

Affordance y Diseño

Compiladores:

Aarón J. Caballero Quiroz

Octavio Mercado González


Casa abierta al tiempo
Unidad Cuajimalpa


División
Ciencias de la
Comunicación y
Diseño

AFFORDANCE Y DISEÑO

Aarón José Caballero Quiroz
Octavio Mercado González



Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Dr. Eduardo Abel Peñalosa Castro

Rector General

Dr. José Antonio De Los Reyes Heredia

Secretario General

UNIDAD CUAJIMALPA

Dr. Rodolfo René Suárez Molnar

Rector

Dr. Álvaro Julio Peláez Cedrés

Secretario Académico

Mtro. Octavio Mercado González

*Director de la División de Ciencias
de la Comunicación y Diseño*

Dr. Raúl Roydeen García Aguilar

*Secretario Académico de la División de Ciencias
de la Comunicación y Diseño*

Comité Editorial

Mtra. Gabriela Ramírez de la Rosa

Dr. Román Alberto Esqueda Atayde

Mtra. Brenda García Parra

Dra. Alejandra Osorio Olave

Dr. César Augusto Rodríguez Cano

Mtro. Daniel Cuitláhuac Peña Rodríguez



División
Ciencias de la
Comunicación y
Diseño

AFFORDANCE Y DISEÑO

Coordinado por
Aarón José Caballero Quiroz
Octavio Mercado González



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Clasificación LC: NC715 A34 2018

Clasificación Dewey: 741 A34 2018

Affordance y diseño / coordinado por Aarón José Caballero Quiroz
y Octavio Mercado González . – Ciudad de México : UAM, Unidad Cuajimalpa,
División de Ciencias de la Comunicación y Diseño, 2018.

159 p. : il. ; cm.

ISBN: 978-607-28-1570-4

1. Diseño – Percepción
2. Diseño – Aspectos psicológicos
3. Diseño – Filosofía

I. Caballero Quiroz, Aarón José, coord. II. Mercado González, Octavio, coord.

Affordance y Diseño

Aarón José Caballero Quiroz y Octavio Mercado González

Primera edición, 2018.

D.R. © Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Cuajimalpa
División de Ciencias de la Comunicación y Diseño
Avenida Vasco de Quiroga #4871, Colonia Santa Fe Cuajimalpa,
Delegación Cuajimalpa, C.P: 05348, Ciudad de México.

Diseño Editorial

Mtro. Rodrigo Alvarez de Mattos

Cuidado de la edición

Mtro. José Axel García Ancira

Diseño de portada

Lic. Iván Hernández Martínez

Prohibida la reproducción parcial o total de este libro por cualquier medio
sin la autorización por escrito de la Universidad Autónoma Metropolitana,
el editor o el autor.

ISBN: 978-607-28-1570-4

Derechos reservados © 2018

Hecho en México

ÍNDICE

Presentación

AARÓN J. CABALLERO QUIROZ Y OCTAVIO MERCADO GONZÁLEZ 8

CARTOGRAFÍAS

Affordance y Diseño. Conceptos y Reflexiones

LUIS RODRÍGUEZ MORALES 15

Funcionalidad y *Affordance*:

Dos Conceptos para Pensar las Epistemes del Diseño

CLAUDIA MOSQUEDA GÓMEZ 28

Preliminares sobre *Affordance* Convenientes al Diseño

AARÓN J. CABALLERO QUIROZ 46

INSTRUMENTOS

Breve Reflexión sobre la Intuición en las *Affordances*: la Relación con los Objetos de la Vida Cotidiana Dada a través de la Intuición como un Conocer Subjetivo en el Diseño de Interfaces Interactivas

NONANTZIN MARTÍNEZ BAUTISTA 70

Affordance e Interacción en el Diseño

OCTAVIO MERCADO GONZÁLEZ 88

Affordance / Permisividad. Signos de Funcionalidad en la Interfaz de un Producto

RAÚL TORRES MAYA 102

El affordance del diseño y el affordance de Gibson

DEYANIRA BEDOLLA PEREDA 120

Diseño de la Escritura, *Affordance* y Lectores

ANTONIO RIVERA DÍAZ 143

Este libro fue dictaminado positivamente por pares académicos mediante el sistema doble ciego, evaluado y liberado para su publicación por el Comité Editorial de la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño, y ratificado por el Consejo Editorial de la Unidad Cuajimalpa.

