

EL QUÉ

Y EL CÓMO

DEL DISEÑO

EMOCIONAL

DESIGNIO ■ TEORÍA Y PRÁCTICA

ISBN 978 968 5852 562

D.R. Editorial Designio SA de CV
designio@editorialdesignio.com
Primera edición, 2022

www.editorialdesignio.com

- © Deyanira Bedoya Pereda
- © Alex Lobos
- © Tania J. Rodríguez García
- © Ricardo López-León
- © Yissel Hernández Romero
- © Rubén Jacob Dazarola
- © Ammin Gil Huerta
- © Naoko Takeda
- © Aleri Yamashita
- © Amparo Berenice Calvillo Cortés

Diseño y formación: Oscar Salinas Losada
Cuidado de la edición: Ana María Losada
Editores: Oscar Salinas Flores, Ana María Losada

La reproducción total o parcial de este libro, en cualquier forma que sea, por cualquier medio, sea éste electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia no

ÍNDICE

- 11 Presentación
- 13 Prólogo

19 Capítulo 1 La Teoría. Cómo abordar y desarrollar proyectos

- 21 El lenguaje sensorial del diseño y las emociones positivas.
Deyanira Bedolla Pereda
- 47 El apego emocional como estrategia para la personalización sustentable. *Alex Lobos*
- 67 Autoetnografía. Método cualitativo de estudio para el diseño, el lenguaje y las emociones. *Tania Rodríguez García*
- 89 *Emotional Literacy*: una necesidad en la formación de profesionales del diseño. *Ricardo López-León*
- 107 La empatía en la práctica académica del diseño emocional.
Yíssel Hernandez Romero

123 Capítulo 2 La aplicación del diseño emocional en la práctica profesional

- 125 La enseñanza del diseño emocional.
Rubén Jacob Dazarola
- 141 Contribuciones al cuidado de enfermos terminales desde el diseño para el bienestar. *Ammín Gil Huerta*
- 165 Patrones gráficos en insectos y su extrapolación al diseño emocional
Naoko Takeda Toda y Akemi Yamashita
- 183 Instrumento didáctico para el diseño.
Amparo Berenice Calvillo Cortés
- 197 Autoras y autores

PRÓLOGO

Desde hace algunos años, los cambios socioculturales, económicos y tecnológicos que se han venido dando en el contexto en que vivimos, han influido en el modo de vida de muchas personas. Este contexto contemporáneo ha señalado la pertinencia y necesidad de concebir nuevos enfoques y estrategias que ofrezcan la posibilidad de contribuir a la proyección de un mundo artificial que otorgue respuestas a nuevas necesidades, características y deseos de las personas.

Tradicionalmente el diseño, se había ocupado esencialmente de factores racionales, reflejados en gran medida en la dimensión utilitaria o funcional del proyecto; en la actualidad esta perspectiva ha cambiado en la disciplina. En estos últimos años, especialmente en el mundo del diseño, se es consciente de la importancia y de la ausencia de 'otro tipo' de interacción humana con el mundo artificial: la dimensión emocional, y se ha emprendido una búsqueda por satisfacer este relevante aspecto humano.

Frente a dicho contexto, el tema diseño y emociones, ha ganado un interés significativo dentro de la práctica y la investigación en diseño en las últimas décadas de manera que en la actualidad no podemos ignorar el importante rol que las emociones juegan en la generación, desarrollo, producción, compra y uso de los productos con los que convivimos.¹

El término Diseño Emocional se refiere al desarrollo de objetos, espacios e interfaces gráficas, cuyo objetivo es provocar y conducir al usuario a ex-

