

**EXPERIENCIAS PLACENTERAS DESDE EL
DISEÑO PARA LA ARTESANÍA**

VALENTINA TABORDA HENAO
MARIA JOSÉ JARAMILLO JARAMILLO

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
FACULTAD DE DISEÑO INDUSTRIAL
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL
MEDELLÍN
2021**

EXPERIENCIAS PLACENTERAS DESDE EL DISEÑO PARA LA ARTESANÍA

VALENTINA TABORDA HENAO
MARÍA JOSÉ JARAMILLO JARAMILLO

Trabajo de grado para optar al título de Diseñador Industrial

Asesor
EVER PATIÑO MAZO
LUZ MERCEDES SAÉNZ

Diseñadores Industriales

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
FACULTAD DE DISEÑO INDUSTRIAL
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL
MEDELLÍN
2021**

Experiencias placenteras desde el diseño para la artesanía

Valentina Taborda, María José Jaramillo

Facultad de Diseño Industrial, Universidad Pontificia Bolivariana, Sede Medellín, Circular 1 N° 70-01, Medellín, Colombia

Resumen

El diseño positivo busca brindar experiencias placenteras y generar bienestar a través de estímulos positivos cuando un usuario interactúa con un producto, sistema o experiencia. Asimismo, el diseño para la artesanía es capaz de integrar los elementos propios de una comunidad local y transformar permanentemente su propia realidad respondiendo a las influencias emitidas por las reacciones que rodean al sistema. En tal sentido este artículo se centra en responder la pregunta ¿Cuál es la relación entre los enfoques de diseño de experiencias placenteras y el diseño para la artesanía? Para ello se recopiló un total de 14 documentos sobre el diseño para las experiencias placenteras y el diseño para la artesanía, los cuales fueron analizados y sintetizados en mapas conceptuales. A partir de lo anterior se establecieron relaciones desde los enfoques conceptuales de las dos áreas de conocimiento. Una de las principales conclusiones es que la generación de experiencias placenteras se puede aplicar en el diseño para la artesanía, con el objetivo de generar un impacto positivo en el usuario.

Palabras clave: Artesanía; Experiencias placenteras; Diseño emocional; Identidad.

1. Introducción

La presente investigación apuesta por una tejer relaciones entre los enfoques conceptuales del diseño de experiencias placenteras y el diseño para la artesanía. El diseño para la artesanía es un sistema donde se transforman recursos naturales en expresiones materiales simbólicas y funcionales (Ver Figura 1) que fortalecen el patrimonio material de la comunidad local, y, a la vez opera como una labor productiva y económica dentro del sistema. Asimismo, el diseño de experiencias placenteras es una fuente importante de innovación en el proceso de desarrollo de proyectos (diseño industrial). Su base es identificar y observar el comportamiento de las personas al interactuar con los productos y así entender las experiencias funcionales de los consumidores, aplicándolo al aprendizaje y convirtiéndolo en oportunidades de diseño de productos.



Figura 1. Artesana Del Carmen de Viboral. Autoría Instituto del Carmen de Viboral

1.1 Justificación

El diseño en la actualidad solo influencia el 10% de nuestra felicidad (Design, D. I. Projects, TU Delft.). En el diseño de experiencias placenteras se busca crear relaciones significativas entre el producto y el usuario, además de diseñar productos que contribuyan a una sociedad saludable. Por otro lado, en el diseño para la artesanía, el diseñador debe ser consciente de su identidad, y de la identidad del grupo social estudiado, es decir, de su entorno cultural. La colaboración entre artesanía y diseño, es un modo de relacionar el «saber hacer» con el «saber qué hacer». En el análisis de material documental e investigaciones relacionadas con el diseño y la artesanía, se pudo concluir que, hasta ahora, ninguno relaciona los enfoques conceptuales del diseño de

experiencias placenteras y el diseño para la artesanía.

1.2 Marco conceptual

Las iniciativas del diseño positivo, buscan promover deliberadamente el bienestar subjetivo de las personas y por lo tanto acrecentar la apreciación permanente de sus vidas por medio del desarrollo de procesos creativos, diseño de productos industriales y diseño de productos para la artesanía. **'El diseño actual solo influye en el 10% de nuestra felicidad'**(Delft institute of positive design, 2020). El 'Diseño Positivo' es una filosofía de innovación desarrollada por investigadores líderes en diseño experimental de la facultad de Diseño Industrial de la Universidad Tecnológica de Delft (TU Delft), en Los Países Bajos. Plantea estrategias de innovación que buscan esencialmente promover, facilitar o fomentar el bienestar de los usuarios y lo hace por medio de la aplicación práctica del conocimiento derivado de la investigación científica sobre la experiencia humana: psicología positiva, psicología emocional, economía conductual. (Delft Institute of Positive Design, 2020)

Según *Desmet y Polhymer (2013)* el diseño positivo es una filosofía del diseño que se basa en influir en el bienestar de las personas desde la felicidad, si bien esta es diferente siendo subjetiva para cada individuo el diseño positivo busca brindar experiencias placenteras a partir de la emoción, la estética y el significado.

Diseño para la artesanía

Por otra parte, el diseño para la artesanía es capaz de integrar los elementos propios de una comunidad local y transformar permanentemente su propia realidad respondiendo a las influencias emitidas por las reacciones que rodean al sistema. Es decir, en un sistema artesanal se transforman recursos naturales en expresiones materiales simbólicas y funcionales (producto artesanal) que fortalecen el patrimonio material de la comunidad local, y a la vez opera como una labor productiva y económica dentro del sistema.

En palabras de Pacheco (2014): *La actividad artesanal (...) se caracteriza por transformar recursos naturales en materias primas para la producción de bienes. Predomina el uso del conocimiento tradicional, y el despliegue de técnicas dominadas por un artesano, sean estas manuales o soportadas en herramientas y máquinas simples. Con la actividad artesanal se realizan artesanías que manifiestan simultáneamente una cosmogonía y un producto final utilitario, decorativo o artístico. La actividad artesanal es un sistema social que establece vínculos con aspectos socioculturales, socioeconómicos y sociopolíticos dentro del contexto local.*

Asimismo, se entiende que el diseño inicialmente debe interpretar el medio en el que se desenvuelve para conocer los símbolos y tradiciones artesanales para generar un vínculo en el sentido de identidad social, entablando una relación que permita conservar los rasgos culturales locales propios del sector artesanal.

Desmet y Polhymer (2013) plantean un esquema donde están los tres pilares esenciales para el diseño positivo, estos son la virtud, el significado personal y el placer que sirve para explicar la relación entre los dos primeros pilares:

La virtud: Consiste en ser moralmente una buena persona, este es el tipo de diseño que posibilita el comportamiento virtuoso, y que se liga en uno de los placeres (en este caso el ideológico) de la teoría de Jordan (2002), en que habla de que este tipo de placer es el que se basa en los valores.

El significado personal: Éste se basa en perseguir los propósitos de vida, ya que según *Desmet* las personas que persiguen sus sueños son mucho más felices, analizando el significado este pilar del diseño positivo podemos ver cómo se relaciona con la siguiente descripción de *Neve Herrera Rubio (Artesanía y cultura)* en el que dice que los aspectos más importantes de la artesanía son la cultura y su relación con la producción de bienes materiales y tecnología, al igual que la relación de las dimensiones humanas como lo es *la construcción del sentido de vida*.

El placer: Uno de los pilares más importantes del esquema, ya que va ligado de muchos aspectos importantes que también se relacionan con la artesanía, el placer se basa en experimentar sentimientos positivos y esto va de la mano de las emociones. Para esto, *Desmet (2006)* habla de que la emoción es una cualidad fundamental humana y la mayor parte del comportamiento y pensamiento está influenciado y enriquecido por las emociones ya que estas generan un impacto emocional en los diseños. Además, afirma *Desmet (2006)* que la relación con el mundo es afectiva.

El diseño de experiencias es una gran fuente de innovación en el proceso de desarrollo de proyectos de diseño, basándose en identificar y observar comportamientos de las personas al interactuar con el producto y así entender esas experiencias funcionales de los consumidores y aplicarlas en el aprendizaje del proceso de diseño.

Hekkert (2006), Schifferstein y Cleiren (2005) definen la experiencia como la conciencia de los efectos psicológicos provocados por la interacción con un producto, incluyendo el grado en el que todos nuestros sentidos son estimulados; atribuimos significados, valores y reconocemos los sentimientos y emociones. En ese sentido, el término 'experiencia' se refiere a acontecimientos de la vida singularmente significativos tanto cognitivos como afectivos. Según Desmet y Hekkert (2007) la experiencia dependerá de la forma en que una persona interactúa con un producto, se distinguen tres componentes principales en dicha experiencia

1. La respuesta estética se caracteriza por sentimientos de placer o no, que se basan en la percepción sensorial del objeto (*Pilar del Placer del diseño positivo*).
2. La persona trata de entender como un producto debe ser operado o vivido (*Pilar de Virtud del diseño positivo*)
3. La persona le atribuye expresiones simbólicas, semánticas u otros significados connotativos. (*Pilar del Significado del diseño positivo*)

Todos estos componentes forman la experiencia global del producto, cuando dichos productos son propios de la actividad del diseño, son destinados a ser percibidos, utilizados y experimentados, es decir, a generar experiencias. Según el marco de experiencia de producto propuesto por Desmet y Hekkert (2007) la interacción usuario - producto se basa en los elementos mencionados anteriormente: en la experiencia estética, la experiencia emocional y la experiencia de significado.

El desafío de diseñar productos es llevar la experiencia resultante a un primer plano, diseñar la experiencia antes que el producto o como Buxton (2007) dice: "A pesar del sesgo tecnocrático y materialista de nuestra cultura, en última instancia, lo que estamos diseñando son experiencias, no cosas". Pero ¿Qué significa diseñar una experiencia? Para Buxton, parece una cuestión de cómo se siente al actuar a través de un producto, en el momento en que se usa, el momento de la experiencia. Esta noción de experiencia, que se centra en cómo se hace algo, fue provocada notablemente por el éxito del iPhone de Apple, que presenta una característica única hasta ahora, la estética de la interacción, pero básicamente cumpliendo las mismas tareas que cualquier otro teléfono móvil.

Si bien es ciertamente importante reducir la experiencia al "placer debido a la sensación de la acción" (Buxton 2007). Conceptualmente, la visión amplia de la experiencia como historias significativas tiene mucho más que ofrecer que una visión estrecha como sentimiento placentero. Una experiencia es un tejido complejo de sentimientos, pensamientos y acciones, dentro de las cuales, las emociones y la satisfacción de las necesidades psicológicas universales deben tener un papel acentuado. Aunque las emociones son complejas, todas comparten una evaluación inherente, el placer y el dolor, que proporcionan "la vara de medir sobre la cual posibilidades cualitativamente diferentes pueden ser comparado "(Russell 2003). Esta evaluación es importante para dar forma a la conducta futura y si es positiva, una fuente de felicidad. Pero, ¿dónde está el placer? Sheldon y (2001) demostraron el vínculo íntimo entre lo placentero de una experiencia y la satisfacción de las necesidades psicológicas universales en ese sentido, se ve la experiencia como la necesidad de autonomía y estimulación. Una mirada específica a las experiencias positivas mediadas por la tecnología reveló la estimulación, afinidad, competencia y popularidad como las principales fuentes de placer (Hassenzahl, 2010).

La experiencia es algo muy importante no solo para el diseño emocional si no para el diseño positivo y la artesanía, según *Aarron Walter (designing for emotions)* hay que entender las necesidades del usuario y resolverlas para así generar una experiencia positiva, para esto Walter toma la pirámide de necesidades del psicólogo *Abraham Maslow* quien ubica de menos importante **lo funcional**, la cual Walter describe como que el usuario pueda completar una tarea, **lo confiable**, quien Walter dice que es para que el usuario se sienta cómodo, **lo usable**, según Walter que permite relativamente realizar las tareas de una manera fácil, y por último y más importante en la pirámide de necesidades está **lo placentero**, que Walter describe cómo los divertido y alegre. Con base a todo lo anteriormente mencionado, *Gloria Barrera* menciona lo siguiente: "El diseño participativo entre diseñadores industriales y artesanos es fundamental, siendo los diseñadores los que propician los espacios adecuados y dinamizan los procesos para que los artesanos den así respuesta a sus **necesidades**".

Asimismo, la Diseñadora Industrial Ana Cielo Quiñones se refiere a que la unión del trabajo entre diseñador y artesano impulsa la producción de objetos con identidad propia elaborados con técnicas ancestrales y materias primas de la región, por lo que no es otro producto de consumo, generado en masa. La relación entre diseño y artesanía tiene el objetivo de relacionarse siempre y cuando el artesano y diseñador lleguen a tener "apropiaciones consentidas" es decir, "que en las cuales bajo determinadas y apremiantes condiciones los creadores han autorizado de manera tácita o expresa la producción, reproducción o transformación de sus creaciones artesanales, el uso y/o aplicación de sus aportes técnicos, simbólicos o estéticos a otros actores sociales" (Barrera, Quiñones, y Jacanamijoy, 2014).



Figura 2 Mapa conceptual del problema de investigación. Autoría propia.

La relación que tiene el diseñador con la comunidad artesana, específicamente con el artesano productor es la exaltación y preservación de la técnica. Además, el diseñador propone la naturaleza funcional del producto (función de uso, comunicativa, estética y simbólica) y el artesano aporta conocimientos y destrezas en el manejo de la técnica que compone el oficio artesanal. Como se venía diciendo anteriormente, la relación que hay entre el saber popular y el saber académico es técnico creativo, ya que cada uno aporta desde su experiencia y conocimiento para el desarrollo de nuevos productos, según Yolanda Mora (1972), quien plantea que la intervención del diseño en la artesanía es un proceso bilateral, donde “se libera la capacidad de expresión, beneficia desde luego más al artesano, que se sentirá más contento, más realizado, en la medida que más se haya expresado”. Aquí es donde se presenta la oportunidad para el diseño positivo, orientado hacia como proponer experiencias placenteras desde el diseño artesanal, sin perder el enfoque de la técnica y la transformación de materiales tradicionales.

