

## El diseño y la extensión universitaria para enfrentar la violencia de género.

### Autora

Lic. Claudia Correa García, [clau@mes.gob.cu](mailto:clau@mes.gob.cu)  
Instituto Superior de Diseño (ISDi), Cuba

### RESUMEN

El presente artículo refiere los avances alcanzados hasta el momento por la autora en su tesis de maestría en Trabajo Sociocultural Universitario en la Universidad Agraria de la Habana. El objetivo principal del artículo se enmarcó en lograr, desde un enfoque dialéctico-materialista, la sistematización de los resultados del proyecto extensionista "0 Violencia" que lidera la autora en la carrera de Diseño de Comunicación Visual del Instituto Superior de Diseño (ISDi) para la promoción de cultura de género y el enfrentamiento hacia la violencia de género mediante el diseño y la fotografía. Para ello, se utilizaron métodos teóricos, empíricos, métodos cualitativos como la sistematización de experiencias y el método etnográfico, y también técnicas de procesamiento y análisis de datos como la triangulación metodológica. Los resultados principales obtenidos hasta el momento destacan cómo los estudiantes se van apropiando de conocimientos acerca de la violencia de género y su enfrentamiento, expresándolo a través de novedosas e interesantes propuestas de diseño y fotografía que expanden su cultura de género y por consiguiente la de aquellas personas que participen en dichas creaciones como actores o espectadores. Al mismo tiempo, se genera en estos estudiantes una creciente formación en valores como el respeto, la cooperación, la solidaridad y la responsabilidad, los cuales constituyen un eje medular en la formación del profesional.

**Palabras Claves:** diseño; promoción de cultura de género; violencia de género; extensión universitaria; estudiantes; valores.

### INTRODUCCIÓN

La violencia de género es un problema social en la actualidad. Sin embargo, se ha observado poca implicación de los estudiantes de la carrera de Diseño de Comunicación Visual del Instituto Superior de Diseño (ISDi) en la promoción de cultura de género, considerándose que a partir de su especialidad ellos poseen herramientas que pueden contribuir efectivamente al enfrentamiento a la violencia de género.

A partir de estas acotaciones se puede comenzar a desglosar una serie de elementos básicos que resultan necesarios para la comprensión del tema.

Cultura, promoción y género.

La cultura es una abstracción, una construcción teórica que parte de los comportamientos de los sujetos en un grupo determinado. El conocimiento que se obtiene de la cultura de un grupo proviene de lo que se observa en el comportamiento del mismo y se concreta en las conductas de sus integrantes.

Cada individuo tiene su cultura personal, y una gran parte de esa cultura personal se forma a partir de los comportamientos que el sujeto comparte con su grupo social, o sea, una parte de esa cultura se basa en aquellos conceptos que tiene de las ideas, creencias, hábitos, del resto de los miembros de la sociedad.

Es necesario conceptualizar a la cultura como un sistema que crea el hombre de elementos físicos y psicológicos y que el resto de las personas, las comunidades, lo recrean, reelaboran y a su vez se nutren de su propia cultura.

La universidad tiene como misiones sociales la preservación y el desarrollo de la cultura. Unido a esto se encuentra la necesidad de elevar el desarrollo cultural de la población, lo cual se lleva a cabo a partir de la promoción de la cultura mediante la extensión.

La extensión universitaria, entendida como “el proceso que tiene como objetivo promover la cultura en la comunidad intrauniversitaria y extrauniversitaria”<sup>1</sup>, se encarga de elevar el desarrollo cultural de una comunidad, o de la población en general mediante la promoción de la cultura. Dicha promoción se refiere a un vínculo en el cual queda establecida una estrecha interrelación entre la cultura y el desarrollo del nivel cultural que posee la sociedad en su sentido amplio.

Es necesario señalar que como principios que rigen la promoción cultural se encuentran: la identidad y la participación.

