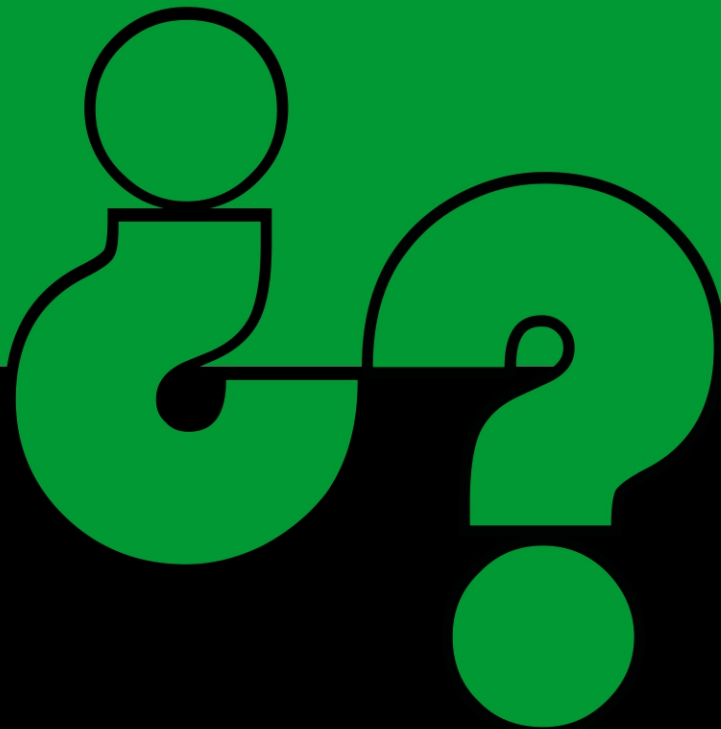


“Interrogantes en el Diseño Industrial” surge de la interacción con los objetos, artefactos, utensillos, mobiliario; pero también de los intercambios intelectuales con colegas docentes y de la propia praxis educativa. La vida, a esta altura me ha permitido tener la pausa para reflexionar el escenario conductual que se constituyen con los objetos, generando interrogantes.

Dichos interrogantes muchas veces actúan como conectores y fijan la atención sobre elementos desconocidos y que intentan ser aclarados desde mi propia mirada.

Este libro aborda temáticas que tienen alguna frontera en común, dado que el mundo objetual que nos rodea tiene categorías que se entrecruzan como son las emociones, la venta, la usabilidad, el confort, lo social, la calidad de vida, etc. El lector se encontrará con una escritura expositiva, que se entremezcla con algunos párrafos de escritura descriptiva en donde se hace necesario recrear el contexto que el objeto denota.



Interrogantes en el DISEÑO INDUSTRIAL



Emociones - Confort necesario - Interacción - Psicología ambiental Control percibido - Calidad de vida - Objetos Bienestar subjetivo - Necesidad Paisaje objetual - Affordance - Conducta - Enfoque abierto - Comunidad Diseño social - Utensillos - Valores socioculturales - Artefactos

Interrogantes
en el
DISEÑO INDUSTRIAL

ISBN 978-987-88-8086-0



9 789878 880860

***“DISEÑO INDUSTRIAL
es la carrera más linda del mundo”***

Gracias vida,

gracias hijos y

*gracias a mi ahijada Camila, por ofrecerme su mirada
crítica.*

*Polo, sé que amás la disciplina tanto como yo, gracias
por tu aporte.*

ÍNDICE

PRÓLOGO	PÁG 4
INTRODUCCIÓN	PÁG 6
GLOSARIO	PÁG 9
INTERACCIÓN, EMOCIONES y CONTROL PERCIBIDO	PÁG 14
VALORES SOCIOCULTURALES Y ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS DEL OBJETO INDUSTRIAL	PÁG 24
EXPANSIÓN: DEL DISEÑO DEL PRODUCTO AL DISEÑO PARTICIPATIVO	PÁG 32
CONFORT NECESARIO	PÁG 44
LA INTERVENCIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL EN EL BIENESTAR SUBJETIVO	PÁG 53
PSICOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE OBJETUAL	PÁG 64
OBJETOS REFERENCIADOS	PÁG 78

PRÓLOGO

Un diseñador industrial utiliza las preguntas como una herramienta, debe saber preguntar a sus interlocutores que pueden pasar de ser los productores de sus proyectos a los posibles usuarios o profesionales de otras ramas con los que el diseñador interactúa, para luego preguntarse a sí mismo en un acto reflexivo y poder encontrar las respuestas que orienten sus proyectos, y en ese camino de las preguntas y respuestas está el libro de Gabriel Moabro.