Para concluir, cabe mencionar las palabras de *Claudia García Rojas* en las que destaca la importancia del diseño en la artesanía “El escenario artesanal requiere en la actualidad un acompañamiento del diseño no solo para comprender, analizar, registrar el proceso de la técnica y la materia prima si no con el ánimo principalmente para la salvaguarda la identidad de la cultura material de cada región” además de poder agregar lo que dice *Schultz en el 2008*: “La artesanía ha mantenido su consideración histórica como concepto, pero en la práctica el diseño ha estado implicado históricamente con el quehacer artesanal”. Así podemos apreciar como el diseño industrial ha venido de la mano de la artesanía, y como ese acompañamiento participativo puede lograr cosas muy grandes para ambos. Realizando trabajos colaborativos de los cuales ambos aprenden

estrategias del diseño positivo y como la generación de experiencias placenteras a partir de los procesos productivos y creativos se pueden aplicar a la producción artesanal para generar una mejor interacción entre el usuario y la artesanía (Ver figura 2).

A partir de todo lo anterior se propusieron los siguientes objetivos:

1.3 Objetivo general

Determinar la relación entre los enfoques conceptuales del diseño de experiencias placenteras y los enfoques conceptuales del diseño para la artesanía.

1.3.1 Objetivos específicos

- Reconocer los enfoques conceptuales que emplea actualmente el diseño de experiencias placenteras.
- Reconocer los enfoques conceptuales que emplea actualmente el diseño para la artesanía.
- Relacionar los enfoques conceptuales del diseño de experiencias placenteras con los enfoques conceptuales del diseño para la artesanía.

2. Metodología

2.1 Objetivo 1: Reconocer los enfoques conceptuales que emplea actualmente el diseño de experiencias placenteras.

Para cumplir con el primer objetivo se analizaron los siguientes autores: Desmet y Pohlmeier (2013), Jiménez (2016), Yichen y Roto (2015), Fernández, Echeverri y Vélez (2018) Walter (2011), Hekkert (2006), y Norman (2005). La selección de estos autores se hizo con base en la cantidad de referencias en otros artículos. Estas lecturas fueron sintetizadas en un formato como se ve en la figura 3. Posteriormente, se realizaron mapas conceptuales siguiendo la estructura de la figura 4.

— Titulo del texto	
— Autores	
— Año	— Tipo
Palabras Clave	
Ideas Principales	
Aportes Personales	
Citas Textuales	

Figura 3. Formato de ficha de lectura. Autoría propia.

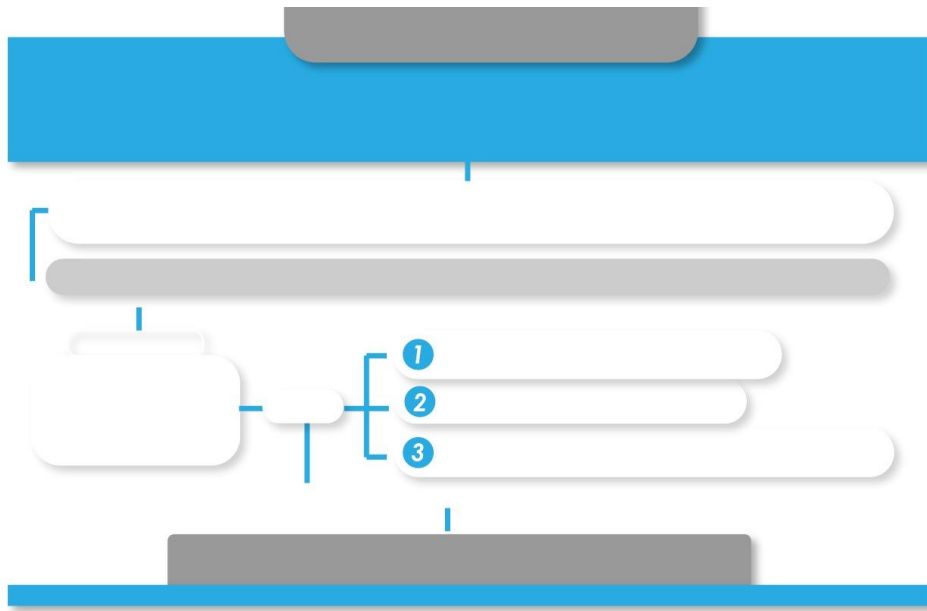


Figura 4. Formato de estructura de los mapas conceptuales. Autoría propia.

2.2. Objetivo 2: Reconocer los enfoques conceptuales que emplea actualmente el diseño para la artesanía.

Para alcanzar este objetivo se realizó el mismo procedimiento (figura 5) del objetivo número uno, pero con los siguientes autores: Arango y Vélez (2017), Fonseca (2019), Uribe (2012), Barrera, Aguilar y Juajibioy (2014) debido a que, estos han sido utilizados como base de investigación para diferentes artículos.

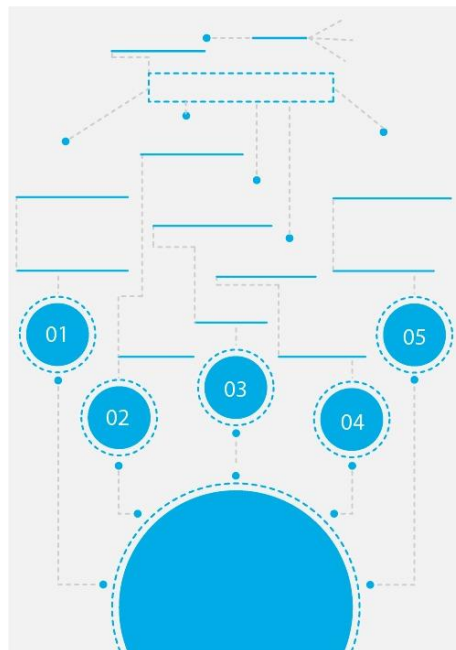


Figura 5. formato de estructura de los mapas conceptuales. Autoría propia.

2.3. Objetivo 3: Relacionar los enfoques conceptuales del diseño de experiencias placenteras con los enfoques conceptuales del diseño para la artesanía.

Para completar el último objetivo se relacionó, como se muestra en la (tabla 1), los enfoques conceptuales que se analizaron en los mapas del objetivo número uno y dos para hacer conexiones entre el diseño de experiencias placenteras y el diseño para la artesanía.

Tabla 1: Formato de tabla de relaciones entre los enfoques conceptuales entre el diseño para las experiencias placenteras y el diseño para la artesanía. Autoría propia.

	Nombre artículos	Conceptos principales	Conceptos secundarios	Metodologías	Objetivos o finalidades	Estrategias
Diseño para las experiencias placenteras						
Diseño para la artesanía						
Relaciones						

3. Resultados y discusión

3.1 Objetivo 1: Reconocer los enfoques conceptuales que emplea actualmente el diseño de experiencias placenteras.

A continuación, se presentarán los diferentes abordajes estudiados para analizar el diseño de experiencias placenteras, todos graficados en mapas conceptuales:

En primer lugar, para abordar los enfoques conceptuales del diseño para las experiencias placenteras, se tomó como base la filosofía del diseño positivo de la universidad de Delft en los Países Bajos, presentada principalmente por Pieter Desmet y Anna Elisabeth Pohlmeier. Desmet ha colaborado en investigaciones sobre el diseño emocional desde aproximadamente el 2003, haciendo grandes aportes al diseño industrial, no solo desde la parte teórica sino también a través

de productos y sistemas que ayudan a entender las emociones positivas en las personas. Por otro lado, Simón Jiménez, Ingeniero de producto de Medellín y radicado en Amsterdam colabora en dichas investigaciones del diseño positivo. El diseño positivo se basa en tres pilares (figura 6) los cuales son la virtud, el significado personal y el placer, aquí tocamos el tema más importante para la investigación, en el cual Desmet explica porque un producto debe generar emociones placenteras, ya que la emoción es una cualidad fundamental humana y la mayor parte de nuestro comportamiento y pensamientos están influenciados y enriquecidos por las emociones, esto debido a que nuestra relación con el mundo es afectiva.



Figura 6. Mapa conceptual de Pieter Desmet, Anna Elisabeth Pohlmeier (2013) y Simón Jiménez (2016). Autoría propia.

Similarmente, según las investigaciones de Yichen Lu & Virpi Roto (figura 7) las experiencias significativas que se generan en el trabajo han demostrado provocar efectos positivos en las personas. Este es uno de los propósitos del diseño además de identificar las necesidades de satisfacción, basados en el diseño positivo y de experiencias, permitiendo generar bienestar físico y mental en los empleados, dándole al trabajador una sensación de logro.

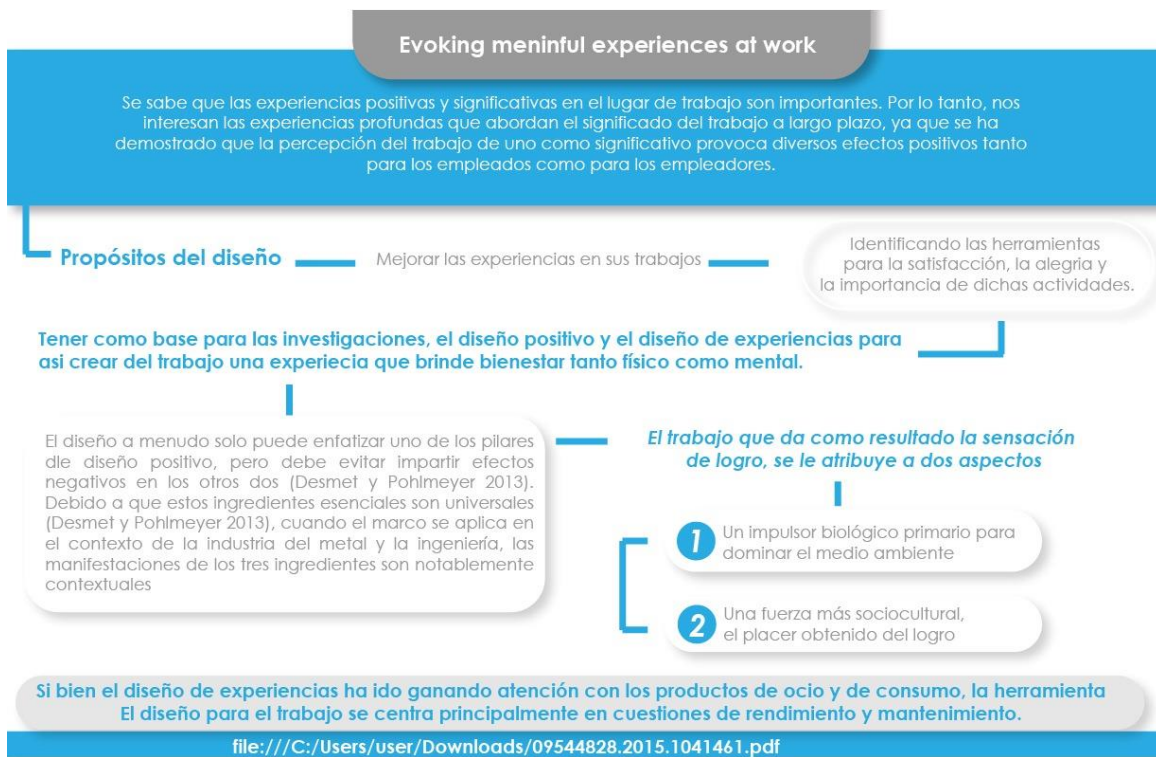


Figura 7. Mapa conceptual de Yichen Lu & Virpi Roto (2015). Autoría propia.

De la misma manera, el diseño para Colombia tiene un llamado a ser racional, la experiencia de uso, el diseño afectivo, deseable y emocional están en la punta de la pirámide de las necesidades del ser humano. Según Patrick Jordan (2000) los productos y servicios deben satisfacer las necesidades en un orden determinado que se divide en los tres niveles (figura 8) explicados por el mismo en el que se presenta la funcionalidad, usabilidad y el placer, pero desde la mirada Latinoamericana esas necesidades cambian y hay que saber trasladarlas a nuestra realidad ya que son diferentes posturas (Fernandez, Echeverri, Vélez, 2018).

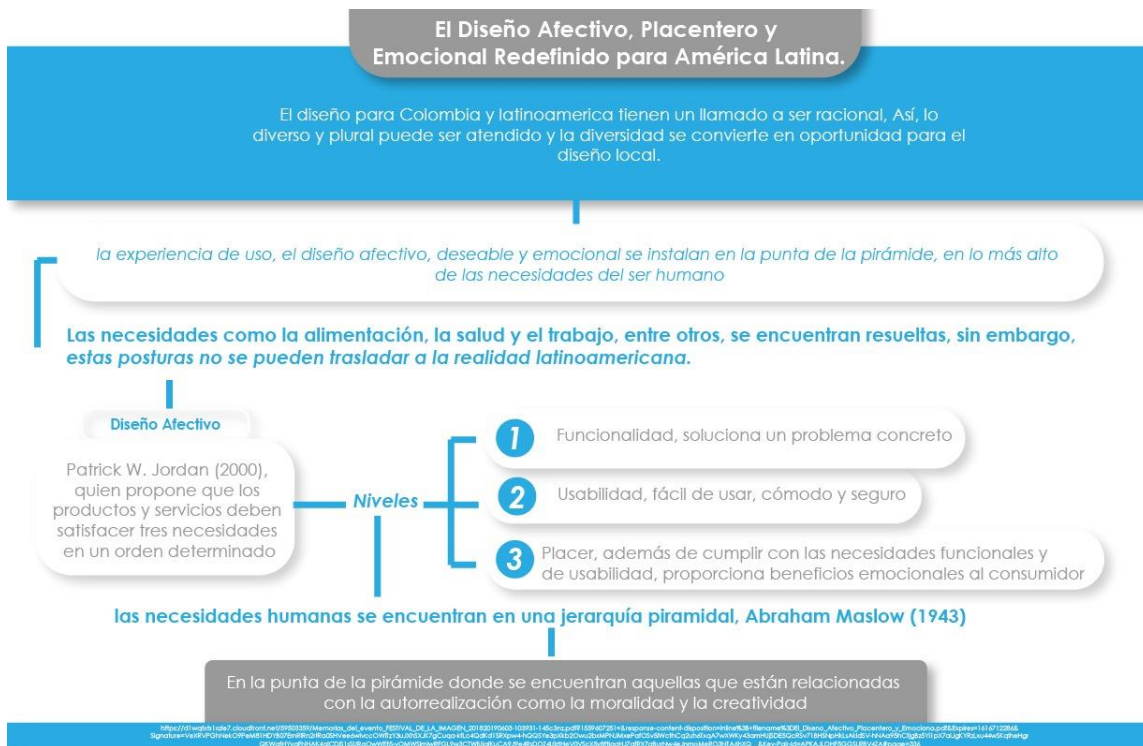


Figura 8. Mapa conceptual de Claudia Fernández-Silva, Ángela María Echeverri Jaramillo, Sandra Marcela Vélez Granda (2018). Autoría propia.