La identidad “se manifiesta como condición y proceso vinculado a la herencia natural, histórico – social y a la experiencia vivencial de cada individuo y grupo, única e irrepetible por su singularidad. Esta se perfila y enriquece en el de cursar de la vida social, se afianza en el curso de las relaciones en cada contexto, y se desarrolla a la vez como elemento de unidad y diferenciación”<sup>2</sup>

La participación es “fundamento y exigencia de la sociedad humana, del hombre como ser humano (...) El hombre necesita relacionarse y compartir con los demás hombres y como persona libre tiene el derecho ciudadano de estar informado, opinar e intervenir en la vida política y social de la comunidad.”<sup>3</sup>

Participar se refiere a establecer una relación con la cultura, así como con la colectividad, pues el grupo es un portador histórico de la cultura, al tiempo que decisor sobre aquellos constituyentes de dicha cultura.

Siguiendo esta línea se considera que la cultura tiene una serie de características entre las que destacan: su condición de ser aprendida, no es genética ni se interioriza instintivamente, sino que es transmitida de generación en generación por quienes la enseñan (en muchos casos la madre, el padre, tíos, abuelos, etc.); se comparte a través de la infancia, cuando se está socializando a los niños, en el proceso de enculturación.

1. González, González y Bendicho, 2014, p.12

2. González et al., 2014, p.22

3. González et al., 2014, p.22

En dicho proceso se pautan diferentes modos de comportamiento a seguir teniendo en cuenta si se trata de un niño o una niña. A partir del momento en que nacen y se les asigna uno de estos sexos, ella y él están inmersos en una sociedad que históricamente ha establecido los patrones de conducta a seguir para cada uno de ellos: el género.

La Organización Mundial de la Salud (2016) (WHO por sus siglas en inglés), es muy acertada en su concepto sobre la categoría género, planteando que “Gender refers to the socially constructed characteristics of women and men – such as norms, roles and relationships of and between groups of women and men. It varies from society to society and can be changed.”<sup>4</sup>

La mayoría de las personas nacen con sexo hombre o mujer, pero se les enseña una serie de normas y comportamientos que la sociedad considera apropiados para cada uno de ellos, incluyendo la manera en que deben interactuar con otros sujetos del mismo sexo o del sexo opuesto y todo esto debe manifestarse al interior de las familias, en la comunidad y en los centros laborales.

Cuando existen individuos o grupos que no se ajustan a las normas de género establecidas, por lo general estas personas tienden a ser estigmatizadas, discriminadas o excluidas socialmente, afectando todo esto su salud. Por ello, resulta importante sensibilizarse hacia las diferentes identidades de género que no necesariamente encajan en las categorías binarias de hombre o mujer.

La autora considera entonces que el género es una construcción social que parte de la diferenciación sexual. A partir de la asignación mujer/hombre en el momento del nacimiento, las sociedades prescriben cuáles serán los comportamientos que el individuo nacido con el sexo mujer deberá proyectar en su conducta y que se catalogan como femeninos. Lo mismo sucede con los sujetos nacidos con el sexo hombre, y los comportamientos que estos deberán asumir son nombrados como masculinos.

El género se atribuye a todo: los gestos, la forma de hablar, la ropa, el uso de determinados accesorios, el corte del cabello, el maquillaje, el calzado, etc.

Existe una dicotomía entre lo femenino y lo masculino. En las sociedades patriarcales aquello que se considera femenino no puede ser masculino, y lo mismo ocurre a la inversa.

Dicha dicotomía y polarización influye en lo que Lamas (2007) concibe como la lógica de género, la cual expresa que hombres y mujeres son complementarios no solamente para la procreación, sino también en todas las esferas de la vida.

Dicha lógica de género exagera la creencia en la heteronormatividad, o sea, en que las relaciones de pareja deben ser solamente heterosexuales, rechazando así todo tipo de amor que no sea de esta índole.

La promoción de cultura de género se puede percibir entonces como la realización de acciones para desarrollar el nivel de conocimientos acerca de la temática de género; es transitar de un estadio inferior a uno superior en el perfeccionamiento de los conocimientos sobre este tema.

Se impone mencionar asimismo la trascendencia de las ideas de Bourdieu (1985) quien considera que el orden social es natural debido a una unión prácticamente perfecta obtenida de una parte por esas estructuras sociales como la organización social de espacio y tiempo y la división sexual del trabajo, y, por otra parte, de las estructuras cognoscitivas que están inscritas en los cuerpos y en las mentes como los hábitos.

