

Daniela V. Di Bella(\*)

---

**Resumen:** Dada la relevancia actual que asume la visualidad, se revisa la importancia de la participación de lo *político* en el mundo de las imágenes. El presente proyecto de investigación se adentra en las problemáticas específicas del Diseño y la Cultura Visual –en su relación entre las imágenes y el género– en tanto la revisión de la noción de un análisis crítico de la imagen desde los discursos institucionalizados y los que funcionan como instrumentos de agencia política, su vínculo con la publicidad, las imágenes filmicas, la televisión, los videojuegos, las redes sociales, la educación, los medios impresos, los objetos de diseño, el arte y demás apartados icónicos de la cultura del consumo y la industria de la imagen y la comunicación.


**Palabras clave:** Diseño - Comunicación - Cultura Visual - Género - Agencia - Análisis crítico Discursos

[Resúmenes en inglés y en portugués en la página 22]

La presente Edición (251) de la publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación: “Diseño, Cultura Visual y Género” entre la Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología (UDIT, España) y el Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad de Palermo (UP, Argentina), se inscribe en la Línea de Investigación (15) Cultura material, Arte y Diseño. Reflexiones, estrategias y aportes y contiene los resultados del Proyecto de Investigación 15.6.

---

<sup>(1)</sup> **Daniela V. Di Bella**, Nacida en Buenos Aires (Argentina), es Arquitecta (Universidad de Morón, Argentina) con una Especialización en Diseño Arquitectónico (misma casa de estudios), Magister en Gestión del Diseño (Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Argentina) y Candidata a Doctora (en Tesis) del PhD en Educación Superior, Facultad de Ciencias Sociales (Cátedra Unesco UP, Argentina). Investiga sobre prospectiva, futuro y teoría del Diseño y la Arquitectura, sus vínculos con la transición y la sostenibilidad. Se desempeña como Coordinadora de Proyectos Interinstitucionales: Incubadora de Proyectos de Investigación del Instituto de Investigación en Diseño, UP Argentina. Dirige desde 2014 la Línea de Investigación Diseño en Perspectiva: Escenarios del Diseño bajo el convenio académico entre la Universidad de Palermo (Argentina) y Carnegie Mellon University (EEUU). Es parte del Cuerpo Académico del Posgrado en Diseño, Profesora Titular de Diseño 4 de la Maestría en Gestión del Diseño (UP) vinculada

al Programa Transition Design (TD) del PhD en TD y Transition Design Institute CMU (EEUU). Fue Directora del Departamento de Producción CPDyC y Co-Coordinadora del Departamento de Multimedia de la Universidad de Palermo. Profesora Titular en otras Universidades. Con experiencia de más de 30 años en gestión y producción editorial, gestión de contenidos, edición científico-técnica, diseño y dirección de arte, diseño fotográfico y arquitectura publicitaria, para empresas del ámbito corporativo y mercado editorial nacional y extranjero. Coordinadora editorial y académica de libros de investigación, arte y diseño, autora de numerosos artículos de investigación, par revisor de agencias y publicaciones nacionales e internacionales, creadora de productos editoriales y multimediales, curadora de muestras de arte y de diseño, jurado en eventos científicos y culturales.  ORCID ID 0000-0003-0923-8755.

El presente Proyecto de Investigación colaborativo denominado **Diseño, Cultura Visual y Género** –*fue incubado durante el período 2024-2025*– entre la Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología (UDIT / España) y la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (UP, Argentina), y fue coordinado por **M. Mar Martínez-Oña** (UDIT / España) y **Daniela V. Di Bella** (UP, Argentina).

