

# El diseño y la semiótica de la exclusión

## Design and the semiotics of exclusion

Eska Elena Solano Meneses<sup>15</sup>

### Resumen

El diseño, concreta en sus expresiones, la cosmovisión del diseñador y de la sociedad que lo produce. Una sociedad excluyente, producirá un diseño igualmente excluyente. El objetivo de este trabajo es analizar a través de la semiótica los diferentes códigos desarrollados como lenguaje del diseño que plasman principios de exclusión invisibilizada, que se han perpetuado desde el origen del diseño hasta nuestros días. La metodología consiste en la realización de un análisis semiótico-hermenéutico de casos de diseño que permitan la distinción semiótica de formas de exclusión. Los resultados muestran que la estandarización impulsada por el diseño ha traído como consecuencia una actuación excluyente de los diseñadores en su práctica reiterada y sistemáticamente. Se concluye que, si se logra identificar la raíz excluyente en diversos códigos de diseño, será posible reparar en ellos, buscando reconfigurar el lenguaje del diseño, cuyas implicaciones repercuten en las personas en su vida diaria.

**Palabras clave:** Diseño, Exclusión, Semiótica

### Argumento

El diseño, práctica impulsada desde la revolución industrial como una manera invisibilizada de adoctrinamiento, ha formado parte de una maquinaria que marca parámetros de conducta, de estatus y de maneras de funcionar excluyentes y discriminatorias, respondiendo a los paradigmas dominantes en este mundo.

Veladamente los diseñadores, desde su campo disciplinario específico, definido como industrial, arquitectónico, gráfico, urbano, textil, de interiores, etc. hemos sido partícipes de ello, sujetos a paradigmas y criterios económicos capitalistas que han impulsado la propiedad privada, el lujo, la exclusividad, la moda, las marcas, el estatus y la imagen como principios del diseño que enmarcan severos signos de exclusión. El capitalismo ha supuesto conflictivas relaciones de producción que determinan los conflictos de clase (Jiménez Planells, 2016) haciendo cómplice al diseñador, que se ha de concebir como un profesionista al servicio de sectores educados y con privilegios sociales y económicos.

Hoy en día, discursos de inclusión, equidad, dignidad y justicia se sustentan y consolidan en compromisos internacionales como: la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (Naciones Unidas, 2020), los Objetivos del Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, 2015), el Convenio 190 de la OIT sobre violencia y acoso laboral (Organización Internacional del Trabajo, 2019), la Conferencia Mundial contra el Racismo, la Discriminación Racial, la Xenofobia y las Formas Conexas de Intolerancia (Naciones Unidas, 2002), la Convención sobre la eliminación

---

15. Doctora en Diseño, Facultad de Arquitectura y Diseño UAEMex, [eskasolano@gmail.com](mailto:eskasolano@gmail.com)

de todas las formas de discriminación contra la mujer (Naciones Unidas, 1981), los acuerdos sobre la Protección contra la violencia y la discriminación por motivos de orientación sexual e identidad de género (Naciones Unidas, 2016), etc. Sin embargo, en pleno S. XXI, en el diseño están presentes diversas formas de discriminación, donde estos principios permanecen y se normalizan, construyéndose una serie de códigos y actos, que a través del diseño recrudescen la distancia existente entre los diversos sectores sociales que excluyen y desplazan a los grupos históricamente vulnerados. Esta exclusión se hace presente en discursos como el capacitismo, el clasismo, la gordofobia o violencia estética, la violencia de género y el racismo.

## Discusión

Este trabajo, cuyo objetivo es analizar a través de la semiótica los diferentes códigos desarrollados como lenguaje del diseño, pretende visibilizar e interpelar los discursos discriminatorios y excluyentes del trabajo que los diseñadores realizan, los enfoques con que los formadores los educan, así como el entorno excluyente que con ello se promueve.

De este modo, la forma de abordaje es la semiótica, como un método de aproximación a los sistemas de significación de los productos de diseño (Cid Jurado, 2019), que constituye una herramienta de análisis que permite reconocer: los argumentos de exclusión, sus variables, los códigos excluyentes, así como los sectores excluidos.