No obstante, la experiencia de usuario es el resultado de una percepción positiva o negativa de un servicio o producto al interactuar con él. Para entender mejor en que se basa la experiencia se tomó a Aaron Walter (2011), quien escribió *Designing for emotions* (diseñando para las emociones) donde explica (figura 9) que hay que entender las necesidades de usuario y solucionarlas, para esto él se basa en la pirámide de Abraham Maslow en la que lo placentero está en la cima de dicha pirámide. Walter explica cada una de ellas, además de esto se concluye que la experiencia de usuario se divide en: diseño centrado en el humano, diseño centrado en el usuario y el diseño centrado en la experiencia.

Experiencia de usuario

La experiencia de usuario es el conjunto de factores y elementos relativos a la interacción del usuario con un entorno o dispositivo concretos, dando como resultado una percepción positiva o negativa de dicho servicio, producto o dispositivo. Existen diferentes metodologías para el desarrollo de experiencias de usuario, el diseño centrado en el humano (HCD, por sus siglas en inglés), diseño centrado en el usuario (UCD) y diseño centrado en la experiencia (XCD)

Experiencia de usuario

Entender las necesidades del usuario y solucionarlas

Divertido y alegre

Relativamente fácil realizar las tareas

Para que el usuario se sienta a gusto

El usuario pueda completar una tarea

Aarron Walter (Designing for emotions)

Placentero

Usable

Confiable

Funcional

Piramide de necesidades (Abraham Maslow)

Diseño centrado en el humano

Esta metodología encuentra soluciones a problemas de diseño y administración tomando en cuenta el punto de vista del ser humano. Típicamente, el diseño centrado en el humano observa al problema dentro de su contexto, usando la perspectiva del ser humano para guiar el proceso de diseño.

Diseño centrado en el usuario

Es muy similar al Diseño centrado en el humano, y comparte muchos de los principios básicos. Es una metodología empática que toma en cuenta al usuario y sus necesidades al desarrollar una solución.

Diseño centrado en la experiencia

Esta metodología resuelve una experiencia a través de una palabra clave que la define en lugar de enfocarse en las necesidades del usuario. Es mayormente utilizada en el diseño de juegos y de parques de atracciones donde la prioridad es la experiencia

Figura 9. Mapa conceptual de Arron Walter (2011). Autoría propia.

Mientras tanto, en las experiencias placenteras Hekkert (2006) dice que el término experiencia se refiere a acontecimientos de la vida singularmente significativos que pueden ser tanto cognitivos como afectivos, y se apoya de Desmet para explicar que la experiencia depende de la forma en la que una persona interactúa con un producto, y a partir de esto distingue tres componentes: la respuesta estética, el entendimiento de cómo operar un producto y por último las experiencias simbólicas.

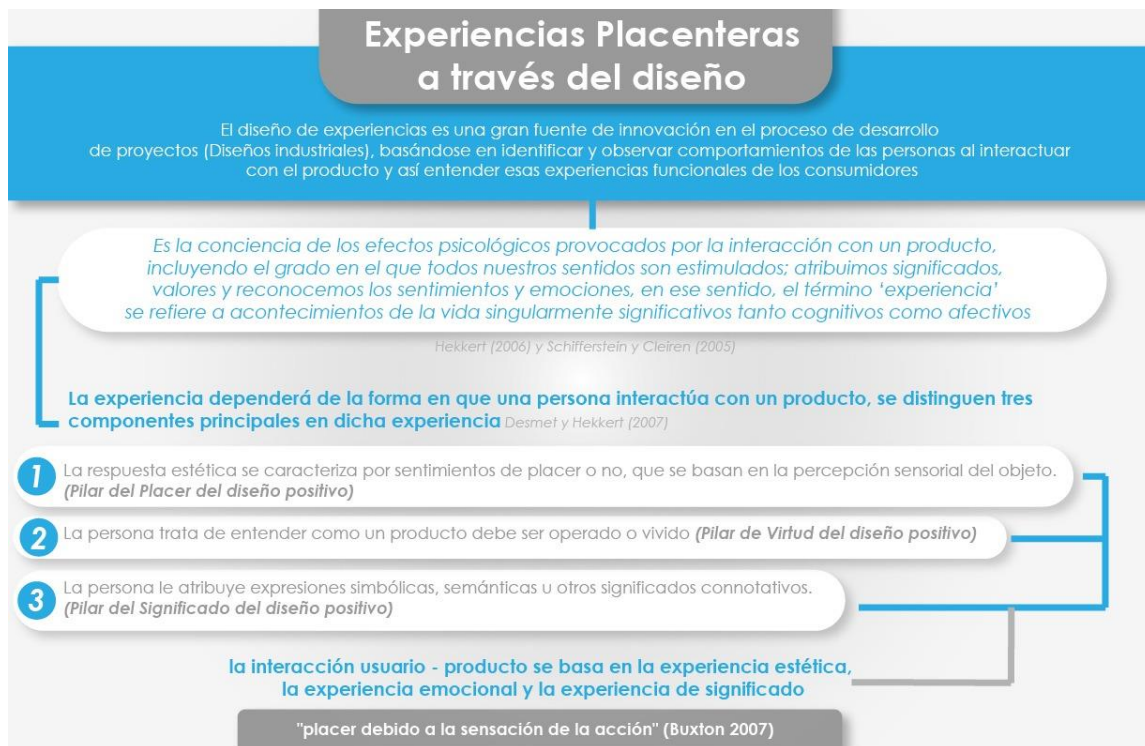


Figura 10. Mapa conceptual de Paul Hekkert (2006). Autoría propia.

Para concluir, el mayor exponente del diseño emocional es Donald A. Norman, el cual escribió Emotional Design, que es considerado el libro que fundamenta las bases de la disciplina. Según Norman (2005) hay tres reacciones emocionales en los usuarios cuando interactúan con un producto:

Diseño Visceral: El primer impacto, es del placer visual (lo quiero – es atractivo), es diseñar para conmover y tiene un contexto particular.

Diseño Conductual: Es funcional, se basa en la efectividad y la calidad de un producto, en su rendimiento, usabilidad y estimulación sensorial. Es la interacción usuario – objeto (lo domino – me hace sentir inteligente), es diseñar comportamientos y entender necesidades.

Diseño Reflexivo: Provoca recuerdos, involucra la parte emotiva (racionalización e interacción del producto), completa y permite narrar la historia por medio del objeto, en el diseño reflexivo lo bello funciona y es a nivel cultural, esta reacción es la última pero es la que más se ve ligada a los objetivos de vida del antes mencionado Alan Cooper, (*The essentials of interaction design*).



Figura 11. Mapa conceptual de Donald A. Norman (2005). Autoría propia.

3.2. Objetivo 2: Reconocer los enfoques conceptuales que emplea actualmente el diseño para la artesanía.

A continuación, se presentarán los diferentes abordajes estudiados para analizar el diseño para la artesanía todos graficados en mapas conceptuales:

El texto de Arango y Vélez (2017) habla de cómo la artesanía ha sido abordada desde 5 perspectivas (figura 12): (i) se entiende que la artesanía sigue presente en comunidades poco desarrolladas y que tiene atrasos en los procesos de producción; (ii) toman a la artesanía como un bien de consumo y que particularmente cuenta con un valor agregado; (iii) hace referencia a la artesanía como un patrimonio cultural; (iv) una conexión entre las dos anteriores y dice que el quehacer artesanal es una puesta en práctica de la persistencia, la resistencia social y cultural; para terminar, (v) plantea que la artesanía debe definirse por lo que es y no por lo que le hace falta, a saber. Por tal razón, se encuentra que hay posibles puentes y diálogos entre el diseño y la artesanía, puntos de encuentro para ambas áreas del saber, donde responden más a inquietudes de procesos de fortalecimiento educativo, cultural y social que a fines comerciales y de simplificación de la artesanía como bien de consumo.



Figura 12. Mapa conceptual de Arango y Vélez. (2017). Autoría propia.

Asimismo, se examinó el texto de Fonseca (2019) como lo muestra la (figura 13), el cual habla sobre cómo el diseño industrial ha tenido claro que sus orígenes son artesanales, por lo tanto, mencionan dos propuestas para iniciar la relación entre diseño y artesanía. El primero se basa en la asesoría y la segunda propuesta es mediante la enseñanza del diseño al artesano.

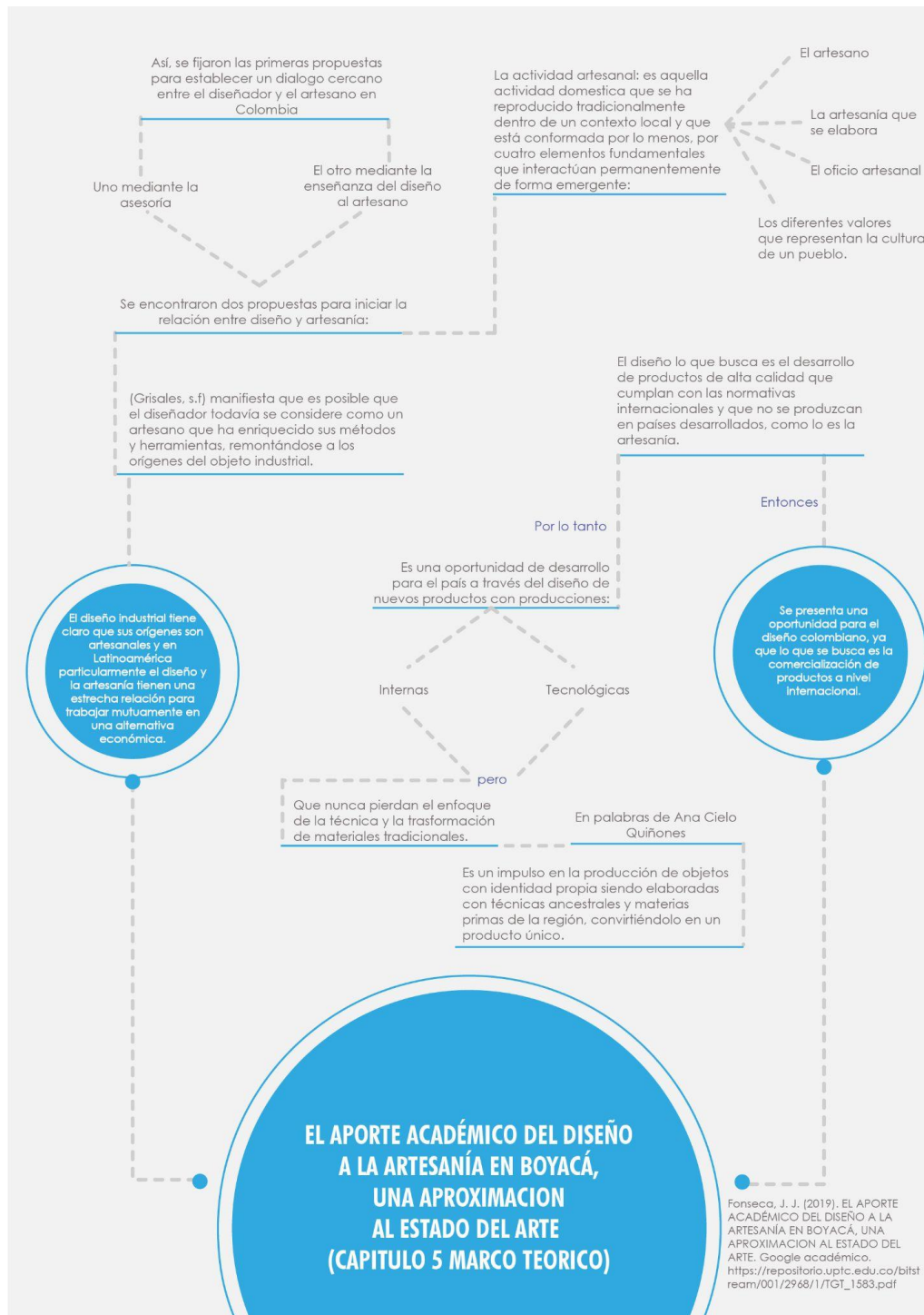


Figura 13. Mapa conceptual de Fonseca, J. J. (2019). Autoría propia.

Del mismo modo, Uribe (2012) como lo muestra la (figura 14) habla de cómo la Artesanías de Colombia S.A. se presenta simultáneamente como una empresa de y para el desarrollo. Siendo una entidad que marca nuestra identidad, además, a través de proyectos y programas se han encargado de reproducir, propiciar, promocionar y proteger a este sector. Por tal razón, Herrera plantea que si las artesanías son mercancías con identidad es porque como lo indica la definición oficial ellas están condicionadas por el medio ambiente físico y el desarrollo histórico.

