

# Diseño con perspectiva de género

by Oskar Luko

En una sociedad igualitaria, es preciso que el diseño sea consciente de los prejuicios de género que se aplican en la creación de productos, para no perpetuar estereotipos discriminatorios.

La función última del diseño no es sólo la solución de problemas, o la creación de productos atractivos e innovadores, sino que también debe asumir una responsabilidad social y cultural en la manera en que da forma al entorno cotidiano de las personas e inserta ciertos valores simbólicos en los objetos y la comunicación gráfica. Diseñar con perspectiva de género es una competencia necesaria hoy en día, que nos ayuda además a entender mejor a los usuarios y usuarias, sus necesidades y los mensajes que les comunicamos a través de los productos.



Si como indica **Giulia Colaizzi** en el artículo recogido por **Maira Eugenia Giorfi**,<sup>1</sup> los discursos visuales de los medios de comunicación no representan la realidad sino que la producen, se podría hipotetizar que a través del diseño se configuran, en buena medida, las identidades de género y sexuales de las que nos creemos dueños. Por ello es de vital importancia, por una parte adoptar unas praxis de diseño con perspectiva de género. Y por otra parte elaborar una nueva epistemología sobre el género como señala **Paul B. Preciado** en *Yo soy el monstruo que os habla*.

A lo que me refiero cuando hablo de una nueva epistemología es a un proceso de ampliación radical del horizonte democrático que sea capaz de reconocer como sujeto político a todo cuerpo humano vivo sin hacer de la asignación sexual o de la diferencia racial la condición de posibilidad de ese reconocimiento social y político.

## Principios

Cuidar el lenguaje escrito y visual teniendo en cuenta no solo a hombres y mujeres sino también a las personas que no se identifican con un esquema de género binario.

Desde Julio de 2014, Facebook incluye una opción personalizable del género, y del pronombre con el que prefieres que te designen.

Información básica

Personalizado

Gender

Andrógino X

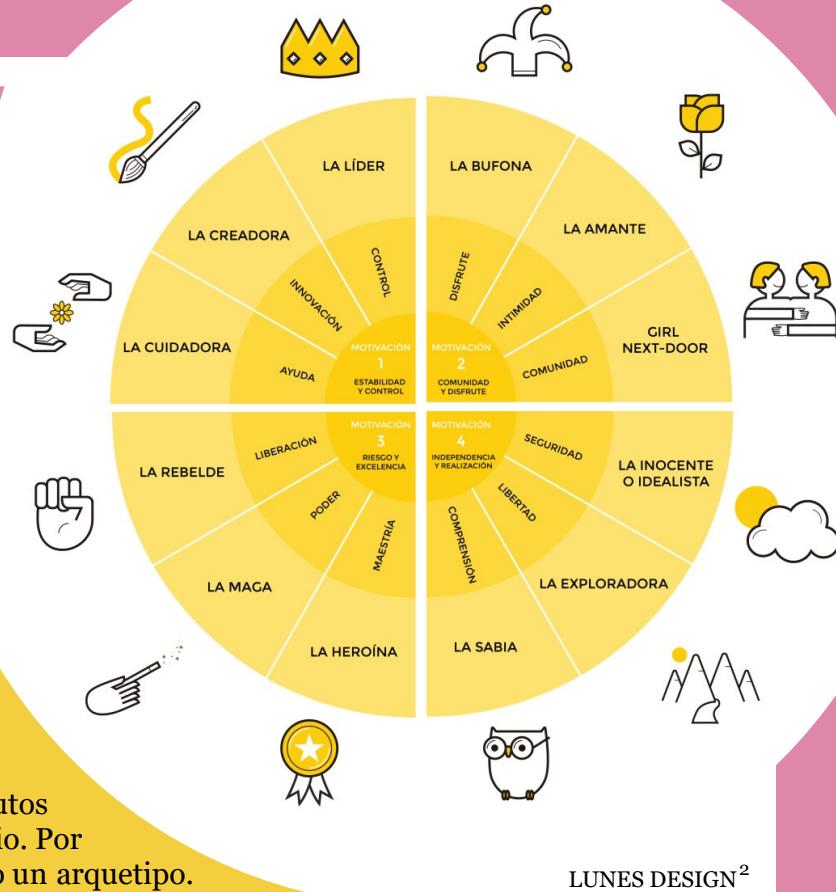
¿Qué pronombre usas?