## Acorde a Miranda (2008)

*La semiótica comprende tres ramas: 1) el estudio de las condiciones necesarias que cuentan para que un signo sea tal: gramática semiótica; 2) el establecimiento de los criterios para considerar que algo es verdadero por medio de inferencias de y a través de los signos: lógica crítica, y 3) la determinación de las condiciones y el*

*desarrollo de los signos: retórica universal (Miranda , 2008, pág. 4).*

De este modo, la semiótica establece una relación que enlaza los signos y su valor de verdad, por lo que es posible fundamentar los principios rectores del argumento en que se sustentan, y así determinar su carácter o modo de empleo a través del reconocimiento e interpretación tanto del texto como de su contexto.

Este enfoque semiótico-hermenéutico utiliza como recurso la identificación de diversas operaciones mentales inmersas en la propia estructura del signo, así como de la interpretación, que permiten evidenciar una manera sistemática de exclusión implicada en el diseño.

Se toman en consideración diversas manifestaciones de diseño que van desde el diseño arquitectónico, industrial, gráfico y de modas, de los que se analizan argumentos de exclusión, a través del reconocimiento de códigos excluyentes relacionándolos con los sectores excluidos.

Los modos de exclusión son identificados en 5 productos de diseño, cuyo argumento segrega a diversos sectores de usuarios bajo diferentes enfoques:

1. Explanada de acceso de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México.
2. Porta documentos Must de Cartier.
3. Vestido de Novia.
4. Zapatos de niña.
5. Publicidad de marca de prestigio.

Coincidentemente en todos ellos, de forma invisibilizada, existen argumentos excluyentes y discriminatorios que se han normalizado, sin percatarse que forman parte de una maquinaria que devalúa características y formas de comportamiento de los seres humanos sujetas a un consenso social que contradice los acuerdos internacionales de equidad, justicia e inclusión.

## 1. Explanada de acceso de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México.

La explanada de acceso a la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México, de manera contraria a los paradigmas éticos que debieran formar parte de su enseñanza y de su práctica, deja claro, a través de la infraestructura de sus instalaciones, que la Accesibilidad Universal no corresponde a sus prioridades.

En la Figura 1 es posible observar la presencia de rampas que implicarían la inclusión de las personas usuarias de silla de ruedas, pero de manera inverosímil, la rampa inicia teniendo como antecedente cuatro escalones que el usuario debiera librar antes de tener acceso a la rampa mencionada. La falta de una mirada del cadenamamiento de la Accesibilidad Universal provoca qué acciones aisladas como la que aquí se percibe carezcan de sentido y veladamente muestran la falta de compromiso y respeto por los derechos de las personas con discapacidad.



Figura 1. Explanada de acceso de la Facultad de Arquitectura y Diseño. UAEM (Solano, 2022)

Así, es frecuente encontrar en instalaciones e infraestructuras arquitectónicas, algunos indicios de diseño accesible, que se manifiesta en rampas con pasamanos, guías tactopodales, señalética en braille o auditiva, baños universales, etc. como intentos aislados, pero que no corresponden a una mirada global donde todo el contexto sea accesible. Para que la Accesibilidad Universal se cumpla se debe resolver todo un trayecto donde, desde el punto A hasta el punto B no se encuentren barreras que impidan el acceso a las instalaciones y a los servicios que implica todo el entorno arquitectónico.

La ausencia del enfoque inclusivo en el diseño arquitectónico merece también una mirada longitudinal, dado que, desde la formación,

a los arquitectos no se les demanda como principio obligado que sus espacios estén diseñados pensando en un usuario con diversidad. Si en las universidades no se fortalecen los principios del diseño universal, para dotar a los entornos de Accesibilidad para todos, como un compromiso formativo, entonces es posible entender que este criterio se omita en la práctica profesional. Con ello se concluye que la presencia de un código excluyente, en este caso una rampa mal diseñada, se puede interpretar como una evidente discriminación, bajo el argumento de capacitismo, que excluye a grupos de personas con discapacidad, de personas adultas mayores y de personas con problemas de salud que inhiben su movilidad.

## 2. Porta documentos Must de Cartier.

En el caso del diseño industrial, también es posible encontrar códigos excluyentes que vulneran y discriminan a algunos sectores de una manera flagrante. Tal es el caso de los discursos de exclusividad, de marca y de lujo que constituyen una práctica frecuente entre los diseñadores. La mercadotecnia, a través de estos recursos, constituye diversos tipos de violencia hacia grupos que, producto de la interseccionalidad, se encuentran sumidos en situaciones de pobreza. La interseccionalidad nos ha permitido aproximarnos a fenómenos que recrudescen las condiciones de exclusión, al conjuntarse aspectos como el origen étnico, migratorio, condiciones de discapacidad, género, edad avanzada, etc., generando consigo nuevas dimensiones de discriminación.

