



Panorama actual de las mujeres en la ilustración. Desarrollo de imagen profesional en la interactividad del ciberespacio

*Daniela Velázquez Ruiz**

*María Trinidad Contreras González***

*Magda Villaseñor Contreras****

Resumen

El presente artículo aborda desde una aproximación etnometodológica, la práctica de mujeres ilustradoras mexicanas, atendiendo la contextualización de ese ejercicio profesional y laboral desde la economía naranja al fundamentarse dicha actividad en la propuesta creativa. A su vez, la discusión de los resultados obtenidos por el acercamiento con las ilustradoras, permiten la reflexión de elementos referentes a la interactividad en el ciberespacio, como campo laboral en la inmersión de redes sociales y la construcción de la imagen personal como ilustradora, a partir de la retroalimentación e intercambio con el usuario.

Se aborda la trascendencia del ejercicio profesional de las ilustradoras y su proyección ante los contextos emergentes, como ocurre

con el ciberespacio y con las comunidades virtuales que determinan posturas sociales ante problemáticas específicas e influyen en la configuración de la imagen personal de la mujer ilustradora.

*Doctorante en Diseño por Centro de Investigación en Arquitectura y Diseño. Universidad Autónoma del Estado de México.

Mail: danielavelazquezruiz@gmail.com

**Doctorante en Diseño por Centro de Investigación en Arquitectura y Diseño. Universidad Autónoma del Estado de México. Mail: trinadg@hotmail.com

***Doctorante en Diseño por Centro de Investigación en Arquitectura y Diseño. Universidad Autónoma del Estado de México.

Mail: magda.villasenor@gmail.com

Introducción

El término Economía Naranja es utilizado con frecuencia en América Latina, dicha expresión representa un conjunto propio de aquellas actividades fundamentadas en la creatividad (Buitrago & Duque, 2013), y es el equivalente a la Economía Creativa (Howkins, 2002). Suministrar nuevos bienes y servicios, así como mejorar los ya existentes, requiere agregar valor para los consumidores. En este tipo de economía, la incorporación de la creatividad se establece como el principal insumo para generar un valor económico.

Los avances tecnológicos han acrecentado la disponibilidad de los recursos digitales, transformando la forma en que se generan, difunden y utilizan múltiples obras creativas. Estos han hecho que los productos culturales sean más accesibles, han desafiado los modelos comerciales establecidos, el sistema de derechos de autor, y han borrado la frontera entre productores y consumidores. El impacto de la digitalización del sector creativo, ha reducido los tiempos y los costos de producción, incluso aspectos más relevantes como la reducción en las brechas de género para los profesionistas creativos.

La propagación de software y herramientas digitales disponibles para la producción de contenido creativo ha incrementado su distribución a través de medios de comunicación de masas, tales como las redes sociales —que son utilizadas con creciente frecuencia—. Nos encontramos, por lo tanto, en una encrucijada, en la que la experiencia tradicional del arte físico, está migrando hacia un entorno intangible, como lo es el ciberespacio. El diseño y el arte han entrado en la era de las redes sociales. Instagram tiene las tasas de participación más altas de todas las plataformas de redes sociales, el 48% de los compradores de arte utilizan esta plataforma (Hiscox, 2017).

Las redes sociales se utilizan cada vez más para crear directamente o planificar contenido creativo. La ecología de los medios cree que estos son la extensión de los sentidos humanos de cada época, y la principal razón del cambio social es la tecnología

de la comunicación (Akanen, 2007). McLuhan (1996) sostiene que los medios son extensiones del ser humano y la interactividad es la característica típica de Internet, por lo tanto, las agrupaciones sociales de pertenencia encuentran en el ciberespacio la posibilidad de tener una participación digital, profundizando y democratizando el intercambio entre los actores pertenecientes a estas redes digitales, desdibujando los límites en conceptos como “profesional”, “personal” y “público”.

Específicamente, este texto se centra en las mujeres que despliegan la ilustración como actividad creativa, y en el cómo los recursos digitales han modificado su mercado laboral, proporcionando nuevas alternativas dentro de la *economía naranja* a las mujeres que proyectan nuevas posibilidades de conceptualización en torno al género y perfil profesional.

Existe una construcción de la imagen de las ilustradoras, la cual se genera a partir de la manifestación de obras que consolidan reflejos de las diferentes realidades existentes; es aquí en donde trascienden como profesionales al tomar una postura reflexiva y evidenciar situaciones relevantes.

Dentro de los mercados laborales de las redes sociales en el ciberespacio, las ilustradoras han experimentado circunstancias que favorecen su desarrollo profesional, así como personal, propiciando un empoderamiento como resultado de la modificación de sus procesos de trabajo a partir de la digitalización, ya que actualmente, la práctica profesional de las ilustradoras proporciona una comprensión de los cambios desde la introducción del uso de una computadora, la alteración de los procesos de trabajo y los medios de dibujo. Asimismo, la tecnología permite crear y publicar fácilmente contenido visual, manipulando a los espectadores, explotando creencias o influyendo en las decisiones y acciones de las personas. Por lo que, a pesar de que el proceso de trabajo de una ilustración a menudo depende de cómo le gustaría al ilustrador construir su imagen, se deben tomar en cuenta todos aquellos elementos que, a través de la apreciación del contexto, influyen en este.