Neutro: "Salúdale por su cumpleaños"

Tu pronombre es público. [Más información](#)

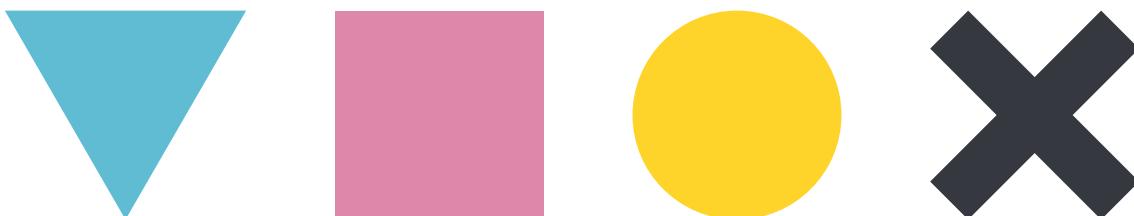
Confeccionar targets eliminando los estereotipos y los roles de género, utilizando por ejemplo arquetipos como señala el bloguero de investigación de diseño Sam Ladner.

Un arquetipo se refiere a una versión genérica de una personalidad o persona y es neutral. Mientras que un estereotipo se refiere a los atributos que las personas piensan caracterizan a un grupo, y generalmente es negativo. Además, un estereotipo tiene poco que ver con el individuo y, por lo tanto, trata principalmente de caracterizarlos en función de la afiliación o asociación grupal. En otras palabras, características inferidas. Con una persona, estás describiendo atributos relevantes de algunos usuarios típicos, no inferiendo atributos basados en alguna afiliación grupal o prejuicio. Por lo tanto, una persona se describe mejor como un arquetipo.



