas, maleducadas y criminales no solo pueden llevar al resto de etnias a atribuir estas características a latinos y latinas, sino que también puede hacer que las espectadoras latinoamericanas perciban negativamente a su propia comunidad y a ellas mismas, resultando en una baja de su autoestima (Rivadeneira et

al., 2007), pudiendo así considerarse como vulneración a sus derechos el perpetuar este tipo de narrativas, lo que conduce este estudio a interrogantes como: ¿qué efectos ha tenido este fenómeno social en la etapa de desarrollo de nuestras identidades y el hecho de crecer rodeadas de estos estereotipos?

Así, **la importancia de desarrollar proyectos para el bienestar de las jóvenes latinas se establece como una prioridad, y la detección de oportunidades para diseñar un mundo mejor para las futuras generaciones de mujeres adquiere una relevancia comprobable.**

2.2 LA MUJER LATINA EN LA INDUSTRIA

Esta problemática de representación no solo repercute en la estereotipación de personajes femeninos latinos en películas o series, sino que también en la presencia de mujeres en los roles creativos que existen alrededor de estos medios, es decir, **hay un notorio sesgo de género en cuanto a la mujer latina tanto dentro como fuera de la pantalla**. Un ejemplo es la cantidad de mujeres que han sido reconocidas por La Academia en categorías como Mejor Dirección, donde en 93 años sólo siete mujeres han sido nominadas en la categoría (Desta, 2021) y sólo dos han ganado el galardón*. Es importante aclarar que este problema de representatividad no es producto de la falta de talento ni de capacidades de las mujeres audiovisuales, sino que demuestra la discriminación laboral dentro del ámbito audiovisual.

¿Por qué las mujeres no están contando sus propias historias? Y, con mayor relevancia para este informe, **¿por qué las mujeres latinas no están ocupando estos espacios de representación dentro y fuera de la pantalla?** Esta misma pregunta la podemos encontrar en un contexto narrativo similar, a partir de las reflexiones plasmadas por Virginia Woolf en *Una habitación propia* (2016/1929), donde podemos establecer la relación entre la invisibilización de la

figura femenina dentro del espacio creativo y la necesidad del varón por posicionarse por sobre estas. Los creativos hombres se han encargado hace varias décadas de narrar a las mujeres, de contar historias acerca de ellas, poemas, investigaciones, reflexiones y un sin fin de material, pero parecen no presentar “más calificación aparente que la de no ser mujeres” (Woolf, 2016/1929, pp. 39). Así, la perspectiva de la mujer sobre la mujer ha sido históricamente ignorada donde, tanto la literatura, como las ciencias y el cine, se han encargado de omitir su existencia, lo cual no implica que no existan realmente **¿Es realmente acertada la perspectiva que instala sobre nosotras como latinas un hombre blanco privilegiado?** Porque, ¿cómo se construye un personaje sin saber profundamente o sin haber vivido lo que queremos transmitir acerca de este, sin saber su trasfondo o su historia? Quizás, como Woolf postula, “si ellas se ponen a decir la verdad, la imagen del espejo se encoge; la robustez del hombre ante la vida disminuye” (Woolf, 2016/1929, pp. 51), porque ¿cómo podría el hombre blanco sentirse grande sin el poder que le atribuye el verse superior a las mujeres latinas, es decir, el sentir que un gran número de la población mundial es inferior a su persona?

El hecho de que los personajes femeninos latinos sean creados por hombres estadounidenses no es casualidad. Según el estudio realizado por Constable (2019), la presencia de mujeres en los roles tras producción cinematográfica

* Kathryn Bigelow en 2010 por *The Hurt Locker* y Chloé Zao en 2021 por *Nomadland*.

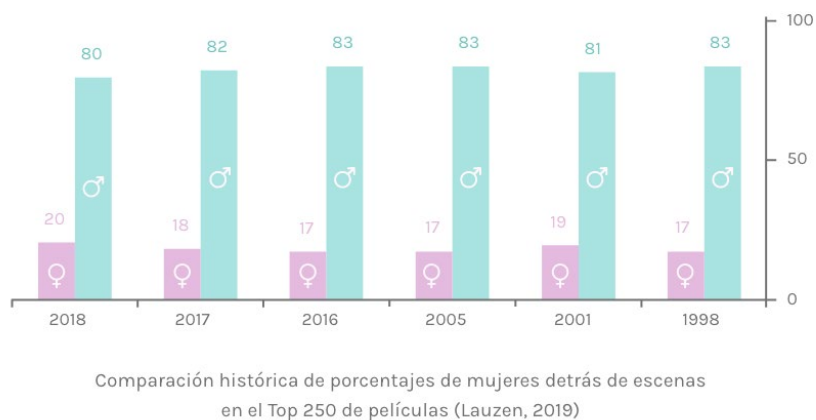


Fig. 7: (Lauzen, 2019).

es históricamente baja en comparación a la presencia masculina, factor que por un lado afecta laboralmente a las mujeres en cuanto a las oportunidades que se les otorgan para surgir dentro de la industria, y que por otro afecta a las futuras generaciones y la falta de modelos a seguir visibles dentro de la misma ya que, según un estudio de Center for the Study of Women in Television and Film (Lauzen, 2019), las películas con mujeres como directoras contratan a más mujeres y minorías para aquellos trabajos de producción con hombres como directores.

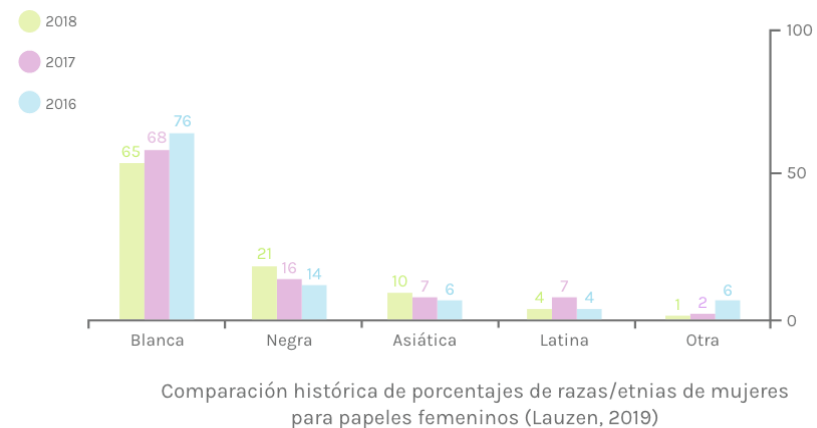


Fig. 8: (Lauzen, 2019).

Asimismo, de acuerdo con la Dra. Lauzen (2019), la representación femenina de etnias/razas en papeles importantes en pantalla favorece en su gran parte a mujeres blancas, o cual denota la importancia de plantear este proyecto en base a un feminismo interseccional, evitando así caer en la tendencia comercial y la mirada privilegiada del *white feminism* o el feminismo hegemónico, priorizando la visibilización diversa de etnias, culturas y sectores socioeconómicos, de acuerdo con las múltiples realidades que componen a la comunidad latina

2.3 PLATAFORMAS DE STREAMING

A partir de la investigación expuesta, cabe preguntarse: **¿Cómo se han percibido las adolescentes latinas a lo largo de la construcción de sus identidades, con qué referentes logran realmente identificarse y qué implicancias tiene esto en sus oportunidades de desarrollo hacia la vida adulta?** ¿Qué importancia tiene la diversidad cultural de los referentes dentro de las producciones audiovisuales de alcance global y cómo esto afecta a las adolescentes latinas?

Si bien, los estudios analizados se enfocan en la realidad de juventudes en diásporas en E.E.U.U, las producciones a las que se ve expuesta la población sudamericana y, particularmente para este estudio la población chilena, no son muy diferentes. Esta exposición se ha visto reforzada gracias a que los estrenos de películas y series anglosajonas y europeas llegan cada vez más rápido a nuestras pantallas a través de servicios de streaming como Netflix, Amazon Prime Video y Disney+, entre otras, siendo éstas las plataformas preferidas por los chilenos durante este último año (Jelly, 2021).

¿Qué servicios de **streaming** tienes hoy?
(puedes marcar más de uno)

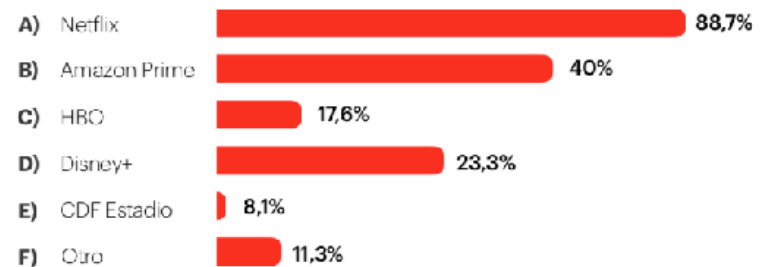


Fig. 9: (Jelly.cl, 2021)

Para corroborar estos datos específicamente enfocado en el usuario objetivo de este proyecto, se encuestaron a jóvenes chilenos/as sobre el uso de las plataformas de streaming, donde un 83,3% de las respuestas corresponden a mujeres y más de la mitad de los/as jóvenes se encontraban en un rango etario entre los 17 y 24 años de edad. Asimismo, estos/as declaran que **Netflix es la plataforma más utilizada por ellos/as (98,5%), seguido de Disney+ (56,1%) y Amazon Prime Video (51,5%)**. Además, la mayoría declara valorar positivamente a una plataforma de streaming por su amplia variedad de películas y series, donde también la mayoría declara usar la plataforma específicamente para ver series 2 a 3 veces por semana (40,9%). Estos datos demuestran entonces que los jóvenes de nuestro país considerados dentro de la generación z o gen z, presentan un uso frecuente de este tipo de plataformas para ver series y películas.

Este proyecto se enmarca en el desarrollo de las adolescentes de latinoamérica, específicamente de las adolescentes chilenas, por lo que se decide estudiar a la denominada *gen z*, la que incluye a todos los jóvenes que nacieron entre los años 90s y los primeros años de 2000 (aún no se determina específicamente qué años comprende). Jóvenes que están en sus últimos años de estudios y al borde de comenzar una vida adulta, viéndose enfrentados a todos los desafíos que esta etapa conlleva, y caracterizados principalmente por ser nativos digitales (Domínguez, 2016).

A partir de esta información, se puede demostrar la poca representatividad de la mujer latina en el contenido cinematográfico que la mayoría de las personas de nuestro país está consumiendo actualmente. Esto lleva a plantear interrogantes que impulsan este proyecto, tales como: ¿somos invisibles las mujeres latinas para el resto del mundo tal como lo somos para la industria cinematográfica? ¿Es posible para las jóvenes latinas desarrollar una identidad que celebre su propia cultura al contar con tan pocos referentes en la audiovisualidad contemporánea de sus cotidianos? ¿Cómo fortalecer la autopercepción positiva de las jóvenes latinas como tales si no contamos con el reconocimiento necesario tanto dentro como fuera de la pantalla?

3.

Diseño y narrativa

Es entonces, la problemática detectada en la cultura cinematográfica lo que impulsa este proyecto, donde se busca visibilizar esta realidad a través del diseño, para comenzar a otorgarle el espacio que las jóvenes latinas merecen ocupar en el mundo, porque es su derecho como personas ser reconocidas en el mundo en el que efectivamente existen. Es necesaria una transición a un futuro que las reconozca con la multiplicidad de características, talentos, aspectos y aspiraciones que realmente poseen.

¿Cómo se puede diseñar un dispositivo de transición con el propósito de lograr una adecuada representatividad de la mujer latina y así contribuir a un desarrollo identitario que celebre la cultura de las jóvenes latinoamericanas?

Al referirnos a un dispositivo de transición, es importante aclarar dos factores que nos ayudarán a entender la relación de este concepto con la problemática abordada.

3.1 NEURONAS ESPEJO

Como seres humanos, forma parte de nuestra naturaleza el empatizar e identificarnos con los personajes que vemos en pantalla, ya que somos capaces de reflejar las emociones del otro por acción de las llamadas neuronas espejo. El instinto humano de supervivencia que nos lleva a imitar al otro, aún cuando estamos frente a un otro ficticio dentro de una pantalla, nos convierte según Volpi (2011) en *espectadores camaleón* al ser capaces de mimetizar nuestras emociones con la de los personajes y empatizar con ellos como espectadores.

Asimismo, Campbell (1959) explica el uso de las narrativas desde la relación entre los rituales realizados durante las épocas primitivas del ser humano y los sueños significativos que el subconsciente trae al presente, donde ambas situaciones involucran la creación de narrativas que tienen como objetivo guiar al ser humano a través de las diferentes transiciones que experimentará durante su vida como, por ejemplo, la madurez. Esta primitiva tendencia del ser humano a crear narrativas, le conducirá posteriormente al recurrir al *camino del héroe** para construir las historias que hoy en día forman parte de la cultura colectiva popular, como lo son las películas y series.

* Es decir, un ser que se enfrenta a una travesía en la cual deben derribar un obstáculo final importante para, finalmente, crecer o trascender a una figura superior en comparación a quienes eran al principio.

3.2 NARRATIVAS COMO DISPOSITIVOS DE TRANSICIÓN

Al ocupar el término dispositivo de transición, da cuenta de la necesidad de generar proyectos que signifiquen una transformación social, para conducir a la sociedad hacia un escenario futuro con mejores condiciones de vida y desligado de los modelos de vida sociales dominantes del ahora, luchando por las transformaciones que se creen necesarias para lograrlo (Escobar, 2016).

El aprendizaje a partir de las narraciones a las que nos vemos constantemente expuestas como seres humanos es prácticamente inevitable desde tiempos remotos, como se explica anteriormente, por lo que dentro de este marco de representación estereotípica y neuronas espejo es que podemos empezar a encajar la problemática que este proyecto presenta, al examinar desde una perspectiva feminista e inclusiva, la intersección de vulneraciones que a las mujeres latinoamericanas experimentan tanto en pantalla como fuera de esta en cuanto a su género, raza, etnia, sexualidad y clase (Báez, 2007) al otorgarles culturalmente características que las encasillan en un personaje estereotípico y unidimensional dentro del imaginario del resto de las personas y de ellas mismas. Las narrativas expuestas por los medios como películas o la TV, encasillan a la comunidad latina al ser “demonizadas, sexualizadas, culpadas o desacreditadas dentro del imaginario estadounidense” (Castañeda, 2018, pp.5), donde incluso se puede destacar la sexualización de

los cuerpos de las jóvenes latinas y la atribución exótica que se les otorga a partir de la normativa heterosexual blanca, y la significación de sus cuerpos como madres o mujeres fértiles, domésticas o que carecen de poder, fenómeno que se podría considerar como una colonización simbólica (Molina-Guzman, 2010).