Finalmente, se realiza un análisis de cómo las redes sociales han sido para un grupo de ilustradoras mexicanas una herramienta poderosa para establecer una identidad personal, construir su imagen y destacar en la industria creativa. La marca personal en las redes sociales se está volviendo cada vez más importante, debido a la multitud de beneficios que aporta a los objetivos comerciales y profesionales. Sin embargo, es muy importante para estas ilustradoras definir lo que se busca lograr con su imagen personal, es decir, establecer objetivos para que las reconozcan por sus habilidades profesionales y personales, mejorando sus posibilidades de descubrir nuevas oportunidades laborales en su campo de trabajo.

Desarrollo

La *economía naranja* o *economía creativa*, está definida por englobar las actividades que transforman ideas en bienes y servicios creativos. (Benavente & Grazzi, 2017).

Dentro de sus principios reconoce a la creatividad y al arte como motores productivos, motivo por el cual, realiza una taxonomía para localizar diversas manifestaciones y, por ende, visibilizar sus esfuerzos desde sus particularidades, teniendo entonces por un lado las actividades tradicionales y artísticas, y por otro, la industria creativa y las actividades de apoyo.

La ilustración, concebida como una de las primeras manifestaciones que acompañó la aparición de la escritura, representó en los jeroglíficos una primera forma de comunicación por sí misma; posteriormente, su uso se implementó como acompañamiento de relatos como fábulas y cuentos. Hoy en día, la tecnología ha abierto un gran campo hacia la ilustración digital, favoreciendo la prensa ilustrada y la publicidad para información y comercialización de productos y servicios.

Desde los fines a los que responde, la ilustración puede considerarse científica, caracterizada para ello por su realismo, así también, existe la ilustración literaria que se manifiesta por su

carácter caricaturesco e imágenes que precisan en el dibujo infantil o fantástico; elementos como el manejo del trazo, color y luminosidad, imperan para la intención del mensaje, es decir; se construye un mensaje icónico a partir de ello.

La ilustración, por lo tanto, implica un ejercicio creativo de libre invención para concluir en el diseño figurativo, disponiendo para ello, elementos que traducen el pensamiento y su apreciación del contexto.

Por lo anterior, es claro que la ilustración, definida como una representación visual, es perteneciente a la *industria creativa*, dado que el valor de su resultado final se debe al contenido creativo.

Ahora bien, sírvase para contextualizar el presente trabajo señalar que la economía naranja es un significativo motor de desarrollo económico a nivel mundial, pues no solo los creadores primarios se benefician del intercambio de su bien o servicio, sino que implica toda una cadena de valor que abarca la inversión, el empleo, la exportación, la exposición y el motor mismo en algunos casos, como engranaje de productividad.

Dado lo anterior, en ningún caso es posible visibilizar al ilustrador (objeto de estudio particular) como una figura en solitario, en menor o mayor medida, este será miembro de una red, misma que posee una compleja gama de interrelaciones que tiene en cuenta aspectos creativos, económicos y sociales, configurándose simultáneamente y de manera recíproca.

Considerar teóricamente un pensamiento de red en la industria creativa del ilustrador, asume, según Hearn, G., Roodhouse, S. y Blakey, J. (2007), que:

- El valor fluye en muchas direcciones y funciona por medio de agrupaciones de redes.
- Las redes son mecanismos ideales para la asignación de recursos y el flujo de información.
- Estructuralmente, las redes facilitan la transferencia de información rápida por un contacto directo entre personas.

- Las redes ayudan a crear información y transmitirla. Cada persona que recibe información en una red la sintetiza y crea nuevas ideas.
- La generación de valor se logra por medio de la manipulación de la información.

En consecuencia, una red para el actor creativo es imperante ya que, a través de dicha estimación, será posible cumplir los objetivos definidos. Estas redes son desde luego las agrupaciones sociales de pertenencia como lo es la familia, un grupo de amigos, colegas, compañeros de trabajo, comunes a intereses particulares, entre otros, no obstante, también son redes, aquellas construidas en el ciberespacio y aperturadas por las plataformas digitales como Facebook, Twitter, Instagram y Whatsapp, las cuales posibilitan el intercambio de información entre personas.

La relevancia que la red social refiere para el actor creativo es fundamental dado que, los vínculos son transmisores de flujos comerciales, de información, de tecnología, de difusión de innovaciones, de apoyo material, económico y de habilidades, de afiliación institucional o política, entre otros, características todas ellas, que permiten al ilustrador configurar su propio ejercicio artístico y diseñístico, así como la distribución tangible o intangible de su contenido creativo.