Los hábitos no son más que el conjunto de relaciones históricas que se encuentran en los cuerpos individuales formando esquemas mentales y corporales de percepción, apreciación y acción. Dichos esquemas remiten al género y al mismo tiempo, son portadores de género.

Promover esta cultura de género tiene una serie de implicaciones tales como educar acerca del concepto en sí mismo y todo lo que encierra pasando por la ya mencionada dicotomía

que es generadora de estereotipos que se crean y trascienden en las sociedades, así como los roles asignados y que tradicionalmente son asumidos por cada sexo.

Pero también promover cultura de género incluye ampliar no solo el conocimiento sino también abrir la mente a nuevos significados, diferentes realidades.

4. "El género se refiere a las características socialmente construidas de hombres y mujeres – tales como las normas, roles y relaciones entre grupos de mujeres y hombres. Varía de sociedad en sociedad y puede cambiar." Traducción de la autora

Es entender y aceptar la diversidad de las personas cualesquiera que sean sus identidades.

Es concientizar que la dicotomía se enfoca en discursos lapidarios sobre las diferencias sin buscar las similitudes, sin encontrar el factor humano que es precisamente el punto medio que encarna la delgada línea divisoria entre lo masculino y lo femenino.

Promover cultura de género enseña acerca de la discriminación de lo femenino y por ende los comportamientos derivados de este rechazo. Indaga sobre la violencia de género y sus manifestaciones, al tiempo que reconoce la necesidad de educar para erradicar las conductas nocivas hacia las principales víctimas de dicha violencia.

### **Violencia de género**

El grupo Mujeres de la Organización de las Naciones Unidas (2013), plantea que el término violencia basada en género está referido a aquella que se dirige contra una persona por causa del género que él o ella tiene, y por tanto de las expectativas sociales acerca del rol que ella o él deberá asumir dentro de una determinada sociedad o cultura.

La violencia contra las mujeres y las niñas se manifiesta a nivel físico, sexual, emocional y económico. Las formas de violencia que más se conocen incluyen la violencia doméstica y violencia dentro de la pareja, violencia sexual, acoso sexual y violencia emocional/psicológica.

Por otra parte, resulta importante mencionar que tanto los hombres como los niños también pueden ser víctimas de la violencia de género, especialmente de la violencia sexual. Los hombres son la población menos vista dentro de las consultas de Psicología y también son los que en menor medida denuncian los actos de violencia perpetrados contra ellos.

Muchas personas consideran que el maltrato físico es la única forma de violencia que existe. Aquellas que no implican el uso de la fuerza física aún se encuentran invisibilizados dentro del contexto cubano.

Es violencia, asimismo, privar a los hombres desde la infancia a ese derecho que tienen todos los seres humanos de expresar sus emociones, llorar y manifestar el dolor que estén sintiendo o en fin sus afectos, cualesquiera que estos sean.

Por otra parte, como anteriormente se expresó, del concepto de género se desprende una lógica que rechaza y discrimina no solamente a las mujeres, sino también a las personas homosexuales, pues presentan determinadas características personológicas que no se adscriben a las conceptualizaciones tradicionales.

Por esta razón, al plantear la normatividad heterosexual se discrimina a aquellas parejas que son del mismo sexo. De ahí que la homofobia se concibe también como resultado de la lógica de género.

Enfrentamiento a la violencia de género mediante el diseño y la fotografía.

Como vías para la visibilización de la violencia de género y sus diversas manifestaciones, la información a la comunidad acerca de este creciente problema social, y al mismo tiempo como formas de estructurar mensajes de concientización de las personas se pueden tomar al diseño y la fotografía.

Es completamente posible romper con las fronteras entre los géneros y las sexualidades impuestas por el patriarcado heteronormativo en que está basado todo el imaginario de la sociedad y que es transmitido a las nuevas generaciones.

La comunicación visual se presenta como un arma valiosa que puesta al servicio de las necesidades actuales puede, si bien no erradicar completamente la violencia de género, sí contribuir a la educación de todos los implicados en esta problemática, es decir, la sociedad en su conjunto.