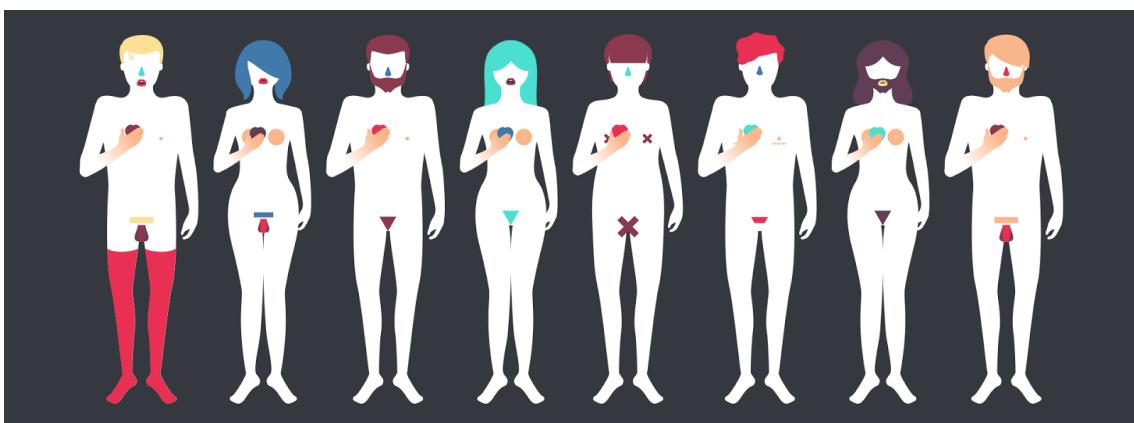
## LUNES DESIGN<sup>2</sup>

## No asignar colores en función del género



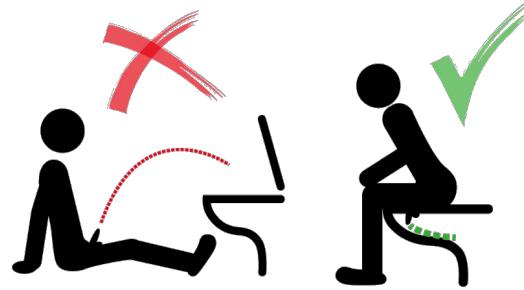
**Diseñar de manera inclusiva y respetuosa teniendo en cuenta todas las diversidades de género.**

No solo las grandes marcas comparten el compromiso LGBT. Otros proyectos también han aparecido para reivindicar estos derechos. Por ejemplo, el del diseñador gráfico **Ángel Vera**, que a través de 'Identidad de género'<sup>3</sup> explora la percepción subjetiva que las personas tienen sobre el género.



## No asignar patrones de conducta en función del género.

La clásica pegatina "Por favor, orine sentado" para una mayor higiene en el baño. La marca alemana **immi.de**<sup>4</sup> diseña sus pegatinas respondiendo a arquetipos y no estereotipos.



Diseñar en función a las necesidades de todas las personas buscando un diseño universal en el que prime la usabilidad y no las identificaciones género.

**Curated by**<sup>5</sup>es una marca de Barcelona que apuesta por el genderless, incluso por las tallas únicas y no pretenden seguir las tendencias. Y para muestra, un peine.



## Diseñar según una estética funcional, práctica y duradera y no guiarse por las modas, crear diseños atemporales.

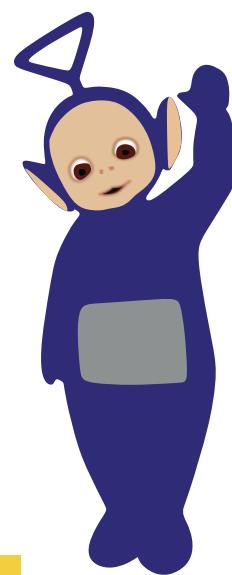
Diseñada por **Wilhelm Wagenfeld** en 1924, cuando acababa de ser admitido como oficial al taller Bauhaus en Weimar. Hoy en día, se sigue fabricando esta lámpara siguiendo las especificaciones originales de dimensiones y materiales.



Me gusta disfrazarme de hada-ninja

## Diseñar rompiendo con los estereotipos de género instaurados.

**#trenquemestereotips**<sup>6</sup>es una actuación de sensibilización del Instituto Catalán de las Mujeres que invita a tomar conciencia de la importancia de los tiempos de juego para educar a los niños en los valores de la equidad entre hombres y mujeres.



## Diseñar nuevos referentes independientes del género.

**Los Teletubbies** son seres emocionales, amorosos y táctiles, cargados de ambigüedades de género, etnia y especie. Fueron motivo de acalorados debates educativos y de género por los sectores más conservadores al no poder ubicarlos claramente en ningún género.

## Abolir el concepto de género.

Abolir el género no es abolir las diferencias ni las identidades, sino las estructuras de poder asociadas a ellas, sus roles.

La violenta y arbitraria epistemología de la diferencia sexual, cuestionada por los movimientos activistas feministas, intersexuales, trans, tullidos y antirracistas y sacudida también por la confrontación con nuevos datos científicos, está mutando.

