

Diseño y emociones ***¿Qué puede aportar el diseño emocional a los contextos social y ambiental actuales?***

DOI: 10.22201/fa.2007252Xp.2019.19.69864

A partir de los años ochenta del siglo pasado, el interés desarrollado por las ciencias sociales, biomédicas y las disciplinas humanistas en el estudio de los afectos, pasiones, emociones y sensibilidades se ha ido consolidando en el espectro del conocimiento académico científico-tecnológico. Como consecuencia, se ha producido un cambio de perspectiva analítica denominado 'giro afectivo'.

'Afecto' es la interrelación entre todas las cosas. Es decir, la constitución de los cuerpos en lo objetual, lo discursivo, lo espacial, lo procesual, etcétera, es una constante performance del contacto de unos con otros. En tal medida, la dimensión afectiva, este 'campo de fuerza' de encuentros y prácticas preconscientes que anteceden a cualquier cuerpo individual o subjetivo, funciona como una suerte de motor vital que *afecta* las capacidades de los cuerpos.

El producto de la experiencia subjetiva cultural de esta dimensión afectiva de la realidad son las 'emociones'. Consideradas en su campo léxico, son de gran riqueza y complejidad; su espectro semántico no es universal, pues está sometido a una dimensión cultural e histórica. El registro lingüístico sobre la experiencia subjetiva que denominamos en español 'emoción' –y que en inglés, por ejemplo, en ocasiones se denomina *feelings* y en otras *emotions*– es sumamente amplio y requiere un constante acuerdo académico interdisciplinario, científico-humanista, en cuanto a su definición semántica y analítica. En este sentido, en el ámbito de las ciencias sociales, los estudios culturales de las emociones las incorporan como categoría de análisis en un registro postafectivo, como una 'construcción cultural' de la experiencia cuerpo-mente.

Con este marco epistémico, en las ciencias sociales se han propuesto categorías de análisis fundamentalmente de índole político-social, como

'comunidades emocionales', 'regímenes emocionales' y 'economías o circulaciones emocionales', entre otros. Esta aproximación desde lo social, histórico y geográfico a los afectos y las emociones complementa otra perspectiva del giro afectivo cuyo punto de apoyo es el problema mente-cuerpo desde la antropología, la psicología, la filosofía, los estudios sociales de la ciencia y tecnología, y las ciencias biomédicas.

El circuito académico norteamericano ha incorporado estudios sobre las emociones a la investigación del diseño, particularmente a través del segundo cuerpo disciplinario. La gestión del afecto y la gestión de las emociones han sido temáticas protagónicas en este particular circuito universitario. Se las ha desarrollado desde los años sesenta en temas de inteligencia artificial, en los estudios sociales de la ciencia y tecnología y en la traducción operativa de la investigación en sistemas mediáticos y mercadotecnia. Cabe señalar que la incursión del diseño latinoamericano en el contemporáneo giro afectivo ha estado mediada, en buena medida, por esta particular cultura epistémica y textual.

En el presente número, el *dossier* de *Academia xxii* explora la relación entre el diseño y las emociones a través de un espectro que se interesa en la mediación de éstas últimas en lo social, más allá de la operatividad y agencia afectiva entre el objeto y el sujeto. Agradecemos a nuestra editora invitada, la doctora en Proyectos de Innovación Tecnológica, Deyanira Bedolla Pereda, por su muy gentil colaboración en la confección de este número.

Ciudad Universitaria, junio de 2019
Johanna Lozoya

El *dossier* de la presente entrega de *Academia xxii* aborda la relación de las emociones con el diseño, temática que tiene poco más de diez años de existencia. De ahí una parte de su atractivo, pues presenta aún camino por recorrer e importantes reflexiones por realizar.

Los diez artículos que integran este número se propusieron responder a la pregunta ¿qué puede aportar el diseño emocional a los contextos social y ambiental actuales? Ello en virtud de que todas nuestras acciones como seres humanos están, de un modo u otro, matizadas por las emociones, en muchas ocasiones inclusive a nivel subconsciente, por lo cual se constituyen como guías constantes de comportamientos determinados.

Los efectos sociales y ambientales de los objetos, servicios y espacios producto del diseño necesitan y pueden mejorarse, de manera que provean beneficios sociales y ambientales al contexto actual; es deseable que fomenten la integración y la equidad, así como la buena convivencia social, además de influir en un cambio de hábitos de consumo en las personas, con el fin de reducir la generación de residuos y, en general, respetar el medio ambiente.