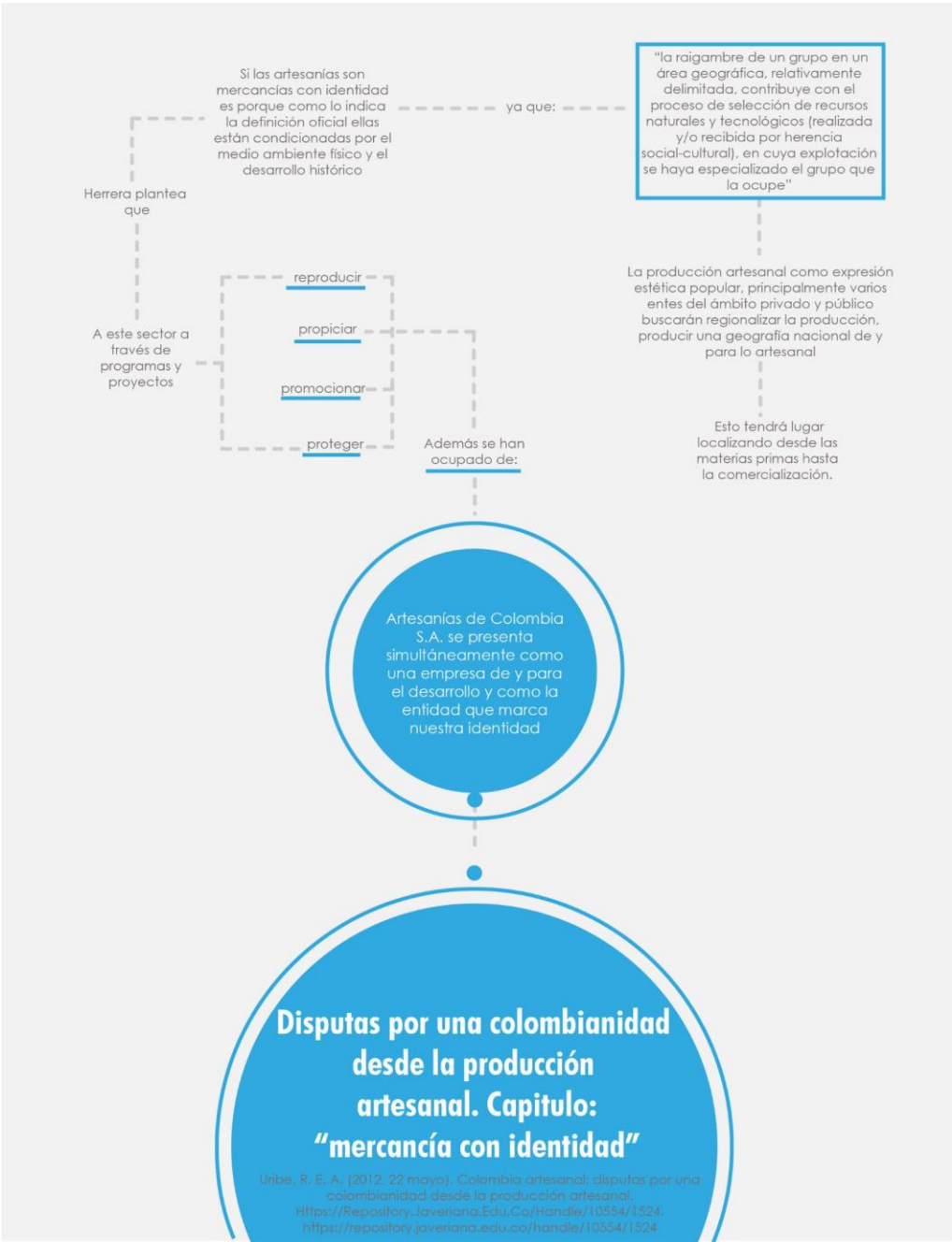


Figura 14. Mapa conceptual de Uribe, R. E. A. (2012). Autoría propia.

Por último, el artículo de Barrera, Quiñones, & Jacanamijoy (2014) como lo muestra la (figura 15), presenta el proceso de investigación para la protección de las creaciones artesanales colectivas indígenas desde el enfoque de derechos humanos. Igualmente, habla sobre la preocupación que se ha generado por la apropiación no consentida por parte del estado, empresas, artistas y diseñadores.

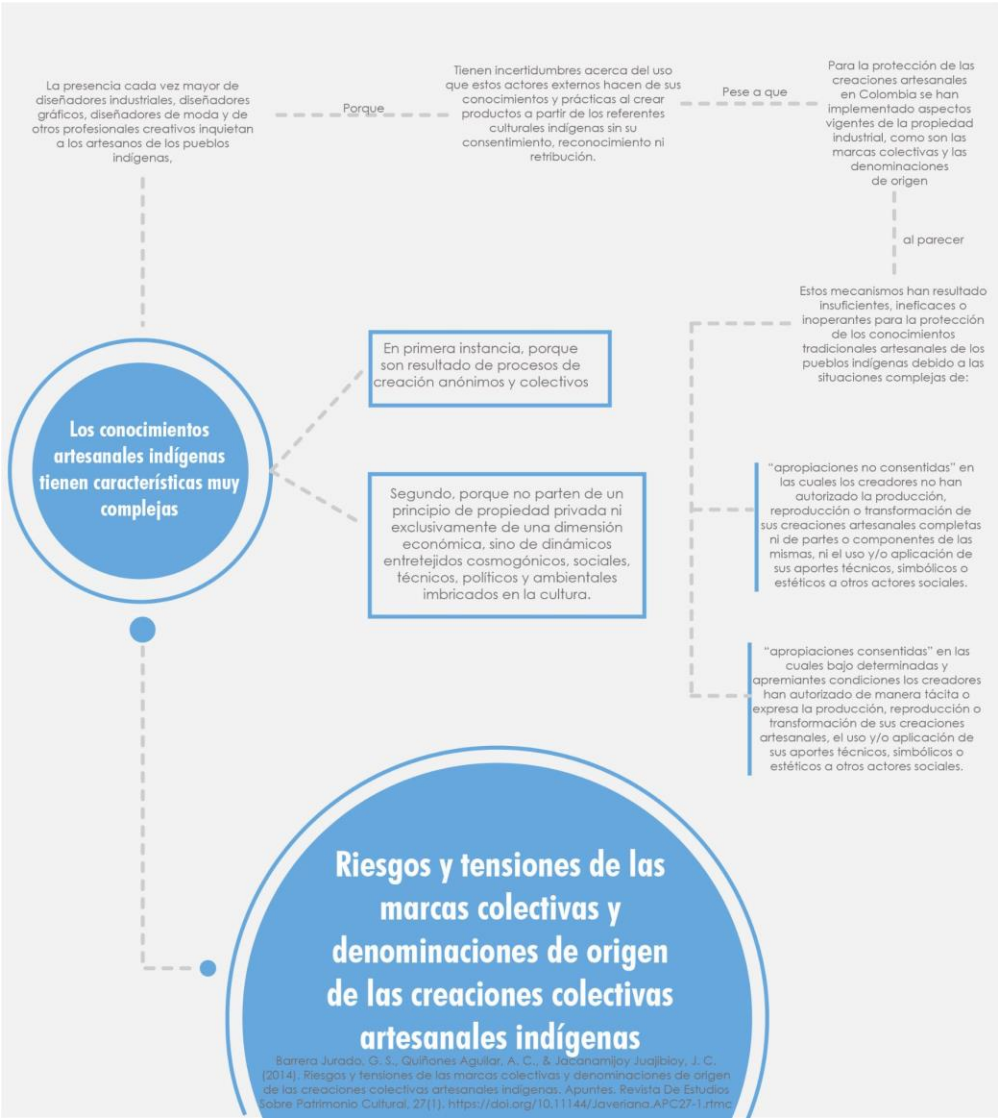


Figura 15. Mapa conceptual de Barrera Jurado, G. S., Quiñones Aguilar, A. C., & Jacanamijoy Juajibioy, J. C. (2014). Autoría propia.

3.3. Objetivo 3: Relacionar los enfoques conceptuales del diseño de experiencias placenteras con los enfoques conceptuales del diseño para la artesanía.

Tabla 2: Tabla de relaciones entre los enfoques conceptuales entre el diseño para las experiencias placenteras y el diseño para la artesanía. Autoría propia.

1		Nombre artículos	Conceptos principales	Conceptos secundarios
Diseño para las experiencias placenteras	1.	Diseño de experiencias	Diseñar con la intención de generar emociones en las personas	Identificar y observar comportamientos de las personas al interactuar con el producto
	2.	Evoking meaningful experiences at work	Las experiencias significativas en el trabajo están altamente relacionadas con el bienestar	El trabajo les debe proporcionar experiencias significativas.
	3.	El diseño afectivo, placentero y emocional redefinido para America Latina	Consiste en diseñar productos y servicios que no solo funcionen, se entiendan, sino también que sean placenteros	El diseño afectivo, deseable y emocional se instalan en la punta de la pirámide
	4.	User experience and Experience Design	La noción de experiencia a través de productos tiene el potencial de cambiar la forma en que pensamos y diseñamos	La experiencia de usuario es el conjunto de factores y elementos relativos a la interacción del usuario
	5.	Diseño emocional y experiencia de usuario	Entender que un producto puede y debe ser más que la suma de sus funcionalidades	El diseño emocional mejora la experiencia del usuario
	6.	Diseño positivo: introducción al diseño para el bienestar subjetivo	Crear productos y servicios que generen un impacto positivo	combinar estos conocimientos científicos con marcos conceptuales sobre la experiencia del usuario en procesos de innovación.
	7.	Diseño para la felicidad	Emociones positivas, compromiso y significado	Cinco elementos que contribuyen al bienestar: PERMA
		Metodologías	Objetivos o finalidades	Estrategias
continuación..	1.	Entender los componentes principales de la experiencia	Generar placer debido a la sensación de la acción	Enfocarse en las necesidades del usuario
	2.	Definir los objetivos de experiencias significativas para el diseño de herramientas de trabajo	Realizar muchas investigaciones para evocar experiencias significativas en el trabajo	Identificar las fuentes del significado del trabajo que varían desde el yo
	3.	Los productos y servicios deben satisfacer tres necesidades en un orden determinado	Trasladar la pirámide de necesidades a la realidad latinoamericana para así entender como funciona	Comenzar a cubrir las necesidades de los diferentes niveles hasta llegar a la punta de la pirámide
	4.	Saber cuáles son los valores intangibles	Generar o posibilitar experiencias a un usuario	El proceso de diseño debe ser entendido como un proceso reflexivo
	5.	Entender el campo de la experiencia del usuario en torno a un objeto o producto	Desarrollar una experiencia positiva con el diseño	1. Comprender la emoción 2. Medir la emoción 3. Diseñar para la emoción
	6.	No aplica	Generar bienestar y felicidad a través del diseño	Promover, facilitar o fomentar el bienestar de los usuarios
	7.	No aplica	Lograr un efecto a largo plazo	PERMA

Tabla 2 (Continuación): Tabla de relaciones entre los enfoques conceptuales entre el diseño para las experiencias placenteras y el diseño para la artesanía. Autoría propia.

2		Nombre artículos	Conceptos principales	Conceptos secundarios
Diseño para la artesanía	1.	Riesgos y tensiones de las marcas colectivas y denominaciones de origen de las creaciones colectivas artesanales indígenas	Los conocimientos artesanales indígenas tienen características cosmogónicas, sociales, técnicos, políticos y ambientales imbricados en la cultura.	Los artesanos se sienten inquietos acerca del uso que hacen sin su consentimiento, reconocimiento ni retribución.
	2.	Disputas por una colombianidad desde la producción artesanal. Capítulo "mercancía con identidad"	Artesanías de Colombia S.A. es una empresa de y para el desarrollo y como la entidad que marca nuestra identidad	REPRODUCIR, PROPICIAR, PROMOCIONAR Y PROTEGER
	3.	El aporte académico del diseño a la artesanía en Boyaca, una aproximación al estado del arte (Capítulo 5 Marco Teórico)	Establecer un diálogo cercano entre el diseñador y el artesano en Colombia	Comercialización de productos a nivel internacional.
	4.	En la Ruta del Co-Diseño: Por un diseño situado en procesos artesanales	Co-Diseño	La artesanía como un patrimonio cultural
		Metodologías	Objetivos o finalidades	Estrategias
continuación..	1.	No aplica	Protección de las creaciones artesanales en Colombia	"apropiaciones no consentidas"
	2.	No aplica	La artesanía como una mercancía con identidad	El ámbito privado y público buscarán regionalizar la producción, producir una geografía nacional de y para lo artesanal
	3.	Uno mediante la asesoría, el otro mediante la enseñanza del diseño al artesano	El diseño industrial tiene claro que sus orígenes son artesanales y en Latinoamérica ambos tienen una estrecha relación para trabajar	Es una oportunidad de desarrollo para el país a través de nuevos productos
	4.	FORTALECIMIENTO (EDUCATIVO, CULTURAL Y SOCIAL)	Encontrar puentes entre el diseño y la artesanía para el fortalecimiento educativo, cultural y social	No aplica
		● Contribución entre el artesano y el diseñador	● Identidad y cultura material	
		● Proceso bilateral de experiencias	● El arte del intercambio	
		● Historias contadas		

Al relacionar los enfoques conceptuales del diseño de experiencias placenteras con los enfoques conceptuales del diseño para la artesanía como lo muestra la (tabla 2), se crearon 5 uniones:

Contribución entre el artesano y el diseñador: El diseño industrial ha venido de la mano de la artesanía, y como ese acompañamiento participativo puede lograr cosas muy grandes para ambos, tanto diseñadores, como artesanos, trabajos colaborativos de los cuales ambos aprenden, estrategias del diseño positivo y como la generación de experiencias placenteras a partir de los procesos productivos y creativos se pueden aplicar a la producción artesanal para generar una mejor interacción entre el usuario y la artesanía.

Proceso bilateral de experiencias: La intervención del diseño en la artesanía es un proceso bilateral, donde “se libera la capacidad de expresión, beneficia desde luego más al artesano, que se sentirá más contento, más realizado, en la medida que más se haya expresado”. Aquí es donde se presenta la oportunidad para el diseño positivo, orientado hacia como proponer experiencias placenteras desde el diseño artesanal, sin perder el enfoque de la técnica y la transformación de materiales tradicionales.

Historias contadas: La artesanía como una mercancía con identidad puede llegar a cambiar la noción de la experiencia ya que, pueden ser historias contadas a través de los productos y así poder cambiar la forma en que pensamos y diseñamos.

Identidad y cultura material: Los artesanos en Latinoamérica carecen de protección a sus obras. A partir del diseño industrial se puede buscar solución a dicha necesidad ya que esta es una experiencia laboral que debe ser significativa, además de mejorar las experiencias en sus trabajos y salvaguardar la identidad de la cultura material de cada región, como resultado se crearían productos potenciales que generen emociones.