Basta reconocer que acorde a cálculos del Banco Mundial (2022), entre 657 y 676 millones de personas en el mundo viven en condiciones de miseria extrema, por lo que encontrar objetos como el porta

documentos Must de Cartier (Fig. 2), que se muestra en la imagen con un costo de 57,000 MXN resulta insultante si se considera que el ingreso promedio en México es de aproximadamente 7 mil 380 pesos mensuales (INFOBAE, 2022), lo que significaría que un mexicano promedio, dedicando todo su ingreso mensual tardaría cerca de 8 meses en pagar este objeto.

En este contexto, bajo el argumento excluyente denominado clasismo, un grupo importante de personas son excluidos. Los códigos utilizados son la marca, el lujo, el precio y el lugar de venta, en donde las personas que no cuentan con altos recursos, ni son sujetos de crédito y no tienen acceso a los lujosos lugares de venta, no tienen cabida. Nuevamente el código excluye y relega; un código que es producto de una serie de mecanismos en donde participan, diseñadores, mercadólogos, empresarios cuyo carácter de exclusividad, lejos de ser considerado como una violencia en contra de los sectores vulnerados, se aplaude y se aspira.



### PORTADOCUMENTOS, MUST DE CARTIER

Piel de becerro color negro, acabado paladio

MX\$ 57,000

Portadocumentos Must de Cartier de piel de becerro color negro. Cierre con cremallera, piezas metálicas acabado paladio. Exterior: logo. [Leer más](#)

CONTACTAR EMBAJADOR

MÉTODOS DE PAGO

HAZ EL PEDIDO POR TELÉFONO 800 227 8437

BUSCAR EN BOUTIQUE

CONTACTA CON UN EMBAJADOR

Cita en la boutique

COMPARTIR

Ref. 11002394

Figura 2. Must de Cartier (<https://www.cartier.mx/11002394-portadocumentos-must-de-cartier/p>)

### 3. Vestido de Novia ofertado por Amazon.

El diseño de modas es quizá, la manifestación del diseño más excluyente desde su origen; ya que se apoya en valores estéticos por encima de los utilitarios y económicos. A ello se suma el hecho de ser una de las industrias más contaminantes que existen.

El objeto que se analiza, un vestido de novia ofertado por Amazon, en su plataforma de compra y venta en línea, es una muestra de las características que prevalecen en el diseño de modas (Fig. 3). Este vestido representa el argumento discriminatorio de la gordofobia y de la violencia estética, cuyo mecanismo consiste en valorar el cuerpo humano con base a condiciones

de estereotipos que representan la belleza del mismo. Estos estereotipos constituyen el código con el que se excluye a todos los cuerpos humanos que no encajan en conceptos de esbeltez y proporción ideal considerados cánones de perfección y belleza. Se mencionan además los graves daños psicológicos que generan en constructos como la autoaceptación y autoafirmación, siendo además la causa de enfermedades y trastornos como la bulimia y la anorexia. Los grupos relegados son, en este caso, todas aquellas personas cuyo cuerpo no corresponde a ese ideal, como son las personas con sobrepeso, las personas con obesidad, y las personas de peso inferior a los ideales establecidos por la moda.



Figura 3. Vestido de Novia (<https://www.amazon.com.mx/HAPPYMOOD-Vestido-Vestidos-Apliques-cuentas/dp/B07C2Q5S6V>)

#### 4. Zapatos de niña marca Gerat.

Otro tipo de exclusión producido por la moda es la violencia de género, y corresponde al tipo de violencia más normalizado e invisibilizado de todos. Desde la violencia de género se despliegan manifiestos que detentan argumentos de aceptación de un género binario, argumento que se construye socialmente desde que los niños nacen.

Su manifestación a través de la moda contribuye a perpetuar estereotipos en donde lo femenino, lo delicado y lo floral se relacionan con la mujer, junto con un manejo socio psicológico del color (donde la gama de tonos fluctúa entre los rosados y los violetas) y conforman códigos en

los que se soporta el argumento de exclusión que se niega a reconocer como una característica natural en el hombre, un amplio espectro en la diversidad de género. De este modo personas lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, transvesti, transexuales, intersexuales y queer no poseen legitimación en la sociedad, ni se reconocen como características deseables que se evaden en el diseño desde los primeros años de las personas.