Preguntas y más preguntas para las que el autor ensaya respuestas que nunca son terminantes y concluyentes porque deja abierta la posibilidad de encontrar otras replicas como disparadores que van generando nuevos interrogantes, así se basa la dialéctica educativa, es el juego del educador y el educando, la práctica docente que para Gabriel es una de las más importantes razones de su vida.

Desde el recuerdo sentido de una cuchara de albañil que le regalo su abuelo o la bicicleta que le entrego su padre o la descripción morfológica de la licuadora de su madre todos esos ejercicios de memoria sirven como ingreso para profundizar en temas como las necesidades humanas satisfechas por el diseño, las emociones, el confort o el control percibido entre otros. La psicología, cuestiones ambientales, aspectos socioculturales, las emociones se hacen presentes en relación al diseño industrial.

Gabriel tiene por costumbre, muy sana, por cierto, de apoyarse para sostener sus posturas en citas de distintos autores que pueden ser de teóricos del diseño o algún filósofo o también muy especialmente a los maestros de la pedagogía a los cuales rinde culto en su práctica docente.

Cuando uno termina de leer este libro uno se queda con muchas certezas nuevos saberes e interesantes reflexiones... y nuevas preguntas.

¿el diseño industrial es la profesión más linda del mundo? Si le hiciéramos esa cuestión a consagrados en otras actividades como Messi o Mick Jagger seguramente contestarían diferente a lo que con tanta convicción repite a diario Gabriel que “el diseño industrial es la profesión más linda” porque él así lo siente lo vive lo disfruta así se compromete con actitud militante por esa idea que podríamos decir haciendo un paralelismo fantasioso que Gabriel Moabro es el Messi o Mick Jagger del diseño Industrial.

*D.I.: Ricardo “Polo” Cortes **

** Profe sor Titular del Taller de Diseño Industrial de II a V – Cátedra “A”
Facultad de Artes – U.N.L.P.*

Nos vemos a través de diferentes ojos. Segregándonos por clase y tamaño. Soy yo contra ti en todo lo que hacen. Este planeta se ha convertido en un gran desastre. Si no te gusta adónde vamos, entonces no te gustará lo que viene después.

WORLD POST AMERICAN - MEGADETH

INTRODUCCIÓN

“Los interrogantes del Diseño” surge de la interacción con los objetos, artefactos, utensilios, mobiliario; pero también de los intercambios intelectuales con colegas docentes y de la propia praxis educativa. La vida, a esta altura me ha permitido tener la pausa para reflexionar el escenario conductual que se constituyen con los objetos. Tener un sillón que fabricó mi abuelo en el patio ubicado en determinado, o recordar la licuadora de mi mamá en la cocina como un trofeo, una bicicleta que me regalaron mis padres o tener ubicada en un estante de mi estudio alguna herramienta, entre otros, son disparadores que me han ido generando interrogantes en el uso, en el recuerdo a la distancia y en la contemplación del objeto.

La lectura, la interpretación, la reflexiones que desencadenan no son pasivas, sino que van generando interrogantes a medida que una frase, párrafo o capítulo discurre.

¡¡¡Es el poder de la lectura!!!

Este libro está concebido con esa intención, solo que esta vez, a medida que intento desarrollar determinados temas que han despertado alguna inquietud en mí, voy expresando los interrogantes. Dichos interrogantes muchas veces actúan como conectores y fijan la atención sobre elementos desconocidos y que intentan ser aclarados desde mi propia mirada.

¡Son mis interrogantes! Puede que el discurrir de la lectura desate otro, sería genial que eso sucediera.

Este libro aborda temáticas que tienen alguna frontera en común, dado que el mundo objetual que nos rodea tiene categorías que se entrecruzan como son las emociones, la venta, la usabilidad, el confort, lo social, la calidad de vida, etc.

El lector se encontrará con una escritura expositiva, que se entremezcla con algunos párrafos de escritura descriptiva en donde se hace necesario recrear el contexto que el objeto denota.

La escritura está atravesada por mi propia subjetividad, producto del contacto con los objetos que dan sustento para el desarrollo. Todo el libro, pese a tener distintos temas poseen términos que el lector podrá conectar, como, por ejemplo: “control percibido” con “conducta”. Es por ello que decidí

incorporara un glosario de ayuda para los términos más relevantes.