Construcción de la imagen de las ilustradoras en redes

Bajo una mirada al contexto actual de pandemia y de una representación virtual preponderante, se identifica que las ilustradoras presentan mayor visibilidad como portavoces de problemáticas sociales globales, de elementos detonadores para la generación de conciencia y de cambios de conducta en pro de la sociedad, del ambiente, de la economía y del género de manera particular.

Existe un empoderamiento en torno al papel que representan las ilustradoras, debido a que son generadoras de estímulos visuales que permiten

desarrollar una impronta que se queda inserta dentro del discurso actual y su recordación.

Realizar un trabajo de ilustración conlleva un proceso profundo de investigación y de contrastación de información sobre un tema en particular, para poder así conocer los elementos de mayor importancia y a partir de ellos generar una secuencia cognitiva y de síntesis que se refleje en una selección y manifestación visual específica. Una ilustración contiene un fondo e implica la representación simbólica del pensamiento de una colectividad.

La imagen de las ilustradoras está supeeditada al devenir y a la viralidad virtual que ocurre de forma tajante y deja por completo en descubierto la postura de quien diseña el gráfico expuesto; el reconocimiento y/o validación de esta, también se encuentra condicionado a la segmentación de la audiencia que recibe el mensaje y que realmente lo decodifica creando una significación y un sentido de este. La complejidad de una ilustración versa en mayor medida en generar una coherencia o consistencia entre la intencionalidad del mensaje y la representación y técnicas elegidas; en donde la imagen:

...es más que un producto de la percepción. Se manifiesta como resultado de una simbolización personal o colectiva. Todo lo que pasa por la mirada o frente al ojo interior puede entenderse, así como una imagen, o transformarse en una imagen (Belting, 2007, p. 14).

La colectividad asume un consenso en la validación de identidades; sin embargo, dicha generalización transgrede la posibilidad de evidenciar todas las problemáticas profundas de la sociedad. El mostrar por medio de la ilustración algún problema genera cierta incomodidad y forzosamente determina una división de posturas.

Las ilustradoras son actores determinantes para una mayor accesibilidad a la información, debido a que una ilustración permite comunicar información y acontecimientos trascendentales con una carga reflexiva importante sin que sea determinante el perfil psicográfico del lector o receptor. Una ilustración puede ser leída desde diferentes

contextos; sin embargo, existen códigos específicos en las formas y colores que pueden transmitir un consenso generalizado para que sea factible generar una significación desde el constructo social.

Metodología

El presente estudio se fundamenta en un marco cualitativo, el cual, en esencia, busca explicar y comprender el significado de las interacciones de un individuo o grupo, con el entorno ante un determinado fin. De tal modo que para entender el fenómeno que representa la imagen construida de la mujer ilustradora a partir de su ejercicio laboral en el ciberespacio (específicamente en este trabajo), se parte desde los postulados de la etnometodología.

Álvarez-Gayou (2019), señala que la etnometodología se aboca al estudio de las habilidades prácticas, lingüísticas y de interacción que las personas usan para resolver situaciones de la vida diaria.

Esta metodología permite que a través de la observación y registros particulares se pueda evidenciar cómo es que se forja la construcción social a través de los esfuerzos diarios, es decir, conduce la reflexión sobre las acciones que día a día ejecutan las mujeres ilustradoras para interactuar con sus espectadores y/o clientes, desplegando entonces dinámicas en sus redes sociales dentro del espacio virtual, lo que conlleva primeramente a la obtención de referentes contextuales más adelante proyectados en su ilustración, así como la visibilidad y aceptación o rechazo que con la interactividad asumen.

A través de este acercamiento metodológico, es posible entonces, contemplar los procedimientos prácticos en el quehacer ilustrativo, partiendo siempre de un objetivo particular, en donde por lo tanto el punto de interés pertinente a este estudio, es el enfoque en cómo los miembros de determinado grupo de interés se comporta, reproduce y logra un sentido estructurante social, quedando claro que el valor más allá de la experiencia propia del actor, recae en la interacción con el espectador (usuario de redes), dicho ello y tal y como cita Ál-

varez-Gayou (2019), los significados dependen del contexto, lo que a su vez define que los objetos (ilustraciones), tienen un significado indeterminado si es que no se encuentran inmersos en un contexto que les legitime de pertinencia.

Ahora bien, basados en los principios de la etnometodología se realizó el acercamiento con las actoras clave mediante pláticas cotidianas, obteniendo registros para análisis y reflexión de la secuencialidad del quehacer ilustrativo y el intercambio con el usuario en las redes sociales.

Katayama (2014, p. 46) refiere el modelo conceptual inductivo, mismo que es pertinente a este análisis ya que como el autor afirma, enfatiza en el “contexto del descubrimiento”, en donde particularmente en este caso, permite la contemplación de una relación entre el sujeto dígame mujer ilustradora y el objeto, considerado como la ilustración resultante.