3.3 DISEÑAR NARRATIVAS DE EMPODERAMIENTO FEMENINO

El cómo generar este dispositivo de transición a través del diseño se explora en este proyecto a través de la narrativa y los datos. Tal como Kirk (2016) define, la visualización de datos es “la representación y presentación de datos para facilitar su entendimiento” (p. 31) y plantea esta disciplina como un campo multidisciplinario que “ofrece una oportunidad y un desafío únicos” (p.17). Es por esto entonces que la recolección de datos, su representación y la asignación de significados a éstos a través de una narrativa, se considera como una alternativa para abordar la problemática desde el diseño, al estar enfocada principalmente en la comprensión y la construcción de conocimiento de sus usuarios.

El diseñar un dispositivo que entregue información acerca de la problemática planteada materializa la importancia de su causa y, tal como postulan Solórzano y Yosso (2002), el visibilizar las injusticias que significa la invisibilización de la mujer latina a través de la exposición de datos que respalden esta denuncia de forma visual, puede empoderar y entregarles herramientas al otorgar un mejor entendimiento de esta información a las jóvenes latinas, permitiéndoles tomar acción y voz al exigir sus derechos.

El diseño de visualizaciones tiene como objetivo, al igual que este proyecto en cierta dimensión, entregar conocimientos, enfocándose principalmente en el proceso de entendimiento de sus usuarios, es decir, en el percibir (qué es lo que muestra),

interpretar (qué significa) y comprender (qué significa para mí), poniendo énfasis en aspectos fundamentales del buen diseño como asegurar que sea una visualización confiable en cuanto a la legitimidad de la data que entrega y la apariencia que esta adopta en el diseño, accesible en cuanto a la disposición de esta data en el espacio disponible y la forma en que se le otorgan significados; y elegante en cuanto al estilo que se utiliza y el equilibrio que se debe lograr entre legibilidad y expresión estética (Kirk, 2016).

Además, las visualizaciones de datos presentan una diversidad de posibilidades técnicas al momento de ser representadas, donde destaca la interactividad como una herramienta importante para involucrar al usuario en el proceso de construcción de conocimiento, reforzando así la accesibilidad de las personas a la información que se pretende entregar y otorga una experiencia al proceso de entendimiento con la condición que no o obstruya (Kirk, 2016).

Es así como este proyecto considera como una oportunidad desarrollar una visualización de datos para componer este dispositivo de transición mencionado anteriormente a través de la creación de una narrativa, considerando su importancia en el proceso de construcción de conocimiento de los seres humanos, para así abordar la necesidad de dar espacio a la mujer latina para empoderarse haciendo visible un problema que alude a sus identidades y que afecta su proceso de desarrollo como seres humanos.

Proyecto

1. HUMAN-CENTERED DESIGN

Es importante para la realización de este proyecto la constante participación de las usuarias en el proceso creativo. Esto, de acuerdo a lo planteado por Escobar (2016) con respecto a involucrar a las comunidades en el diseño de sus propias transiciones hacia un futuro óptimo, donde la diseñadora adquiere una postura simétrica respecto a las usuarias, sin posicionarse como *experta*.

Para lograr aquello, se utilizaron variadas metodologías participativas para lograr los objetivos que se pretenden cumplir: involucrar a la usuaria, obtener datos sobre la perspectiva latina y el cine; y la creación de una narrativa para transmitir el mensaje principal planteado.

El desarrollo de este proyecto se basa principalmente en la necesidad de transmitir a un usuario objetivo un contenido de relevancia para su propio bienestar, por lo que las decisiones de diseño que se toman a lo largo de su trabajo están enfocadas en **las usuarias**, por lo que se utilizará la metodología *Human-Centered Design* de IDEO rescatando la idea de que la clave para llegar a una solución social se encuentra en las mismas personas que enfrentan los problemas en cuestión (IDEO, 2015) quienes son, en este caso, las adolescentes chilenas a las que está dirigido en primera instancia el dispositivo. Esto, a través de actividades e instrumentos que permitan tanto el entendimiento de las usuarias como instancias de co-diseño con estas, pretendiendo una interacción más cercana con sus necesidades y, así, acceder a mejores resultados en cuanto a la experiencia final. Con el motivo de cumplir con los objetivos específicos planteados (los cuales se podrán ver más adelante en este escrito), se utilizarán las tres fases principales de trabajo propuestas en la metodología para organizar las actividades a realizar: *Inspiración, Ideación e Implementación*.



INSPIRATION

In this phase, you'll learn how to better understand people. You'll observe their lives, hear their hopes and desires, and get smart on your challenge.



IDEATION

Here you'll make sense of everything that you've heard, generate tons of ideas, identify opportunities for design, and test and refine your solutions.



IMPLEMENTATION

Now is your chance to bring your solution to life. You'll figure out how to get your idea to market and how to maximize its impact in the world.

Fig. 10: Esquema Human-centered design (IDEO, 2015).

La primera etapa de este proyecto: *Inspiración*, responde al ambiente hostil al que se enfrenta la mujer latina dentro del rubro cinematográfico, donde sus oportunidades se ven limitadas a los sesgos de género y el poder adquisitivo de sus pares masculinos, junto con las acciones colonizadoras que ha aplicado la industria dominante sobre la representación de las jóvenes latinas, como es expuesto anteriormente.

Para corroborar este tipo de experiencias, se analizaron

dos áreas: el rubro audiovisual chileno y la crítica cinematográfica internacional.

Con respecto al rubro audiovisual chileno y las jóvenes del mismo país, se decidió recurrir a las mismas mujeres involucradas en este campo de experiencia. Para esto, se convocó a un grupo de jóvenes chilenas que estén relacionadas de alguna manera al rubro audiovisual (actrices, directoras, camarógrafas, guionistas, etc.) para identificar interacciones críticas dentro de su cotidiano en la industria y para conocer su perspectiva de la problemática planteada como expertas en el tema.

Por otro lado, para analizar la crítica cinematográfica internacional y la interacción de las usuarias con ésta, se utilizan dos tipos de encuestas a lo largo del proyecto. Se obtienen los datos de una encuesta realizada previamente para un proyecto investigativo (Viñales, 2020) aplicada a adolescentes chilenas entre los 18 y 26 años con respecto a películas y series de *Coming of Age** y el feminismo, donde se pueden observar patrones que se repiten en el relato de experiencias vividas durante su adolescencia en relación a la influencia de este tipo de narrativas. La segunda encuesta

* Género fílmico enfocado específicamente en la etapa adolescente y la transición a la vida adulta.

se aplica a adolescentes que residen en Chile, independiente de su sexo, entre los 13 y 28 años de edad, para conocer la relación que se establece en la realidad chilena con las películas, las series y las plataformas de streaming disponibles en su realidad. Con el conjunto de estos datos se pretende identificar interacciones clave de las usuarias con las narrativas, poniendo especial énfasis en los significados culturales que implica la industria cinematográfica en sus vidas.

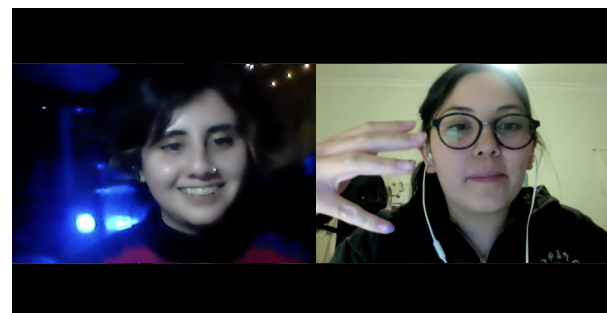
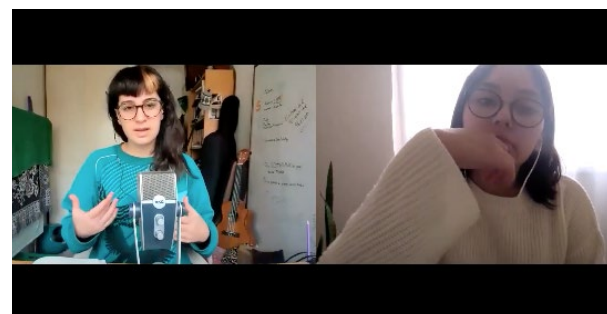
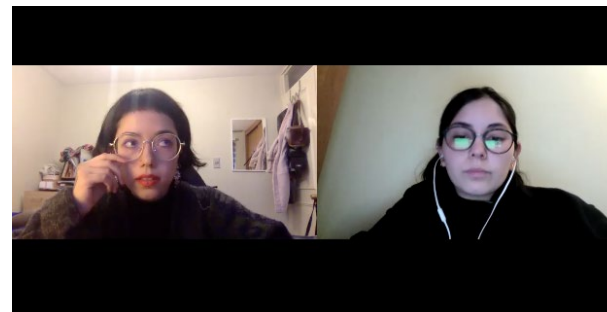


Fig. 11-13: Entrevistas realizadas a mujeres audiovisuales (creación propia, 2021).

2. FRAMING ANALYSIS

Luego, para la etapa de *Ideación*, se plantea el uso de otra metodología de trabajo para realizar el análisis de ciertas producciones cinematográficas escogidas para la investigación, a partir de la técnica de framing propuesta por Arellano (2017), que consiste en la utilización de estereotipos (fig. x) establecidos dentro de la cultura fílmica con respecto a la población latinoamericana y analizar una cantidad determinada de producciones para corroborar qué tan frecuente es su utilización y, por lo tanto, qué tan frecuente están presentes en el cotidiano de las espectadoras.

Para efectos de este proyecto se decide seleccionar producciones cinematográficas consideradas como las más populares en globalmente según los datos extraídos de plataformas de bases de datos especializadas en la cultura cinematográfica como IMDB*, FilmAffinity y Rotten Tomatoes. Al igual que Arellano, se utilizarán los tropos preestablecidos por la autora de acuerdo a lo observado durante el análisis de producciones.

* Internet Movie Database

3. NARRATIVA VISUAL Y DATA HUMANISM

Por último, para la fase de Implementación, se plantea el uso de una Visualización de Datos para exponer la información recolectada y que se quiere transmitir a través de una narrativa. Para lograrlo, se emplean dos metodologías que permitirán construir la experiencia de entendimiento del contenido: La Narrativa visual y *Data humanism* (Lupi, 2016).

Las visualizaciones de datos y el *storytelling* han sido dos recursos que, a través de diferentes disciplinas, se han utilizado de forma complementaria para generar una narrativa con respecto a la información que se quiere transmitir, con el motivo de que sus espectadores o lectores puedan involucrarse más en el proceso informativo. Las diversas herramientas disponibles en la actualidad, sobretodo en el ámbito digital, le permiten a sus diseñadores establecer o predeterminar diferentes instancias informativas que se componen muchas veces de interacciones entre el usuario y la visualización, como instancias explorativas o incluso que involucran información personal del propio usuario, como su ubicación, sexo, nacionalidad, edad, entre otros campos. También permite variar la estructura narrativa de los datos, es decir, una narrativa lineal ya no es la única opción, y el aspecto en el que los datos se presentan.

El uso de la combinación de narrativas y gráficas interactivas ha presentado entonces un nuevo desafío en el área del

diseño: el desarrollar herramientas que potencien las diversas formas de contar historias con datos visuales (Segel & Heer, 2010). Para efectos de este proyecto, se considerará la narrativa como una forma de comunicar ciertos sucesos de manera que se logre una conexión entre estos en un orden determinado (Segel & Heer, 2010), por lo que se puede aplicar un proceso de diseño al construir la estructura que la narrativa toma de acuerdo a las interacciones que se pretendan lograr en relación a su receptor, considerando los factores visuales y su diagramación para generar una experiencia.

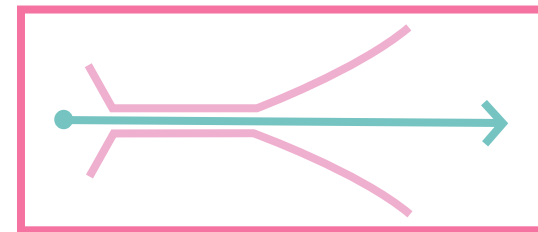
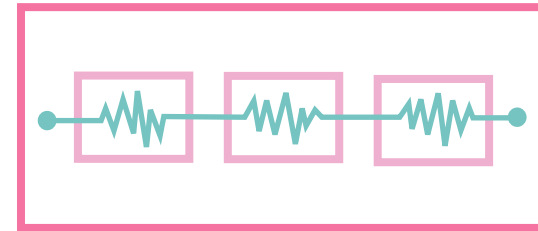


Fig. 15 y 16: (Segel & Heer, 2010).

Author-Driven	Reader-Driven
Linear ordering of scenes	No prescribed ordering
Heavy messaging	No messaging
No interactivity	Free interactivity

Fig. 14: Esquema author-driven y reader-driven (Segel & Heer, 2010)

De acuerdo a Segel & Heer (2010), al generar una narrativa visual, se deben crear un balance entre los componentes interactivos que esta presenta a su usuario, determinando así un espectro entre las narrativas *author-driven* (manejadas por el autor) y *reader-driven* (manejadas por el lector) (Segel & Heer, 2010).

Al ser un espectro, no hay una regla estricta en cuanto a su uso, por lo que para la creación de la experiencia digital de este proyecto se combinan herramientas para generar una narrativa híbrida: en algunas partes manejada por la diseñadora, como el orden lineal de las escenas, y en otras

manejada por las usuarias, involucrando interactividad y un orden de acuerdo a su preferencia, aludiendo a una combinación entre *Martini Glass Structure* (fig.15) y la estructura *Interactive Slideshow* (fig.16) de Segel & Heer (2010).