Los zapatos rosados y con adornos florales que se ofrecen para ser usados con niñas, y reforzar de esta manera una conducta que solo reconoce un género binario, es decir hombre o mujer, representan la velada manera en que el diseño es cómplice de la exclusión (Fig. 4).



Figura 4. Zapatos rosados ([https://www.gerat.com.mx/products/zapato-para-nina-de-fiesta-color-fiusha?currency=MXN&variant=35390134321314&utm\\_medium=cpc&utm\\_source=google&utm\\_campaign=Google%20Shopping](https://www.gerat.com.mx/products/zapato-para-nina-de-fiesta-color-fiusha?currency=MXN&variant=35390134321314&utm_medium=cpc&utm_source=google&utm_campaign=Google%20Shopping))

## 5. Publicidad de firma Armani

Otra manera de exclusión, presente ahora en el diseño gráfico y la publicidad, es el manejo del colorismo que se exige determinando rasgos, tonos de piel y de cabello en los modelos que son contratados en los anuncios de publicidad en tiendas y marcas de prestigio.

Al estereotipo que se intenta reforzar en países latinoamericanos, se le conoce en el medio publicitario como “latino internacional”, donde las personas que no corresponden con estos modelos son excluidas. Este estereotipo exigido a los modelos y actores en medios publicitarios busca como características deseables: cabello castaño, tez clara, y ojos cafés o aceitunados (Fig. 5).

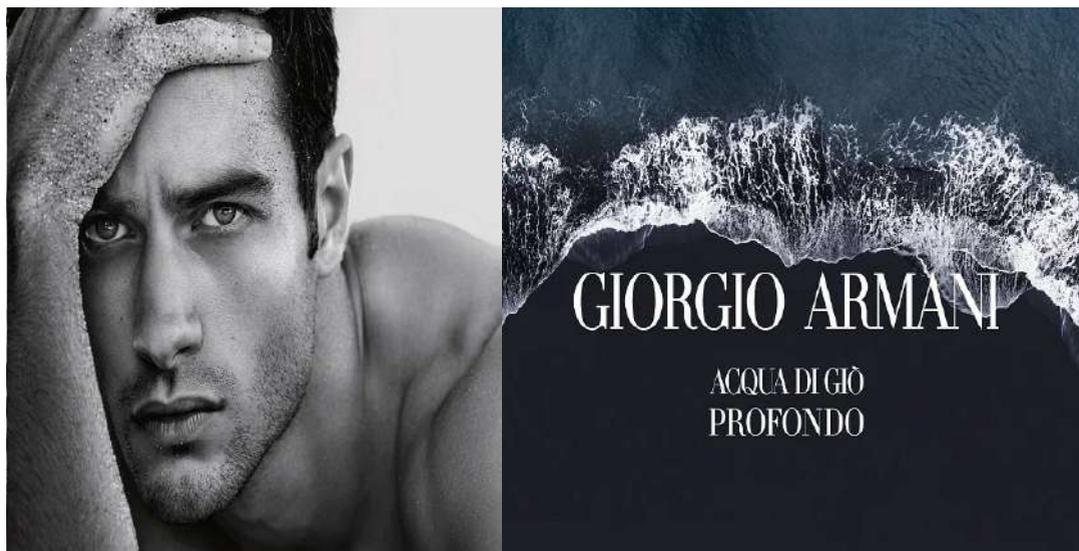


Figura 5. Fenotipización excluyente en publicidad (<https://sephora.nnnow.com/giorgio-armani>)

En un estudio realizado por el antropólogo Juris Tipa sobre “El racismo colorista en la publicidad en México” (2019), afirma que la publicidad genera una gama de imaginarios que se fundamentan en aspectos físicos de los modelos, entre los que resalta el tono de piel y la estratificación socioeconómica. Menciona la fenotipización como una práctica simbólica que se apoya en prejuicios que se propagan a través de los medios de comunicación.

El racismo es en este caso el argumento de exclusión, mientras las variables excluyentes son los rasgos físicos

condicionados por el tono o color de piel, de los ojos y del cabello; construyendo argumentos que devalúan a las personas de piel oscura, a las personas de origen étnico, a los afroamericanos, así como a personas de rasgos asiáticos.