En este orden de ideas, Aarón Caballero apela a una consideración sensible de lo social. Desde esta perspectiva, en “Diseño de lo sentido: una incidencia social”, propone que toda acción que busque dar respuesta a problemáticas sociales debe partir de representar al sujeto y a la sociedad en una búsqueda mutua de sí mismos. El diseño debe tener presente este planteamiento si aspira a consagrar su labor bajo una consideración emocional con una fuerte incidencia social. Adicionalmente, ofrece elementos para desarrollar discusiones teóricas que permitan a esta disciplina caracterizar lo social y lo individual, lo público y lo privado.

En “La estética extendida como perspectiva para el diseño de experiencias”, Ricardo López propone una estética que prolongue la inmersión sensorial y emocional del sujeto, con el fin de diseñar experiencias más significativas. Este planteamiento parte de que la sensibilidad del sujeto se ve afectada antes y después de una vivencia. El autor señala la relevancia de dicha conceptualización de experiencias dada la tendencia de los hábitos de consumo actuales, que privilegian su consumo en lugar de bienes; sobre todo, su texto responde al interés de las personas por tener experiencias con un mayor compromiso con el entorno social y con el medio ambiente.

Deyanira Bedolla señala que las emociones consideradas y estudiadas desde una perspectiva social son capaces de guiar y motivar conductas e interacciones humanas con la posibilidad de producir efectos prosociales. Su texto, "Emociones para un diseño en favor del contexto social", aprovecha las disciplinas de la sociología y la psicología, que señalan la importancia y utilidad de las emociones en un sentido social, para exponer sus bases teóricas. De este modo identifica emociones específicas susceptibles de ser fomentadas a través de elementos producto del diseño y que pueden tener efectos pro sociales claros. Finalmente, propone modalidades específicas para desarrollar proyectos de diseño desde la perspectiva emocional con acento social, para conducir a los individuos a tener interacciones y comportamientos en beneficio de la sociedad.

La identificación de áreas de oportunidad para el diseño emocional mediante el análisis del concepto de integración social constituye el aporte de Yissel y Yasmin Hernández para este número. En "El diseño emocional como potenciador de alteridad e identidad, precursores de integración social en los espacios públicos", reconocen el carácter emocional del espacio público y sus vínculos con la dimensión social a través del concepto de alteridad y de identidad. A partir del papel mediador del espacio, afirman la existencia de respuestas emocionales permanentes, que repercuten en el modo como el espacio público es utilizado y apropiado; de esta manera señalan que el carácter emocional participa de su configuración e intensidad evocativa.

El artículo "Mapeo preliminar de diseño y emoción. Convergencias para la conciencia social y ambiental", de Ainoa Abella, Laura Cléries y Lluís Marco Almagro, presenta, a través de un mapeo gráfico, una visión general de las distintas teorías que vinculan el diseño y la emoción. Su objetivo es promover la integración del enfoque emocional al proyecto de diseño con una base sólida, de modo que la disciplina proponga soluciones a retos sociales y ambientales actuales.

Tania Rodríguez discute el efecto democratizador del autodidactismo en el individuo desde el aspecto emocional y su potencial para la creación de capital y capacidades humanas necesarias para la conservación del medio ambiente y el bienestar social de cualquier nación. En " 'Hágalo usted mismo', el autodidactismo como alternativa para la generación de capacidades sociales", argumenta que el acto de aprender es en sí una actividad comparable a la del diseño, donde


se ponen en práctica actividades y estructuras cognitivas y metacognitivas involucradas también en procesos de diseño.

En “Diseño, producto, y emociones. Recursos para estimular comportamientos responsables”, Rubén Jacob, Margarita Jiménez y Manuel Martínez establecen las causas y características particulares del desarrollo del apego de las personas hacia los productos y su consiguiente desapego. Revisan algunas aproximaciones en las cuales el diseño de productos afectivamente significativos se convierte en una estrategia privilegiada para la estimulación de conductas responsables y deseables desde una perspectiva colectiva o social, así como también desde un enfoque individual y humano.

En “La inserción de la disciplina del diseño en el reto de la victimización”, Juan Carlos Ortiz e Irma Hernández señalan la importancia de insertar a la disciplina del diseño en problemáticas sociales complejas como la victimización, lo cual requiere de un trabajo transdisciplinario entre el diseño, la victimología y las ciencias sociales en general. Los autores proponen que especialistas en diseño cuenten con herramientas y métodos particulares para responder al reto de las víctimas desde una óptica distinta, y establecen una visión del diseño vinculada a la comunidad y a sus necesidades, con el fin de atender estratégicamente problemáticas sociales significativas, como lo es precisamente la victimización.