Por otro lado, para esta etapa del proyecto se utiliza la metodología *Data Humanism* presentada por la diseñadora de visualizaciones de datos Giorgia Lupi, la cual cuestiona la impersonalidad con la que la data es recolectada técnicamente en este tipo de investigaciones, y busca implementar el diseño en la forma de recolección de datos de acuerdo a lo que, según Lupi (2016), estos representan: conocimiento, comportamientos y personas. Además, postula una segunda ola de la visualización de data que pone la personalización en primera instancia, es decir, las formas en que cada visualización es más única e íntima.

Dentro de las herramientas que Lupi utiliza para su trabajo se encuentra el dibujo análogo de los datos, combinando formas geométricas, símbolos y combinaciones de colores para así producir contenido único y crear significados, proceso que también permite reflexionar sobre la información con la que se está trabajando y las diferentes perspectivas en las que puede ser analizada. Así, pretende conducir a sus usuarios a través de una narrativa visual diseñada específicamente para el tópico en el que es aplicada lo que, por supuesto, requiere trabajar en un lenguaje que debe ser transmitido al receptor para asegurar que éste posea los conocimientos

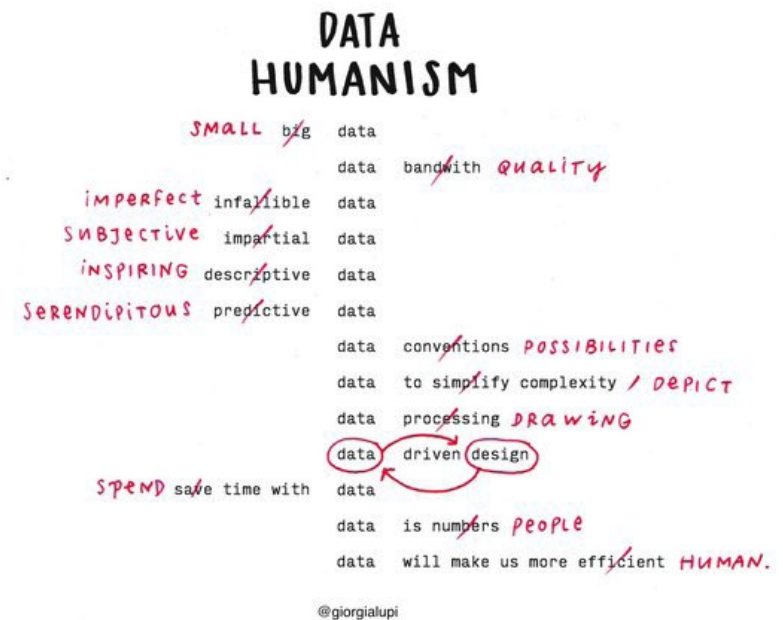


Fig. 17: Visual manifesto (Lupi, 2016).

necesarios para enfrentarse a la experiencia y así lograr un entendimiento pleno del mensaje.

Son estas las herramientas que se destacan en la metodología de Lupi para utilizarlas en este proyecto, donde se fabricaron análogamente el sistema que representa los datos recolectados de las bases de datos cinematográficas, con el propósito de generar una conexión más personal con el contenido que se le entregará a las usuarias, teniendo en cuenta los principios de Lupi, incluso el pensar que realmente la data no es perfecta y es hecha por seres humanos, posicionando a la diseñadora en una relación más empática con sus usuarias y no como un ser que posee la verdad absoluta de la historia que cuenta a través de los datos.

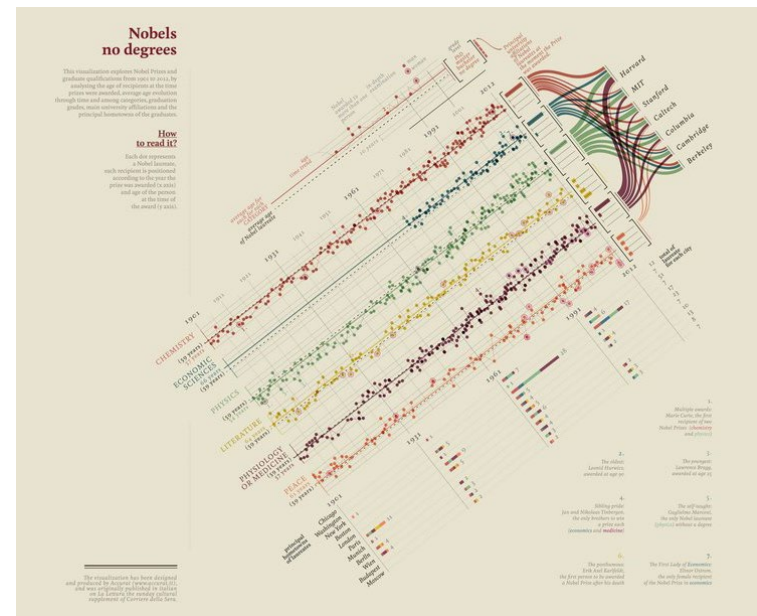
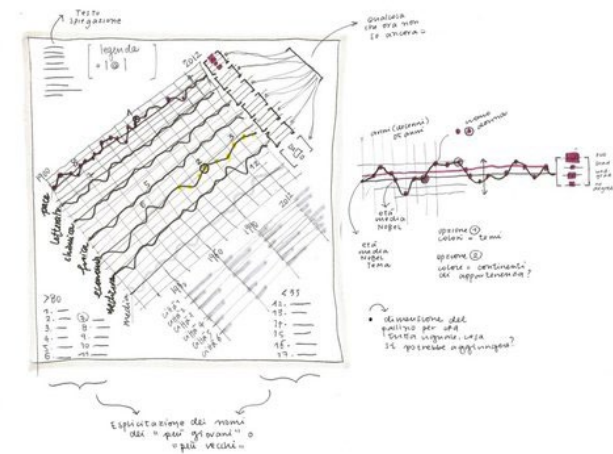


Fig. 18 y 19: Proceso de registro de datos y resultado final (reprectivamente) (Lupi, 2016).

IV.

Referentes

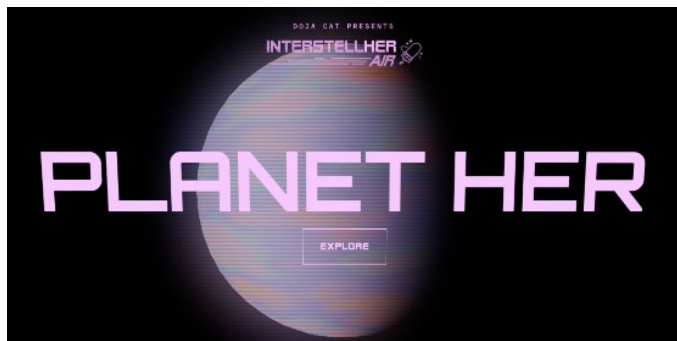
1. POTENCIAR NARRATIVAS FEMENINAS

Los referentes utilizados para este proyecto responden tanto a los aspectos formales/técnicos de la propuesta, como conceptuales:

Con el motivo de guiar este trabajo a través de una narrativa que ponga en valor las historias de mujeres para combatir la invisibilización histórica de este grupo, se utilizaron como referentes el libro *Mujeres Bacanas Latinas* (Plant et al., 2019) y el kit de libro y cartas *The Literary Witches Oracle* (Kitaiskaia & Horan, 2019), donde ambos proyectos tienen como objetivo entregar un producto que visibiliza las historias de mujeres de varias partes del mundo, con la intención de instalarlas como referentes positivos para mujeres, respondiendo a la necesidad de más referentes como tales en el entorno cultural global. Específicamente, *Mujeres Bacanas Latinas* tiene como usuarias objetivo a jóvenes de latinoamérica, abordando una problemática similar a la que plantea este proyecto.



Fig. 20 y 21: (de izq. a der.) *Mujeres bacanas latinas* (Plant et al., 2019) y *The Literary Witches Oracle* (Kitaiskaia & Horan, 2019).



2. DESARROLLO DE UNA VISUALIZACIÓN Y/O NARRATIVA DIGITAL

Haciendo referencia a la construcción de un dispositivo digital, para el montaje del prototipo de este proyecto se utilizaron principalmente como referentes los proyectos *The Quipu Project* (Court et al., 2015) y la página web *visitplanether.com* (Zandile Dlamini & Sony Music Entertainment, 2021), creada por la cantante Doja Cat para introducir a sus fanáticos en una experiencia digital relacionada con su nuevo álbum: *Planet Her*. Ambos dispositivos web ofrecen a sus usuarios experiencias compuestas de visualizaciones con instancias interactivas para involucrar a éstos en el desarrollo de la narrativa digital. Además, *The Quipu Project* cuenta con una innovadora forma de presentar datos, diseñada específicamente para visibilizar la problemática observada en un grupo determinado de mujeres peruanas.

Fig. 22: Captura de *The Quipu Project* (Court et al., 2015).

Fig. 23 y 24: Capturas de *visitplanether.com* (Zandile Dlamini - Sony Music Entertainment, 2021).

3. RELACIÓN DEL USUARIO CON SU IDENTIDAD

Por último, a partir de la problemática detectada se escogen como referentes también los libros infantiles *Topito terremoto* (Llenas, 2017) y *Fish is Fish* (Lionni, 1970) que, a partir de la creación de una narrativa dirigida a un público infantil, pretenden contribuir a acabar con los estigmas instalados arbitrariamente acerca del proceso de aprendizaje, el saber y la identidad de cada infante, para así otorgar una perspectiva positiva a sus usuarios acerca de, en el primer caso, la hiperactividad y, en el segundo caso, sobre las diferentes experiencias previas de cada persona.



Fig. 25 y 26: Topito terremoto (Llenas, 2017).

Fig. 27: Fish is fish (Lionni, 1970).

V.

Antecedentes

1. BRUISES - THE DATA WE DON'T SEE

Este proyecto, realizado por Giorgia Lupi y Kaki King (2017) pretende contribuir a la expresión de sentimientos de King durante el tratamiento de la condición médica que padece su hija, Trombocitopenia inmunitaria*, permitiéndole registrar los datos que en una visualización tradicional no se podrían plasmar. A través de su método de Data Humanism, Lupi utilizó figuras y colores para registrar datos a través de los días, como los momentos positivos, el nivel de miedo y de esperanza de King del 1 al 10, entre otros. Lupi creó una simbología para cada dato, formando con cada símbolo una parte de una flor, donde cada pétalo simboliza 1 día y cada conjunto de pétalos un grupo de días entre el tratamiento en el hospital.

Lupi, sin la intención de aplicar un método científico en su investigación, sí utiliza la representación de datos con el motivo de visibilizar lo invisible para algunas personas: la naturaleza humana y los sentimientos que puede involucrar una enfermedad. Así, pretende que la data se utilice no solamente con fines científicos, matemáticos o de eficiencia, sino que también para sensibilizar respecto a un problema,

* Trastorno que afecta al sistema inmune. Dentro de sus síntomas se encuentran la aparición de moretones, puntos rojizos y morados en el cuerpo, junto con sangrado fácil y excesivo. Se produce por los niveles inusualmente bajos de plaquetas en la sangre (Mayo Clinic, 2021).

técnica que se rescata para la implementación del proyecto realizado en este escrito.

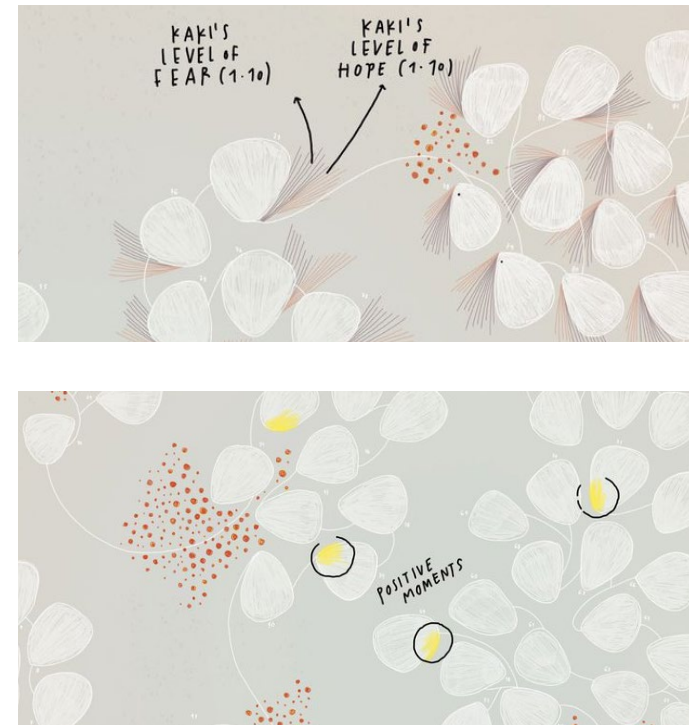
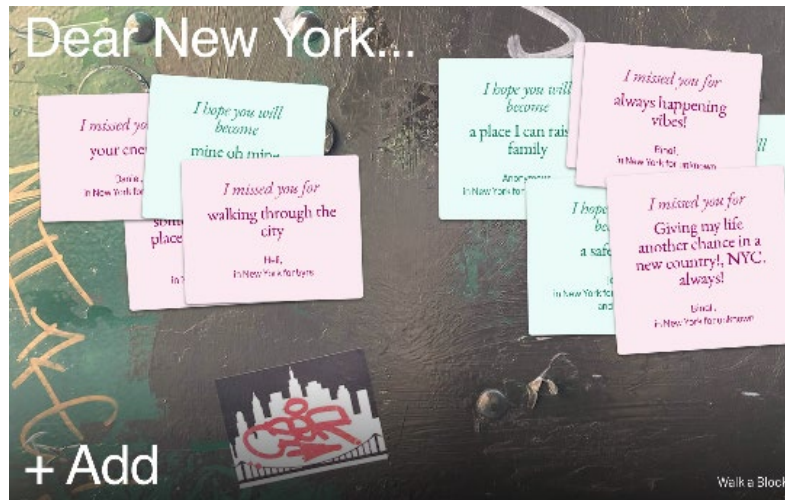


Fig. 28 y 29: BRUISES (Lupi, 2017).