El recurrir a dicho modelo conceptual inductivo, permitirá más adelante, la discusión de los elementos obtenidos, detonantes tanto de la práctica diseñística de la mujer ilustradora como de los objetos resultantes en dicho ejercicio profesional.

A continuación, se presentan los registros obtenidos de las ilustradoras con quienes se tuvo el acercamiento para el abordaje de su práctica de diseño, así como sus perspectivas referentes a la interacción con el usuario en el ciberespacio.

Figura 1.

Profesión: Diseñadora Gráfica / Ilustradora

Edad: 34 años

1. Referente a la práctica del diseño y el contexto:

El diseñar y el ilustrar son dos conceptos que parecen estar separados; sin embargo, para mí el diseñar es el tronco fundamental para poder desarrollar mis ideas antes de ilustrar, para poder desarrollar un trabajo me baso en el entorno general, en ver qué es lo que deseo ilustrar y de qué manera otros artistas, ilustradores o incluso diseñadores

han abordado el tema y de qué manera lo pueden ver y tomar desde diferentes puntos de vista.

Jamás me consideré como una ilustradora en forma, sin embargo con el paso del tiempo he descubierto que el poder dibujar o transmitir un mensaje a las personas a través de dibujos es una forma de sentir, percibir y ver al mundo desde una perspectiva diferente, la motivación realmente nace desde el momento en que una ilustración o diseño les gusta a las personas, cuando me llegan mensajes incluso de niños que dicen que gracias a mis ilustraciones quieren dibujar, o sienten que un producto que han adquirido les pertenece, les hace sentir identidad.

El saber que aquello que haces no únicamente le gusta a las personas que amas y que son parte de tu mundo es un extra de energía, y quieres saber más, conocer más y adentrarte en un mundo que te enseña visiones del mundo que te pueden enriquecer en todos ámbitos.

2. Referente a la interactividad en el ciberespacio:

Siempre he tomado las redes como medio de promoción, al principio me costó mucho trabajo exponer los dibujos que realizaba debido a que me daba miedo caer en los comentarios negativos, las críticas, el saber que quizá mi trabajo no era del agrado de todas las personas, sin embargo una vez que decidí exponerlo abiertamente me di cuenta que muchas veces aquello que tenías guardado y que decides exponer y algo tan personal como es una ilustración te da una apertura a conocer, a interactuar y saber que hay gente en otros lugares y quizá fuera de tu entorno y puedes enriquecer todo lo que haces y que tu trabajo puede abarcar hasta donde tu decidas (personas, lugares, mentalidades).

A mí la red me ha permitido ampliar mi visión, ver hacia donde puedo dirigirme, qué más puedo ofrecer y de qué manera abordarlo, he tenido la oportunidad de colaborar o incluso interactuar con ilustradores que admiro de manera internacional y me ha hecho darme cuenta que el primer paso

es arriesgarse, hay una frase que me encanta que dice “El no, ya lo tienes ganado” y efectivamente así es.

3. Respecto a la construcción de imagen personal como ilustradora en el espacio virtual:

En este caso mis ilustraciones tienen un nombre llamado “Bolita” y Bolita nace desde que tengo memoria, Bolita es una abstracción de la Daniela que nace, de aquella que solo hace, que no es tan rígida o cuadrada con su forma de vida, aquella que es espontánea y que puede agregar una gran paleta de colores en una ilustración o simplemente hacer trazos sencillos pero que sienta que expresan lo que ella siente en ese momento, aquella Daniela que juega, que aprende, que no tiene miedo, que es más extrovertida pero a la vez que puede agregar miles de detalles en un solo dibujo o solo uno pero hasta que el dibujo no le haga un “check” en su cabeza no se siente a gusto.

Ilustrar para mí no es un negocio, un trabajo o una obligación, sino es algo que sale, que me permite explotar y ser una mejor versión tanto como diseñadora como persona, me hace sentir pasión y me siento completa.

Figura 2.

Profesión: Diseñadora Industrial

Edad: 34

1. Referente a la práctica del diseño y el contexto:

Para mí, en un inicio la ilustración no era parte de mi práctica profesional. Probablemente por mi formación como diseñadora industrial, en donde el producto desde su concepción es tridimensional, no veía mis dibujos como un producto, de hecho, ilustraba como pasatiempo más que por cuestiones laborales. Podríamos decir que mi contexto me influenciaba para que yo misma minimizara mis habilidades y competencias, y no tomara en cuenta a la ilustración como parte del diseño. Sin embargo, cuando comienzo a salir de mi contexto laboral inmediato, el cual estaba mediado por la producción, maquinaria, materiales, producto