Estas diversas formas de discriminación y exclusión reconocidas desde el diseño quedan sintetizadas en la Tabla 1, que se constituye por 5 columnas que describen el objeto o producto de diseño, asociado con sus argumentos, variables y códigos de exclusión; reconociendo el mismo tiempo a los sectores que son excluidos bajo ese argumento.

Objeto/Producto de diseño	Argumento de exclusión	Variable de exclusión	Códigos Excluyentes	Sectores Excluidos
<b>Explanada de acceso de la Facultad de Arquitectura y Diseño UAEM (Fig. 1)</b>	Capacitismo	Accesibilidad Universal	Rampas discontinuas, ausencia de barandales de apoyo, ausencia de guías tactopodales	Personas con discapacidad, personas adultas mayores, personas enfermas
<b>Porta documentos Must de Cartier (Fig. 2)</b>	Clasismo	Accesibilidad económica	Marca, precio del producto, lugar de venta	Personas en situación de pobreza (falta de acceso por no contar con recursos, no ser sujetos de crédito, excluidos de los espacios físicos de compra)
<b>Vestido de Novia (Fig. 3)</b>	Gordofobia o violencia estética	Estética	Estereotipos e imagen de la ropa	Personas con sobrepeso
<b>Zapatos de niña marca Gerat (Fig. 4)</b>	Violencia de Género	Diversidad de género	Colores y formas ajustadas a géneros binarios	Personas de género difuso (Grupos LGTTBIQ+)
<b>Publicidad de firma Armani (Fig. 5)</b>		Color de piel representado en la publicidad	Rasgos físicos, basados en tonos de piel, color de ojos y cabello	Personas de piel oscuro, personas de origen étnico, afroamericanos, personas de rasgos asiáticos

**Tabla 1.** Modos de exclusión identificados en cuatro productos de diseño, cuyo argumento segrega a diversos sectores de usuarios bajo diferentes enfoques (Elaboración propia)

## Conclusiones

La semiótica posibilita un análisis a través de la intermediación de códigos cuya interpretación desvela las intenciones, los estereotipos y los paradigmas bajo las cuales se ejercen prácticas sociales donde los discursos simbólicos quedan expuestos.

Si entendemos por código una expresión de las convenciones sociales, qué esconde tras de sí significados que solo adquieren sentido bajo cierto contexto, nos damos cuenta como el diseño ha expresado formas y modelos de exclusión amparándose en la vulnerabilidad que le da el contexto de lectura del mismo código.

Ello significa la posibilidad de invisibilización de una interpretación subjetiva del contexto, es decir, si el código es leído en otro contexto, pudiera estar sujeto a una interpretación no excluyente, por lo que, lo que le da el sentido de exclusión es el aquí y el ahora, donde se sitúa.

México, es un país de gran diversidad, donde el 16.5% de la población presenta una discapacidad (DIS-CAPACIDAD, 2021), el 43.9% se encuentra en situación de pobreza (Instituto Mexicano para la Competitividad, 2021), el 75 % de las personas adultas padece obesidad y sobrepeso (Lugo, 2021) y un 11% de personas se reconocen dentro del grupo de diversidad sexual (El Financiero, 2021); lo que obliga a interpelar por las prácticas que desde el diseño los vulnera.

La diversidad ha de constituir uno de los grandes valores tanto en nuestro país como en el resto del mundo.

Este trabajo muestra que la estandarización impulsada por el diseño en serie ha traído como consecuencia una actuación excluyente de los diseñadores

en su práctica reiterada y sistemática, a través de códigos como:

1. Rampas discontinuas, ausencia de barandales de apoyo, ausencia de guías tacto-podales privilegiando a un usuario normo funcional.
2. Marca, precio del producto o lugar de compra orientando su disposición a una persona con recursos económicos para adquirirlo y acceder a tiendas de lujo.
3. Estereotipos e imagen de la ropa, dirigiendo el producto a estereotipos de belleza y talla.
4. Colores y formas ajustadas a géneros binarios, excluyendo al grupo LGTTBIQ+ dejando una deuda social y económica a su paso.
5. Color de piel, de cabello y de ojos, construyendo imaginarios ajenos a los rasgos generales de las personas en México.

Es necesario reconocer que el diseñador es partícipe consciente o inconscientemente de prácticas excluyentes, y que el origen además de los paradigmas sociales se encuentra en el seno de las universidades y se refuerza en muchos de sus procesos de formación.