¹ Véase por ejemplo: Schifferstein H. y Hekkert P., (2009), *Product Experience*; McDonagh D., Hekkert P., van Erp J. y Gyi D., (2004) *Design and emotion, the experience of everyday things*; Norman A. D., (2004), *Emotional design, why we love or hate everyday things*; Desmet P.M.A., (2002), *Designing Emotions*; Bedolla Pereda D., (2002), *Diseño sensorial: Las nuevas pautas para la innovación especialización y personalización del producto*. Tesis doctoral, base de datos para tesis doctorales de la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC), www.tdx.cesca.es

perimentar emociones específicas. Donald Norman, afirma que el principal objetivo del diseño emocional es hacer nuestra vida más placentera.² Se trata de una rama del diseño reciente; ya que si bien podemos decir que como disciplina, el diseño había considerado en su quehacer de alguna manera, a la dimensión emocional humana, es hasta hace algunos años que esta consideración se volvió explícita y sobre todo central en el desarrollo de los productos generados por el diseño.

Clara evidencia de esta búsqueda actual, por desarrollar diseño centrado en las emociones, es el quehacer de la denominada *Design and Emotion Society*, comunidad académica internacional con sede en los Países Bajos, cuyo objetivo principal es promover, estimular y contribuir a la experiencia emocional impulsada por el diseño de producto —la comunidad hace énfasis en el diseño de producto debido a su origen dentro del ámbito del diseño industrial—.³

Desarrollar proyectos de diseño cuyo elemento central sea la generación de emociones, es un tema que por su naturaleza se torna complejo, dado que las emociones son constructos humanos subjetivos, de corta duración y muchas veces inconscientes, motivo por el que se dificulta su identificación, conocimiento y estudio, debido a ello nos enfrentamos a un gran reto en la búsqueda por concebir, proyectar, traducir, e interpretar las emociones a través del diseño.

Diseño Emocional. Teoría y Aplicación

Partiendo de dicha complejidad, la exploración de elementos, guías y herramientas que desde sólidas bases teóricas permitan el desarrollo del diseño emocional, ha sido y es actualmente una tarea relevante; la integración de este libro obedece a dicha búsqueda. La concepción de herramientas que guíen en general el desarrollo de un proyecto al interior de la disciplina del diseño ha sido y es sin duda amplia, motivo por el cual existen una cantidad numerosa de ellas generadas con objetivos muy específicos, y cuya utilidad responde a las necesidades de las diferentes etapas del proceso de diseño. Entre las fuentes que las presentan, podemos mencionar una recopilación importante de herramientas para proyectar emociones, realizada por los miembros de la *Design and Emotion Society*, que identifican las siguientes seis categorías:

- herramientas para medir la reacción emocional a los productos,
- herramientas para representar y explorar información,

² Norman A. D., *Op.cit.*

³ McDonagh D., Hekkert P., van Erp J., y Gyi D., (2004) *Design and emotion, the experience of everyday things*

- herramientas y métodos para definir características del producto,
- herramientas para medir prestaciones sensoriales del objeto,
- herramientas para medir la expresión y el significado de los productos y
- herramientas para reunir información

Una fuente documental más de este tipo de métodos, es el texto de McDonagh *et al.*,⁴ en él se presentan herramientas para el desarrollo y evaluación del diseño emocional principalmente en el ámbito profesional. También el texto de van Boeijen *et al.*,⁵ presenta un amplia colección de herramientas y métodos para la disciplina del diseño en general, y entre ellas se exponen algunas dirigidas a la concepción y a la evaluación del diseño emocional.

El papel significativo y de gran relevancia de este libro frente a los numerosos métodos para el diseño emocional ya existentes, está en primer lugar en que partiendo de amplias y sólidas bases teóricas se conciben y desarrollan nuevos métodos, herramientas o guías, con lo que se avanza un paso más en la utilidad a la que se destinan, ya que apoyan y conducen tanto la práctica profesional como la planeación y desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje del diseño emocional, es decir buscan también contribuir a la formación de futuros diseñadores que desarrollen proyectos centrados en esta relevante dimensión humana.