2. DEAR NEW YORK



Nuevamente un proyecto impulsado por Lupi (2020) se utiliza como antecedente para este proyecto, ya que consta de una experiencia online interactiva que permite a sus usuarios registrar en un post it virtual sus sentimientos sobre la ciudad Nueva York a propósito de la cuarentena por COVID-19 bajo la cual estuvieron sus ciudadanos, interacción digital enfocada en sus usuarios que se rescata para la construcción del prototipo.



Fig. 30 y 31: Capturas de Dear New York (Lupi, 2020).

3. CINEMATRICS

Cinematics (Brodbeck, 2011) es un dispositivo digital que permite comparar películas a través de visualizaciones. El sitio web permite que sus usuarios interactúen con los datos para ir construyendo sus propias comparaciones a través de filtros aplicados a las acciones del sitio. Las visualizaciones fueron construidas a partir de los colores predominantes en cada fotograma (o frame) de cada película, utilizando una paleta de color a partir de cada capítulo que compone el audiovisual y otra paleta de color para el total del filme. También ha incorporado movimiento para representar la cantidad de movimiento que hay en cada escena, y al clicar sus usuarios pueden ver en detalle la escena a la que se alude en ese cuadro en particular.

Las características que se rescatan de este sitio apuntan principalmente al **uso de películas para crear una visualización interactiva**, herramientas que este proyecto explora para su creación, **junto con la recolección de datos y la aplicación de paletas de colores para que sus usuarios puedan construir sus propias comparaciones.**

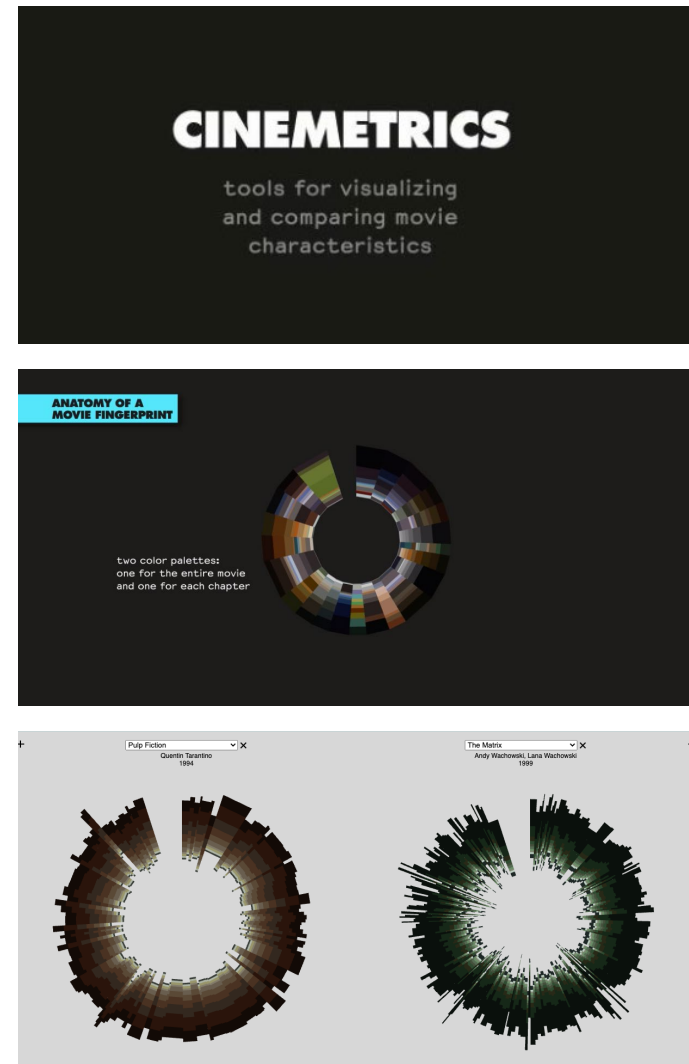


Fig. 32-34: Capturas de Cinematics (Brodbeck, 2011).

4.CINEMA REDUX

Un proyecto diseñado por Brendan Dawes (2012) que utiliza fotogramas de ciertas películas para crear un solo registro visual de esta, técnica que utiliza para crear piezas únicas para representar a cada película. Es así como se rescata este proyecto en relación al uso de los datos recolectados de una película para crear una nueva pieza visual que la represente.



Fig. 35 y 36: (Dawes, 2012).

5. ROCKY MORPHOLOGY

Proyecto realizado por el estudio de diseño de información Fathom (2013) que divide las películas de la serie cinematográfica Rocky (Avildsen, 1976) en 4 elementos clave en sus narrativas: pelea, pre-pelea, diálogo y entrenamiento. Utiliza un código de colores para representar cada elemento, los cuales representa a través de una barra, donde el tamaño de cada uno simboliza la cantidad de tiempo que ocupa cada uno en las seis películas de la franquicia.

Se rescata principalmente el uso del color para codificar elementos específicos de cada película, para así crear una pieza visual que entrega información a sus usuarios y que les permite interactuar con esta información a través de un medio digital, herramientas que son clave para la realización de este proyecto.

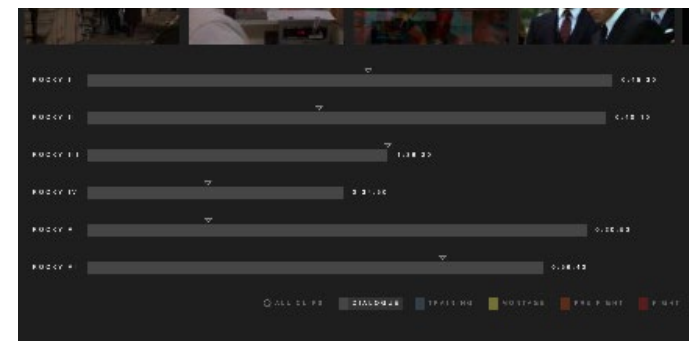
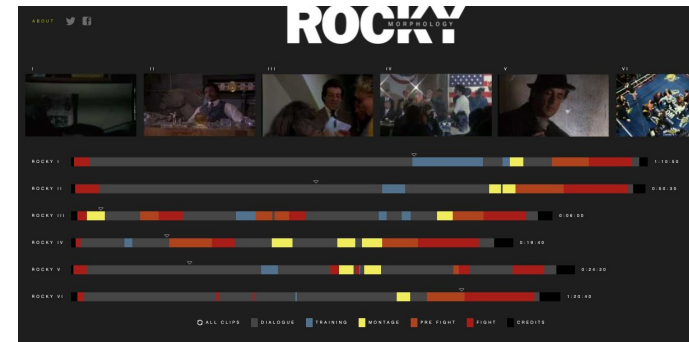


Fig. 37-39: Capturas de Rocky Morphology (Fathom, 2013).

VI.

Formulación del proyecto

DISPOSITIVO DIGITAL DE TRANSICIÓN HACIA LA REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES LATINAS

A partir de la investigación recopilada en este informe y las preguntas planteadas anteriormente con respecto a la construcción identitaria de las adolescentes latinas, los estereotipos que les involucran en las producciones cinematográficas y la invisibilización de sus figuras en estas, se propone un proyecto en base al diseño de un dispositivo digital de transición hacia la representación de las latinidades femeninas, el cual se pretende lograr a través de los siguientes postulados y objetivos:

¿Qué?

Experiencia digital compuesta de una narrativa visual interactiva, a través de una visualización de datos y afiches que reflejan la invisibilización de la mujer latina en diferentes producciones cinematográficas destacadas popularmente.

¿Por qué?

La globalización de las producciones cinematográficas provenientes desde la industria hollywoodense muestran una perspectiva estigmatizada de la realidad latina y femenina, limitándose a estas visiones estereotipadas comerciales que no dan cuenta de la diversidad de características que poseen las mujeres latinas, repercutiendo negativamente en la construcción de la identidad de las adolescentes latinoamericanas ante la invisibilización de referentes constructivos.

¿Para qué?

Problematizar y visibilizar la poca representación de las mujeres latinas dentro de una industria cinematográfica colonizada. Junto a esto, contribuir a generar un discurso de empoderamiento de las adolescentes latinas con respecto a la valoración de sus identidades.

Objetivo general

Contribuir positivamente en el proceso de construcción de identidad de las adolescentes latinas desde una perspectiva feminista interseccional, libre de los estereotipos de género, raciales y sociales impuestos a éstas dentro de la industria cinematográfica comercial dominante, a partir de la interacción y el diseño de una narrativa visual que problematice la falta de representación de la mujer latina en películas y series populares.

Objetivos específicos

1. Levantar información y analizar el contexto de la representación de la mujer latina y su relación con la autopercepción de las jóvenes de la misma cultura.

IOV: Revisión de literatura, sistematización de datos.

2. Reconocer las experiencias de mujeres latinas, tanto espectadoras como creadoras, y analizar las interacciones de éstas con las narraciones de sus propias historias.

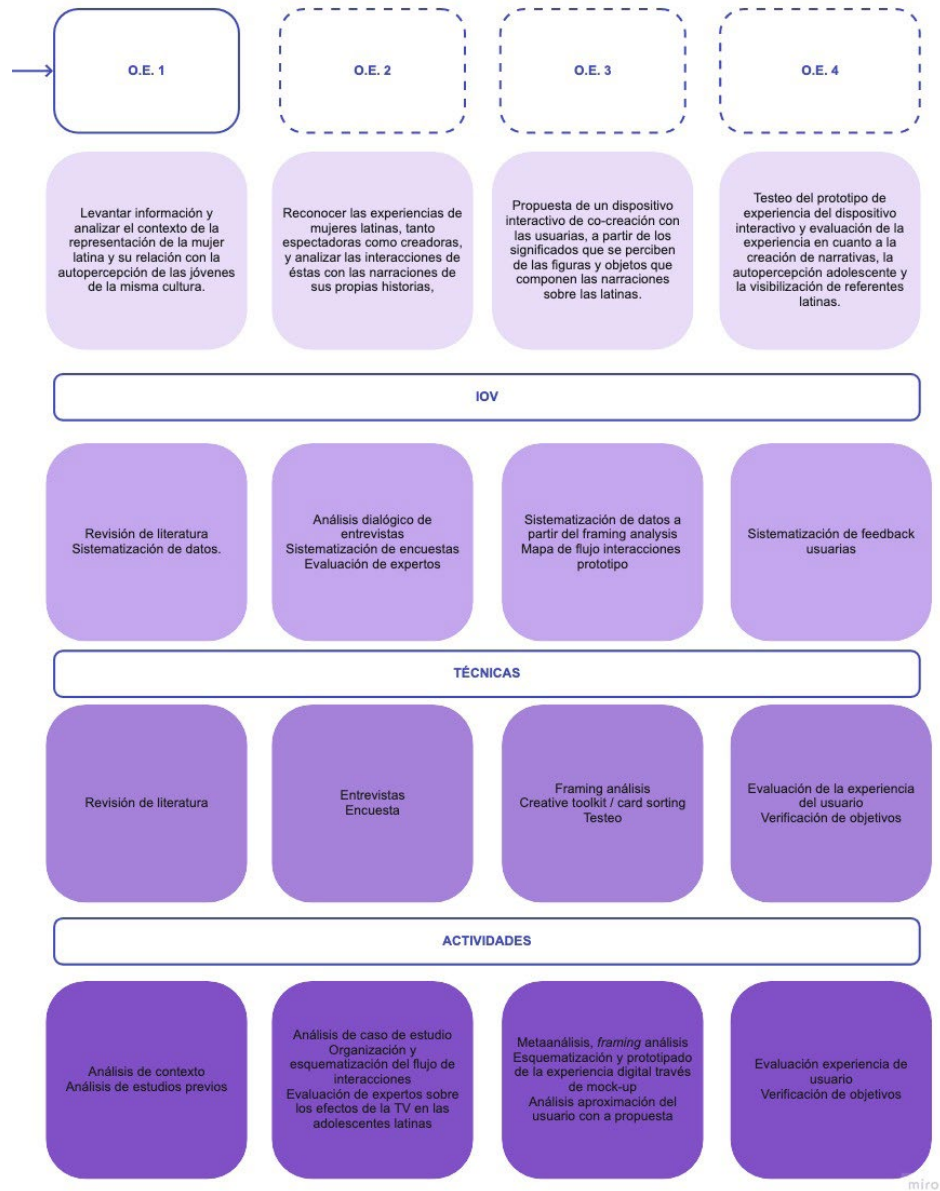
IOV: Análisis dialógico de entrevistas, sistematización de encuestas.

3. Propuesta de un dispositivo digital interactivo de co-creación con las usuarias, a partir de visualizaciones que se construyen en base a la representación de mujeres latinas dentro del cine popular.

IOV: Sistematización de datos a partir del framing analysis, mapa de flujo interacciones primer prototipo.

4. Testeo del prototipo de experiencia del dispositivo digital interactivo y evaluación de la experiencia en cuanto a la creación de narrativas y el empoderamiento a través de las visualizaciones.

IOV: Sistematización de feedback usuarias.



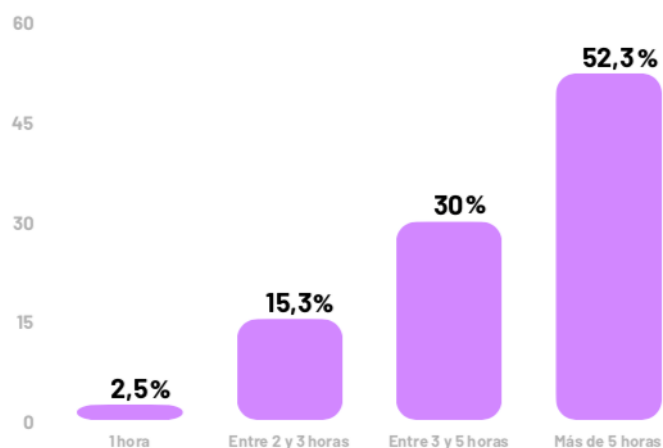
miro

Fig. 40: Esquema de creación propia (2021).