El Proyecto se inscribe dentro de las actividades de investigación disciplinar y creación de conocimiento en el campo del Diseño, iniciadas por la Incubadora de Proyectos de Investigación del Instituto de Investigación en Diseño. La Incubadora nace como parte de la generación de un estímulo e invitación a académicos y autores, a profesores y profesionales, en forma individual o en equipos, que están dando sus primeros pasos en este campo y están interesados en avanzar, consolidarse, proyectarse e integrarse al mundo formal y sistemático de la Investigación en Diseño. Surge como un espacio de generación, desarrollo y concreción de nuevos Proyectos de Investigación de carácter interinstitucional, de alcance nacional e internacional de la Universidad de Palermo. De este modo –la Facultad de Diseño y Comunicación a través de su Incubadora– ofrece generosamente su plataforma a quienes estén interesados en acercar sus ideas, iniciativas y propuestas para avanzar en la generación de nuevos Proyectos de Investigación –que impacten positivamente en el diseño como disciplina y profesión– e integrarse al Instituto de Investigación en Diseño<sup>1</sup>. En esta ocasión –y a partir de las iniciativas de la Incubadora– se inicia un camino de indagaciones sobre la participación de lo *político* en el mundo de las imágenes que explora en problemáticas específicas del Diseño y la Cultura Visual –en su relación entre las imágenes y el género– en tanto la revisión de la noción de un análisis crítico de la imagen desde los discursos institucionalizados y los que funcionan como instrumentos de agencia política. Las investigaciones surgidas de este Proyecto de Investigación y de los muchos otros proyectos desarrollados por las 27 Líneas de Investigación del Instituto de Investigación en Diseño de la Facultad de Diseño y Comunicación<sup>2</sup>, se articulan y complementan –en contenidos, objetivos e intenciones– con los que lleva a cabo la Maestría en Gestión del Diseño<sup>3</sup>, permitiendo a través de su acción educativa, el desarrollo y apoyatura de aspectos

metodológicos, conceptuales y teóricos para la gestión y planificación integral de proyectos, programas y soluciones en el campo del Diseño.

## **Diseño, Cultura Visual y Género**

Los estudios visuales se encargan de analizar el campo de la cultura de acuerdo un enfoque que se centra en la vida social de las imágenes y de la visualidad, en tanto la influencia que van cobrando en la organización de las esferas de la vida. Así la autonomía lograda por la imagen y su cultura en la contemporaneidad

*es resultado de una expansión cuantitativa que acaba revirtiendo en la intensificación de la dimensión performativa de lo visual, como productora de identidades y entidades sociales, exclusiones y subjetividades (Martínez Luna, 2016: 94-95).*

Los medios de producción y circulación de las imágenes, están alimentados por los mecanismos de la cultura, las dinámicas de la memoria y los imaginarios sociales –que de manera permanente activan y desactivan redes y nudos simbólicos– de acuerdo a las necesidades sociales, políticas y económicas del contexto y la época. Dada la relevancia actual que asumen las imágenes, como su profusa circulación en múltiples medios, diversificación de autores, intencionalidades y fines, resulta apremiante revisar la recuperación de la importancia de un análisis de la imagen que tome en cuenta la participación de lo *político* en el mundo de las imágenes. Lo que vemos y cómo lo vemos está determinado por los valores culturales de la sociedad y sus relaciones de poder que posibilitan la visualización de algunas imágenes más que otras o que simplemente pasan a ser invisibilizadas.

Este proyecto se adentra en las problemáticas específicas del Diseño y la Cultura Visual –en su relación entre las imágenes y el género– en tanto la revisión de la noción de un análisis crítico de la imagen desde los discursos institucionalizados y los que funcionan como instrumentos de agencia política, su vínculo con la publicidad, las imágenes filmicas, la televisión, los videojuegos, las redes sociales, la educación, los medios impresos, los objetos de diseño, el arte y demás apartados icónicos de la cultura del consumo y la industria de la imagen y la comunicación.

El presente volumen contiene los aportes colaborativos de 12 Investigadores/as provenientes de España y Argentina, cuyos 9 resultados de la investigación se detallan brevemente y de manera comentada organizados –*para este prólogo*– según dos ejes temáticos orientativos:

- (a) **Comunicación, industria cultural y construcción visual**
- (b) **Visibilización de la obra de mujeres pioneras de la arquitectura, el diseño y el arte**

## Comunicación, industria cultural y construcción visual

En este apartado se presentan cinco trabajos de investigación –que a través del estudio de casos– exploran el papel de la comunicación y la industria cultural en la construcción visual de la imagen, visibles en los modelos propuestos de feminidad, el control de la autonomía femenina, la alfabetización visual de la infancia, la cosificación del cuerpo y la imagen publicada en redes sociales.