Los principios y métodos para el diseño de lo que Ricardo Sosa denomina ‘data objetos’ se presenta en su texto “Data objetos: Diseño de productos para el diálogo y la movilización de consciencias”. Se trata de objetos tridimensionales y tangibles que representan datos a partir de su configuración, de modo que facilitan el acceso a información precisa a través de su uso e interacción cotidiana. De esta manera su presencia sirve para comunicar y diseminar datos relevantes de diversa índole. A través de ellos, el autor propone contribuir a la reflexión sobre el diseño emocional, al sugerir estrategias para generar interés e incentivar el diálogo en relación con diferentes temas sociales; es el caso de los “trompos presidenciales”, diseñados por el autor para ilustrar el potencial de este tipo de objetos con el fin de generar conversaciones a partir de datos específicos.

En “El diseño emocional como medio para fomentar la responsabilidad social de empresas productoras de chocolate en Ecuador”, Andrea Villalobos y Manuel Martínez tienen el objetivo de promover la orientación



del diseño emocional con visión humanista y como actividad socialmente responsable. A partir de los productos y las empresas de chocolate de Ecuador, muestran la importancia del impacto que producen las emociones positivas y negativas como respuesta al compromiso social, y señalan la necesidad de concientizar y empoderar a las Pymes en cuanto al mejoramiento de procesos de sostenibilidad y de un mayor enfoque humanista en las empresas.

Para finalizar, como editora invitada deseo agradecer, en primer lugar, el interés y espacio dado por *Academia XXII* para presentar este tema de reciente consideración y enorme relevancia. Por supuesto, agradezco a todos los colaboradores del presente *dossier*, integrantes de la Red Académica de Diseño y Emociones (RADE), por su continuo entusiasmo y especial interés en el cuidado de los textos aquí presentados.

Junio de 2019
Deyanira Bedolla

Design and Emotion

What can emotional design bring to the current social and environmental context?

DOI: 10.22201/fa.2007252Xp.2019.19.69864

Since the 1980s, the social sciences, humanities and biomedical disciplines have developed an interest in affect, passion, emotion and sensitivity, producing a perceptual shift in academic knowledge known as the 'affective turn.'

'Affect' is the interrelation between all things. This is to say, all subjects are performatively constituted by contact with each other. The affective dimension, this 'force field' of preconscious encounters and practices that precedes any individual or subjective body, is a vital motor that 'affects' the capacities of bodies.

'Emotions' are the product of the subjective cultural experience of this affective dimension of reality. This linguistic category is very rich and complex; its semantic spectrum is not universal, so it is subject to a cultural and historical dimension. The linguistic register about the subjective experience that we call *emoción* in Spanish - feeling and emotion in English - is extremely broad and requires constant scientific-humanist interdisciplinary negotiation as to its linguistic and historical definition. In the social sciences, the cultural study of emotions considers this analytical category as a post-affective, 'cultural construction' of the mind-body experience.

Through this epistemic framework from the social sciences, political-social analytical categories such as "emotional communities," "emotional regimes" and "emotional economies or circulations" have been put forward. This approach to the social, historical and geographical aspects of emotion and affect underpins another perspective from the affective turn that uses anthropology, psychology, philosophy, the biomedical sciences and science and technology studies to examine the mind-body problem.


The background of the page is a dark, textured blue surface, possibly water or a crumpled material. A translucent, crumpled blue plastic sheet is draped across the upper portion of the image, with a wooden stick or branch resting on it. The lighting is dim, creating a moody and atmospheric effect.

The design research done at American universities has incorporated studies on emotion, in particular through this second disciplinary approach. The management of affect and emotion has been a central issue in these scientific circles. Studies on affect and emotion began in the 1960s as part of artificial intelligence research, in science and technology studies and in media systems and marketing. It should be noted that Latin American design's incursion into the contemporary affective turn has been mediated, to a large extent, by this particular epistemic and textual culture.

In this issue, *Academia XXII* dossier explores the relationship between design and emotion. It addresses the mediation of emotions in the social sphere, which is a perspective that aims to understand emotional agency beyond the operative approach between object and subject. We thank our guest editor, Dr. Deyanira Bedolla Pereda, for her enthusiastic collaboration in the dossier's edition.

Ciudad Universitaria, June 2019

Johanna Lozoya



This *Academia XXII* dossier is focused on addressing the issue of emotion in relation to design: an issue that has been around for just over ten years. For this reason, there is still much work to be done and many important reflections have yet to be made.


The dossier contained in this issue is composed of ten articles that have the objective of answering the following question: what can emotional design bring to the current social and environmental context? All our actions as human beings, in one way or another, are influenced by emotions, often at the subconscious level, which is why they serve as ever-present guides to certain behaviors.

The objects, services and spaces that are the product of design processes need to and can be improved in order to provide social and environmental benefits; it is desirable that they promote integration, equity and proper social coexistence, as well as influencing a change in consumers' habits, encouraging them to reduce waste and, in general, to respect the environment.