VIII.

Usuario
y contexto

Durante la pandemia, ¿cuántas horas usaste redes sociales cada día?



***El 58,5% de la Generación Z declara estar conectados a RRSS más de 5 horas cada día. Para los Millennials, ese porcentaje es de un 48,5%.**

Fig. 41: (Jelly.cl, 2021)

Las generaciones más jóvenes de mujeres en Latinoamérica exigen cada vez y con más fuerza una perspectiva feminista interseccional en sus entornos, manifestando una mirada crítica hacia las producciones audiovisuales disponibles en su entorno a través de la creación de contenido propio, el cual es posteriormente difundido en las diversas plataformas disponibles como Instagram o Tiktok, contribuyendo así a una rebelión digital y social que impulsa sus demandas por un cambio. Como se ha observado con el movimiento feminista, la visibilización en redes sociales de las vulneraciones que se interseccionan en las vidas de cada mujer en la actualidad ha adquirido fuerza dentro de estas demandas sociales, donde se destacan aquellas experiencias narradas por mujeres que se ven enfrentadas a una constante discriminación racial y socioeconómica, expuestas a una violencia sistemática a nivel global. **La masificación del contenido y el acceso rápido a la información ha permitido a las jóvenes del mundo el desarrollo de habilidades tanto creativas como de pensamiento crítico**, invitándolas cuestionar las formas tradicionales de creación de contenido y programación de la televisión (Castañeda, 2018).

Por lo tanto, se propone insertar este proyecto en un **contexto digital**, utilizando principalmente una web y la difusión en redes sociales. Este tipo de plataformas, además de contar con las herramientas necesarias para un constante desarrollo y la producción de un feedback al instante, facilita la llegada del contenido producido a una audiencia adolescente o perteneciente a la *gen z* (Jelly, 2021), generación que define a las usuarias objetivas a la que este proyecto apunta, más específicamente, se propone abordar a las **adolescentes y jóvenes chilenas, entre los 18 y 26 años** (debido a una mayor posibilidad de estudio e interacción en las actividades propuestas) interesadas en contenido activista feminista y/o en contenido relacionado a la industria cinematográfica, usuarias de redes sociales como Instagram o Tiktok y de plataformas de streaming.

IX.

Proceso de diseño

A partir de las metodologías descritas anteriormente, se propone el estudio del ambiente hostil al que se enfrenta la mujer latina dentro del rubro cinematográfico producto de las dinámicas laborales y sociales que perpetúan la discriminación de género característica de este campo de experiencia, junto con la sesgada representación de las mujeres latinas. Para esto, en primera instancia, se establecen 3 conceptos clave que engloban el proyecto con el propósito de facilitar la sistematización de la revisión de literatura (fig. 42): *identidad, cine y diseño*.

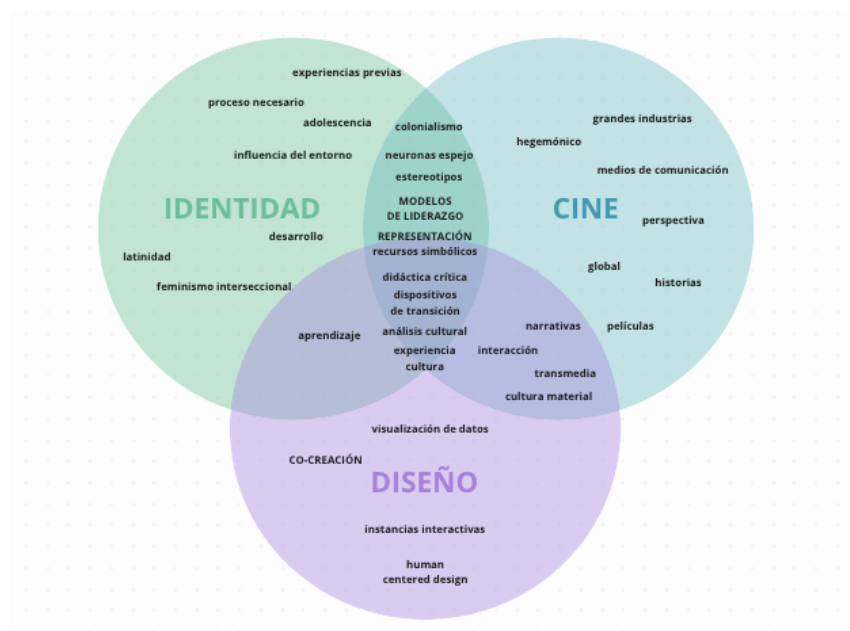


Fig. 42: Esquema de creación propia (2021).

Posterior a la revisión de literatura, se decidió analizar el rubro audiovisual chileno y a las jóvenes del mismo país involucradas en este campo de experiencia. Para esto, se convocó a un grupo de jóvenes chilenas relacionadas al campo audiovisual (actrices, directoras, camarógrafas, guionistas, etc.) para identificar interacciones críticas dentro de su cotidiano en la industria y conocer su perspectiva como expertas en el tema, estudio el cual se pudo rescatar **lo recurrente que era para las jóvenes la exposición a situaciones en las que se veían vulneradas por sus compañeros varones** de trabajo, en cuanto a opresión creativa e incluso al tomar crédito de sus ideas.

Además, se pudo observar la **notoria preferencia de las jóvenes por trabajar en equipos compuestos por mujeres, ya que se sienten más cómodas al expresar sus ideas y opiniones**. También se puede destacar el aumento de participación femenina al estar a cargo mujeres de las producciones.

“(…)Luego, la señora que veía la teleserie en la tarde veía a una mujer doctora, psicóloga o abogada y, cuando sus hijas les dijeran mamá, quiero estudiar esta carrera, les iba a hacer todo el sentido del mundo”.

(Almeyda, comunicación personal, 2021).

Una de las entrevistadas fue Lula Almeyda, quien actualmente participa del podcast *No sabes nada* (Almeyda et al., 2017) sobre crítica cinematográfica, relata su experiencia como guionista en teleseries nacionales. Una de las cosas que se destaca de su entrevista, es cuando menciona que al escribir personajes de profesionales mujeres como abogadas, psicólogas, doctoras, etc; aunque fueran papeles pequeños, era igual de importante porque se le otorgaban oportunidades laborales a más mujeres.

Asimismo, en varias de las entrevistas realizadas se mencionó en repetidas oportunidades la importancia de comunidades audiovisuales de mujeres como *Nosotras Audiovisuales* al momento de iniciar sus propios proyectos o buscar apoyo, lo que refuerza la hipótesis del ambiente hostil que significa la industria audiovisual tradicional para las mujeres latinas cuando es dominada por hombres, y lo importante que es el empoderamiento y el apoyo femenino para salir adelante en este campo.

Por otro lado, con respecto a las encuestas realizadas y la sistematización de los datos adquiridos previamente de las jóvenes chilenas entre los 18 y 26 años, se pueden observar patrones que se repiten en el relato de experiencias vividas durante su adolescencia en relación a la influencia de las narrativas audiovisuales.

Dentro de los resultados obtenidos de la primera entrevista, **la mayoría de las entrevistadas se considera feminista (77,8%)** (fig.x), lo que respalda la identificación de las participantes con la usuaria objetivo de el proyecto, además de calzar con el rango etario propuesto. Además, la mayoría reconoce dos aspectos principales para considerar una película o serie como machista al marcar las opciones “se habla de las mujeres como un objeto o de manera irrespetuosa” y “se muestra a las mujeres sólo de manera sexual y/o de consumo masculino” (Viñales, 2020).

También se les pregunta acerca de los aspectos que les hacían admirar a un personaje femenino, donde destacan características como *inteligente, con personalidad, que sea un personaje complejo, fuerte, independiente, empoderada y de convicciones fuertes.*

Con respecto a la segunda encuesta aplicada, donde la mayoría de las personas que participaron contestaron mujer en la categoría de género (83,3%) , los resultados confirman el uso de plataformas de streaming dentro del rango etario de la usuaria objetivo, donde dentro de las plataformas más utilizadas destacan Netflix, Amazon Prime Video y Disney+.

Dentro de este grupo, un 90,9% reconoce que uno de los factores para considerar buena una plataforma de streaming es la amplia variedad disponible de películas, lo que también refuerza un **interés por las producciones cinematográficas**

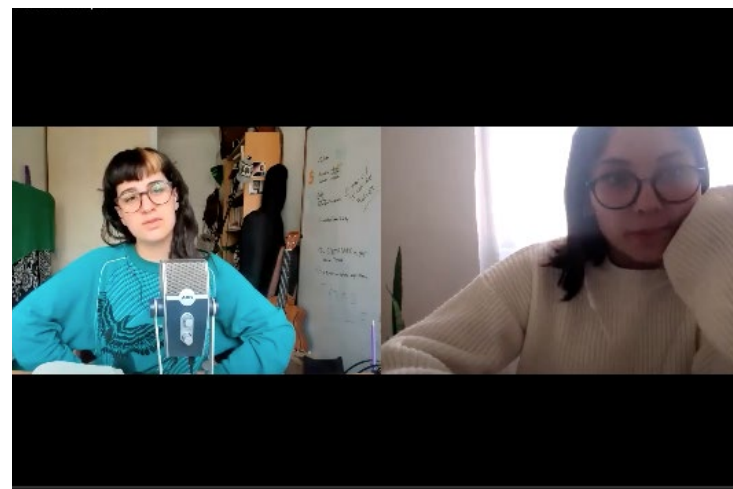


Fig. 43: Entrevista con Lula Almeida (2021).

¿Qué criterios usas para evaluar POSITIVAMENTE a una plataforma de streaming?

66 respuestas

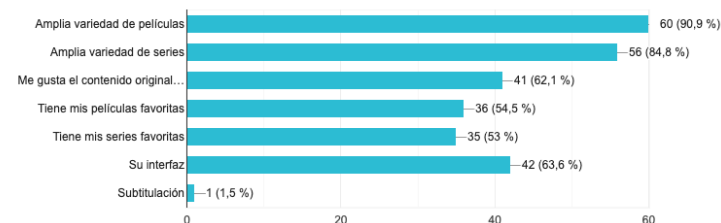


Fig. 44: Resultados encuesta sobre plataformas de streaming (creación propia, 2021).

dentro del grupo.

Además, se les pregunta a los participantes por su concepto de representación y qué tan importante consideran que las producciones cinematográficas sean representativas, donde la mayoría contestó que sí demuestra un interés porque estas sean representativas en cuanto a una diversidad de personajes.

A partir de la información rescatada, se plantean instancias de co-creación con un grupo representativo de usuarias de forma remota, a través de actividades inspiradas en instrumentos como el Creative Toolkit y Card Sorting (Martin & Hanington, 2012). A través de esta actividad se comprueba que las herramientas disponibles para contar con una interacción tipo card sorting en el prototipo, no son las adecuadas y no generan un interés particular en el público objetivo planteado.

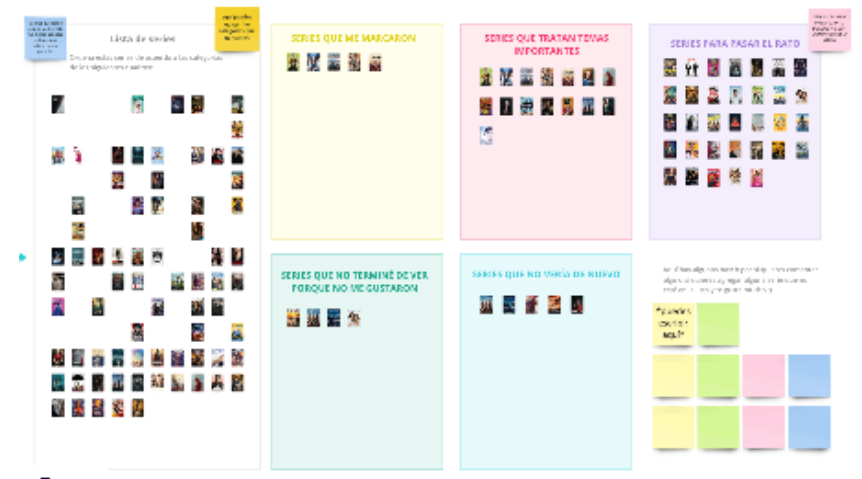
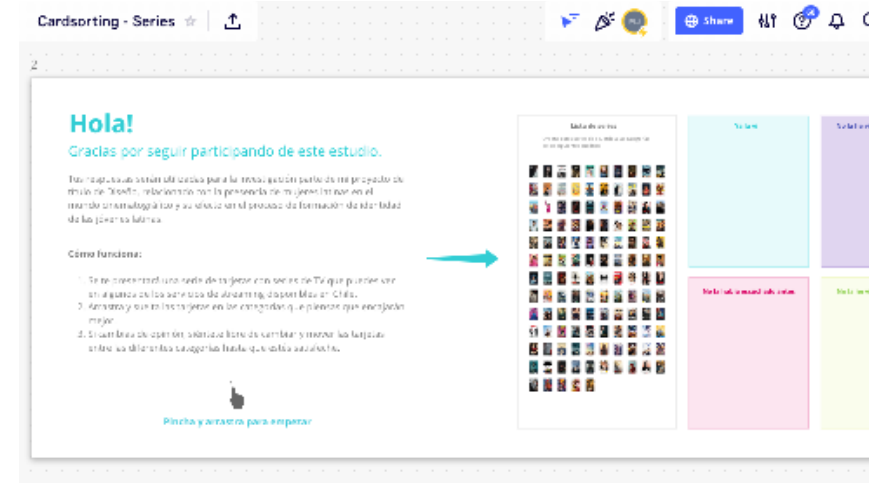


Fig. 45-46: Card sorting realizado (creación propia, 2021).

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Para el desarrollo de la propuesta del proyecto, se plantea trabajar a partir de 3 fases objetivas del prototipo: *visibilizar*, *sensibilizar* y *empoderar*.

Para *visibilizar*, en base a la investigación y el marco teórico planteado, se construye una narrativa visual digital con el motivo de guiar a las usuarias a través de la problemática que se les presenta y que, con mayor importancia, les involucra. Se pretende que, para que la narrativa avance, las usuarias interactúen con las gráficas principalmente desencadenando acciones a través del click.