En segundo lugar el papel significativo y la relevancia de este libro reside, en que los instrumentos presentados para el desarrollo de proyectos desde la visión emocional, si bien también han sido propuestos para ser usados en el ámbito profesional, se enriquece con el tipo de enfoque desde el que se desarrollaron, ya que se trata de instrumentos generados con un enfoque humano, que buscan beneficiar al individuo tanto en sus necesidades y características intrínsecas como en el entorno en el que vive; se hace este planteamiento más allá de aquel con una orientación económica y productivista, de manera que los instrumentos que se presentan tienen como objetivo contribuir al bienestar emocional del individuo y del medio ambiente, del cual éste forma parte; dicho enfoque no ha sido hasta hoy un elemento central que guíe la concepción de herramientas o métodos existentes que involucren a las emociones.

Un tercer aspecto más de aportación a los instrumentos para el diseño emocional de este libro, no menos importante, es que amplían la relevancia de la aplicación del diseño emocional: además de ser de utilidad para el diseño de producto, algunos de ellos son propuestos para el desarrollo del diseño emocional en espacios, lo que le otorga a los instrumentos aquí presentados

⁴ *Ibíd.*

⁵ van Boeijin, A., Daalhuizen J., Zijlstra J. y van der Schoor (2013), *Delft Design Guide*

una visión más integral del diseño, más actual, ya que hoy la fragmentación y clara tendencia a diluirse.⁶

El presente libro surge entonces, como el segundo texto desarrollado por IRed Académica de Diseño Emocional (RADE),⁷ que está integrada por investigadores de América Latina que se encuentran trabajando en el tema diseño y emociones en diversas regiones del mundo como lo son México, Estados Unidos, Chile, Finlandia y Japón.⁸

El presente texto está compuesto por una serie de reflexiones y propuestas desarrolladas por los investigadores y docentes que conforman la RADE, desde la perspectiva disciplinar específica de cada uno de sus miembros, es decir desde el diseño industrial, el diseño gráfico o la arquitectura. Los textos que reúne este libro parten del estudio y análisis de diferentes aspectos del tema diseño y emociones llevadas a cabo a partir de bases teóricas sólidas, sobre las que los diferentes autores llegan a proponer un instrumento presentado como guía y apoyo, para diseñar con base en las emociones humanas.

Es muy relevante mencionar que, para la integración de este libro, se presentan a partir de bases teóricas sólidas estrategias, modelos, categorías, patrones, tipologías, perspectivas y métodos formales que se proponen a través de los distintos textos presentados; la mayoría de ellos constituyen conceptos, perspectivas o guías. Es una constante el que todos ellos han sido desarrollados pensando en su aplicación y utilidad en el ámbito académico o en el profesional, y son destinados a conseguir un fin: hacer posible el desarrollo del diseño con base en las emociones.

La estructura del presente libro está formada por los siguientes capítulos:

Capítulo 1. Cómo abordar y desarrollar proyectos de diseño emocional

Capítulo 2. Aplicación del diseño emocional en la práctica profesional o en el aula

⁶ Bonsiepe, G. (1999), *Del Objeto a la Interfase. Mutaciones del Diseño*

⁷ Red Académica de Diseño Emocional (RADE), cuya sede se encuentra en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) unidad Cuajimalpa en la Ciudad de México

⁸ <https://racademicade.wordpress.com/>

Consideraciones sobre la utilidad de los instrumentos para proyectar el diseño en la actualidad

El tema de los métodos del diseño, ha sido y de alguna manera aun es controvertido, a pesar de su auge pasado, durante las décadas de los años sesenta y setenta. Uno de los argumentos principales que generan dicha controversia en la actualidad, es claramente expresado por el escritor holandés Godfried Bomans:

En términos del pensamiento, un método es comparable a una muleta, el verdadero pensador camina libremente.⁹

De acuerdo entonces con este planteamiento, los buenos diseñadores parecen no necesitar método alguno, ya que tienden a atribuir su éxito a su intuición, creatividad y pericia, y no al uso de algún método en particular. Es un hecho que el comportamiento y el pensamiento de un diseñador debe tener dichas capacidades esenciales, sin embargo eso no significa que los métodos no tengan un rol que jugar en el diseño.