Ninguna persona está exenta de ser víctima de la violencia de género en algún momento de su vida, por esta razón es necesario educar a los más jóvenes en cuanto a la real existencia

de la misma, las diferentes manifestaciones que encarna y que puede ser prevenida y erradicada mientras se cuente con una sólida base teórica y práctica, y es justamente en esta última donde la investigación tiene su peso fundamental.

La semiótica de la imagen es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido y significación a partir de una imagen. El estudio que se realiza de la imagen y las comunicaciones visuales es mucho más que lo estrictamente pictórico o visual, como pueden ser por ejemplo los análisis sobre los colores, las formas, los iconos y también la composición, para buscar relaciones entre estos y los elementos históricos, sociales y antropológicos que constituyen la semiótica de la imagen.

Se considera oportuno el abordaje de Karam (2014) acerca de la semiótica de la imagen, pues el autor plantea que al ser la imagen un elemento esencial de la cultura, de la vida social y política, el estudio de esta resulta en una reflexión acerca de la manera en que se construye desde la dimensión social todo el sentido en determinados procesos de comunicación visual.

De acuerdo con Mitchell, "el valor de las imágenes consiste en poner de manifiesto que los interrogantes que se formulan en torno a las imágenes no deben ser del tipo de ¿qué significa? o ¿qué hacen?, sino, más bien, de ¿cuál es el secreto de su vitalidad? y ¿qué quieren?" (Mitchell, 2003)

Por ello, la imagen puede ser vista no solamente como un importante sistema de expresión, sino también como una estrategia desde lo político y lo social, como un eslabón esencial para explicar los grupos sociales, las religiones, los sistemas políticos y también los medios de información colectiva. De ahí que la semiótica de la imagen se constituya como una herramienta para lograr un conocimiento mucho más acertado acerca de los procesos que tienen lugar en la vida social, cuáles son sus efectos, conocer las relaciones entre aspectos estéticos y culturales o también entre los perceptivos y cómo se pueden utilizar socialmente. Por tanto, la idea de una semiótica visual está estrechamente relacionada con el de semiótica de la cultura, y no queda reducido solo al mero análisis de los códigos visuales, pues implica también cómo una imagen determinada se constituye en representación social y construye diversas perspectivas del mundo.

La imagen y sus códigos visuales se presentan en el diseño y la fotografía como elementos medulares para la expresión de las ideas. A través de su lenguaje generan la apreciación de quien las "lee" y portan determinados mensajes a partir de sus composiciones y estructuración.

El diseño se concibe como "un sistema de relaciones constantes entre nosotros y los ambientes que ocupamos, los objetos que utilizamos y los mensajes que integramos. Y así, los productos del diseño forman parte de nuestra cultura." (Costa, 2014, p.89).

Así, el diseño es una actividad que se relaciona con la construcción de un entorno, siendo a la vez un elemento esencial de las interacciones de éste con los individuos y la sociedad.

Desde el diseño se puede dar una forma inteligible a las ideas y comunicar información: a través de los signos y mensajes visuales, por un lado, y mediante la forma de las construcciones y los objetos por otro.

El mensaje gráfico es el lugar donde forma e información tienen su punto de encuentro. Su función específica es transmitir información, significados. Y esta especificidad define al diseño gráfico. La información encuentra su vía de realización al ser comunicada. Se concuerda con que "es entonces cuando cobra su pleno sentido y su razón de ser: en los ojos de los individuos y de la sociedad." (Costa, 2014, p.90).

Los mensajes en sí mismos no son cosas naturales, sino constructos humanos que se derivan de procesos cognitivos, teniendo un lugar preponderante el lenguaje, por lo tanto, los mensajes son productos culturales.

---

El factor de ser gráfico y por ser comunicación, es lo que conceptualiza al diseño gráfico como un lenguaje específico para la transmisión de información, siendo por esa razón un hecho sociocultural. Los mensajes pueden conceptualizarse asimismo utilizando medios digitales para la consecución de sus objetivos principales. Tal es el caso del uso de la fotografía como vía de expresión de las ideas en el diseño gráfico.

La fotografía posee varias aristas, y emerge como una de las herramientas más recurridas por parte de los diseñadores para resolver los problemas que se les presentan.