PRESENTACIÓN

Las reflexiones que suscita el trabajo realizado por el diseño, ya sea por los productos que genera, por los conocimientos a los que acude y que desata, o por las prácticas que realiza en lo profesional y en sus enseñanzas, ofrecen múltiples aspectos para ser abordados, dependiendo de aquello que precise ser caracterizado y afinado con la intención de seguir pensando la vasta superficie en que es posible suponer dicho trabajo bajo una significación.

Proponemos su comprensión a partir de dos grandes categorías, en las cuales se centran las reflexiones acerca de su labor.

La primera de ellas se refiere al planteamiento de los aspectos especulativos que constituyen al diseño: emergentes, sedimentarios y conceptuales, líneas con las que es posible dibujar una cartografía en donde se puede ubicar la práctica del diseño, no con la intención de trazar una cartografía descriptiva en el sentido de Humboldt, sino bajo la perspectiva íntimamente ligada con el entorno social y económico a la manera de David Harvey o Neil Smith; es decir, extendiendo la analogía, no se trata de trazar mapas que describan el territorio del diseño, sino de operar en la conciencia de que delimitar el espacio y señalar los temas

de discusión, trazando fronteras y colocando las coordenadas que le dan lugar y lo ubican, es una forma de construir dicho territorio.

La segunda consideración se refiere a los esfuerzos enfocados en una pormenorización y afinamiento de aspectos que señalan puntualmente los elementos que actúan en el territorio del diseño desde un imaginario conceptual y herramental. Se acude a éste para llevar a cabo la labor que realiza el diseño, sus procedimientos y fundamentación, desde un enfoque más aplicativo, es decir, la condición de *techné* del diseño, caracterizada como un saber práctico en el que se suma a la destreza manual el conocimiento de procesos y metodologías que permiten establecer una ruta para alcanzar el objetivo último en la solución de un problema relacionado con un individuo y su entorno.

En ambos casos, estas consideraciones pueden estar atravesadas indistintamente por revisiones tanto teóricas como históricas con implicaciones ontológicas, con las que se propone realizar el principal objetivo que convoca a tales esfuerzos: tener claridad sobre lo que es el diseño, qué representa –y cómo se re-presenta– en el terreno de lo social.

Es dentro de este marco de discusión, que el Departamento de Teoría y Procesos del Diseño (DTPD), de la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño de la UAM Cuajimalpa, estableció un conjunto de seminarios para fomentar la discusión sobre temáticas relacionadas con el campo del diseño en sus distintas dimensiones. En dichos seminarios, pensados a partir de temas relacionados con la Sustentabilidad, la Tecnología y la Teoría e Historia del diseño, participaron los profesores adscritos al DTPD, en un proceso que en muchos casos sirvió como espacio de incubación para la posterior formulación de proyectos colaborativos de investigación.

Los trabajos que conforman esta publicación son el producto del Seminario de Teoría e Historia del Diseño que, bajo la coordinación de Aarón Caballero, sostuvo discusiones en torno a un

concepto central para entender la forma en que el diseño produce y administra relaciones de interacción entre los individuos y su entorno: la noción de *affordance*.

En todos los casos, se aprovecharon las distintas formaciones previas de los académicos participantes en el seminario, para encausar la discusión hacia las transformaciones y las aplicaciones posibles dentro de un marco acotado por la misma práctica del diseño que recuperaba esa experiencia académica o profesional.

Los esfuerzos de esta antología por plantear el problema que comporta el *affordance* dentro de la labor del diseño, son ante todo una práctica investigativa que pretende recoger la temática para su mejor comprensión, aunque también tienen la intención de ofrecer material teórico que permita la reflexión entre estudiosos, practicantes y enseñantes de diseño.

Por *affordance*, término acuñado a fines de los setenta por el psicólogo cognitivo James J. Gibson, debemos de entender –según el diccionario Merriam-Webster– “Las cualidades o propiedades de un objeto que definen sus posibles usos o que clarifican cómo puede o debe ser usado”; su inserción dentro del campo del diseño se atribuye a otro psicólogo cognitivo, Donald Norman, quien en su texto (seminal para el diseño centrado en el usuario) “La psicología de los objetos cotidianos” (1988) plantea la noción del *affordance* percibido como una necesidad de los objetos diseñados, en el permitir que el usuario pueda intuir con tan sólo mirarlos, la manera en que deben de ser utilizados. Son precisamente las interpretaciones de estos dos autores las que hacen que la propia traducción del término resulte problemática, ya que el uso de palabras como “permisividad” u “ofrecimiento” tienen implicaciones respecto a dónde radica el *affordance*. Está en el objeto, como una cualidad independiente a cualquier usuario o, por el contrario, en el usuario con las herramientas cognitivas para percibirlo; esta dificultad hace que muchas de las referencias académicas en español, y este material no es la excepción, conserven el término en inglés, como en el original.