Se inicia la narrativa reconociendo la obvia existencia de las mujeres latinas en el mundo (fig.x), para después comparar este hecho con la falta de representación de éstas en el cine (fig.x), utilizando en su mayoría recursos gráficos que representan lo descrito, para así problematizar esta situación.

Junto a esto, se presentan la limitada cantidad de estereotipos a los que recurre la industria cinematográfica de acuerdo al estudio anteriormente mencionado realizado por Arellano (2017), donde identifica para las mujeres latinas los estereotipos relacionados a la vida criminal, a la sexualización de sus cuerpos usando específicamente el término “*lathina threat*” (amenaza latina) (Arellano, 2017, pp.5), trabajadoras domésticas y profesionales. A partir de estos, se determinaron **8 estereotipos de mujeres latinas en forma**

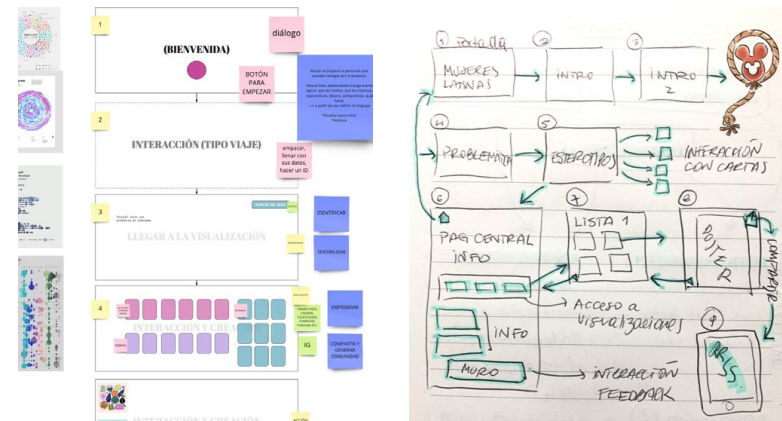
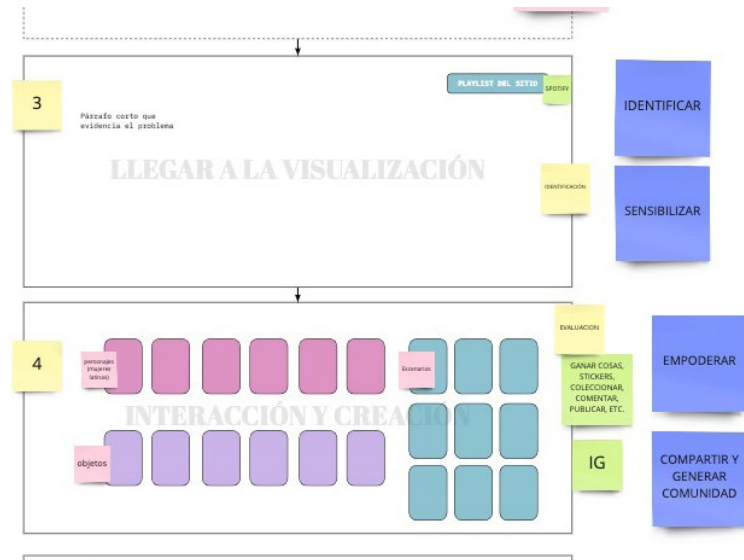
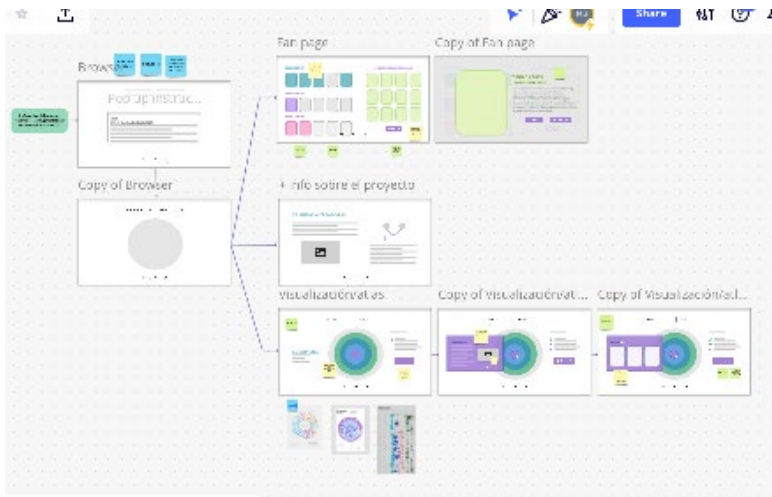


Fig. 47: Close up esquema de interacciones para el sitio web (creación propia, 2021).

Fig. 48: Esquema de interacciones para el sitio web (creación propia, 2021).

Fig. 49: Esquema de interacciones (boceto) (creación propia, 2021).



de tarjetas, para representar visualmente la idea de que son como recursos u objetos unidimensionales, aludiendo también a una analogía como de cartas de juego, con una cantidad predeterminada de números. Dentro de la categoría *La profesional* se representan las profesiones más recurrentes según Arellano: Profesionales del área de la salud, policía o detective y empresaria. Luego, dentro de la categoría *La criminal* se reconocen aquellas latinas representadas en personajes que se relacionan con el narcotráfico, actividades ilícitas y el trabajo sexual (donde también son sexualizadas). Por último, en las categorías se reconoce *La trabajadora doméstica* y, finalmente, *La latina threat*.

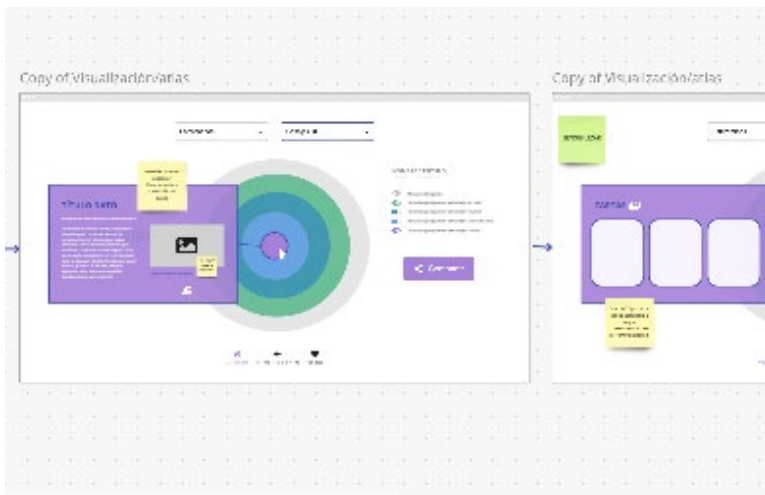


Fig. 50: Mapa de flujo interacciones (creación propia, 2021).

Fig. 51: Primeros bocetos visualización (creación propia, 2021).



Fig. 52- 59: Ilustraciones para los estereotipos de mujeres latinas (creación propia, 2021)

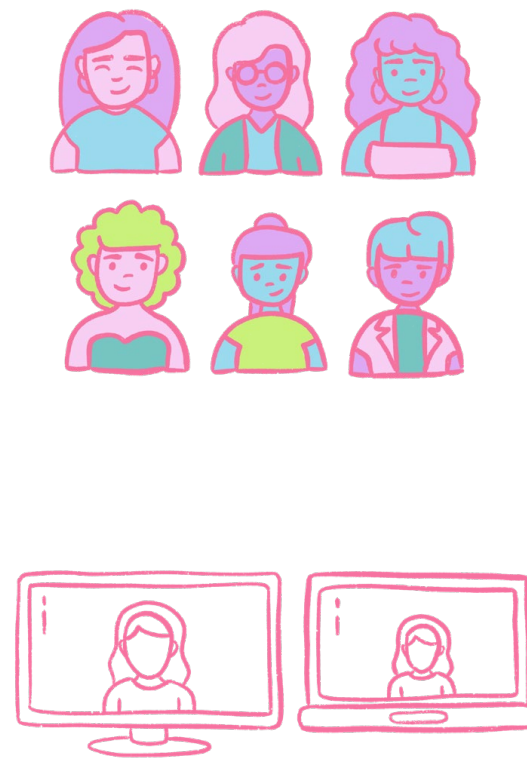


Fig. 60 y 61: Ilustraciones creadas para las visualizaciones (creación propia, 2021).

DESARROLLO DE LA VISUALIZACIÓN DE DATOS

- #1 Cadena perpetua (Darabont, 1994)
- #2 El padrino (Coppola, 1972)
- #3 El caballero oscuro (Nolan, 2008)
- #4 El padrino: parte II (Coppola, 1974)
- #5 12 hombres sin piedad (Lumet, 1957)
- #6 El señor de los anillos: El retorno del rey (Jackson, 2003)
- #7 Pulp fiction (Tarantino, 1994)
- #8 La lista de Schindler (Spielberg, 1993)
- #9 Origen (Nolan, 2010)
- #10 El club de la pelea (Fincher, 1999)

(Internet Movie Database, n.d.)

Continuando con las fases establecidas para el proyecto, se pretende sensibilizar a la audiencia sobre la falta de representación de mujeres latinas mediante la realización de visualizaciones de datos. Para construir estas visualizaciones se utiliza la metodología de Lupi y las herramientas propuestas por la diseñadora para registrar los datos en primera instancia, es decir, un registro análogo (fig. 62-63).

Para la recolección de data se utilizó principalmente la información disponible en la base de datos cinematográfica IMDb, contando así con información fidedigna sobre las producciones y las personas involucradas en esta. Para partir, se escogieron las primeras 10 películas mejor valoradas* por la página, de la lista IMDb “Top 100” (Sorted by IMDb Rating Descending), para así basar este proyecto en películas de reconocimiento a nivel mundial.

A partir de esta lista de películas, se investigaron a las personas dentro del elenco (acreditado) de cada una de las películas, a las personas a cargo de la dirección, producción y guión, en relación a su etnia y género. Al momento de investigar cada película, se registró con lápices de colores en una ficha de

* Para efectos de este proyecto, se considera la lista disponible hasta mediados de Diciembre 2021. En la actualidad (2022) la lista ha cambiado posicionando la reciente película estreno *Spiderman: No way home* (Watts, 2021) en el número 10 de la lista.

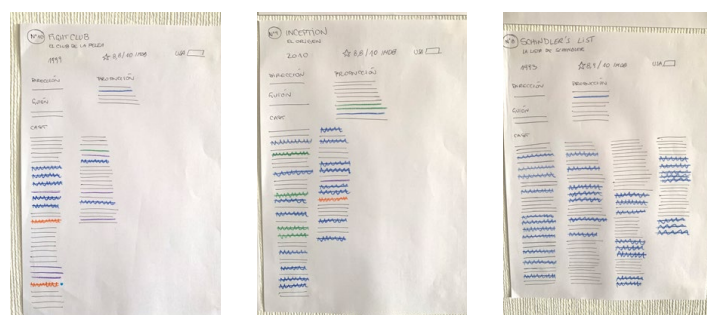
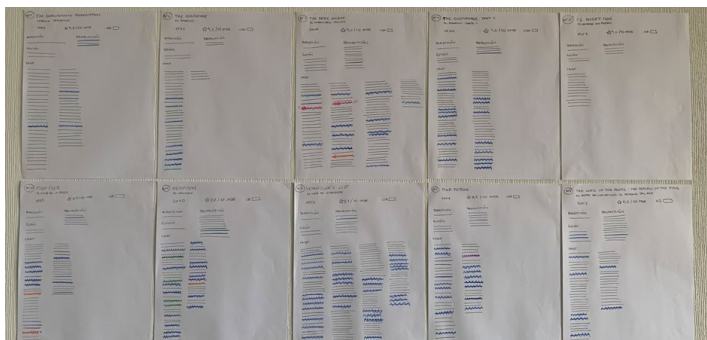
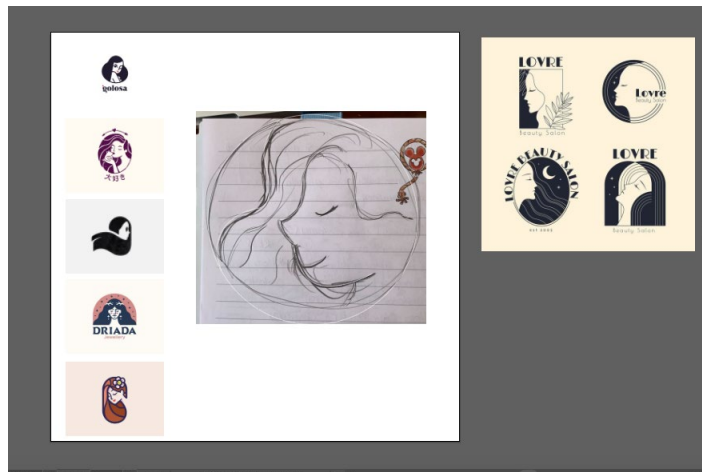


Fig. 62-66: Recolección de datos de películas de forma análoga (creación propia, 2021).

papel creada para cada producción la cantidad de hombres, mujeres blancas, mujeres afroamericanas y mujeres latinas, entregándoles un color a cada una de estas categorías y la forma de una línea, para así poder comparar la cantidad de hombres y mujeres provenientes de la cultura hegemónica en contraste con la cantidad de mujeres latinas dentro de las producciones. También se les asigna una forma a aquellas personas que interpretan a un personaje de diferente etnia o sexo del propio, principalmente para reconocer las veces en la que se prefiere a una actriz blanca en vez de una de procedencia latina para interpretar a personajes de la misma etnia. Además, se representa con un círculo aquellos personajes de mujeres latinas y afroamericanas** que son representadas en una profesión, y con dos círculos a aquellas que ocupan una posición de poder dentro de la trama, ocupando así nuevamente los estereotipos reconocidos en este proyecto.

** Se categoriza también a las mujeres afroamericanas al ser un grupo que también es oprimido a nivel mundial y en la industria cinematográfica. Sin embargo, se les asigna un color en particular para no afectar la comparación de cantidades de mujeres blancas y hombres con las mujeres latinas.