**1.- La reescritura de la bruja y la princesa en la publicidad de lujo: un análisis de *El jardín de los sueños* de Gucci de Ana Vicens Poveda:** propone el análisis de la obra *El jardín de los sueños*, dirigida por la fotógrafa y directora Floria Sigismondi para la marca de lujo Gucci, con el fin de entender y valorar las reescrituras de los modelos de feminidad en el discurso publicitario del lujo. Define la investigadora:

(...) la comunicación de marcas de lujo, se ha convertido en generadora y difusora de mitos, garante de la narrativa transmedia y de otras técnicas comunicativas como el marketing de *influencers* o el *branded entertainment*. En esta línea, el *fashion film* se sitúa como un contenido único de este sector y máximo exponente de *branded content*. Supone una herramienta propia de moda para construir su marca a través del *storytelling* (Vicens Poveda, 2024: 30)

Desde una postura crítica analiza como resulta revelador que las marcas recurran a los relatos clásicos –como los cuentos de hadas–, para utilizar el universo simbólico de estas narrativas al servicio de sus propuestas de comunicación. Se valen de los arquetipos clásicos del cuento para representar a la mujer actual, a pesar de la influencia y consecuencias negativas que estos modelos proponen y producen en la asimilación de diversos estereotipos sexistas en el público femenino.

**2.- Prisiones doradas: la dinámica de la reclusión femenina en la animación y el pensamiento de Virginia Woolf de Eva Santin Álvarez:** presenta un análisis crítico de las representaciones en películas de animación –donde la protagonista femenina– debe permanecer recluida para su protección o control, en cruce con la obra literaria “*Una habitación propia*” de Virginia Woolf. La investigadora analiza estos lugares –que si bien son presentados como refugios seguros– “*también actúan como prisiones simbólicas que limitan la libertad y el desarrollo personal de las protagonistas*”. Explora cómo las afectan en términos de desarrollo de la trama y en la construcción de sus identidades. Analiza cómo “*simbolizan la lucha entre la autonomía personal y las expectativas sociales*”. En las conclusiones la investigadora declara:

Woolf defendía que disponer de un espacio físico (y/o mental) es esencial para el crecimiento personal y creativo de las mujeres. Esta idea contrasta con los espacios de aparente refugio que protegen a las protagonistas, que a la vez actúan como formas sutiles de control, limitando su libertad. La evolución de estos escenarios refleja no solo una transformación en la representación de los

géneros, sino también un reconocimiento cada vez mayor de la importancia de la autonomía y la autoexpresión femenina (Santin Alvarez, 2024: 77).

**3.- El cuerpo fragmentado en la fotografía comercial de Leta Sobierajski de Rafael Timón Gómez y María Vanessa García Guardia:** desentrañan el uso de la retórica visual que la diseñadora y creadora visual Leta Sobierajski realiza en sus imágenes comerciales. Es sabido que la fotografía comercial ha utilizado y utiliza de manera repetida y como recurso de venta, partes del cuerpo humano para sujetar o acompañar al producto, guiar la mirada del espectador o sustituirlo, transmitiendo significados asociados donde suele recurrirse al cuerpo femenino. Sin embargo en el caso de las imágenes creadas por Sobierajski, el recurso se extrema tocando el límite del grotesco:

(...) es hipótesis de este artículo que es lo grotesco –compatible con lo fantástico y lo surrealista– el concepto estético que arroja mayor luz sobre las imágenes seleccionadas, de modo que se trabajará con él utilizándolo como paraguas para abordar el análisis retórico y el modo en que transmiten significados relacionados con la estereotipia de género (Timón Gómez y García Guardia, 2024: 190).

Los investigadores presentan –mediante un análisis que parte de la retórica visual y la conecta con ciertos aspectos propios de la genealogía de lo grotesco, lo fantástico y el surrealismo– la representación del cuerpo femenino en un *corpus* de imágenes seleccionadas.

**4.- Análisis de los estampados infantiles en la industria de la moda y la identidad de género de Julia Sainz Cortés:** analiza los motivos de los estampados en camisetas para niños y niñas (de 2 a 8 años) en la alfabetización visual de la infancia a través de medios audiovisuales, literatura, arte, juguetes e indumentaria propia y ajena; siendo que

La vestimenta funciona como un sistema poderoso, aunque habitualmente subestimado, de comunicación visual. La ropa expresa el rol de género normalmente mezclado con la edad, clase social u ocupación, a lo largo de toda la vida del individuo (Sainz Cortés, 2024: 83).