Para el fotógrafo Freeman (2013), una fotografía debe ser consciente, portadora de sentido. En su criterio, lo más importante para que una imagen funcione a la vista del público debe ser: una composición inteligente, es decir, que la imagen esté pensada para transmitir lo que se desee transmitir y que así provoque una reacción en el espectador. La imagen debe buscar en todo momento captar la atención, ya que una buena fotografía es visualmente estimulante, invita a mirarla y genera interés por ella misma, de manera natural.

Este tipo de imagen no solo se observa, sino que se lee, debido a que contiene distintos planos expresivos. Una fotografía debe ser expresiva en su totalidad, que cuente muchas historias, debe dejar lugar a la imaginación y guardar sorpresas más allá del primer vistazo.

Es muy importante señalar que la fotografía tiene un contexto cultural el cual está condicionado por los referentes individuales que tienen tanto el emisor (fotógrafo) como el receptor (público) de la imagen. Todo esto se involucra para dotar de sentido a una fotografía.

La fotografía debe transmitir un mensaje determinado, esencialmente profundo que invite a quien las vea a la reflexión sobre algún tema importante de la vida. Una idea puede tener muchas formas: un concepto, una forma concreta de ver la realidad o una forma concreta de mostrarla por medio de la composición, o eligiendo ciertos valores de exposición para hacerlo de la manera que al fotógrafo le resulte especialmente interesante. Lo importante es que la fotografía transmita algo.

### El ISDi en el enfrentamiento a la violencia de género

En la carrera de Diseño de Comunicación Visual, los estudiantes son capaces de traducir amplios volúmenes de información en ingeniosas soluciones para diversas problemáticas que se les presente tanto en los trabajos de curso como en la práctica laboral que realizan cada final de semestre. Esta carrera es donde se desarrolla el proyecto extensionista “0 Violencia” liderado por la autora de este artículo.

El propósito que se sostiene es lograr que los estudiantes de la carrera de Diseño de Comunicación Visual del ISDi contribuyan a la promoción de la cultura de género, que ganen conciencia acerca de las diferentes manifestaciones de la violencia de género y sean capaces de sensibilizarse con la temática a partir de la información que se les brinde, traduciendo luego ésta en las producciones gráficas que realicen y en los debates que se susciten tanto desde lo curricular como lo extracurricular, al mismo tiempo que conozcan sus potencialidades y herramientas para ser actores de dicha promoción de cultura de género.

### El proyecto extensionista “0 Violencia”

Primeramente, se toma en consideración lo referente a que el proyecto extensionista “se reconoce como una unidad (...) que a través de un conjunto reducido de actividades, acciones y tareas pretende modificar o transformar una parcela de la realidad sociocultural, disminuyendo o eliminando un déficit o solucionando un problema”.<sup>5</sup>

Así, a partir de una búsqueda realizada en el ISDi sobre referentes de trabajos realizados por los estudiantes en temática de género y violencia de género, se encontró poca información al respecto.

Se tuvo acceso a una mínima porción de información sobre spots publicitarios presentados en la asignatura de Campaña, y se constató que los estudiantes tienen conocimientos poco profundos acerca del tema violencia de género, apreciándose en las soluciones finales la presencia de algunos estereotipos sexistas.

Teniendo en cuenta que la extensión universitaria constituye uno de los procesos medulares de la educación superior en Cuba y está enfocada a la formación socio-humanista, a la reafirmación de la identidad cultural, a la preparación profesional de los estudiantes y al mejoramiento de la calidad de vida de los miembros de la comunidad universitaria y de la población en general, así como a la formación de valores, en este caso formar en los estudiantes valores como el respeto, la responsabilidad, la solidaridad y la cooperación, se ha generado el proyecto “0 Violencia” en la carrera de Diseño de Comunicación Visual del ISDi.

En el mes de marzo de 2015 se creó el proyecto extensionista “0 Violencia” con un cronograma de actividades a través de las cuales se comenzó el trabajo con estudiantes de

5. González y González, 2015, p.79

3ro y 4to años, primeramente para motivarlos con el tema y fomentar su participación en el proyecto.