terminado, etcétera; y me introduzco a un contexto del diseño mucho más conceptual, en donde no se requieren tantos recursos materiales, me di cuenta de que el proceso de diseño seguía estando presente. Fue ahí, en donde me percaté de que la ilustración, aun cuando se haga como pasatiempo, tiene un proceso diseñístico, que no puedes obviar si quieres obtener un buen resultado. Ahora bien, volviendo a la cuestión del contexto, ahora a la inversa, cuando la ilustración es parte de tu trabajo, la ves de manera distinta. Es decir, anteriormente ilustraba lo que a mí me gustaba, ahora tengo que pensar en mi contexto, ya que es en donde se va a consumir mi producto. Es muy importante analizar qué es lo que mi contexto está requiriendo y cómo puedo generar un impacto positivo en él, para poder emitir una solución. Ya no lo veo como “dibujar bonito”, sino como cualquier disciplina del diseño, en donde el objetivo principal es satisfacer una necesidad, tomando en cuenta el contexto, en este caso es a través de una ilustración.

2. Referente a la interactividad en el ciberespacio:

Como comenté anteriormente, mis actividades laborales pertenecían a un contexto muy tangible, en donde tú estás directamente en constante interacción física con proveedores, maquiladores y clientes. Entonces, cuando decidí que ese entorno no me estaba dando las condiciones de crecimiento que yo buscaba, comencé a explorar alternativas. En el ciberespacio encontré el contexto que me permite interactuar libremente, es un espacio en donde la interacción y la retroalimentación a tu proceso de diseño es constante. Al mismo tiempo que tú estás generando contenido, también estás consumiendo contenido de otras personas creativas que ayudan a mejorar tus procesos, pero también te inspiran a querer impactar a más gente. En lo particular, esta interacción me ha llevado a crecer como ilustradora, y aunque tal vez es un entorno que se basa en los números, cosa que hasta el momento no me favorece, me parece que me ha hecho mejorar en muchos aspectos personales y profesionales. Sin duda alguna, esta interacción

tan directa me ha convertido en una mejor diseñadora e ilustradora, comenzando por el hecho de sentirme capaz de llamarme así.

3. Respecto a la construcción de imagen personal como ilustradora en el espacio virtual:

Este es un tema muy complejo para mí, no sé si es generacional o simplemente es una cuestión de personalidad, pero me ha costado mucho trabajo generar una imagen dentro del espacio virtual. En principio comencé con mi perfil personal, obviamente en este perfil tengo a las personas que conozco en la vida real. Entonces mi práctica profesional estaba muy ligada a opiniones subjetivas, si les caía bien les gustaba mi trabajo, y si no, pues ni lo tomaban en cuenta. Al observar eso, decidí generar un perfil profesional, dedicado exclusivamente a mis ilustraciones. La respuesta fue favorable, conseguí una interacción mucho mayor, y esto ha influido en la mejora de mi contenido. Dedico más tiempo al proceso de diseño, pero a un proceso mucho más digital. Yo siento que mi imagen como ilustradora ha cambiado, me percibo más segura y más profesional. Pero a mi parecer, la imagen dentro del entorno digital es una imagen mucho más dinámica y que debe estar en construcción permanente.

Figura 3.

Profesión: Artista Visual

Edad: 52

1. Referente a la práctica del diseño:

Propiamente no diseño desde el diseño. Cuando el diseño es parte de lo que produzco está relacionado con la producción, planeación y proyección en los libros de artista. Así pues, las ilustraciones (obras) que conforman un libro de artista responden a varias circunstancias; por ejemplo: las cualidades formales, las dimensiones, los medios, las técnicas. Todo ello se entrelaza para generar o no un discurso visual, una narrativa. Cabe decir que cada obra no está dada como ilustración o como parte de otro producto gráfico. Es circuns-

tancial ser parte del libro. Básicamente todo mi entorno está en las obras gráficas. Lo cercano y lo lejano. Lo tangible y lo intangible. No hay algo en especial que motive, la creación al hacerla es lo más motivante.

2. Referente a la interactividad en el ciberespacio:

Ahí la experiencia es casi nula. La obra que produzco no tiene un espacio cibernético. Sin embargo, por terceros, un par de obras han trascendido a ese espacio. Las obras no se venden. No se difunden. Son parte de un producto de diseño que difunde, comunica o informa. Las plataformas o redes sociales son útiles y funcionales. Son el medio de comunicación inmediato en el cual una mayoría de la población tiene acceso. Lo positivo de las redes sociales es la rapidez para su consulta. Tan rápidas que en ello está también su volatilidad.

3. Respecto a la construcción de imagen personal como ilustradora en el espacio virtual:

No tengo experiencia en ello. Pero hace poco se hizo una publicación de mi obra, y lo que esa publicación proyectó fue que soy una artista de la periferia con perspectiva de género. Y pues, desde la creación de la obra nunca pensé en ser de periferia y mucho menos con esa tendencia. Sin embargo, en la obra que se llegó a compartir por el Facebook el motivo que se observa es de figuras femeninas. No con ello deseo crear una imagen. Pero ante ello, la lectura que se hace de la imagen conlleva a una categorización, a veces incorrecta.