Es por ello que resulta urgente impulsar la supresión de códigos tipificadores que relegan a muchos sectores de nuestra sociedad.

Se concluye que, si se logra identificar y denunciar la raíz excluyente en diversos códigos de diseño, será posible reparar en ellos, haciendo conciencia de sus consecuencias y buscando reconfigurar el lenguaje del diseño, cuyas implicaciones repercuten de manera directa en las personas en su día a día.

## Referencias

Banco Mundial. (26 de abril de 2022). Pobreza. Recuperado el 1 de agosto de 2022, de Panorama General: <https://www.bancomundial.org/es/topic/poverty/overview>

Cid Jurado, A. (2019). La marca y el diseño: una pedagogía de inspiración semiótica. *RedCA*, 4-15.

DIS-CAPACIDAD. (30 de enero de 2021). Censo 2020: 16.5% de la población en México son personas con discapacidad. Obtenido de <https://dis-capacidad.com/2021/01/30/censo-2020-16-5-de-la-poblacion-en-mexico-son-personas-con-discapacidad/>

El Financiero. (26 de junio de 2021). En México, 11% de la población pertenece a la comunidad LGBTTTI+, según encuesta. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2021/06/26/en-mexico-11-de-la-poblacion-pertenece-a-la-comunidad-lgbttti-segun-encuesta/>

INFOBAE. (28 de enero de 2022). Cuánto gana en promedio un mexicano. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/mexico/2022/01/29/cuanto-gana-en-promedio-un-mexicano-y-por-que-30-mil-pesos-no-son-un-sueldito/>

Instituto Mexicano para la Competitividad (2021 de agosto de 2021). AUMENTÓ EN 3.8 MILLONES LA POBLACIÓN EN POBREZA ENTRE 2018 Y 2020. Obtenido de <https://imco.org.mx/aumento-en-3-8-millones-la-poblacion-en-pobreza-entre-2018-y-2020/>

Jiménez Planells, J. (2016). El diseño y su labor dentro del capitalismo. *La balsa de Piedra. Revista de teoría y geoestrategia iberoamericana y mediterranea*, 24-35.

Lugo, G. (11 de noviembre de 2021).

Obesidad, epidemia agudizada en México. Obtenido de <https://www.gaceta.unam.mx/obesidad-epidemia-agudizada-en-mexico/>

Miranda , A. (2008). ANÁLISIS SEMIÓTICO EN EL DISEÑO DE SIMULACIONES PARA APRENDER CIENCIAS. UNA PERSPECTIVA DESDE LA TRÍADA DE PEIRCE. *Razón y palabra*, 1-18. Recuperado el 25 de agosto de 2022

Naciones Unidas. (3 de septiembre de 1981). Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. Recuperado el 5 de agosto de 2022, de [https://www.ohchr.org/sites/default/files/cedaw\\_SP.pdf](https://www.ohchr.org/sites/default/files/cedaw_SP.pdf)

Naciones Unidas. (2015). Objetivos del Desarrollo Sostenible. Recuperado el 4 de enero de 2021, de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Naciones Unidas. (24 de junio de 2016). Protección contra la violencia y la discriminación por motivos de orientación sexual e identidad de género. Obtenido de [https://ap.ohchr.org/documents/S/HRC/d\\_res\\_dec/A\\_HRC\\_32\\_L2.pdf](https://ap.ohchr.org/documents/S/HRC/d_res_dec/A_HRC_32_L2.pdf)

Naciones Unidas. (2002). Conferencia Mundial contra el Racismo, la Discriminación Racial, la Xenofobia y las Formas Conexas de Intolerancia. Recuperado el 8 de junio de 2022, de [https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/DurbanDecProgAction\\_sp.pdf](https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/DurbanDecProgAction_sp.pdf)

Naciones Unidas. (2020). Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad. México: CNDH. Recuperado el 15 de agosto de 2020, de <https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tcccconvs.pdf>

Organización Internacional del Trabajo. (21 de junio de 2019). C190 - Convenio

sobre la violencia y el acoso, 2019 (número 190). Recuperado el 30 de junio de 2022, de [https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100\\_ILO\\_CODE:C190](https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C190)

Tipa, J. (2019). "Latino internacional, no güeros, no morenos". Racismo colorista en la publicidad en México. *Boletín de Antropología*, 130-153.