El arte del intercambio: Los artesanos y diseñadores industriales pueden generar un intercambio de conocimientos tanto en los procesos productivos, como en el área cultural y social, para así crear productos que generen dicho impacto positivo, no solo desde la función sino también desde la experiencia.

4. Conclusiones

En cuanto a los objetivos propuestos se cumplieron a cabalidad, al determinar una adecuada identificación y organización de los documentos facilitó su lectura y posterior análisis. Como parte de la metodología es importante leer y entender cada lectura para así realizar una adecuada interpretación y de esta manera, lograr que la construcción de sentido permite comprender cuál es el estado de conocimiento desarrollado hasta el momento.

En la relación con el primer objetivo. (i) Reconocer los enfoques conceptuales que emplea actualmente el diseño para las experiencias placenteras. Se identificó dichos enfoques a partir de los autores seleccionados, con base en la metodología antes mencionada para la investigación donde se indagó a partir de documentos, artículos, libros, etc. Conforme a lo antes mencionado se concluye que la experiencia es un acontecimiento significativo en las personas ya que en estas se presentan las emociones, que son la base fundamental de los pensamientos y comportamientos,

debido a esto la experiencia depende de la forma en la que se interactúa con un producto, sistema o servicio. Se le atribuye el placer a una experiencia en la cual el usuario le asigna expresiones simbólicas, significados connotativos y además de esto en la percepción sensorial del objeto, es decir, en su respuesta estética, emocional y de experiencia que le caracterizan dicho sentimiento, teniendo en cuenta también que esta se encuentra en la cima de la pirámide de necesidades de usuario.

Igualmente, en relación con el segundo objetivo (ii) Reconocer los enfoques conceptuales que emplea actualmente el diseño para la artesanía. La metodología utilizada permitió reconocer los enfoques como ya antes dicho. Por lo consecuente, se destaca la importancia del diseño en la artesanía, por ejemplo, el diseño industrial que ha estado en un proceso de acompañamiento participativo con la artesanía, y que ha generado grandes resultados para ambos porque la relación que tiene el diseñador con la comunidad artesana, específicamente con el artesano productor es la exaltación y preservación de la técnica. Asimismo, el diseñador propone la naturaleza funcional del producto y el artesano aporta conocimientos y destrezas en el manejo de la técnica que compone el oficio artesanal. Por lo tanto, la relación que se da entre el saber popular y el saber académico es técnico creativo, ya que cada uno aporta desde su experiencia y conocimiento para el desarrollo de nuevos productos.

Con respecto, al tercer objetivo (iii) Relacionar los enfoques conceptuales del diseño de experiencias placenteras con los enfoques conceptuales del diseño para la artesanía. Se establecen relaciones entre el acompañamiento participativo entre el diseño industrial y la artesanía donde se libera la capacidad de expresión, presentando la oportunidad para que el diseño proponga experiencias placenteras desde el diseño artesanal generando un impacto positivo en la técnica y transformación de materiales tradicionales, no solo desde la función sino de la experiencia.

Por otro lado, las limitaciones para cumplir con los objetivos fueron, entre otras, en razón a la pandemia actual COVID-19 no se logró desplazar a territorios artesanales para realizar el debido proceso de recolección de información, fotografía, entrevistas, observatorio y experiencia en el campo artesanal. Además, el trabajo colaborativo entre estudiantes y asesores se presentó por medio virtual, haciendo de este un proceso de diseño con más impedimento que el habitual.

Por último, los proyectos o investigaciones que se pueden desprender de este trabajo son, por ejemplo, como base de referencia para futuras investigaciones sobre la relación del diseño de experiencias placenteras y la artesanía. Finalmente, aplicar el trabajo colaborativo por parte de diseñadores industriales y artesanos desde la parte experiencial y funcional de los productos, sistemas o servicios.

Referencias

- Arango y Vélez, M. Y. S. (2017). *En la Ruta del Co-Diseño: Por un Diseño Situado en Procesos Artesanales Locales*. <https://bit.ly/3ultKol>
- Fonseca, J. J. (2019). *El aporte académico del diseño a la artesanía en Boyacá, una aproximación al estado del arte*. Google académico. https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2968/1/TGT_1583.pdf
- Pohlmeier, AE. (2012). *Diseño para la felicidad*. Google académico. <https://diopd.org/design-for-happiness/>
- Desmet y Pohlmeier, P. M. A. E. (2013). *Positive Design: An Introduction to Design*

for *Subjective Well-Being*. <http://www.artiekonrad.com/wp-content/uploads/2013/12/Positive-Design-Echo-Article-on-Pg-12.pdf>

- Quiñones, A. C. (2003). *Reflexiones en torno a la artesanía y el diseño en Colombia*. https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=d_OdJYftZa8C&oi=fnd&pg=PR11&dq=dise%C3%B1o+artesanal&ots=X7u26j1pmR&sig=BX5Og3iQXy0jCnOTzO7Up8Xbo3w&redir_esc=y#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20artesanal&f=false
- Di Nella, J. I. (2014). *Diseño emocional y experiencia de usuario*. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62697/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jiménez, S. (2016). *Diseño positivo: innovación centrada en el bienestar humano*. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/9436/DisenoPositivo_CLADEA_SimonJimenez.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Desmet, P. (2018). *Diseño positivo: los estudiantes de Delft diseñan para nuestro bienestar*. https://www.researchgate.net/publication/324413820_Positive_Design_Delft_students_design_for_our_well-being
- Barrera, G., Quiñones, A. y Jacanamijoy, J. (2014). *Riesgos y tensiones de las marcas colectivas y denominaciones de origen de las creaciones colectivas artesanales indígenas*. *Apuntes*, 27(1), 36-51. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.APC27-1.rtmc>
- Hassenzahl, M. (2011). *User Experience and Experience Design*. https://www.researchgate.net/profile/Marc-Hassenzahl/publication/259823352_User_Experience_and_Experience_Design/links/56a7352d08ae997e22bbc807/User-Experience-and-Experience-Design.pdf
- Forero La Rotta, A (2013). *El diseño de experiencias*. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14906/1/RevArq15%2009%20AugFor%20Dise%c3%b1o%20experiencia.pdf>
- Norman, D. (2005) *Diseño Emocional (Emotional Design: People and Things)* Google Scholar. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30792320/M4_Emotional_Design-with-cover-page.pdf?Expires=1620939747&Signature=Tz9NGvSixmcVuiK32q8K2FwLkTazNQY3aMjLMAkMbPjAwMxqnOdWJeNB9viu4iWkE4SfQ0grWqL697kE5Z1QUvmbWhZvb6JjGxZ9FQk~cfdE0RkWyx2MeVPISYq1cCjRiWsu1tLh56qxAwMvFI3q94vZVpwVwN~GTvzKLZkQhG0RORLDIZfdJ37MIDuANbgwQRpGFKneJzG9dUQdJG5e3vqTr3slQOQXytSEcA0W6NurW00oAlOjZV2Ao4qAePY~Y8OpDStiQsrUgLDUqGOz6dUWZBDLsEXTxkJTQzcKg-ROZDHTSBN2MTqAwHvsiNuljfrQaVSIHrtcsiSA__&Key-PairId=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Hekkert, P. (2006) *Design aesthetics: principles of pleasure in design*. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/40668977/06_Hekkert.pdf?1449417954=&response-contentdisposition=inline%3B+filename%3D06_Hekkert.pdf&Expires=1620938064&Signature=AT3wPsQRttOToPioXkSPoxfuHWjtU3o5C0mwQE6JWurs5lpxlav5FMIOd7aYW3isW0DbpSQtmwOLKxV4wVfa40W6i6MMd1O4W4pMl1Tj6Z3IMIsBzMQV527x2d787JyCb4sO2ywuDFUeIRQeSwP8ss7yqeAuBkKi4suQRMCU3HKmzeFA6yCPY1R8r4QtBwHem91DhzgxQGifDnQ2n3r4q2AmoxjnvYC60b5LdiOGBBi~y0rvJPxTmCi5fw18LWT8KeH82NG4VyHc1aPckeF7NRyJoJzG24z904GChGcFNjNlehqyKBW~cotjiliVykNyzMZhPQSRrtIL8Q__&Key-PairId=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- Walter, A. (2011) Designing for emotion
https://balkabook.com/files/2017/01_30/13_00/u_files_store_3_210078.pdf
- Lu, Y, Roto, V. (2015) *Evoking meaningful experiences at work*.09544828.2015.1041461.pdf
- Ramírez, D. S. (2011). *Colombia artesanal: disputas por una colombianidad desde la producción artesanal*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/1524>.

ANEXO A: Fichas de lectura sobre diseño de experiencias placenteras y diseño para la artesanía.

1. *Disputas por una colombianidad desde la producción artesanal. Capítulo “mercancía con identidad”*: Colombia artesanal es la síntesis de una serie de operaciones y disputas que han constituido un régimen de colombianidad que tiene como centro la articulación entre producción artesanal e identidad nacional.

— Título del texto	Disputas por una colombianidad desde la producción artesanal. Capítulo: “mercancía con identidad”		
— Autores	DANIEL RAMÍREZ		
— Año	2011	— Tipo	Trabajo de grado
Palabras Clave			
Artesanía, identidad, territorio			
Ideas Principales			
<ul style="list-style-type: none">• La producción artesanal como expresión estética popular, principalmente varios entes del ámbito privado y público buscarán regionalizar la producción, producir una geografía nacional de y para lo artesanal; esto tendrá lugar localizando desde las materias primas hasta la comercialización.• Herrera plantea que si las artesanías son —mercancías con identidad es porque como lo indica la definición oficial ellas están condicionadas por el medio ambiente físico y el desarrollo histórico ya que: “la raigambre de un grupo en un área geográfica, relativamente delimitada, contribuye con el proceso de selección de recursos naturales y tecnológicos (realizada y/o recibida por herencia social-cultural), en cuya explotación se haya especializado el grupo que la ocupe”• En la que la artesanía empieza a servir como descriptor de un lugar, se dice que la producción de estos objetos en el Municipio de Leticia está caracterizada por: Tejidos, hamacas, cestería de gran belleza y calidad, arcos y flechas, coronas de plumas, collares de elementos naturales, etc. (Corporación Nacional de Turismo 1989: 118, énfasis agregado).			
Aportes Personales			
<ul style="list-style-type: none">• la artesanía indígena continúa estando circunscripta a los departamentos Meta, Vichada y el Amazonas, es decir, lo que más o menos coincide con lo que eran los Territorios Nacionales. Cabe anotar que esta es la misma división sobre la que se soporta el Mapa vial y artesanal de Colombia.• Artesanías de Colombia S.A. se presenta simultáneamente como una empresa de y para el desarrollo y como la entidad que marca nuestra identidad, además, se han ocupado de reproducir, propiciar, promocionar y proteger a este sector a través de programas y proyectos.			
Citas Textuales			
<ul style="list-style-type: none">• Alonso, se produce una —equivalencia entre la identidad étnica dominante con el núcleo de la nación, y la ubicación de las identidades étnicas subordinadas en su periferia [...] (1994] 2004: 176)• Esta delimitación y marcación tendrá en el mapa la tecnología mediante la cual los habitantes deberán reconocer su esencia (Craib 2002:12) y con lo que, a la vez, se crea la identidad entre personas y territorio (Malkki en Alonso [1994] 2004:163).• “la raigambre de un grupo en un área geográfica, relativamente delimitada, contribuye con el proceso de selección de recursos naturales y tecnológicos (realizada y/o recibida por herencia social-cultural), en cuya explotación se haya especializado el grupo que la ocupe” (2003: 94).• A esta zona pertenecen las intendencias de Arauca, Casanare, Caquetá y Putumayo y las comisarías de Vichada, Guainía, Vaupés y Amazonas, de donde proceden las artesanías indígenas que han puesto de moda los más sofisticados mercados mundiales, entre los que se cuentan no sólo los coleccionistas de artes, sino un numeroso público ávido de diseños y materiales diferentes. [Allí] las tribus indígenas elaboran productos que son adquiridos por turistas y mayoristas, para distribuirlos hasta en los más exclusivos almacenes de Nueva York, Londres y París (Artesanías de Colombia 1977: sp)93			

2. **Diseño para la felicidad**: Se presentará un marco, la Matriz de Bienestar del Diseño, que combina los aspectos teóricos de la psicología positiva y la taxonomía de los roles de diseño, ilustrando numerosas oportunidades de diseño. No existe un camino único y directo a la felicidad, pero cada contribución que se pueda ofrecer en esta búsqueda vale la pena.

— Titulo del texto	DISEÑO PARA LA FELICIDAD	
— Autores	Anna Pohlmeier	
— Año	2012	— Tipo Artículo

Palabras Clave

Diseño, felicidad, PERMA, psicología positiva.

Ideas Principales

El diseño para la felicidad tiene como objetivo lograr un efecto a largo plazo y pasa de la satisfacción con un producto (uso) a interacciones placenteras y placeres sensoriales a conceptos más amplios como la vida en general. Siendo que el objetivo ya no es aumentar la satisfacción con la vida, sino aumentar el florecimiento, es decir, el funcionamiento humano óptimo realizar el verdadero potencial de uno. Asimismo, en el texto hacen referencia a tres elementos de la felicidad que son: emociones positivas, compromiso y significado.

Cinco elementos que contribuyen al bienestar: PERMA

Se dice que los cinco elementos postulados del bienestar: emociones positivas, compromiso, relaciones positivas, significado y logro (abreviado como PERMA), se persiguen por sí mismos y son independientes de los otros elementos (criterio de exclusividad), es decir que para el diseño es una consecuencia práctica porque cada elemento se puede abordar por separado, así como en paralelo, cuando se busca apoyar el florecimiento humano.

Aportes Personales

La psicología positiva en el nivel subjetivo se trata de experiencias subjetivas valoradas como: bienestar, satisfacción, esperanza y optimismo, fluir y felicidad. Entonces cuando se habla de diseño para la felicidad hay que tener en cuenta que es felicidad para la mayoría de personas, un ejemplo es que las compras experimentales como viajes y admisiones hacen más felices a las personas que las compras materiales.