Figura 4.

Profesión: Diseñadora Gráfica

Edad: 43 años

1. Referente a la práctica del diseño:

Yo la verdad no entiendo a quienes ilustran “aventándose” a dibujar y dibujar y dibujar a ver que sale, mi proceso es mucho más metódico, antes de siquiera tocar el lápiz paso por un proceso de interiorización y comprensión, debo saber exactamente cómo busco que se vea el mensaje expresado

a través de la imagen, es mucha experimentación en mi mente incluso mientras hago otros procesos mecánicos que favorecen mi pensamiento creativo, como tejer, por ejemplo.

El ilustrador marca su propia línea de trabajo, podemos hacer algunos trabajos solo por gusto, por crecimiento personal con el objetivo de hacer un portafolios exactamente de lo que queremos hacer por paga. Disfruto representando la naturaleza y los animales, dar expresión a los personajes es algo que hago de manera muy consciente, disfruto creando pequeños detalles que enriquecen las escenas. En el sentido de la satisfacción personal definitivamente tiendo más al área del arte que del diseño, ya que lo que dibujo me hace feliz.

2. Referente a la interactividad en el ciberespacio:

Hasta hace relativamente poco tiempo no había hecho uso de mis redes sociales como un instrumento de autopromoción, en parte por no darle mucha importancia, pero principalmente porque me apenaba el estar insistiendo a mis contactos con que vieran mi trabajo, pero estaba muy equivocada. El promover mi imagen como ilustradora en redes me abrió un nuevo panorama de posibilidades, generó más interacción con mis anteriores contactos y nuevas relaciones laborales, además de la posibilidad de trabajos emocionalmente más significativos ya que he podido trabajar en proyectos entrañables para gente a la que estimo. Además, sería en vano negar que los comentarios y apoyo de mis seres queridos (que regularmente ni se enteraban qué trabajo hacía) me generan una especie de combustible que me impulsa a crear más, a mejorar, a tener más y más ideas.

Ciertamente al exponer en redes nuestro trabajo también corremos el riesgo de la crítica destructiva, ya que es un hecho que el público puede ser más agresivo en comentarios escritos protegidos por el anonimato, pero por un comentario negativo puede haber cientos o miles de reacciones positivas, que también por las características propias del medio son más abiertas y expresivas de lo que serían en una interacción en vivo.

El aspecto más difícil o negativo que encuentro es la adicción para obtener reacciones, hay que tener una seguridad, autoestima y madurez para no caer en la persecución absurda de “likes” y comentarios o en la frustración al no obtenerlos, no es como exponer en una galería donde solo unos pocos comentarán y quizá escriban reseñas, en redes el apoyo es muy diferente, genera dopamina y excitación al llegar a tantos ojos simultáneamente. Además, hay que fijar objetivos muy claros: ¿Para qué expongo mi imagen como ilustradora? ¿Qué es lo que deseo obtener? ¿Vendo algo? ¿Qué es y cómo concretarlo?

3. Respecto a la construcción de imagen personal como ilustradora en el espacio virtual:

Mi imagen virtual como ilustradora es una abstracción de mi “yo total”, involucra la Judith que trabaja, la que se divierte, la que comparte y comunica, pero es mucho más controlada que la imagen que cualquiera tendría en redes mostrando a donde viaja, que come o con quién está, son creaciones más conscientes, controladas, no hay imágenes por impulso u oportunidad espontánea.

Soy más cuidadosa en filtrar qué publicar y que no de mi trabajo porque es tan importante como el hecho mismo de ilustrar, hay un mensaje y un modo de emitirlo.

En resumen, con la presencia de mi trabajo en espacios virtuales he podido encauzar mejor mi carrera como ilustradora, han aumentado mis oportunidades laborales, he trabajado en una imagen laboral mejor definida y además es muy gratificante.

Figura 5.

Profesión: Artista Plástica y Tatuadora

Edad: 32 años

1. Referente a la práctica del diseño y el contexto:

Aquí voy a separar un poco la producción propia y los tatuajes que me piden. Mis dibujos y la propuesta que quiero despuntar es a partir de recuerdos, sueños, inspiraciones y cosas vivencia-

les. Tengo bombardeo de imágenes todo el tiempo. Claro que también soy una persona de inspiraciones, el hecho de componer un dibujo análogo con lo digital y después llevarlo a la piel para mí es un reto personal, al embarcarme en tres medios o canales diferentes y que tenga un sello personal. He decidido este año ponerme metas aterrizables, y que se pueda llegar a algo más artístico utilizando el lienzo, que, en este caso, para mi medio de trabajo es la piel. Es gratificante cuando logras que tu propuesta de dibujo o garabateo y rayones guste al contexto que te rodea.