Los temas tratados son:

- INTERACCIÓN, EMOCIONES y CONTROL PERCIBIDO
- VALORES SOCIOCULTURALES Y ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS DEL OBJETO INDUSTRIAL
 - EXPANSIÓN: DEL DISEÑO DEL PRODUCTO AL DISEÑO PARTICIPATIVO
 - CONFORT NECESARIO
- LA INTERVENCIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL EN EL BIENESTAR SUBJETIVO
 - PSICOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE OBJETUAL

Es mi deseo enorme que este libro sea un disparados de otros interrogantes.

GLOSARIO

AFFORDANCE (OFRECIMIENTO): Término acuñado por el Psicólogo James Gibson. Desde la Psicología cognitiva, el término refiere a los estímulos que el objeto ofrece al usuario para realizar las acciones correspondientes al uso efectivo.

BIENESTAR SUBJETIVO: Es el grado de satisfacción que una persona expresa sobre su vida. Se relaciona con aspectos emocionales (estado de ánimo) y con aspectos cognitivos (objetivos de vida).

CALIDAD DE VIDA: Es un término polisémico y dinámico que refiere a la percepción de la persona sobre su posición en el contexto social amplio. Proviene del imaginario colectivo de bienestar y desarrollo, vistos estos, como satisfactores de necesidades.

CONDUCTA: Refiere al conjunto de respuestas que presenta una persona o grupo en relación con su entorno de estímulos.

CONFORT: Son las condiciones que proporcionan bienestar y comodidad. Dichas condiciones no solo responden a cuestiones estrictamente biológicas, sino que abordan condiciones sociológicas y psicológicas.

CONTROL PERCIBIDO: [en un objeto] es la capacidad que el usuario tiene para relacionarse con los objetos con una determinada conducta (interacciones), determinando percepciones sobre el objeto con el que se interactúa.

DIMENSIÓN SOCIAL: Hace referencia al conjunto de ideas y comportamientos, propios de la comunidad, producto del proceso de interpretación y comprensión de una realidad que está determinada por las condiciones objetivas, sociales y económicas que influyen en su modo de vida.

2015: “La dimensión social: un proceso sinérgico en la interacción universidad-comunidad a través de la función de extensión” Fremiot Gámez. Investigación y Postgrado vol.30 no.1 Caracas.

DIMENSIÓN SUBJETIVA: Se trata de cómo cada sujeto valora y significa su relación con el resto (sujetos y objetos). Se corresponde con las consecuencias de las acciones y las relaciones simultáneas de la persona en su medio ambiente y vida social.

DISEÑO DE SERVICIOS: Es la actividad de poner a “disposición” los recursos y procesos de una organización para mejorar la experiencia de los usuarios. Por ejemplo: Service gratis programado.

DISEÑO SOCIAL: [Difiere del diseño orientado al mercado] Refiere a la práctica profesional en donde dicha acción se centra en

problemas y necesidades de grupos de personas y comunidades, en donde el interés final está en la satisfacción de las necesidades humanas y no en la comercialización del producto en sí.

ESCENARIO CONDUCTUAL: Puede definirse como un lugar diseñado y equipado adecuadamente para permitir cierta actividad social, de tal manera que lugar y conducta se encuentran intrínsecamente asociados. Roger Barker (1903-1990) desarrolla este concepto en el marco de lo que se conoce como Psicología ambiental.

EMOCIONES: Hace referencia a las reacciones automáticas a determinados estímulos. Dichos estímulos pueden ser internos (imágenes mentales, pensamientos, sensaciones corporales, otra emoción...), externos (interacción con determinados lugares, personas, objetos) y combinados.

ENFOQUE ABIERTO: [en DISEÑO] refiere a cuando una construcción del problema involucra variables con complejidades subjetivas, de índole intercultural

ENFOQUE CERRADO: [en DISEÑO] es cuando un problema de diseño tiene como marco de delimitación variables cuantificables.

INFRAESTRUCTURACIÓN: Es la coexistencia de más de una estructura, en donde se establecen entre si relaciones mutuas de cooperación.

INNOVACIÓN SOCIAL: Conjunto de estrategias y acciones que permitan abordar problemas estructurales de la comunidad, como, por ejemplo: Gestión de residuos.

INTERACCIÓN OBJETO – USUARIO: Se refiere a la influencia o relación recíproca que se produce entre el / los usuario(s) y el objeto(s)

NECESIDAD: Es un término polisémico que denota una carencia que es de índole variable (fisiológica, seguridad, reconocimiento y autorrealización según Maslow, pero también tiene connotaciones combinadas según expresa Max-Neef.