Se realizó una serie de sesiones con los estudiantes en las cuales se abordó la temática y se expusieron diversas teorías sobre género y violencia de género, haciendo énfasis en los valores positivos y subjetivos como el respeto, responsabilidad, solidaridad y cooperación, debido a que estos son el núcleo fundamental sobre el que se basa la idea del proyecto en curso, y se analizan en el mismo desde una perspectiva dialéctico-materialista, ya que como valores son un fenómeno social que posee significación en el contexto de la relación sujeto-objeto y que expresa las necesidades e intereses humanos.

Posteriormente, se presentó por parte de un grupo de estudiantes, una campaña con carteles fotográficos y un spot publicitario sobre el tema, específicamente sobre la sexualización precoz de las niñas (niñas que son vestidas con atuendos, accesorios y maquillaje de mujeres adultas).

En el curso siguiente, otros grupos de estudiantes se centraron en generar el logotipo del proyecto, utilizando parte de los símbolos asociados al género femenino y masculino, así como el color violeta que es el representativo del género.

Asimismo, otro equipo realizó una serie de fotografías sobre el tema y también carteles fotográficos que visibilizan la dicotomía masculino-femenino aprendida por los niños y niñas desde corta edad, forzándolos a elegir una identidad de género concordante con su fenotipo y a expresarla como tal, castigándolos cuando sus elecciones de juego o vestuario no son coherentes con las ideas tradicionalmente establecidas por la sociedad. Aquí, los estudiantes representaron la dicotomía por medio de los juguetes y el estereotipo social que encarna la selección de los mismos.

A partir de aquí, se puede constatar que los estudiantes presentan una creciente adquisición de mayores conocimientos acerca de la violencia de género y cómo enfrentarla mediante el diseño y la fotografía, ya que los resultados van siendo cualitativamente superiores.

Para ellos y ellas, lograr estos conocimientos coadyuvó a formar y consolidar en su personalidad una serie de valores como el respeto hacia las otras personas y a no discriminar por cuestión de su género; la responsabilidad en el tratamiento de una temática que afecta a una gran parte de la población no solo de Cuba, sino también del mundo; la cooperación entre mujeres y hombres para lograr una sociedad más justa desde sus aportes profesionales como estudiantes de diseño y futuros trabajadores y trabajadoras de este sector; la solidaridad con las personas que se ven afectadas por esta desigualdad y violencia de género, siendo importante aquí señalar que las estudiantes pudieron comprender mucho mejor cómo ellas

pueden ser víctimas de dichas relaciones desiguales y por tanto son altamente proclives a sufrir cualquier tipo de violencia de género en sus diversas manifestaciones en la vida cotidiana.

### **CONCLUSIONES**

Los datos obtenidos hasta el momento indican que, a través de la sistematización de un proyecto extensionista dirigido a la educación e información a los estudiantes, se puede lograr un cambio favorable en la promoción de cultura de género y el enfrentamiento a la violencia de género desde diversas vías.

Los resultados parciales de la sistematización del proyecto extensionista “0 Violencia”, indican que es un enfoque novedoso en el ISDi que logra ampliar los conocimientos de los estudiantes en materia de violencia de género. Asimismo, impacta positivamente en la cultura de género de los estudiantes. También, fomenta valores como el respeto, la cooperación, la solidaridad y la responsabilidad, al tiempo que muestra las potencialidades del diseño y la fotografía como vías para visibilizar y enfrentar el problema de la violencia de género.