Paul B. Preciado<sup>7</sup>

## Referencias

- <sup>1</sup> COLAIZZI, G (2014) Diseño, tecnologías sociales e identidades de género y sexuales. Maestría Diseño Comunicacional | diCom (maestriadicom.org)  
<https://maestriadicom.org/articulos/diseno-tecnologias-sociales-e-identidades-de-genero-y-sexuales/>
- <sup>2</sup> LUNES DESIGN, Noemi (2017) Descubre tu personalidad de marca - Lunes Design  
<https://www.lunesdesign.com/2018/02/12/tu-personalidad-marca-parte-1/>
- <sup>3</sup> VERA, A (2018). Humans | Equality Gender | ADG-FAD · ANIMUM 3D · LAUS  
<https://www.adg-fad.org/es/laus/proyecto/humans-equality-gender>
- <sup>4</sup> immi (2019) Instrucciones de uso para orinar correctamente · immi.de  
<https://immi.de/wc-schild-bitte-im-sitzen-pinkeln-saubere-toilette/>
- <sup>5</sup> TAPIA, M (2021) Genderless y sostenible, así es la firma Curated by, Expansion.com.  
<https://www.expansion.com/fueradeserie/moda-y-caprichos/2021/03/20/60251deb468aebdc198b4573.html>
- <sup>6</sup> CROMA STUDIO (2015) Campaña Comunicación social | Institut català de les dones  
<https://www.croma-studio.com/es/proyecto/trenquem-estereotips/>
- <sup>7</sup> PRECIADO, PAUL B. (2020) Yo soy el monstruo que os habla, Informe para una academia de psicoanalistas, Barcelona · EDITORIAL ANAGRAMA  
<https://vbook.pub/documents/yo-soy-el-monstruo-que-os-habla-k2kz5183d82y>

## Bibliografía y Webgrafía

Preciado, Paul B. (2020) Yo soy el monstruo que os habla, Informe para una academia de psicoanalistas, Barcelona · EDITORIAL ANAGRAMA <https://vbook.pub/documents/yo-soy-el-monstruo-que-os-habla-k2kz5183d82y>

Berger, John. (2007). Modos de ver. Barcelona · Editorial Gustavo Gili, SL

Judith Butler y Paul B. Preciado: una comparación de dos modelos teóricos de la construcción de la identidad de género en la teoría queer · (scielo.org.co)  
<http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v16n30/v16n30a18.pdf>

La noción de performatividad en el pensamiento de Judith Butler: queerness, precariedad y sus proyecciones (redalyc.org)  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/4355/435543383002/html/index.html>

EL DISEÑO DESDE LA PERSPECTIVA DEL GÉNERO – DXI magazine  
<http://www.dximagazine.com/2019/09/15/el-diseno-desde-la-perspectiva-del-genero/>

Diseño con perspectiva de género, ¿qué significa? (yorokobu.es)  
<https://www.yorokobu.es/diseno-con-perspectiva-de-genero/>

Diseño con perspectiva  
<https://www.disenoconperspectiva.com/>

Una aproximación al diseño desde la perspectiva del género. Natalia López Carmona  
[http://festivaldelaimagen.com/wp-content/uploads/2017/07/Natalia\\_L%C3%B3pez\\_Carmona.pdf](http://festivaldelaimagen.com/wp-content/uploads/2017/07/Natalia_L%C3%B3pez_Carmona.pdf)

LA PERSPECTIVA DEL GÉNERO EN LA COMUNICACIÓN GRÁFICA · Marianela Urdaneta García  
[http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/congenere/comunicacions/pdf/07\\_perspectiva\\_comunicacion\\_grafica.pdf](http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/congenere/comunicacions/pdf/07_perspectiva_comunicacion_grafica.pdf)

Diseño y discriminación de género. Proyectar una realidad mejor para todos  
<https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/diseno-y-discriminacion-de-genero-proyectar-una-realidad-mejor-para-todos/>

Principios de Diseño Inclusivo  
<https://inclusivedesignprinciples.org/es/>

Gender and Image. Going beyond gender stereotypes in visual media  
<https://colloquiumgd.wordpress.com/2013/01/24/roshini-pochont/>

Diversity and Inclusion: Learning Basics  
<https://www.aiga.org/resources/diversity-inclusion-learning-basics>

Abolir el género -Teresa Villaverde - (pikaramagazine.com)  
<https://www.pikaramagazine.com/2020/01/abolir-el-genero/>