Para el proceso de diseño para la felicidad se puede tomar como punto de partida la Matriz de diseño para el bienestar (combinando celdas). Aunque, como dice el texto el bienestar subjetivo es un asunto subjetivo entonces debe tenerse en cuenta las diferencias individuales, las preferencias, las fortalezas y habilidades del usuario. Por último el producto no solo debe limitarse a la influencia directa del propio dispositivo, en cambio debe centrarse en las experiencias que permite o el apoyo que puede ofrecer para las actividades y creencias que mejoran la felicidad.

- Bienestar hedónico: se logra a través del cumplimiento de deseos y placeres
- La eudaimonia: se refiere al enfoque orientado a las virtudes del bienestar que se puede lograr a través del crecimiento psicológico.

Citas Textuales

- "La felicidad debe apreciarse como un proceso continuo en sí mismo y como un recurso vital" (Diener & Biswas-Diener, 2008)
- "La promoción del bienestar es un complemento valioso y necesario para los intentos de prevenir el dolor" (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000)
- "El diseño positivo es el intento de apoyar la psicología positiva a través del diseño conduciendo a experiencias nuevas y satisfactorias" (Hancock et al., 2005; Desmet y Hassenzahl 2012)
- "Lo más importante es que los productos no deben limitarse a su valor material, la búsqueda de la felicidad no se trata de lograr riqueza material, sino de riqueza psicológica" (Diener y Biswas-Diener, 2008)
- "Las personas consideran que las posesiones son fundamentales para su vida y su bienestar, pero estas están menos satisfechas con sus vidas que las personas menos materiales" (Richins y Dawson, 1996)

3. El aporte académico del diseño a la artesanía en Boyacá, una aproximación del estado del arte (Capítulo 5 Marco teórico): Este trabajo presenta una investigación de carácter documental sobre el aporte académico del diseño al sector artesanal en la región de Boyacá, teniendo como objeto de investigación los documentos de instituciones profesionales que están relacionadas con el diseño en el departamento de Boyacá, a fin de obtener una

aproximación al estado de conocimiento generado por el diseño para el sector artesanal del departamento.

— Título del texto EL APORTE ACADÉMICO DEL DISEÑO A LA ARTESANÍA EN BOYACÁ, UNA APROXIMACIÓN AL ESTADO DEL ARTE (CAPÍTULO 5 MARCO TEÓRICO)

— Autores JHON JAIRO FONSECA SIERRA

— Año 2019 **— Tipo** Trabajo de grado

Palabras Clave
Diseño, Artesanía, Aporte del diseño, Relación

Ideas Principales

- La actividad artesanal: es aquella actividad doméstica que se ha reproducido tradicionalmente dentro de un contexto local y que está conformada por lo menos, por cuatro elementos fundamentales que interactúan permanentemente de forma emergente: el artesano, la artesanía que se elabora, el oficio artesanal y los diferentes valores que representan la cultura de un pueblo.
- DISEÑO Y ARTESANÍA: se puede entender que el diseño como profesión enmarcada en el contexto social debe inicialmente interpretar el medio en el que se desenvuelve conociendo los símbolos y tradiciones artesanales para generar un vínculo en el sentido de identidad social, entablando una relación que permita conservar los rasgos culturales locales propios del sector artesanal.
- EL APORTE DEL DISEÑO EN LA ARTESANÍA: Partiendo de la realidad como latinoamericana, se encuentran múltiples problemas económicos y sociales por resolver como lo señala Martha Fernández estos problemas piden a gritos el apoyo de profesionales del diseño industrial. Con pensamiento investigativo y proyectual, que desarrollen estrategias de cambio a nivel cultural, social y político, bajo el marco de trabajo social, atendiendo a comunidades olvidadas por entes gubernamentales, como es el caso de la comunidad artesanal, eje económico en varias regiones del país y uno de los generadores más importantes del turismo nacional.
- Se encontraron dos propuestas para iniciar la relación entre diseño y artesanía una mediante la asesoría y el otro mediante la enseñanza del diseño al artesano. Así, se fijaron las primeras propuestas para establecer un diálogo cercano entre el diseñador y el artesano en Colombia

Aportes Personales

- Actividad artesanal: Esta es capaz de transformar e integrar los elementos propios de una comunidad local, para responder a las influencias que lo rodean. Un ejemplo que muestra el texto es: en un sistema artesanal se transforman recursos naturales en expresiones materiales simbólicas y funcionales (producto artesanal) que fortalezcan el patrimonio material de la comunidad local, y a la vez opera como una labor productiva y económica dentro del sistema.
- Para los artesanos es muy difícil competir con el mercado, ya que se encuentran alejados de los centros comerciales, lo que genera una desventaja de tipo comercial en los canales de distribución. La unión que se genera entre diseñador y artesano del cual habla la diseñadora Industrial Ana Cielo Quiñones, es un impulso en la producción de objetos con identidad propia siendo elaborados con técnicas ancestrales y materias primas de la región, convirtiéndolo en un producto único.
- Se presenta una oportunidad para el diseño colombiano, ya que lo que se busca es la comercialización de productos a nivel internacional. Entonces el diseño lo que busca es el desarrollo de productos de alta calidad que cumplan con las normativas internacionales y que no se produzcan en países desarrollados, como lo es la artesanía. Por lo tanto, es una oportunidad de desarrollo para el país a través del diseño de nuevos productos con producciones internas y tecnológicas pero que nunca pierdan el enfoque de la técnica y la transformación de materiales tradicionales.
- El diseño industrial tiene claro que sus orígenes son artesanales y en Latinoamérica particularmente el diseño y la artesanía tienen una estrecha relación para trabajar mutuamente en una alternativa económica.

Citas Textuales

- Según Pacheco (s.f) La actividad artesanal se caracteriza por transformar recursos naturales en materias primas para la producción de bienes. Predomina el uso del conocimiento tradicional, y el despliegue de técnicas dominadas por un artesano, sean estas manuales o soportadas en herramientas y máquinas simples. Con la actividad artesanal se realizan artesanías que manifiestan simultáneamente una cosmogonía y un producto final utilitario, decorativo o artístico. La actividad artesanal es un sistema social que establece vínculos con aspectos socioculturales, socioeconómicos y sociopolíticos dentro del contexto local.
- GARCÍA, Henry S., ROJAS (s.f) se puede entender que el diseño como profesión enmarcada en el contexto social debe inicialmente interpretar el medio en el que se desenvuelve conociendo los símbolos y tradiciones artesanales para generar un vínculo en el sentido de identidad social, entablando una relación que permita conservar los rasgos culturales locales propios del sector artesanal.
- (Schultz, 2008) "La artesanía ha mantenido su consideración histórica como concepto, pero en la práctica el diseño ha estado implicado históricamente con el quehacer artesanal, aunque allí actúa como un componente o resultante agregado, permitiendo a la artesanía adaptarse a las prácticas sociales cambiantes".
- (Grisales, s.f) manifiesta que es posible que el diseñador todavía se considere como un artesano que ha enriquecido sus métodos y herramientas, remontándose a los orígenes del objeto industrial.
- (Castro, 2013) "a través de la generación de proyectos de desarrollo de productos, el diseño está comprometido con la generación de propuestas atractivas que tengan una condición de competitividad del mercado nacional con proyección a los mercados internacionales"
- "Se ha demostrado de varias maneras que el trabajo del diseñador de la mano del oficio del artesano puede obtener resultados muy significativos en la generación de productos de calidad. Hace tiempo la labor de organizaciones como Artesanías de Colombia, de algunas empresas lideradas por diseñadores que tienen como base la elaboración de productos artesanales y ahora los espacios abiertos dentro de la academia confirman que el diseño y la artesanía tienen mucho que ver" (QUINONEZ, 2003)
- "El diseño puede y debe convertirse en la manera según la cual los jóvenes puedan participar en una sociedad cambiante" (Ibid, s.f)

4. En la Ruta del Co-Diseño: Por un Diseño Situado en Procesos Artesanales: Este texto propone entender la experiencia del viaje como un método de enseñanza que contribuye a un quehacer del diseño situado en la diversidad cultural colombiana y en los múltiples saberes artesanales que se despliegan en su territorio

— **Titulo del texto** En la Ruta del Co-Diseño: Por un Diseño Situado en Procesos Artesanales

— **Autores** Miguel Arango Marín Y Sandra Marcela Vélez Granda

— **Año** — **Tipo** Artículo

Palabras Clave

Saberes artesanales, diseño industrial, co-diseño, procesos locales, viaje y etnografía

Ideas Principales

La lectura es de un proyecto de investigación que está en búsqueda de un diseño endógeno. (propuesta conceptual y practica del quehacer del diseño situado en los saberes artesanales). Hacen énfasis que los viajes a los municipios en este caso son: Sibundoy, Colón, San Francisco y Santiago del Valle de Sibundoy en el alto Putumayo, Ráquira en Boyacá y Hato Corozal en Casanare, son muy importantes para reconocer y valorar, desde el diseño, la riqueza de los saberes artesanales. Además, es un INSTRUMENTO clave para la investigación porque también permite hacer un desprendimiento de los prejuicios, para el enriquecimiento espiritual y para la transformación profunda de quien lo emprende. (EL VIAJE COMO EXPERIENCIA DE DISEÑO)

- La maleta de viaje: es la preparación antes de emprender el viaje hacia un territorio ya que, debe haber una preparación previa desde una dimensión de lo conceptual, lo metodológico y lo personal.
- Preparación personal: Tiene el propósito de contextualizar a los estudiantes sobre la discusión académica en torno a los saberes artesanales, ofrecer una caracterización de estos saberes y proponer formas actuales de vinculación con el diseño.
- Preparación Metodológica: Esta preparación se da a partir de un diálogo colectivo en donde se busca una aproximación al territorio de forma multidimensional a partir de categorías de análisis de lo socio-cultural, lo económico ambiental, lo histórico- político y religioso-normativo.

Aportes Personales

- La artesanía ha sido abordada desde 5 perspectivas, en resumidas cuentas, la primera: se entiende que la artesanía sigue presente en comunidades poco desarrolladas y que tiene atrasos en los procesos de producción. La segunda: toman a la artesanía como un bien de consumo y que particularmente cuenta con un valor agregado. La tercera: hace referencia a la artesanía como un patrimonio cultural. La cuarta es una conexión entre las dos anteriores y se dice que el quehacer artesanal es una puesta en practica de la persistencia y la resistencia social y cultural. Para terminar, la quinta plantea que la artesanía debe definírsela por lo que es y no por lo que le hace falta, a saber.
- Entonces es de ahí donde encuentran que hay posibles puentes y diálogos entre el diseño y la artesanía, puntos de encuentro para ambos planos del saber. Puntos de encuentro que responden más a inquietudes de procesos de fortalecimiento educativo, cultural y social, que a fines comerciales y de simplificación de la artesanía como bien de consumo.
- Para finalizar ellos consideran que la ruta o viaje, teórico práctico puede contribuir al quehacer del diseño en la medida que posibilita la activación de los mecanismos vinculantes de la disciplina del diseño, esto es: en la medida en que, sin dejar de ser diseñador, aporte desde su quehacer a las resistencias y las reivindicaciones de las artesanas y artesanos con las que emprende su ruta de co-diseño.

Citas Textuales

- Germán Ferro (2010), el viaje es un espacio para el desprendimiento de los prejuicios, para el enriquecimiento espiritual y para la transformación profunda de quien lo emprende.
- La artesanía es abordada como una mercancía cultural, a saber: como un bien de consumo que tiene la particularidad de contar con un alto valor agregado (Solórzano, 2011)
- Se ve la artesanía como un remanente de un pasado productivo premoderno que continúa presente en comunidades poco desarrolladas y que dan cuenta de un atraso en los procesos de producción de los bienes materiales de uso cotidiano (Juez, 2002).
- Hace referencia a la artesanía como la materialización de un Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) que es valioso en sí mismo y que hace parte de la riqueza cultural y social de las naciones donde se manifiesta (Amaya, 2009; Amaya, sf; Vega, 2012).
- Logra identificar el quehacer artesanal como una puesta en práctica de la persistencia y la resistencia social y cultural. (Barrera, 2015)
- La propuesta es simple y, a la vez, potente, pues plantea que la artesanía debe definírsela por lo que es y no por lo que le hace falta, a saber: por estar vinculada con lo cotidiano, por responder a formas de ser y de estar en el mundo que se resuelven en la vida de lo común y en las labores dadas por la experiencia y la experticia artesanal. Grisales (2017)
- La reflexividad de la que Rosana Guber (2001) habla se establece como una condición transversal que guía los preparativos del viajero. Asimismo, herramientas como el diario de campo, las entrevistas no estructuradas, las historias de vida y las cartografías sociales se establecen como insumos cruciales para que el trasegar investigativo en el campo no se diluya en impresiones simplistas ni en opiniones personales.

5. **Diseño emocional y experiencia de usuario:** El siguiente trabajo consiste en una breve descripción de los puntos esenciales sobre el diseño emocional y sobre cómo influye en el usuario, modificando su experiencia a la hora de usar un producto.

— Título del texto *Diseño emocional y experiencia de usuario*

— Autores Di Nella Juan Ignacio

— Año No aplica **— Tipo** Artículo

Palabras Clave

Diseño emocional - Funcional - Significados - Productos

Ideas Principales

El diseño se ha centrado en generar productos prácticos, basándose en lo usable, confiable y funcional. Desde el diseño industrial nace lo que Donald Norman llamó "diseño emocional". Esta disciplina consiste en diseñar con la intención de generar emociones en las personas, centrándose en las preocupaciones, los valores y los significados personales, y dejando de lado lo práctico y funcional para destacar lo agradable y placentero. El diseño emocional mejora la experiencia del usuario, puesto que las emociones cambian la forma en que el cerebro resuelve problemas, es decir, hacen sentir mejor a las personas, que, así, pueden pensar de manera más creativa, lo que se traduce en encontrar soluciones a los problemas más fácilmente.