A partir de la catalogación de los distintos motivos de estampados en camisetas de la colección de verano 2024 de dos grandes marcas multinacionales, examina los colores, la simbología, la temática y los mensajes propuestos, y como contribuye así a crear la identidad en base a estereotipos y roles de género.

**5.- Cultura visual en instagram del espacio público urbano: de la realidad a las redes sociales en superkilen de María Beltrán y Montserrat Pichel:** plantean la identificación de las relaciones existentes –entre el tipo de diseño del parque urbano Superkilen (Copenhague, Dinamarca) y la imagen proyectada en redes a través de la cultura visual ofrecida– ya que “su diseño recibió el premio Agha Kahn en 2016, por ser un espacio multiétnico e inclusivo que representaba a diferentes culturas convivientes en el barrio de Nørrebro”.

Declaran las investigadoras:

Superkilen, un parque público multicultural, de uso cotidiano por sus vecinos, se proyecta en redes sociales como escenario donde contar experiencias o vender glamour (...) Un parque inicialmente diseñado para promover la interacción entre personas muy variadas, ha creado un fenómeno en Instagram (...) (Beltrán y Pichel 2024: 175).

Por tanto han desarrollado un análisis cuantitativo y cualitativo de imágenes de Superkilen publicadas en Instagram, los tipos de uso y participación del espacio, las variadas publicaciones en redes sociales entre otros factores de atención de la relación con el icónico parque ya que “*La selección consciente de los espacios urbanos expuestos en una imagen los convierte en espacios de consumo aspiracionales, enclaves de vida y proyección de cómo se habitan*” (Caliandro y Graham, 2020, en Beltrán y Pichel 2024: 176).

## Visibilización de la obra de mujeres pioneras de la arquitectura, el diseño y el arte

En este apartado se presentan cuatro trabajos de investigación que analizan, visibilizan y ponen en valor la presencia de obras, pensamiento y acciones de mujeres pioneras de la arquitectura, el diseño y el arte.

**6.- Mujeres diseñadoras: Sonia Delaunay (1885–1979) de M. Mar Martínez-Oña:** analiza y recupera la obra de la diseñadora Sonia Delaunay perteneciente a las vanguardias artísticas europeas del siglo XX, que incursionó en diseño de moda, estampado de telas, artes decorativas, diseño de interiores, escenografía y montajes de espacios como el de la *Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas de París* (1925). En consecuencia la investigadora afirma:

(...) se pueden confirmar varias cuestiones, entre ellas el carácter polifacético de la artista quien desarrolló obras de varias disciplinas del diseño. Sonia Delaunay (...) se convierte entonces, en una *diseñadora multidisciplinar* que desarrolló un trabajo intenso cuyo resultado es una fructífera obra artística personal, donde encontramos una identidad propia que se pone de manifiesto en todas sus creaciones artísticas (Martínez-Oña, 2024: 121).

El estudio analiza –aplicando la perspectiva de género– la obra de una de las diseñadoras más importantes de principios del siglo XX, utilizando a su vez metodologías de revisión bibliográfica y de método iconográfico.

**7.- El papel de la mujer en la historia de la imagen visual de tiendas a lo largo del siglo XX y principios del XXI** de *María Eugenia Josa*: revisa y pone en valor el papel de tres arquitectas y diseñadoras de espacios comerciales del siglo XX y XXI: *Leila Menchari*, quién consiguió ser la primera “*visual merchandiser*” de las tiendas de Hermès, *Gae Aulenti* quién diseñó las tiendas de la firma Olivetti, y *Elsa Urquijo* quien lleva muchos de los diseños de las tiendas de Zara.

En este sentido la brillante arquitecta Gae Aulenti expresó:

“Hay muchas otras mujeres arquitectas con talento pero la mayoría de ellas parecen estar vinculadas con hombres, decía seguramente pensando en colegas brillantes como Charlotte Perriand o Eileen Gray, ambas a la sombra de Le Corbusier. Yo siempre he trabajado para mí y ha sido todo un reto. Las arquitectas no deben considerarse a sí mismas como una minoría (...)” (Margalejo, 2019 en Josa 2024: 129).