A pesar de las críticas y las dudas —ya que algunos padrinos del movimiento de los métodos de diseño de la década de los años sesenta llegaron a criticar incluso su propio trabajo—, los métodos, e instrumentos o guías para el desarrollo del proyecto, no han desaparecido de la escena del diseño.

Son tres los aspectos que subrayan su utilidad actual de los métodos, mismos que son a los que principalmente responden los textos aquí presentados: a) Ser un medio para la enseñanza y comunicación. Estamos de acuerdo con Roozenburg en que la utilidad actual de los métodos reside principalmente en ser un medio para la enseñanza del diseño, tanto en el ámbito académico como en el profesional, ya que representan una gran ayuda para guiar a aquel que se inicia en este camino y al mismo tiempo fungir como medio de comunicación con el estudiante, o con el propio equipo de trabajo. b) Ser un medio para otorgar cierto orden y sistematicidad al desarrollo del proyecto. Ya que apoya la naturaleza del quehacer del diseñador, el cual requiere de un cierto orden y estructura porque su trabajo así lo reclama. Los métodos representan un elemento de gran ayuda para organizar las ideas y acciones del diseñador; se trata de una herramienta intelectual que ofrece la posibilidad de tener un cierto orden y permite explicar la complejidad de la actividad proyectual,¹⁰ se trata precisamente de un sistema de reflexión que permite que

⁹ En Roozenburg, N., (2013), Foreword (Prólogo), en *Delft Design Guide*, *Op.cit.*

¹⁰ Rodríguez, L., (2006), *Diseño, estrategia y táctica*

el proyectista tenga la capacidad de plantear y abordar problemas humanos relevantes. La importancia de un orden que guíe el pensamiento la subrayó ya en su tiempo y desde otra disciplina Descartes al señalar que lo que la razón humana necesita es un método para conducirse, que denominó como ‘uncamino hacia la verdad’;¹ para él todos los hombres tienen la capacidad de distinguir lo verdadero de lo falso —el buen sentido—, lo que se requiere es un método para alcanzar dicho conocimiento; aunque en su caso se refirió a un método perteneciente al ámbito de las matemáticas, sus reflexiones no dejan de ser de utilidad para subrayar la relevancia de tener un orden de pensamiento apoyado en un método. Y c) Conducir a considerar diversos conceptos o propuestas para el proyecto. Por otro lado, la utilidad de los métodos o instrumentos en su conjunto reside también en que son capaces de conducir a lo que planteó hace décadas Christopher Jones como una mera aspiración:

La metodología —conjunto de métodos— no debe ser un camino fijo hacia un destino concreto, sino una conversación sobre todas las cosas que podemos hacer que sucedan; intentar lo mejor que nos sea posible imaginar y utilizar toda la inteligencia para darle un carácter de realidad.²

Es así que con base en lo anteriormente expuesto, la importancia del desarrollo de métodos e instrumentos continúa hoy en día, y el hecho que lo confirma es que en la actualidad la búsqueda por lograr el desarrollo de mejores métodos es probablemente el hilo conductor más importante, o al menos uno de los temas principales de la investigación en diseño en nuestros días.

Esperamos que los instrumentos, métodos, y guías presentados a lo largo de este libro, ayuden a pensar analíticamente, generar propuestas, tomar decisiones, considerar prioridades, buscar alternativas, visualizar puntos de vista, tomar iniciativas, y ayuden también a tener fluidez en la comunicación, que favorezca el desarrollo de los proyectos con un enfoque emocional.

Deyanira Bedolla Pereda

Fundadora y responsable de la Red Académica de Diseño Emocional

¹ Descartes, R., (2012), *Discurso del método*

² Jones, Ch., (1982), *Métodos de diseño*, Gustavo Gili, Barcelona