### BIBLIOGRAFÍA

- Bourdieu, P. (1985). Dialogue à propos de l'histoire culturelle. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n° 59, 86-93.
- Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. Expertia. 2 (4), 89-107.
- Freeman, M. (2013). La visión del fotógrafo: Entender y apreciar la buena fotografía. Barcelona, España: Blume.
- Garcés, R. (2015). Homofobia: diagnóstico preliminar de un tema pendiente. Revista Sexología y Sociedad. 21(1), 31-48.
- Izaguirre, R. (2014). Enfoque filosófico dialéctico-materialista de la investigación científica. Humanidades Médicas. 14(1), 127-144.
- González, G., González, M. & Bendicho, M. (2014). Extensión universitaria: el arte de promover cultura. En R. Alarcón (Presidencia), 9º Congreso Internacional de Educación Superior Universidad 2014. Curso llevado a cabo en el 9º Congreso Internacional de Educación Superior Universidad 2014, La Habana, Cuba.
- González, M. y González, G. (2015). El proyecto extensionista como eje articulador de la gestión de la extensión universitaria. Revista Congreso Universidad. 4(1), 73-85.
- Gurevich, P. (1989). El hombre y la cultura. Moscú: Agencia de prensa Nóvosti.
- Karam, T. (2014). Introducción a la semiótica de la imagen. Cataluña, ES.: Portal de la Comunicación InCom-UAB. Lecciones del portal. Recuperado de [http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/23\\_esp.pdf](http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/23_esp.pdf)
- Mitchell, W. J. T. (2003). "Mostrando el Ver: una crítica de la cultura visual" en Estudios Visuales, nº1, diciembre, pp. 17-40.
- Kritt, D. (2013, julio). La perspectiva de Vygotsky sobre el aprendizaje, la cultura y la enseñanza que marca la diferencia. Espacio para la infancia. Recuperado de <http://earlychildhoodmagazine.org/wp-content/uploads/2013/07/4.-La-perspectiva-de-Vygotsk.pdf>
- Masters, W., Johnson, V., & Kolodny, R. (1987). La Sexualidad Humana. La Habana, Cuba: Editorial Científico Técnica.
- Matamoros, E. (1992). ¿Promoción o animación sociocultural? La Habana: s/e.
- Roque, R. y De la Sierra, R. (1987). La promoción cultural: algunas consideraciones básicas. Revista Temas No.13. MINCULT. pp 65 – 69.
- Lamas, M. (2007). El género es cultura. Euroamericano. Recuperado de [http://www.oei.es/euroamericano/ponencias\\_derechos\\_genero.php](http://www.oei.es/euroamericano/ponencias_derechos_genero.php)
- Moya, I. (2009, enero). Alas desatadas. La jiribilla [en línea]. Recuperado de [http://www.lajiribilla.co.cu/2009/n400\\_01/400\\_05.html](http://www.lajiribilla.co.cu/2009/n400_01/400_05.html)
- Moya, I. (2012). En Cuba también luchamos contra la violencia de género [Archivo de video]. De [http://www.cubainformacion.tv/index.php?option=com\\_content&task=view&id=43218&Itemid=86](http://www.cubainformacion.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=43218&Itemid=86)
- Organización de las Naciones Unidas. ONUMujeres. (2013). Elementos esenciales de planificación para la eliminación contra la violencia de mujeres y niñas. Recuperado de <http://www.endvawnow.org/uploads/modules/pdf/1372349315.pdf>
-

Organización de las Naciones Unidas. (2015). Violencia homofóbica y transfóbica. Recuperado de [https://www.unfe.org/system/unfe-22-UN\\_Fact\\_Sheets\\_-\\_Spanish\\_v1d.pdf](https://www.unfe.org/system/unfe-22-UN_Fact_Sheets_-_Spanish_v1d.pdf)

Rodríguez, M. (2009). Los hombres también sufren. La Habana, CU: Juventud Rebelde. Recuperado de <http://www.juventudrebelde.cu/cuba/2009-06-13/los-hombres-tambien-sufren/>

World Health Organization. (2016). Gender, equity and human rights. Recuperado de <http://www.who.int/gender-equity-rights/understanding/gender-definition/en/>

### ANEXOS

#### Anexo1



*Cartel fotográfico presentado como parte del trabajo final de la asignatura Campaña. Curso 2014-2015.*

#### Anexo2



*Logotipos del proyecto, presentados como parte de las prácticas laborales realizadas por los estudiantes en 4to año. Curso 2015-2016.*

Anexo3



**Algunas fotografías de la serie presentada como parte de las prácticas laborales realizadas por los estudiantes en 3er año. Curso 2015-2016.**

Anexo4



**Algunos carteles llevados a cabo tomando la serie fotográfica presentada como parte de las prácticas laborales realizadas por los estudiantes en 3er año. Curso 2015-2016.**