La investigación fue desarrollada a partir del análisis bibliográfico y ha buscado recuperar “*el papel de la mujer arquitecta y diseñadora de locales comerciales a lo largo del siglo XX, ofreciendo algunas conclusiones acerca de los rasgos identitarios del diseño de tiendas* (Josa 2024: 136)”.

**8.- Escultoras tradicionales y digitales: Pioneras en el diseño y desarrollo de personajes en la Animación** de *María Teresa Barranco Crespo*: explora la evolución de la escultura en la creación de personajes animados, buscando destacar el papel fundamental de las escultoras tradicionales y digitales en el diseño y desarrollo de personajes, quiénes “*han capturado la imaginación del público y han influenciado la industria de la animación*”.

A través de la revisión de literatura específica, artículos, libros de la historia del arte de la escultura y la contribución de las escultoras tradicionales y digitales en el mundo de la animación, junto a la realización de entrevistas y consultas a escultoras de diferentes ámbitos, el artículo de investigación revela una visión detallada de la creación artística y las técnicas utilizadas, ejemplos de personajes animados creados por escultoras, y una comprensión profunda de la evolución de la escultura en la animación y la influencia de las escultoras en la industria. Al respecto Barranco destaca en dos momentos particulares del artículo:

Hasta 1850, las mujeres no tenían acceso a las clases de dibujo al natural en las escuelas públicas, y en algunas academias privadas solo se les permitía asistir si el modelo estaba parcialmente vestido (Mayayo, 2023). (...) Esta limitación educativa resultaba especialmente significativa, ya que sin una comprensión detallada del cuerpo humano, las mujeres no podían alcanzar el mismo nivel de destreza ni obtener el reconocimiento profesional en disciplinas como la escultura (Sáenz, 2019 en Barranco Crespo, 2024: 143).

Luego hacia las conclusiones expresa:

Con respecto a la representación de las mujeres en puestos de liderazgo, tanto en el ámbito del arte como en otros sectores, la sociedad ha ido experimentando cambios graduales, aunque estos avances han sido relativamente lentos. Sin embargo, en los últimos años, se ha notado una aceleración en este proceso, impulsada en gran medida por el crecimiento del activismo feminista y los movimientos por la igualdad de género (Barranco Crespo 2024: 152).

**9.- Una casa propia. Las primeras arquitectas y la Residencia de Señoritas de Madrid de Eva Hurtado Torán:** presenta un rastreo biográfico de las ocho primeras mujeres arquitectas que se titularon en España entre 1936 a 1960. Estudia -desde una perspectiva histórica y contextual- los años de la II República española, momento en el que estudiaron las cuatro primeras arquitectas, hasta avanzada la Transición democrática, y la tradición y papel que la Residencia de Señoritas jugó en sus vidas “*una institución clave para potenciar la red intelectual y social de aquella minoría femenina en la universidad*”. El artículo de investigación reúne datos y experiencias de esta “*escasa decena de mujeres*” en términos de la herencia que la Institución Libre de Enseñanza imprimió en sus trayectorias. Expresa la investigadora:

El lento incremento del número de mujeres universitarias en carreras técnicas, incluyendo la Arquitectura, tuvo su germen en esta institución progresista, donde gran parte de sus familias participaron activamente. (...) Las instituciones educativas de la Institución Libre de Enseñanza, sus conexiones personales, las actividades culturales en las que participaron en el entorno de la Residencia de Señoritas, la sucesión de sus pasos por la Escuela Superior de Arquitectura de Madrid o sus ocasionales encuentros y complicidades permiten trazar un entramado cada día más preciso (Hurtado Torán, 2024: 57).

*Para finalizar quiero agradecer muy especialmente en nombre del Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad de Palermo, a la Profesora M. Mar Martínez-Oña y a su equipo de investigadores/as convocados/as por la Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología (UDIT / España) que han participado con sus investigaciones en el presente Proyecto de Investigación.*

## Notas

1. Incubadora de Proyectos de Investigación. Disponible en [https://www.palermo.edu/dyc/instituto\\_investigacion/incubadora.html](https://www.palermo.edu/dyc/instituto_investigacion/incubadora.html)
2. Instituto de Investigación en Diseño. Disponible en: [https://www.palermo.edu/dyc/instituto\\_investigacion/index.html](https://www.palermo.edu/dyc/instituto_investigacion/index.html)
3. Maestría en Gestión del Diseño. Disponible en: [https://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/](https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/)