DESARROLLO DE IDENTIDAD GRÁFICA



A modo de identificar el proyecto, se le nombra *De Musas a Creadoras*, aludiendo a la reflexión de Woolf anteriormente mencionada con respecto a la ocupación de terceros de la habitación propia de las mujeres latinas.

Junto al nombre, se crea un logotipo a partir del dibujo del perfil de una joven latina. Asimismo se determina la paleta de colores a usar, eligiendo tonalidades pastel para aludir a tonalidades populares dentro del público juvenil, además de utilizar colores que se les otorga culturalmente una connotación negativa por ser “femeninos”; intentando así simbolizar la intención de este proyecto de romper con los estereotipos asignados arbitrariamente.

Por otro lado, la tipografía escogida para el sitio, las visualizaciones y el logo pretende aludir a un estilo de carácter juvenil y algo ornamental, sin interrumpir el flujo de la narrativa creada al añadir carácter al texto que acompaña las visualizaciones.



Fig. 67: Proceso creación de logo (creación propia, 2021).

Fig. 68: Primeros aspectos gráficos para el sitio web (creación propia, 2021).

DESARROLLO DEL DISPOSITIVO

Se considera el desarrollo de un dispositivo digital debido a la variedad de herramientas que el plano digital ofrece para la creación de narrativas visuales y para el desarrollo de experiencias interactivas a través del diseño de interfaz e interacción de un sitio web. Así, se utiliza el esquema desarrollado para la composición de la narrativa visual (fig.x), junto con el programa Adobe XD para iterar en las interacciones que las usuarias podrían tener con el sitio durante su experiencia de entendimiento de la problemática.

Siguiendo los esquemas propuestos por Segel & Heer (2010), luego de la parte del sitio tipo *slideshow* se desarrolla la interfaz de la sección del sitio manejada por el lector, es decir, de interacción libre y sin un orden predeterminado.

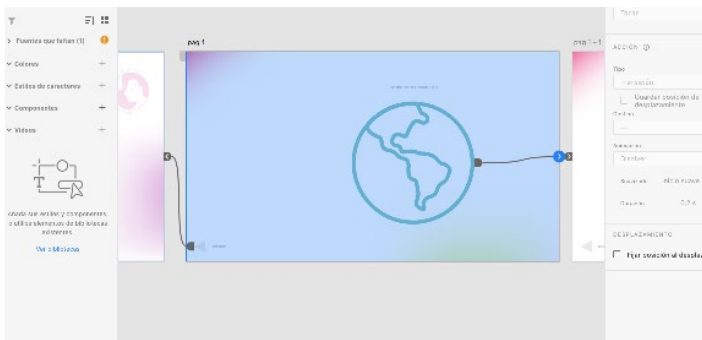


Fig. 69: Utilización Adobe XD para construir interacciones (creación propia, 2021).



Fig. 70: Utilización Adobe XD para construir interacciones (creación propia, 2021).

Se invita a las usuarias a generar su póster de representación latina en base a las diferentes listas top 10 que se pretenden utilizar para el proyecto. Al seleccionar la lista, el sitio te dirige a las distintas películas disponibles dentro de ésta, donde las usuarias pueden elegir entre ver el póster específico de cada película o ver la comparación entre todos los pósters, para que así las usuarias puedan comparar magnitudes con respecto a la representación latina, permitiendo la exploración de los datos de forma más libre.

Por último, es en esta etapa del desarrollo del proyecto en la que se abarca la fase final: *empoderar*. Se invita a las usuarias a compartir libremente en sus redes sociales los pósters generados, para tomar acción, alzar sus voces y así hacerse parte de la visibilización de la problemática, invitando a su vez a sus pares a conocer el proyecto. También se da la opción de descargar el póster para ser utilizado por las usuarias de la forma que estimen conveniente.

Se plantea dentro de los objetivos específicos del proyecto el testeo del prototipo de experiencia y la evaluación de esta, donde se pretende generar un desarrollo de acuerdo a una mejora continua en base al feedback que se adquirirá de sus usuarias al inducirlo dentro de la experiencia, con el motivo de mejorarla y cumplir con el objetivo general del proyecto y lograr aprobación las tres fases en las que el proyecto basó su diseño.

Se implementaron diferentes testeos a lo largo del desarrollo de la narrativa y la plataforma digital. Como se menciona anteriormente, se utiliza la técnica de card sorting para probar posibles interacciones de las usuarias con el contenido.

El resultado poco favorable de este testeo en relación al difícil acceso a las herramientas adecuadas para armar un prototipo que cumpla con la accesibilidad necesaria para lograr una experiencia de entendimiento exitosa, permite dirigir el proyecto a otras opciones disponibles.

Una de las herramientas clave en cuanto al testeo del sitio y la narrativa fue el programa para videoconferencias Zoom, el cual permite el acceso de las usuarias a la maqueta y contribuyó a tomar decisiones en cuanto a la estructura de la narrativa. Se probaron las interacciones de las usuarias

con el sitio, aplicando un test de usabilidad y observando las acciones que se realizaban de manera intuitiva en el sitio, donde además opinaron acerca de los aspectos gráficos del sitio y del propósito del proyecto, donde ambas contribuciones fueron fundamentales para el desarrollo final del prototipo.

X.

Preghiesta
definitiva

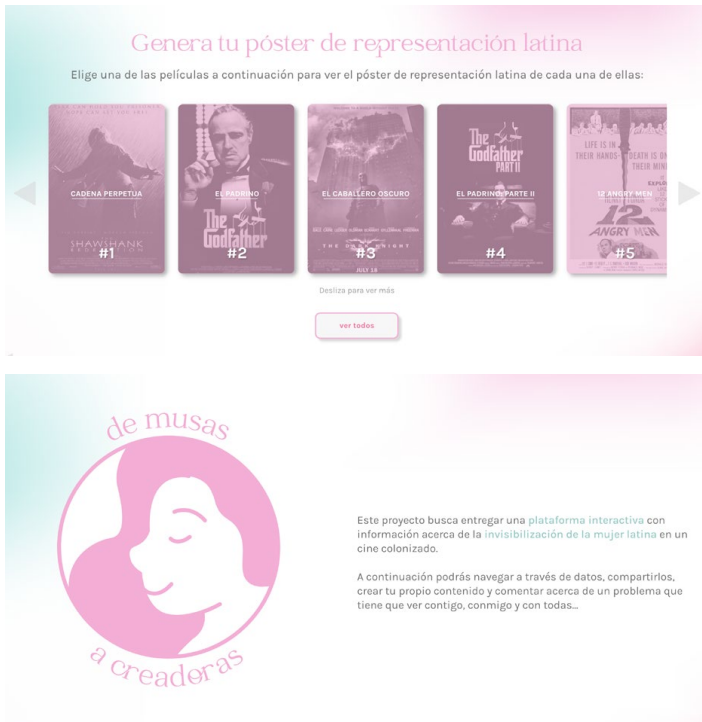


Fig. 71: Parte del sitio donde se selecciona la película. Prototipo (creación propia, 2021).
 Fig. 72: Explicación del proyecto en el sitio. Prototipo (creación propia, 2021)

Finalmente, gracias a los tests aplicados, se determinaron las interacciones definitivas dentro de la narrativa visual y el sitio web, permitiendo así una experiencia fluida de las usuarias con el contenido para lograr cumplir con el objetivo principal del proyecto.

[PROYECTO COMPLETO EN ESTE LINK](#)



Fig. 73: Página principal. Prototipo (creación propia, 2021).

Las visualizaciones de datos finales aplicadas a los pósters se digitalizaron y los datos fueron ordenados con la intención de generar una mejor lectura de la información. Junto a esto, se aplica una especie de instructivo al pie de los pósters al que se puede recurrir al momento de leer la información codificada en éstos, asegurando a los espectadores los conocimientos básicos para entender el lenguaje aplicado al prototipo, facilitando la recepción de los datos y, por lo tanto, del mensaje que estos intentan entregar.

En cuanto a la identidad gráfica, se determinó una paleta final de colores pastel que logran un equilibrio entre los elementos iconográficos, la información visual, el gris del cuerpo de texto y con el color crema del fondo de las visualizaciones. Además, se estableció una tipografía que cumpla con las expectativas de modernidad, funcionalidad y ornamentación de forma adecuada.



Fig. 74-75: 2 de los pósters finales (creación propia, 2021).



CATCHY MAGER
karla



Fig. 76-79: Posts creados para Instagram (creación propia, 2021).

Junto con el desarrollo final de la identidad gráfica, se crean una serie de posts destinados a la difusión en redes sociales (@demusasacreadoras).

Por último, se implementa una sección de feedback en la página principal del sitio, con la intención de generar un espacio de constante retroalimentación por parte de las usuarias en cuanto a su conformidad con la temática aplicada y el sitio.

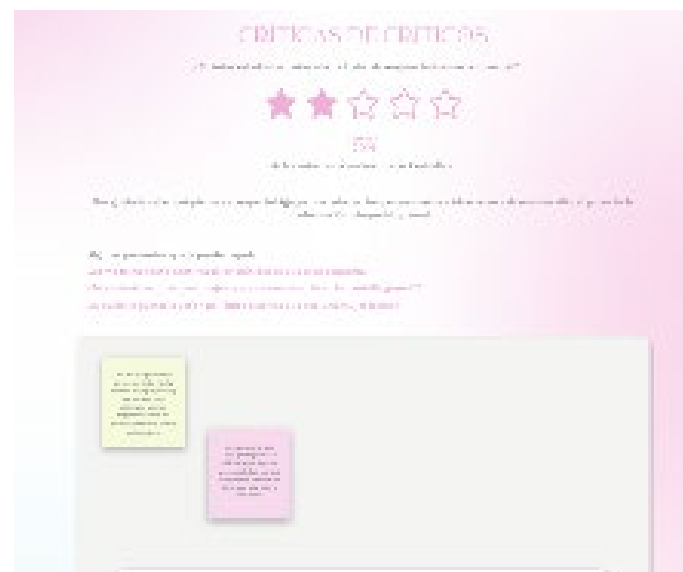


Fig. 80: Sección de feedback. Prototipo (creación propia, 2021).

ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN Y PROYECCIONES

Para lograr la implementación de *De musas a creadoras*, se propone la difusión del proyecto en las redes sociales que tienen más alcance entre las adolescentes chilenas: Instagram y Tiktok (Jelly, 2021). Dentro de las interacciones aplicadas en del prototipo, se propone la difusión tipo voz a voz por parte de las usuarias, donde se plantea contar con una serie de usuarias piloto (voluntarias interesadas en la causa que este proyecto persigue) que se encargan de difundirlo entre sus pares.

Además, se planea como proyección futura para esta propuesta, la propaganda pagada a través de los planes ofrecidos por las plataformas ya mencionadas, para así lograr un mayor alcance una vez que el dispositivo alcance una mejor construcción y programación del sitio, aprovechando las estadísticas que las mismas redes producen y utilizan para mostrar el contenido a las usuarias que demuestran interés por esta temática.

Por último, se plantea este prototipo de experiencia, por lo que se proyecta para un futuro desarrollo a través de programación, la colaboración interdisciplinaria de expertos en plataformas para una próxima implementación final del dispositivo digital. Se pretende que este proyecto se actualice y crezca progresivamente, por lo que sería un trabajo a realizar durante un tiempo indefinido y de constante progreso,

debido a la actualización constante que significa desarrollar y mantener un proyecto digital y que, además, involucra datos que eventualmente requieren ser renovados para conservar la veracidad de la información que se entrega.

Con el fin de lograr los objetivos planteados en *De musas a creadoras* y las metas futuras ya explicadas para este proyecto, se propone el financiamiento a través de la postulación a fondos concursables para proyectos de innovación.

PROPUESTA DE FINANCIAMIENTO

Con el fin de lograr los objetivos planteados en De musas a creadoras y las metas futuras ya explicadas para este proyecto, se propone el financiamiento a través de la postulación a fondos concursables para proyectos de diseño e innovación. Se planea postular a FONDART Nacional de Diseño 2023, fondo que pretende financiar total o parcialmente

“proyectos de investigación, creación y producción y difusión, enfocados al desarrollo de productos, bienes y/o servicios de significación cultural, vinculados a los ámbitos disciplinares del diseño y que aporten algún grado de innovación (introducción de nuevos procesos, técnicas o métodos) y/o generación de valor para el desarrollo de esta disciplina.”

(Fondos de Cultura, 2022)

Debido que al momento de la realización final de este proyecto las postulaciones se encontraban cerradas, se plantea como una futura acción a realizar.

XII.

Conclusión

REFLEXIONES FINALES

De musas a creadoras nace desde la necesidad detectada en el mundo audiovisual de representar a las mujeres latinas dentro de sus producciones, debido a la relevancia que han adquirido culturalmente las narrativas que nos entregan. Se ha detectado, a partir de una investigación del campo y su efecto en las jóvenes chilenas, la invisibilización de éstas mujeres y se problematizan los efectos que esto puede producir en el desarrollo identitario de las adolescentes del territorio latino.

Así, el resultado final de este proyecto nos lleva a un dispositivo digital que tiene un potencial comprobado para formar parte de la vida de las jóvenes latinas a través de las plataformas que éstas usan, visibilizando, sensibilizando y empoderándolas para tomar acción dentro de un mundo que cada vez está reconociendo la importancia del movimiento feminista y la urgencia de que este sea interseccional.

Por otro lado, se concluye que la realización de una propuesta que involucra programación y constante actualización de la información entregada, requiere de mayor tiempo y herramientas más avanzadas para lograr una calidad de experiencia cada vez mejor para sus usuarias.

La realización de *De musas a creadoras* significó un viaje a través de diferentes experiencias, sentimientos, disciplinas nuevas, de las habilidades y los conocimientos que se adquirieron.