Aportes Personales

Se puede decir que todo diseño es emocional, puesto que, de una u otra forma, los productos nos generan emociones y sensaciones. Hay que entender que un producto puede y debe ser más que la suma de sus funcionalidades, como así también debe dar respuestas sociales y emocionales comparables con las respuestas que experimentamos cuando interactuamos con personas. Estas respuestas ayudan a formar una unión, creando experiencias que luego se convertirán en historias y recuerdos. Ciertamente, no hay recetas ni fórmulas para diseñar de una manera emocional, pero el diseñador debe ser responsable de generar emociones positivas y poder enfocarse en las preocupaciones, valores y significados personales, puesto que también se pueden relacionar con la artesanía aplicando dichas metodologías a esos procesos artesanales.

Citas Textuales

El diseño se ha centrado en generar productos prácticos, basándose en lo usable, confiable y funcional.

Todo diseño es emocional, puesto que, de una u otra forma, los productos nos generan emociones y sensaciones.

El diseño emocional mejora la experiencia del usuario, puesto que las emociones cambian la forma en que el cerebro resuelve problemas

6. **Diseño Positivo, innovación centrada en el bienestar humano:** Entre los descubrimientos que se han dilucidado se encuentran modelos detallados sobre el comportamiento humano, sobre la forma en que tomamos decisiones, sobre cómo las emociones se suscitan, e incluso sobre cómo está moldeado nuestro sentido del gusto partiendo de teorías evolutivas.

— Titulo del texto

Diseño Positivo, innovación centrada en el bienestar humano

— Autores

Simón Jimenez

— Año

2016 - 10 - 03

— Tipo

Artículo

Palabras Clave

Diseño positivo - Psicología - Bienestar - Felicidad

Ideas Principales

El 'Diseño Positivo' es una filosofía de innovación desarrollada por investigadores líderes en diseño experiencial de la facultad de Diseño Industrial de la Universidad Tecnológica de Delft (TU Delft), en Los Países Bajos. El 'Diseño Positivo' plantea estrategias de innovación que buscan esencialmente promover, facilitar o fomentar el bienestar de los usuarios. Lo hace por medio de la aplicación práctica del conocimiento derivado de la investigación científica sobre la experiencia humana: psicología positiva, psicología emocional, economía conductual. Entre los descubrimientos que se han dilucidado se encuentran modelos detallados sobre el comportamiento humano, sobre la forma en que tomamos decisiones, sobre cómo las emociones se suscitan, e incluso sobre cómo está moldeado nuestro sentido del gusto partiendo de teorías evolutivas.

Aportes Personales

Los objetos pueden simbolizar nuestras metas, aspiraciones, pueden recordarnos y motivarnos a perseguirlos, y pueden representar los logros que ya logramos, motivándonos nuevamente a hacer aún más. A pesar de que la literatura sobre la felicidad afirma que las posesiones materiales representan una parte muy pequeña de su consecución, argumentamos que, a través de su capacidad para tener un valor simbólico, los productos pueden contribuir al bienestar subjetivo, al influir en la disposición de los usuarios, y motivación: hacer que deseen ser mejores, hacer más cosas, desafiarse a sí mismos y, en última instancia, estimular su propio crecimiento personal.

Citas Textuales

El 'Diseño Positivo' plantea estrategias de innovación que buscan esencialmente promover, facilitar o fomentar el bienestar de los usuarios.

Los productos pueden contribuir al bienestar subjetivo, al influir en la disposición de los usuarios y motivación.

Los objetos pueden simbolizar nuestras metas, aspiraciones, pueden recordarnos y motivarnos a perseguirlos, y pueden representar los logros que ya logramos

7. **Diseño positivo: introducción al diseño para el bienestar subjetivo:** Este artículo aborda la cuestión de cómo el diseño puede contribuir a la felicidad de los individuos, a su bienestar subjetivo. Se introduce un marco para el diseño positivo que incluye tres componentes principales del bienestar subjetivo: placer, significado personal y virtud

— Titulo del texto

Diseño positivo: introducción al diseño para el bienestar subjetivo

— Autores

Pieter M. A. Desmet* and Anna E. Pohlmeier

— Año

2013

— Tipo

Artículo

Palabras Clave

Diseño para el bienestar subjetivo, felicidad, florecimiento, marco de diseño, diseño positivo.

Ideas Principales

• Este artículo aborda la cuestión de cómo el diseño puede contribuir a la felicidad de los individuos, a su bienestar subjetivo y introduce el marco del diseño positivo que combina 3 componentes clave del bienestar: diseño para el placer, diseño para la importancia personal y diseño para la virtud. En el marco del diseño positivo lo que se busca es que cada componente estimule de forma independiente el bienestar subjetivo, siendo que en el diseño positivo los 3 componentes se cruzan y así las personas llegan a prosperar (florecer). Estos 3 ingredientes pueden servir como guía para diseñar para el bienestar y como se decía anteriormente no es necesario que se aborden todos los ingredientes en el mismo grado; puede haber un énfasis en uno de ellos.

• La intención de apoyar el florecimiento humano es el objetivo central del diseño positivo.

• El concepto que deseaban avanzar en el documento es que si los productos funcionan como recursos que abordan metas significativas, entonces pueden contribuir a la felicidad de los usuarios: no son los productos ni su valor material, sino lo que hacemos con los productos es lo que puede hacernos felices.

• Teoría del empujón: un concepto basado en la distinción entre dos sistemas de pensamiento humano, el automático, que es rápido e instintivo, y el reflexivo, que es deliberado y autoconsciente.

Aportes Personales

El proceso de diseñar para el bienestar subjetivo es diferente de un proceso de diseño tradicional centrado en problemas. El objetivo del diseño positivo es innovar ofreciendo nuevos diseños o rediseños avanzados que apuntan específicamente al bienestar subjetivo, y debe contener 3 ingredientes (placer, significado personal y virtud) para promover el florecimiento humano.

• Las nuevas propagandas se centran en personas que participan en actividades sociales o que ayudan a otros.

• "Thankful Rotterdam" es un concepto de diseño desarrollado en un curso sobre diseño para el bienestar subjetivo que impartimos en TU Delft. Ilustra el impacto que el diseño podría tener en la felicidad de las personas, independientemente de su valor material. (El árbol que se ponen mensajes de gratitud y todos los pueden ver)

• La FELICIDAD representa una apreciación positiva de la vida de uno.

Citas Textuales

• Veenhoven (2011) definió la felicidad como "el grado en el que un individuo juzga favorablemente la calidad general de su propia vida como un todo" (p. 399).

• Lyubomirsky (2007), por ejemplo, definió el bienestar subjetivo como "la experiencia de alegría, satisfacción o bienestar positivo, combinada con la sensación de que la vida es buena, significativa y valiosa" (p. 32).

• Eid y Diener (2004) propusieron que el bienestar subjetivo "se refiere a la evaluación multidimensional de la vida que uno hace, incluyendo juicios cognitivos de satisfacción con la vida, así como evaluaciones afectivas de estados de ánimo y emociones" (p. 245)

• Diener y Larsen, 1993). A pesar de las variaciones en la redacción, estas (y otras) definiciones generalmente coinciden en que el bienestar subjetivo incluye varios componentes afectivos y cognitivos.

• En la tradición aristotélica, el florecimiento se denomina funcionamiento humano óptimo y vivir al máximo de su potencial (Ryan y Deci, 2001).

• Según Seligman (2011), para prosperar, además de tener emociones positivas, un individuo también debe tener un sentido de significado, compromiso, interés y propósito en la vida.

• Según la teoría del empujón, las decisiones automáticas de un individuo pueden ser "empujadas" alterando el entorno en el que se toman tales decisiones (Lee, Kiesler y Forlizzi, 2011).

8. El Diseño Afectivo, Placentero y Emocional Redefinido para América Latina: El llamado del diseño hoy para Colombia y Latinoamérica es a ser relacional, participativo, diverso y plural, permitiendo restablecer la conexión cuerpo-artefacto en una comprensión holística de lo propio.

— Título del texto *El Diseño Afectivo, Placentero y Emocional Redefinido para América Latina.*

— Autores Claudia Fernández-Silva, Ángela María Echeverri Jaramillo, Sandra Marcela Vélez Granda
Universidad Pontificia Bolivariana

— Año 2018, Caldas, Antioquia.

— Tipo Artículo

Palabras Clave

Diseño afectivo; Diseño emocional; Cuerpo; Productos; Latinoamérica.

Ideas Principales

El diseño para Colombia y latinoamerica tienen un llamado a ser racional. Así, lo diverso y plural puede ser atendido y la diversidad se convierte en oportunidad para el diseño local. respecto al diseño emocional a Donald Norman (2005), quien plantea que éste consiste en diseñar productos y servicios que no solo funcionen, se entiendan, sino también que sean placenteros, lo cual se hace evidente en el momento de la experiencia de uso, el diseño afectivo, deseable y emocional se instalan en la punta de la pirámide, en lo más alto de las necesidades del ser humano, es decir cuando las necesidades como la alimentación, la salud y el trabajo, entre otros, se encuentran resueltas, sin embargo, estas posturas no se pueden trasladar a la realidad latinoamericana.

Aportes Personales

Se encuentra la propuesta del diseño afectivo de Patrick W. Jordan (2000), quien propone que los productos y servicios deben satisfacer tres necesidades en un orden determinado, así: nivel 1. Funcionalidad, solución a un problema concreto; nivel 2. Usabilidad, fácil de usar, cómodo y seguro; nivel 3. Placer, además de cumplir con las necesidades funcionales y de usabilidad, proporciona beneficios emocionales al consumidor (Jordan, 2000). Esta jerarquización toma como referente el postulado de Abraham Maslow (1943), quien propone que las necesidades humanas se encuentran en una jerarquía piramidal, las cuales hallan una resolución de manera ascendente, es decir, que una vez cubiertas las necesidades del nivel inferior, la base, que son del orden de la fisiología como la homeostasis y la alimentación entre otras, se comienzan a cubrir las necesidades de los diferentes niveles hasta llegar a la punta de la pirámide donde se encuentran aquellas que están relacionadas con la autorrealización como la moralidad y la creatividad, entre otras.

Citas Textuales

Cumplir con las necesidades funcionales y de usabilidad, proporciona beneficios emocionales al consumidor.

Los productos y servicios deben satisfacer tres necesidades, primera funcionalidad, segunda es usabilidad y tercera de placer.

El diseño afectivo, deseable y emocional se instalan en la punta de la pirámide, en lo más alto de las necesidades del ser humano.

9. El diseño de experiencias: El presente artículo es uno de los resultados del proyecto de investigación “Núcleos problemáticos en el proyecto de arquitectura”, el cual fue aprobado y financiado por la dirección de investigaciones de la Universidad Católica de Colombia, y su desarrollo estuvo supervisado por el Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, y adscrito al Grupo de Investigación Proyectual en Arquitectura.

— Título del texto	El diseño de experiencias.	
— Autores	Augusto Forero La Rotta - Universidad Católica de Colombia, Facultad de Arquitectura Grupo de Investigación Proyectual en Arquitectura	
— Año	Bogotá, Colombia 2013	— Tipo Artículo

Palabras Clave

Diseño de experiencias - Diseño urbano - Emociones - Usabilidad

Ideas Principales

El diseño de experiencias constituye una fuente de innovación en el proceso de desarrollo de proyectos, requiere del acopio de diferentes habilidades y métodos para lograr una visión compleja. En ese sentido, identificar y observar comportamientos de las personas son elementos cualitativos necesarios para entender no solo las experiencias funcionales de los consumidores, sino también las experiencias cognitivas y emocionales necesarias para la innovación del aprendizaje en diseño. Si bien las cualidades de un producto influyen en su cognición y en el comportamiento del usuario, no se podría asumir que tiene sentido atribuir personalidad a los objetos o espacios dado que no pueden tener o mostrar pensamientos, sentimientos y conducta intencional; sin embargo, eso es lo que hacemos todo el tiempo. Inferir las características de un producto es útil para nosotros porque puede mejorar nuestras posibilidades de interacción

Aportes Personales

El diseño es ahora reconocido, más allá de las tradicionales valoraciones estéticas, como un procedimiento aplicable a una gran variedad de actividades y productos, y a todas las fases de su desarrollo. El diseño de experiencias es una gran fuente de innovación en el proceso de desarrollo de proyectos (Diseños industriales), basándose en identificar y observar comportamientos de las personas al interactuar con el producto y así entender esas experiencias funcionales de los consumidores y aplicarlas en el aprendizaje y convertirlas en oportunidades que el diseño de experiencias puede aportar a la generación de productos.

Citas Textuales

"la personalidad del producto no puede ser reducida a los atributos diferenciales del producto, sino que más bien se refiere a una descripción global del producto como conjunto" Govers (2004)

'Dos características han sido relacionadas con la preferencia estética, la primera de ellas es la familiaridad y la segunda la novedad o la originalidad' (Hekkert y Snelders, 1999)

'nuestro mundo como resultado de las experiencias producto de repetidas interacciones entre las personas sus entornos. Esta teoría rechaza la separación cartesiana entre cuerpo y mente, de esta manera se podría inferir que el conocimiento se materializa.' Lakoff y Johnson (1980, 1999)

10. Evoking meaningful experiences at work – a positive design framework for work tools: El diseño de experiencias toma aspectos experienciales como punto de partida del diseño. Este enfoque casi nunca se utiliza en el contexto laboral, aunque se sabe que las experiencias positivas y significativas en el lugar de trabajo son importantes. Por lo tanto, nos interesan las experiencias profundas que abordan el significado del trabajo a largo plazo, ya que se

ha demostrado que la percepción del trabajo de uno como significativo provoca diversos efectos positivos tanto para los empleados como para los empleadores.

— Titulo del texto Evoking meaningful experiences at work – A positive design framework for work tools.

— Autores Yichen Lu and Virpi Roto
School of Arts, Design and Architecture, Aalto University, Aalto, Finland

— Año 26 de Mayo del 2015 **— Tipo** Artículo

Palabras Clave

Experiencias significativas, diseño positivo, herramientas de trabajo, bienestar, instrumentos interactivos.