In "Designing the Senses: Its Social Impact," Aarón Caballero explains that the social, approached from the perspective of the senses, should situate all actions aimed at resolving social problems through the representation of the subject and society as a reciprocal search for each other, and that designers should keep this in mind if they want their work to have an emotional character with a strong social impact. He also lays out elements for theoretical discussions that allow design to characterize the social and the individual, the public and the private.

In "Extended Aesthetics as a Perspective for the Design of Experiences," Ricardo López proposes the concept of extended aesthetics as an element that makes it possible to design experiences whose extension makes them more meaningful for the subject due to the way in which their sensibility is affected both beforehand and afterwards. The author argues for the importance of this conceptualization of experiences given current changes in consumption habits that privilege experiences over goods, particularly those experiences with a commitment to society and the environment.

In "Emotions for Design with Social Context," Deyanira Bedolla argues that emotions, when studied from a social perspective, are able to guide and motivate human behavior and interactions, offering the possibility of producing pro-social effects. The author explains the theoretical bases of disciplines such as sociology and psychology that




establish the importance and utility of emotions to social life, identifies specific emotions that can be fostered through design to clear pro-social ends and concludes by proposing specific models for design projects from an emotional perspective with a social emphasis with the goal of promoting interactions and behaviors that benefit society.

In “Emotional Design as an Enhancer of Otherness and Identity,” Yissel and Yasmin Hernández identify areas of opportunity for emotional design through an analysis of the concept of social integration. They recognize the emotional character of public space and its connections with the social dimension through an understanding of otherness and identity as precursors to social integration. By starting from the role of space as a mediator, they argue for the permanence of emotional responses, which affect the way in which public space is used and appropriated, thus indicating the role of the emotions in its configuration and evocative intensity.

In the article “A Preliminary Mapping of Design and Emotion: Convergences for Social and Environmental Consciousness,” Ainoa Abella, Laura Cléries, and Lluís Marco Almagro, through a visual mapping, present an overview of the different theories of design and emotion in order to promote their integration with a solid grounding, allowing us to propose solutions to current social and environmental challenges.

In the article “Do It Yourself: Autodidactism as an Alternative for Building Social Capacities,” Tania Rodríguez discusses the democratizing effect of autodidactism on the individual through its emotional aspect, as well as its potential to create the social capital and human capacities needed to conserve our environment and social welfare. She argues that the act of learning, in itself, is an activity comparable to design, in that it puts into practice cognitive and metacognitive structures and activities that are also involved in the design process.

In “Design, Products and Emotions: Resources to Stimulate Responsible Behavior,” Rubén Jacob, Margarita Jiménez and Manuel Martínez establish the causes and particular characteristics of the development of people’s attachment to products and their subsequent disenchantment. They then review some approaches in which the design of emotionally meaningful products becomes a preferred strategy for the stimulation of responsible and desirable behavior from a collective or social perspective, as well as with an individual and human focus.



In “The Intervention of the Design Discipline in the Challenge of Victimization,” Juan Carlos Ortiz and Irma Hernández argue for the importance of intervention by the design discipline in complex social problems, such as victimization, which requires transdisciplinary work encompassing design, victimology and the social sciences in general. The authors suggest that design specialists should have the tools and methods required to respond to the challenge represented by victims from a different perspective and argue for a vision of design that is connected to the community and its needs in order to strategically address significant social problems such as victimization.

In “‘Data Objects’: Designing Products for Dialogue and Social Consciousness,” Ricardo Sosa presents principles and methods for the development of what he calls ‘data objects’: tangible, three-dimensional objects that represent data through their design, thus facilitating access to accurate information through daily use, allowing us to communicate and disseminate all kinds of data. Through these objects, the author seeks to contribute to reflections on emotional design by suggesting strategies to spark interest and encourage dialogue on a variety of social issues, as is the case with the “Presidential Spin Tops,” a variation on the traditional toy designed by the author to illustrate the potential of these objects to spark conversations about specific data.

In “Emotional Design as a Means to Encourage Social Responsibility Among Ecuadorian Chocolate Producers,” Andrea Villalobos and Manuel Martínez seek to promote emotional design with a humanistic vision and undertaken as a socially responsible activity, taking the chocolate products and producers of Ecuador as a case study. They show the importance of the impact of positive and negative emotions as a response to social commitment, thus determining the need to raise awareness and empower small and medium-sized enterprises in connection with sustainable practices and a humanistic approach to business.

Finally, as guest editor, I would like to thank *Academia XXII* for its interest in providing a space for the discussion of this topic, of recent vintage and influence, as well as all of the contributors to this dossier, members of the Red Académica de Diseño y Emociones (RADE), for their constant enthusiasm and special interest in the texts presented herein.

June 2019
Deyanira Bedolla