## Bibliografía general

- Appadurai, Arjun (1988) *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Arnheim, Rudolph (1969) *Visual Thinking*, University of California Press.
- Bachelard, Gastón (1983). *La poética del espacio*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Barriandos, J. (2011) La colonialidad del ver. Hacia un nuevo diálogo visual interepistémico en *Nómadas*, núm. 35, pp. 13-29.
- Berger, John (1972) *Ways of Seeing*, Londres, BBC-Penguin Books.
- Elkins, James (2003) Nine modes of interdisciplinarity for visual studies. En: *Journal of Visual Culture* N°2.
- García-Canclini, Nestor (2004) Cultural Studies from the 1980s to the 1990s: Anthropological and Sociological Perspectives in Latin America. En: A. del Sarto, A. Ríos y A. Trigo (eds.) *The Latin American Cultural Studies Reader*, Durham N.C., Duke University Press, pp. 329-346.
- Gombrich, Ernst H. (1980). *El sentido del orden*. Gustavo Gili.
- Guasch, A. M. (2005) Doce reglas para una nueva academia: La nueva historia del arte y los estudios audiovisuales. En: *Estudios Visuales. La epistemología de la visualidad en la era de lo global*, Madrid, Akal, pp. 59-74.
- Guasch, A. M. (2003) Los Estudios Visuales. Un estado de la cuestión” en *Estudios Visuales* N°1, pp. 16-20.
- Jay, Martin (2002) That Visual Turn. The Advent of Visual Culture. En: *Journal of Visual Culture* N°1, pp. 87-92.
- Marchán-Fiz, Simón (2005) Las artes ante la cultura visual. Notas para una genealogía en la penumbra. En *Estudios Visuales. La epistemología de la visualidad en la era de lo global*, Madrid, Akal.
- Martinez Luna, Sergio (2016) La cultura visual contemporánea y la cuestión de la materialidad. *Imágenes, mediaciones, figuralidad*. España: *Escritura e imagen* Vol. 12 (2016): 93-111 Universidad Carlos III de Madrid/Universidad Camilo José Cela de Madrid
- McLeod, J (2000) *Beginning Postcolonialism*, Manchester, Manchester University Press.
- Mirzoeff, Nicholas (2016). *Cómo ver el mundo, una nueva introducción a la cultura visual*. España, Grupo Planeta
- Mirzoeff, Nicholas (1998) *The Subject of Visual Culture*. En: *The Visual Culture Reader*, Londres y Nueva York, Routledge.
- Mitchell, W. (2009). *Teoría de la imagen*. Madrid: Akal
- Mitchell, W. (2002) Showing Seeing: A Critique of Visual Culture. En: *Journal of Visual Culture*, Voll.
- Moxey, Keith (2009) Los estudios visuales el giro icónico. En *Estudios Visuales*, núm. 6, 8-27.
- Noble, A. (2004) Visual Culture and Latin American Studies. En *The New Centennial Review*, Vol4, N°2, pp. 219-238.

**Abstract:** Given the current relevance of visibility, the importance of the participation of the political in the world of images is reviewed. This research project delves into the specific problematics of Design and Visual Culture -in its relationship between images and gender- as the revision of the notion of a critical analysis of the image from institutionalised discourses and those that function as instruments of political agency, its link with advertising, filmic images, television, video games, social networks, education, print media, design objects, art and other iconic sections of consumer culture and the image and communication industry.

**Keywords:** Design - Communication - Visual Culture - Gender - Agency - Critical Analysis - Discourses

**Resumo:** Dada a atual relevância da visualidade, é analisada a importância da participação do político no mundo das imagens. Este projeto de pesquisa aprofunda a problemática específica do Design e da Cultura Visual -em sua relação entre imagens e gênero- como a revisão da noção de uma análise crítica da imagem a partir de discursos institucionalizados e que funcionam como instrumentos de agência política, seu vínculo com a publicidade, as imagens filmicas, a televisão, os videogames, as redes sociais, a educação, a mídia impressa, os objetos de design, a arte e outras seções icônicas da cultura de consumo e da indústria da imagem e da comunicação.

**Palavras-chave:** Design - Comunicação - Cultura Visual - Gênero - Agência - Análise Crítica - Discursos

---