Además, se logró el aprendizaje de nuevas técnicas de recolección de datos y metodologías de trabajo que van más allá de la formalidad y la eficiencia tradicional que se espera de una investigación, aplicando las humanidades en la elaboración de la narrativa y la visualización de data que considera variables tan importantes en nuestra sociedad como los sentimientos y experiencias, sin conformarse con términos científicos o matemáticos, lo que le entrega un valor único a cada dato y resignifica aquello que está disponible en nuestro entorno, aquello que se considera casi inmodificable. Desarrollar un proyecto que involucra a mujeres latinas tiene un significado especial para la diseñadora pues, como se explica en la motivación personal, el ser mujer y ser latina en un mundo lleno de historias que no las representan es una realidad, tiene su urgencia y tomar acción a través de la disciplina estudiada entrega una experiencia enriquecedora, rompiendo con los límites que generalmente se establecen para el diseño o los proyectos en general. La oportunidad de generar un cambio en la comunidad de la que se es parte es invaluable.

Además, la realización de esta propuesta que se enmarca en el espacio digital, permitió a la diseñadora explorar disciplinas que abren oportunidades futuras de aprendizaje.

XIII.

Referencias

- Almeyda, L. (2021, Mayo). Entrevista personal.
- Almeyda, L., Bustamante, J. M., & Cayo, C. (2017). No sabes nada [Podcast]. Spotify. <https://open.spotify.com/show/34ybvMEzTQeH7bUkKdtobS>
- Arellano, G. (2017). Latino Representation On Primetime Television In English and Spanish Media: A Framing Analysis. Master's Theses, 4785. <https://doi.org/10.31979/etd.2wvs-3sd3>
- Avildsen, J. G. (Director). (1976). Rocky [Film]. Chartoff-Winkler Productions.
- Báez, J. M. (2017). Towards a Latinidad Feminista: The Multiplicities of Latinidad and Feminism in Contemporary Cinema. *Popular Communication*, 5, 109-128. Research Gate. DOI: 10.1080/15405700701294079
- Brodbeck, F. (2011). Cinematics. CINEMETRICS. Retrieved 2022, from <https://cinematics.site/>
- Brooks, J. L. (Director). (2004). Spanglish [Espanglish] [Film]. Gracie Films.
- Campbell, J. (1959). El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito. FONDO DE CULTURA ECONÓMICA MÉXICO—BUENOS AIRES.
- Castañeda, M. (2018). Television and its Impact on Latinx Communities. *The Oxford Handbook of Latino Studies*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190691202.013.28>
- Céspedes, C., & Robles, C. (2016). Niñas y adolescentes en América Latina y el Caribe. *Deudas de igualdad. CEPAL-Serie Asuntos de Género*, (133), 1-97. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40180/1/S1600427_es.pdf
- Consejo Nacional de Televisión. (2021, Marzo). ANUARIO ESTADÍSTICO OFERTA Y CONSUMO DE TELEVISIÓN 2020. CNTV. <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2021/04/ANUARIO-ESTADISTICO-DE-OFERTA-y-CONSUMO-2020-4.pdf>
- Constable, H. (2019, Noviembre 29). Why aren't there more women film directors? BBC. Retrieved 2021, from <https://www.bbc.com/culture/article/20191129-why-arent-the-re-more-women-film-directors>
- Coppola, F. F. (Director). (1972). The Godfather [El padrino] [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt0068646/?ref_=adv_li_tt
- Coppola, F. F. (Director). (1974). The Godfather: part II [El padrino: parte II] [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt0071562/?ref_=adv_li_tt
- Court, M., Lerner, R., & Chaka Studio. (2015, Noviembre 17). The Quipu Project. The Quipu Project. Retrieved 2022, from <https://interactive.quipu-project.com/#/en/quipu/intro>
- Darabont, F. (Director). (1994). The Shawshank Redemption [Cadena perpetua] [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt0111161/?ref_=adv_li_tt
- Dawes, B. (2012). Cinema Redux™. Brendan Dawes. Retrieved 2022, from <http://brendandawes.com/projects/cinmaredux>
- Desta, Y. (2021). Las mujeres hacen historia en la categoría de Mejor Dirección en los Oscar 2021. Vanity Fair. Retrieved 2022, from <https://www.revistavanityfair.es/sociedad/oscars/articulos/las-mujeres-hacen-historia-en-la-categoria-de-mejor-direccion-en-los-oscar-2021/49269>
- Domínguez, R. (2016). Generacion Z: Todo lo que necesitas saber de ellos. QuestionPro. Retrieved 2022, from <https://www.questionpro.com/blog/es/generacion-z/>
- El Siglo.cl. (2020, Enero 15). Todo igual: Extranjeros y multimillonarios son dueños de la TV chilena – El Siglo. *El Siglo*. <https://elsiglo.cl/2020/01/15/todo-igual-extranjeros-y-multimillonarios-son-duenos-de-la-tv-chilena/>
- Escobar, A. (2016). Diseño para el pluriverso. In *Autonomía y Diseño. La realización de lo comunal* (pp. 157-188). Universidad del Cauca.
- Fathom. (2013, Diciembre). Rocky Morphology. Fathom Information Design. Retrieved 2022, from <https://fathom.info/rocky/>
- Fernández, C. (2013). SEÑORAS BLANCAS, CRIADAS LATINAS: LA GLOBALIZACIÓN DE LOS ROLES DE GÉNERO EN LAS REPRESENTACIONES FÍLMICAS DE LA. *Revista de Filología Inglesa*, 34, 151-178. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/17416>
- Fincher, D. (Director). (1999). Fight Club [El club de la pelea] [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt0137523/?ref_=adv_li_tt
- Fondos de Cultura. (2021, Agosto 27). Fondos Cultura. Fondos Cultura. Retrieved January 7, 2022, from <https://www.fondosdecultura.cl/area/disenio/disenio-fondart-nacional-2022/>
- Guerra García, J. (2020). El constructivismo en la educación y el aporte de la teoría sociocultural de Vygotsky para comprender la construcción del conocimiento en el ser humano. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, VII(2, art. 77), 1-21. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v32i1.2033>
- IDEO. (2015). The Field Guide to Human-Centered Design (1st ed.). Design Kit. Retrieved 2021, from <https://www.designkit.org/resources/1>
- Internet Movie Database. (n.d.). IMDb "Top 100" (Sorted by IMDb Rating Descending). IMDb. Retrieved 2021, from https://www.imdb.com/search/title/?groups=top_100&sort=user_rating,desc
- Jackson, P. (Director). (2003). The Lord of the Rings: The Return of the King [El señor de los anillos: El retorno del rey] [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt0167260/?ref_=adv_li_tt
- Jelly. (2021). Modo Tiktok. Jelly.cl. Retrieved 2022, from <https://www.jelly.cl/modo-tiktok/>
- Jelly.cl. (2021). Streaming en Chile. La batalla que viene. [Estudio]. Jelly. www.jelly.cl
- Kirk, A. (2016). Data Visualisation: A handbook for Data Driven Design. Mila Steele.

- Kitaiskaia, T., & Horan, K. (2019). *The Literary Witches Oracle*. <https://www.taisiakitaiskaia.com/literary-witches-oracle>
- Lauzen, M. M. (2019). *The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top 100, 250, and 500 Films of 2018*. https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2019/01/2018_Celluloid_Ceiling_Report.pdf
- Lauzen, M. M. (2019). *It's a Man's (Celluloid) World: Portrayals of Female Characters in the Top Grossing Films of 2018*. https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2019/02/2018_Its_a_Mans_Celluloid_World_Report.pdf
- Levitan, S., Lloyd, C., Morton, J., Corrigan, P., O'Shannon, D., Walsh, B., Zuker, D., Wrubel, B., Richman, J., Higginbotham, A., Lloyd, S., Ko, E., & Chandrasekaran, V. (Executive Producers). (2009). *Modern Family* [TV series]. Lloyd-Levitan Productions & 20th Century Fox Television.
- Lionni, L. (1970). *Fish is Fish*. Dragonfly Books. <https://www.prindleinstitute.org/books/fish-is-fish/>
- Llenas, A. (2017). *Topito terremoto*. Beascoa. <http://www.annallenas.com/ilustracion-editorial/topito-terremoto.html>
- Lumet, S. (Director). (1957). *12 angry men* [12 hombres sin piedad] [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt0050083/?ref_=adv_li_tt
- Lupi, G. (2016, Octubre 12). *Data Humanism — giorgialupi*. Giorgia Lupi. Retrieved 2022, from <http://giorgialupi.com/data-humanism-my-manifesto-for-a-new-data-wold>
- Lupi, G. (2020). *Dear New York — giorgialupi*. Giorgia Lupi. Retrieved 2022, from <http://giorgialupi.com/dear-new-york>
- Lupi, G., Cotton, T., Cox, P., Fang, T., & Miller, S. K. (2020, Julio 10). *Dear New York*. Dear New York. Retrieved 2022, from <https://dear-new-york.com/>
- Lupi, G., & King, K. (2017). *BRUISES - The Data We Don't See — giorgialupi*. Giorgia Lupi. Retrieved 2022, from <http://giorgialupi.com/bruises-the-data-we-dont-see>
- Martin, B., & Hanington, B. (2012). *Universal Methods of Design*. Rockport Publishers.
- Martinez, R. A. (2015). 'Are you gonna show this to white people?': Chicana/o and Latina/o students' counter- narratives on race, place, and representation. *Race Ethnicity and Education*. Routledge. Taylor & Francis Group. 10.1080/13613324.2015.1121219
- Mayo Clinic. (2021, Febrero 25). *Trombocitopenia inmunitaria - Síntomas y causas*. Mayo Clinic. Retrieved 2022, from <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/idiopathic-thrombocytopenic-purpura/symptoms-causes/syc-20352325>
- Méndez Reyes, J. (2012). *DESCOLONIZACIÓN DEL SABER. UNA MIRADA DESDE LA EPISTEMOLOGÍA DEL SUR*. *Revista Estudios Culturales*, 10(art. 9), 82-89. http://servicio.bc.uc.edu.ve/multidisciplinarias/estudios_culturales/num10/art9.pdf
- Molina-Guzman, I. (2010). *Dangerous Curves: Latina Bodies in the Media*. NYU Press. <https://experts.illinois.edu/en/publications/dangerous-curves-latina-bodies-in-the-media>
- Nolan, C. (Director). (2008). *The Dark Knight* [El caballero oscuro] [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt0468569/?ref_=adv_li_tt
- Nolan, C. (Director). (2010). *Inception* [Origen] [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt1375666/?ref_=adv_li_tt
- Pindado, J. (2006). *Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente*. *Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria*, (21), 11-22. Dialnet. <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/3712/3342>
- Plant, I., Quintana, C., Claro, F., & García-Huidobro, S. (2019). *Mujeres Bacanas Latinas*. Catalonia. <https://mujeresbacanas.com/libros/>
- Rivadeneira, R., Ward, L. M., & Gordon, M. (2007). *Distorted Reflections: Media Exposure and Latino Adolescents' Conceptions of Self*. *Media Psychology*, 9(2), 261-290. Routledge. 10.1080/15213260701285926
- Robles Martinez, B. (2008). *La infancia y la niñez en el sentido de identidad. Comentarios en torno a las etapas de la vida de Erik Erikson*. *Revista Mexicana de Pediatría*, 75(1), pp 29-34. <https://www.medigraphic.com/pdfs/pediat/sp-2008/sp081g.pdf>
- Saldarriaga Grisales, D. C. (n.d.). *¿LÓGICAS EPISTEMOLÓGICAS O INSTRUMENTOS DE DISCRIMINACIÓN?. ALGUNAS REFLEXIONES DESDE EL PENSAMIENTO CRÍTICO DECOLONIAL*. *Epistemologías coloniales / des / poscoloniales*, 1-16. http://www.idaes.edu.ar/pdf_papeles/32.%20Saldarriaga%20Grisales%20Ponencia.pdf
- Segel, E., & Heer, J. (2010). *Narrative Visualization: Telling Stories with Data* [Stanford University]. Stanford University. <http://vis.stanford.edu/files/2010-Narrative-InfoVis.pdf>
- Solórzano, D. G., & Yosso, T. J. (2001). *Critical race and LatCrit theory and method: counter-storytelling*. *QUALITATIVE STUDIES IN EDUCATION*, 14(4), 471-495. 10.1080/0951839010063365
- Solórzano, D. G., & Yosso, T. J. (2002). *Critical Race Methodology: Counter-Storytelling as an Analytical Framework for Education Research*. *Qualitative Inquiry*, 8(1), 23-44. 10.1177/107780040200800103
- Spielberg, S. (Director). (1993). *Schindler's List* [La lista de Schindler] [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt0108052/?ref_=adv_li_tt
- Tarantino, Q. (Director). (1994). *Pulp fiction* [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt0110912/?ref_=adv_li_tt
- Valiña, C. V. (2018). *¿CUÁL ES LA DIFERENCIA ENTRE EL FEMINISMO HEGEMÓNICO Y EL FEMINISMO DESCOLONIAL? PeriFéricas*. Retrieved 2022, from <https://perifericas.es/blogs/blog/cual-es-la-diferencia-entre-el-feminismo-hegemonico-y-el-feminismo-descolonial>

Vega, R. (2018). Narracion web 2017 [Clase de narrativa util para reconocer estrategias de representar datos e información considerando narrativas.]. Issuu. Retrieved 2022, from https://issuu.com/ricardov_net/docs/narracion_web_2017

Viñales, M. J. (2020). NUEVAS NARRATIVAS DE COMING OF AGE Y FEMINISMO EN EL ESPACIO DIGITAL. [Proyecto de diseño].

Volpi, J. (2011). Leer la mente. El cerebro y el arte de la ficción. Alfaguara.

Wang, W. (Director). (2002). Maid in Manhattan [Sucedió en Manhattan] [Film]. Revolution Studios & Sony Pictures.

Watts, J. (Director). (2021). Spiderman: No way home [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt10872600/?ref_=adv_li_tt

Woolf, V. (2016/1929). Una habitación propia (L. Pujol, Trans.; 11th ed.). Editorial Austral.

Zandile Dlamini, A. R., & Sony Music Entertainment. (2021, Abril 26). visitplanether.com. Doja Cat Planet Her. Retrieved 2022, from <https://www.visitplanether.com/>



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

De musas a creadoras

Explorando la presencia de la mujer latina en el cine



Autora María Jesús Viñales M. **Profesor guía** Ricardo Vega

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile
para optar al título profesional de Diseñador

Enero, 2022. Santiago, Chile.