2. Referente a la interactividad en el ciberespacio:

Las redes sociales, la verdad, a mí me han ayudado mucho, como manera de catálogo y a manera de carta de presentación. Es una realidad, y más “encuarentenados” en donde todos nos la pasamos conectados y viendo propuestas diferentes todo el tiempo, así que he aprovechado poco, porque creo que me falta demasiado para sacarles jugo, pero me divierto bastante y aprendo cosas nuevas cada día.

Antes me obsesionaba cada mañana por publicar en todos los grupos de Facebook, ya no lo hago por falta de tiempo. Ahora esa gente que vio de alguna manera mis publicaciones es la que ahora me recomienda, y eso es bonito.

3. Respecto a la construcción de imagen personal como ilustradora en el espacio virtual:

No he logrado al cien una imagen como me gustaría. Ahora me presiono y motivo un poco cada día dibujando más. Antes, por falta de tiempo, y no saber delegar ciertas tareas, ya no tenía energía; pero ahora que he tenido más libertad y soy más organizada, puedo recrearme y ser más consciente del estilo y del sello particular del dibujo y tatuaje. Eso me da un panorama de qué público es al que quiero llegar.

Dado lo anterior, los resultados obtenidos conllevan a un estudio que favorece la discusión y reflexión del contexto actual de la mujer ilustradora, su inmersión y su proyección personal en el

campo laboral, específicamente para los objetivos del presente estudio, desde la relación con el uso de las plataformas digitales, premisas abordadas a continuación.

Discusión

Desde la *economía naranja*, son observados los emprendimientos en donde los creativos normalmente buscan independencia por el carácter profundo y personal de su objeto de diseño, las mujeres ilustradoras entrevistadas, refieren además el tema de la motivación como elemento diferenciador en su proceso creativo como lo señala la Mujer Ilustradora correspondiente a la Figura 1.

En la ilustración, la creación artística denota valores diferenciales considerados en la industria creativa, como lo son los valores estéticos, espirituales, sociales, históricos, simbólicos y de autenticidad.

Posterior a ello, sigue la comunicación del producto creativo, dígame la ilustración, misma que puede abarcar intereses y objetivos laborales y de retribución económica, para lo cual se definen estrategias para construir la relación entre el público, (espectador, seguidor o consumidor) y en este caso, la mujer ilustradora; ello permite una relación que pueda ser mantenida y observada en el tiempo, representado, por lo tanto, sostenibilidad para el sector naranja.

Ahora bien, en la difusión del producto creativo, es necesario re-pensar la comunicación referente a los pensamientos lineales y estructurantes, para ello, requiere de una gestión de contenidos respecto a la congruencia de la comunicación de valor, algunos medios para este fin son por ejemplo las redes sociales y los blogs, he aquí la incidencia del marketing cultural, el mismo que deberá equilibrar el valor creativo de la ilustración en sí misma, con la gestión comercial.

En este espacio de comunicación y para fines comerciales en la virtualidad, surgen interconexiones que van más allá de los objetivos particulares a la difusión y venta, de manera compleja, la

reciprocidad en la interconectividad abona elementos y cualidades que construyen la propia imagen de la mujer ilustradora.

Respecto a lo anterior, es posible identificar que el trabajo de las ilustradoras entrevistadas, de forma intencional o no, se encuentra expuesto a la interpretación de diferentes públicos; es decir, que todo trabajo ilustrativo inevitablemente proyecta una imagen del profesional que lo ejecuta. No obstante, podemos deducir que dicha imagen no siempre es la que se pretende lograr. En el contexto del ciberespacio existen otros elementos que influyen en la construcción de ésta, uno de los más importantes parece ser el alcance que se pueda llegar a tener a través de las interacciones, es decir, los seguidores, los “me gusta”, las menciones, entre otros; datos estadísticos que validan la imagen de las ilustradoras.

De esta manera, el ciberespacio ha modificado las prácticas creativas. Las ilustradoras correspondientes a las Figura 5 y Figura 4, dejan claro que ahora tienen que ser más conscientes y controladas en el proceso de ilustrar, debido a que deben emitir un mensaje claro a una audiencia crítica. Dentro de esta conciencia, existe una interiorización de la retroalimentación que les brinda el contexto, la ilustradora correspondiente a la Figura 2, sugiere que es una interacción en ambos sentidos, que brinda la posibilidad de generar dinamismo en el proceso, basándose en los conocimientos y experiencias adquiridos a partir de la interactividad en el ciberespacio.