Ideas Principales

Las personas que se sienten satisfechas y que viven experiencias positivas en su trabajo además de hacer mejor su labor también les ayuda a tener mejor bienestar en sus vidas en general, así que es importante saber cuales son los propósitos del diseño para mejorar esas experiencias en sus trabajos, ya sea por sí mismos, o a la hora de interactuar con máquinas u herramientas ya que estas influyen mucho a la hora de ser productivos al igual que la eficiencia en la actividad por parte de los trabajadores, y no solo eso, se ha identificado que dichas herramientas se reflejan en la satisfacción, la alegría, y la importancia en las actividades para los empleados y sus jefes, para responderse la pregunta de como todo esto puede volver una mejor experiencia el trabajar hay que basarse de muchas investigaciones, sobre todo en las del diseño positivo y el diseño de experiencias.

Aportes Personales

La idea de todo el artículo se basa en como podemos crear del trabajo una experiencia que nos brinde bienestar en varios aspectos, ya sea mental (como la felicidad, satisfacción, motivación, etc.), físico como desde la parte ergonómica cuando interactuamos con herramientas y sintiéndonos energéticamente preparados para laborar, todo esto tomando como base el diseño positivo, el diseño de experiencias y dichas actividades significativas del trabajo.

Desde la parte experiencial podemos ver como para lograr dicha experiencia gratificante primero debemos tener un propósito, como una meta de a que se quiere llegar y partir de esta basándose en las necesidades de ese target (personas para las que se va a diseñar), en cuanto al diseño positivo es mucho mas complejo ya que se deben entender sus pilares que buscan el bienestar del usuario desde el placer que se basa en el efecto positivo de una experiencia, la significancia personal es el perseguir nuestros propósitos personales y la virtud que es ser moralmente una buena persona.

Citas Textuales

El cambio social de lo materialista a lo experiencial ha impulsado las prácticas de diseño de empresa a consumidor con un enfoque en la calidad de la experiencia.

El valor de las experiencias significativas en el trabajo como catalizador para el florecimiento de los empleados parece descuidado en gran medida en el diseño de herramientas de trabajo.

Piense en las experiencias previstas antes que en el resultado concreto del diseño. Mantener el enfoque de los diseñadores en los objetivos experimentales durante todo el proceso de diseño.

El trabajo significativo puede complementar un Marco de diseño positivo y proponer metas en términos de diseño para la virtud, la importancia personal y el placer entrelazados con la significación del trabajo.

11. On happiness and human potentials a review of research on hedonic and eudaimonic well-being: El bienestar es una construcción compleja que se relaciona con la experiencia y el funcionamiento óptimos. La investigación actual sobre el bienestar se ha derivado de dos perspectivas generales: el enfoque hedónico, que se centra en la felicidad y define el bienestar en términos de obtención de placer y evitación del dolor; y el enfoque eudaimónico,

que se centra en el significado y la autorrealización y define el bienestar en términos del grado en que una persona está funcionando plenamente.

— Titulo del texto	ON HAPPINESS AND HUMAN POTENTIALS: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being.		
— Autores	Richard M. Ryan and Edward L. Deci Department of Clinical and Social Sciences in Psychology, University of Rochester		
— Año	Annu. Rev. Psychol. 2001.	— Tipo	Artículo
Palabras Clave			
Bienestar, eudamonia, psicología, subjetividad, salud, felicidad.			
Ideas Principales			
<p>Según estudios el bienestar de una persona se basa en dos puntos o perspectivas: el enfoque hedónico, que se centra en la felicidad y define el bienestar en términos de logro, de placer y en el que se evita el dolor; y el enfoque eudaimónico, que se centra en el significado y la autorrealización y define el bienestar en términos del nivel en el que una persona está funcionando plenamente (salud). El bienestar como concepto se refiere generalmente a la salud psicológica de una persona y sus experiencias, y se dice que tener buen bienestar no se refiere a que no tengamos ninguna enfermedad mental. La relación de las emociones con el bienestar, como la de los rasgos con el bienestar, trata hasta cierto punto con el significado del bienestar mismo, como tal, el hedónico y las perspectivas eudaimónicas tienen puntos de vista bastante diferentes y se han involucrado en diversos tipos de investigación.</p>			
Aportes Personales			
<p>La clase social y la riqueza influyen en el bienestar de las personas como la relación de la riqueza con la felicidad. Desde el punto de vista de la psicología hedónica, que no tiene una base a priori para especular sobre este tema, la pregunta es empírica, y hasta ahora la respuesta ha sido mixta, según una investigación sobre riqueza y BS de la siguiente manera: (a) las personas en las naciones más ricas son más felices que la gente de las naciones más pobres; (b) aumentos de la riqueza nacional en países desarrollados; (c) las diferencias de riqueza dentro de las naciones muestran sólo pequeñas correlaciones positivas con BIENESTAR HEDÓNICO Y EUDAIMÓNICO felicidad; (d) el aumento de la riqueza personal no suele traducirse en una mayor felicidad; y (e) las personas que desean fuertemente la riqueza y el dinero son más infelices que los que no lo hacen. Aunque llegaron a la conclusión de que quedan demasiadas incógnitas. Sin embargo, afirmaron que evitar la pobreza, vivir en un país rico, y centrarse en objetivos distintos de la riqueza material están asociados con la felicidad.</p>			
Citas Textuales			
<p>La clase social y la riqueza influyen en el bienestar de las personas como la relación de la riqueza con la felicidad.</p> <p>El bienestar de una persona se basa en dos puntos o perspectivas: el enfoque hedónico, que se centra en la felicidad y define el bienestar en términos de logro, de placer y en el que se evita el dolor</p> <p>El enfoque eudaimónico, que se centra en el significado y la autorrealización y define el bienestar en términos del nivel en el que una persona está funcionando plenamente (salud).</p>			

12. Reflexiones en torno a la artesanía y diseño en Colombia: Reconocer la artesanía como trabajo, cultura, como modo de representación simbólica, como tradición, como patrimonio, como producto individualizado que se orienta al mercado, ha implicado volver a pensar en su sentido, en su devenir histórico y por supuesto en la realidad social y económica en la que día a día se debaten gran parte de nuestros compatriotas, los artesanos. Reconocer el

diseño como disciplina, como acto del pensamiento, como herramienta tecnológica, como actividad proyectual que se desarrolla con múltiples posibilidades en Colombia.

— Titulo del texto	<i>Reflexiones entorno a la artesanía y sideño en Colombia</i>		
— Autores	Ana cielo quiñones		
— Año	Bogotá 2003	— Tipo	Libro
Palabras Clave			
Diseño Industrial - Bienestar - Artesanía - Producción			
Ideas Principales			
Reconocer la artesanía como trabajo, cultura, como modo de representación simbólica, como tradición, como patrimonio, como producto individualizado que se orienta al mercado, ha implicado valver a pensar en su sentido, en su devenir historico y por supuesto en la realidad social y económica en la que día a día se debaten gran parte de nuestros compatriotas, los artesanos. Reconocer el diseño como disciplina, como acto del pensamiento, como herramienta tecnológica, como actividad proyectual que se desarrolla con multiples posibilidades en Colombia.			
Aportes Personales			
La artesanía ha mantenido su consideración histórica como concepto, pero en la práctica el diseño ha estado implicado históricamente con el quehacer artesanal." schultz 2008, demás como dice Gloria Barrera (Vuelvo al Sur) Diseño participativo entre diseñadores industriales y artesanos, siendo los diseñadores los que propician los espacios adecuados y dinamizan los procesos para que los artesanos den así respuesta a sus necesidades.			
Citas Textuales			
La artesanía como trabajo, cultura, como modo de representación simbólica, como tradición, como patrimonio, como producto individualizado.			
Reconocer el diseño como disciplina, como acto del pensamiento, como herramienta tecnológica, como actividad proyectual que se desarrolla con multiples posibilidades en Colombia.			
Diseño participativo entre diseñadores industriales y artesanos, siendo los diseñadores los que propician los espacios adecuados y dinamizan los procesos para que los artesanos den así respuesta a sus necesidades			

13. Riesgos y tensiones de las marcas colectivas y denominaciones de origen de las creaciones colectivas artesanales indígenas: Este trabajo se realizó como parte del proceso de la investigación "Protección de las creaciones artesanales colectivas indígenas desde el enfoque de derechos humanos", la cual se viene elaborando para comprender e interpretar las dinámicas de las creaciones indígenas y sus posibles formas de protección.

Titulo del texto

Riesgos y tensiones de las marcas colectivas y denominaciones de origen de las creaciones colectivas artesanales indígenas

Autores

Gloria Stella Barrera Jurado, Ana Cleo Quifones Aguilar, Juan Carlos Jacanamijoy Juajibioy

Año

2014

Tipo

Artículo

Palabras Clave

Artesanía-Diseño-propiedad intelectual-marca colectiva

Ideas Principales

- Los conocimientos artesanales indígenas tienen características muy complejas, en primera instancia, porque son resultado de procesos de creación anónimos y colectivos, y además porque no parten de un principio de propiedad privada ni exclusivamente de una dimensión económica, sino de dinámicos entretnejidos cosmogónicos, sociales, técnicos, políticos y ambientales imbricados en la cultura.
- La presencia cada vez mayor de diseñadores industriales, diseñadores gráficos, diseñadores de moda y de otros profesionales creativos inquietan a los artesanos de los pueblos indígenas, quienes tienen incertidumbres acerca del uso que estos actores externos hacen de sus conocimientos y prácticas al crear productos a partir de los referentes culturales indígenas sin su consentimiento, reconocimiento ni retribución.
- Pese a que para la protección de las creaciones artesanales en Colombia se han implementado aspectos vigentes de la propiedad industrial, como son las marcas colectivas y las denominaciones de origen, al parecer, estos mecanismos han resultado insuficientes, ineficaces o inoperantes para la protección de los conocimientos tradicionales artesanales de los pueblos indígenas debido a las situaciones complejas de:
 - "apropiaciones no consentidas" en las cuales los creadores no han autorizado la producción, reproducción o transformación de sus creaciones artesanales completas ni de partes o componentes de las mismas, ni el uso y/o aplicación de sus aportes técnicos, simbólicos o estéticos a otros actores sociales.
 - "apropiaciones consentidas" en las cuales bajo determinadas y apremiantes condiciones los creadores han autorizado de manera tácita o expresa la producción, reproducción o transformación de sus creaciones artesanales, el uso y/o aplicación de sus aportes técnicos, simbólicos o estéticos a otros actores sociales.

Aportes Personales

- Realizaron un proceso de investigación para la protección de las creaciones artesanales colectivas indígenas desde el enfoque de derechos humanos y hablan también de la preocupación que se ha generado por la apropiación no consentida por parte del estado, empresas, artistas y diseñadores, por lo cual hicieron un acercamiento a dos casos de estudio.

Citas Textuales

- El arte indígena se reproduce en alfombras, camisetas y tarjetas de felicitación; músicas tradicionales se fusionan con ritmos de baile tecno-house para producir álbumes "superventas" de "músicas del mundo"; alfombras hechas a mano y objetos de artesanía se copian y se venden como "auténticos"; se patenta el procedimiento de manufactura de un instrumento musical tradicional; vocablos y nombres indígenas se registran como marcas y se utilizan comercialmente (ompi, s.f., p. 1).
- Según la ompi (s.f.):3: "La propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio" cuyas dos vertientes jurídicas más destacadas son: la propiedad industrial y los derechos de autor.
- "la relación entre artesanía y derechos de autor no se establece cuando, en la artesanía popular como la indígena, la acción creadora es el resultado de un proceso de aporte y ajustes realizados por las comunidades en el transcurso del tiempo" (Artesanías de Colombia, 2010, p. 2).

14. User Experience and Experience Design: Habla de la construcción de experiencias como historias a partir de dicha experiencia no es sencilla. Por ejemplo, las experiencias tienden a mejorar con el tiempo. Como Boven (2005, p. 137) lo expresa: "Como uno se olvida de las molestias y distracciones incidentales que restan valor al disfrute momentáneo en línea de

una experiencia, la memoria de una experiencia se puede agudizar, nivelar y 'girar' para que la experiencia parezca mejor en retrospectiva de lo que realmente fue ".

— Título del texto

User Experience and Experience Design

— Autores

Marc Hassenzahl

— Año

31 de Enero del 2011

— Tipo

Artículo

Palabras Clave

Diseño de experiencias - Diseño Emocional - experiencias placenteras - Experiencia de usuario

Ideas Principales

La experiencia es un concepto casi abrumadoramente rico, con una larga historia de debate y muchos intentos de "definirlo" (Jay 2004). Me enfoco principalmente en experiencias como eventos significativos, encontrados personalmente (en alemán: "Erlebnis") y no tanto en el conocimiento adquirido a través de estos eventos (en alemán: "Erfahrung"). Las experiencias son historias memorizadas de uso y consumo y distintas de la experiencia inmediata momento a momento (por ejemplo, Forlizzi y Battarbee 2004; Kahneman 1999). Si bien la experiencia inmediata momento a momento es ciertamente interesante, la experiencia memorizada tiene una relevancia más práctica. Esto se debe simplemente a que la mayoría de nosotros cuando estamos despiertos, nos estamos deleitando con recuerdos vívidos del pasado (o anticipaciones) en lugar de placeres inmediatos.

Aportes Personales

La construcción de experiencias como historias a partir de dicha experiencia no es sencilla. Por ejemplo, las experiencias tienden a mejorar con el tiempo. Como Boven (2005, p. 137) lo expresa: "Como uno se olvida de las molestias y distracciones incidentales que restan valor al disfrute momentáneo en línea de una experiencia, la memoria de una experiencia se puede agudizar, nivelar y 'girar' para que la experiencia parezca mejor en retrospectiva de lo que realmente fue".

El diseño de experiencias es una gran fuente de innovación en el proceso de desarrollo de proyectos (Diseños industriales), basándose en identificar y observar comportamientos de las personas al interactuar con el producto y así entender esas experiencias funcionales de los consumidores y aplicarlas en el aprendizaje y convertirlas en oportunidades que el diseño de experiencias puede aportar a la generación de productos.

Citas Textuales

La experiencia es un concepto casi abrumadoramente rico, con una larga historia de debate y muchos intentos de "definirlo" (Jay 2004)

"Placer debido a la sensación de la acción" (Buxton 2007)

"A pesar del sesgo tecnocrático y materialista de nuestra cultura, en última instancia, lo que estamos diseñando son experiencias, no cosas" (Buxton 2007)

"Experiencia al mero placer debido a la sensación de la acción" (Buxton 2007)