La determinación de discutir alrededor de la noción de *affordance* surge de una primera postura al respecto establecida al interior del seminario, en el reconocimiento de su condición de cruce de caminos de las orientaciones planteadas líneas atrás, la de los conceptos que dan sentido al diseño, y la de las herramientas que guían su práctica, es en ese sentido, que el término *affordance* tanto en la versión de Gibson y como en la de Norman opera en ambos sentidos, orienta una postura sobre el acto de diseñar, que considera al usuario como centro del proceso y por el otro, permite pensar en las herramientas para hacer efectiva esa promesa. Podríamos pensar, incluso, en el establecimiento de una genealogía que permite que el término se ramifique desde Gibson a dos autores: hacia Donald Norman en el sentido de una postura teórica sobre el diseñar y con ello un sentido para la propia profesión de diseñador, y, por el otro lado, una segunda rama que lleva al trabajo del socio de Norman, Jakob Nielsen, quien propone elementos para su instrumentalización y desarrolla elementos que permiten que (al menos una parte) sea evaluada a través de la Usabilidad.

Es con esta dicotomía en mente que el contenido ha quedado organizado a partir de dos grandes bloques: Cartografías, e Instrumentos.

Cartografías entendidas como las reflexiones acerca de la transformación en el campo del diseño a partir de la importancia del *affordance* dentro de su proceso y metodología; Instrumentos conjuntando posibles formas de aplicación de la estructura del concepto dentro del proceso del diseño y su enseñanza.

Así, reflexiones como la de Aarón Caballero permiten pensar en el mapa del territorio del diseño a partir de la revisión de la manera en que el concepto de *affordance* es planteado por James Gibson y su relación con otro concepto capital para el diseño, el de “percepción”. Claudia Mosqueda, por su parte, propone la comprensión del *affordance* a partir de otra de las piedras angulares del diseño, la noción de “funcionalidad”. Cierra la sección

Luis Rodríguez Morales, quien, desde una mirada de mayor amplitud, presenta el lugar del *affordance* dentro del campo del diseño, dibujando con claridad las líneas que distinguen unos espacios de otros y que permiten la conformación de un espacio propio para el diseño.

Los instrumentos para la utilización del *affordance* dentro del campo de diseño, están conformados por el trabajo de Nonantzin Martínez, quien a partir de la interpretación que Donald Norman hace del término *affordance* propone un modelo para la acción a partir de la intuición en el campo de la tecnología. Octavio Mercado, por su parte, pone en pie la relación entre *affordance* e interacción, entendiendo al primero como base para la operación de la segunda, sostenida siempre por los referentes culturales. Raúl Torres Maya hace uso del *affordance* como herramienta para el análisis de diversos objetos de diseño, con el objetivo puesto en su aprovechamiento para la docencia. Deyanira Bedolla reaviva una de las tensiones respecto al uso del término: ¿Es necesaria la percepción consciente del *affordance* para que éste sea posible? Finalmente, Antonio Rivera plantea cómo la incorporación del concepto de *affordance* a la práctica del diseño conduce a darle un lugar preponderante dentro del proceso al usuario o, en el caso del diseño editorial, al lector y, cómo esto se cumple utilizando a la retórica como herramienta.

No se tiene la pretensión de agotar las discusiones sobre este tema, ni se aspira a prescribir preceptos y estatutos que restrinjan las posibilidades del *affordance* al interior del diseño y desde lo señalado por las investigaciones. Tómese tan solo como un primer acercamiento, con la intención de representar uno de tantos aspectos que conforman el territorio que describe la labor del diseño en su actuar, pero desde la que es posible hacer un análisis de éste, en concreto del binomio que se establece entre el producto del acto de diseñar y su destinatario, con la intención –a su vez– de motivar su incorporación en la enseñanza y ejercicio de la profesión así como de suscitar nuevas investiga-

ciones que profundicen aún más en el tema, apuntando hacia una vuelta de tuerca más en la transformación del diseño, tal y como ocurre en todo sistema de pensamiento que se reconfigura a sí mismo desde lo que sucede dentro y fuera de sus prácticas.

*Aarón José Caballero Quiroz
y Octavio Mercado González*