Las representaciones sociales de las ilustradoras han sido pregnantes con el paso del tiempo y justamente ante el contexto actual, se ha logrado un empoderamiento del gremio y del género, entendiéndose al empoderamiento como aquella “orientación valórica [...] que implica un tipo de intervención comunitaria y de cambio social que se basa en las fortalezas, competencias y sistemas de apoyo social que promueven el cambio en las comunidades” (Silva y Martínez 2004)

El juego de roles a partir del empoderamiento ha cambiado, ya sea que se homologara de

acuerdo al género o que se adaptara por la proyección y especialización profesional, en donde resulta interesante validar, como menciona la ilustradora correspondiente a la Figura 3 dentro de sus aportaciones para esta ponencia, que en una ilustración las cualidades formales, las dimensiones, los medios y las técnicas se entrelazan para generar un discurso visual o una narrativa; sin embargo, con o sin intención, en algún momento el trabajo de ilustración puede estar expuesto en el ciberespacio, generando lecturas diversas que en ocasiones pueden resultar incorrectas. Caso coincidente con la ilustradora correspondiente a la Figura 4, es posible identificar que la ilustración proyectada en el ciberespacio corre el riesgo de la crítica destructiva, por lo que se debe tener claridad en el propio autoconcepto profesional para que los comentarios externos no desestabilicen el desempeño y seguridad individual y colectiva.

Conclusiones

El papel de la ilustración en el ciberespacio permite la ruptura del anonimato del creativo mismo, siendo este el lugar en donde se posibilita una serie de abusos colectivos que bajo constructos sociales que no corresponden a los hechos actuales, consolidan diversos tipos de violencia, por ello, una de las tantas tareas de las ilustradoras, es incitar al lector a la reflexión constante, permitiendo así generar presencia en espacios no imaginados y de suma trascendencia para la colectividad.

La accesibilidad a la información desde diferentes niveles reflexivos, permite que la realidad social y la imagen de las ilustradoras se vincule a la voz del género y su capacidad pensante. Es así como las ilustradoras no solo permiten la viralización de sucesos relevantes, sino que también en esa exposición constante de ellas mismas y de su postura ante cada suceso, muestran y develan lo que ellas son, construyendo en cada gráfico su propia imagen y con el paso del tiempo su reputación.

Desde las directrices de la economía creativa, se debe seguir apuntalando por la protección

de la propiedad intelectual, solo así las ilustradoras podrán seguir promoviendo su talento, compensado por la retribución económica de sus obras, no menos importante los valores que su práctica artística arroja y por la cual, los creadores tienen derecho a la protección de sus intereses morales al tener la libertad de cultura, de discurso y de creación, dado que el material semiótico de intercambio, dígame el discurso y la narrativa, elementos que sin duda al ser transportados a través de la ilustración, pueden ser interceptados, reinterpretados y transformados por los agentes, cualidad que propicia la construcción de la imagen del ilustrador como ente creativo, poseedor de características de pensamiento, sensibilidad, reflexión y reinterpretación, definiéndose entonces como individuo a través de dicho ejercicio ilustrativo.

La imagen de las ilustradoras en las redes se encuentra supeditada al imaginario colectivo, en donde la posibilidad de interacción “frente a frente” resulta poco viable evadiendo así los filtros que diluyen las opiniones directas y tajantes sobre un trabajo o ilustración en particular. El papel actual de las ilustradoras se enfrenta a un doble reto en donde cambian paradigmas en torno al género femenino, la capacidad de opinión y la representatividad social, además de ser las encargadas de manifestar una postura específica.

La imagen de las ilustradoras converge en la representación del empoderamiento femenino, bajo una postura crítica, propositiva y audaz, dando cara ante las problemáticas sociales actuales con discursos que permitan encontrar puntos de diálogo, solución y/o mejora ante las condiciones de crisis. Aquello que puede ser analizado y calificado, podrá ser en mayor o menor medida mejorado.

En términos de imagen, el reconocimiento de cualquier crisis bajo un discurso coherente permitirá una proyección que vincule diversos contextos bajo la posibilidad de ubicar áreas de mejora. La imagen de las ilustradoras trasciende en el tiempo, porque deja huella de los hechos sociales que nos acontecen y permiten la construcción de diversas realidades.

Referencias

- Akanen, E. (2007). *Branding the Teleself: Media Effects Discourse and the Changing Self*. Lanham: Lexington Books.
- Álvarez-Gayou, J. (2019). *Cómo hacer investigación cualitativa*. México: Paidós Educador
- Belting, H. (2007). *Antropología de la Imagen*. Buenos Aires, Argentina: Katz Conocimiento.
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja. Una oportunidad infinita*. Washington: IDB.
- Hearn, G., Roodhouse, S. y Blakey, J. (2007). De la Cadena de valor a la ecología creadora de valor. *Revista Internacional de Política Cultural*. 13(4), 419-436.
- Hiscox. (2017). *Hiscox Online Art Trade Report*. Bermuda: Hiscox.
- Howkins, J. (2002). *The Creative Economy. How people make from idea*. Penguin Group.
- Katayama, R. (2014). *Metodología y Estrategias de la Investigación Cualitativa*. Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Paidós.
- Romo, M. (1997). *Psicología de la creatividad*. Paidós.
- Silva, Carmen, y Maria Loreto Martinez. (2004). Empoderamiento: Proceso, Nivel y Contexto. *Psykhé (Santiago)* 13(2), 29-39. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22282004000200003>



Atribución-No Comercial-Sin Derivadas

Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