NECESIDADES PSICOLÓGICAS: Se refiere a “carencias” en las interacciones con el ambiente social. (Ryan & Deci, 2002). “Esta teoría postula que la satisfacción de las tres necesidades psicológicas básicas: autonomía, competencia y relación, predicen el funcionamiento óptimo y bienestar de las personas. Es por eso que los contextos que satisfacen o frustran estas necesidades tienen un impacto positivo o negativo respectivamente, en el bienestar general de los seres humanos.” (García Hoefken, Alexia: 2018)

PAISAJE OBJETUAL: Se refiere al entorno de objetos que guardan alguna relación de unificación (tipos). La noción de paisaje pone el acento en lo observado y en quien observa.

PSICOLOGÍA AMBIENTAL: Rama de la psicología que se enfoca en el estudio del comportamiento humano en su contexto físico – artificial social inmediato.

SINOMORFIA: “Se refiere a que los equipamientos existentes corresponden a lo que posibilita o, al menos, facilita la actividad que se desarrolla en ese tipo de escenario” (Ana Maritza Landázuri O.)

VALORES ASPIRACIONALES: Hace referencia al alcance significativo que las personas identifican con lo que pueden llegar a ser.

VALOR SOCIOCULTURAL: Son los valores reconocidos como parte del comportamiento social de las personas que constituye una comunidad.

“Estas son las estaciones de las emociones y, como el viento se elevan y caen”

THE RAINING SONG – LEZ ZEPPELIN

INTERACCIÓN, EMOCIONES y CONTROL PERCIBIDO

El usuario experimenta durante la interacción con los objetos, cierto nivel de control percibido y emociones.

El nivel de **control percibido** está ligado con la satisfacción del usuario. Tener el control sobre el objeto (por parte del usuario) produce la satisfacción de las **necesidades psicológicas y la emoción** durante la interacción con el objeto, producto del nivel de satisfacción.

Habría que preguntarse:

¿Por dónde pasa el control del objeto, para que el usuario pueda satisfacer sus emociones y tener control sobre el entorno?

Por otro lado:

¿Qué papel juega el "control percibido" en la experiencia del usuario?

El **control percibido** es la creencia de que el individuo puede determinar sus propios estados internos y comportamientos, para de esta manera influir en su entorno y/o lograr un estado deseado (Wallston, K. A., Wallston, B. S., Smith, S., & Dobbins, C., 1987)

La interacción persona - objeto va más allá de la usabilidad del objeto. Se relaciona con motivaciones, actitudes, expectativas y patrones de comportamiento y limitaciones. Aparecen así la propia **interacción**: que es lo que el usuario hace (ej: un click en el mouse / un botón de encendido) y las **percepciones**: lo que el usuario piensa acerca de la experiencia de uso y cómo se siente al respecto.

Habría que preguntarse:

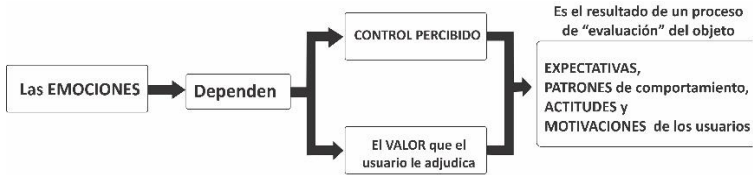
¿Si el "control percibido", en tanto una necesidad psicológica y humana, y esta es detectada y cubierta por el objeto industrial (en tanto producción del Diseñador) que grado de importancia tiene la satisfacción en el uso, vista esta como emoción positiva?

El control percibido, el control sobre el objeto, contribuye que el ser humano se sienta más seguro y domine su entorno.

El objeto de diseño, a través de sus funciones, establecerá una relación directa entre la percepción del control y las emociones en la interacción objeto - usuario. Del resultado de dicha interacción saldrá el grado de satisfacción del usuario y el grado de percepción de dominio del entorno.

Existe una intencionalidad, y aquí podrán surgir varias hipótesis respecto de la génesis de las intenciones (capitalistas, comunistas, banales, efímeras, de coerción, de dominación, etc.) que demandarían posiciones e hipótesis desde distintas esferas de conocimiento acerca de la concepción del objeto, dirigida a través de **interacción objeto - usuario** (intencionalidad objetual) que operará sobre las emociones del usuario, otorgándole la potestad de dominio del entorno.

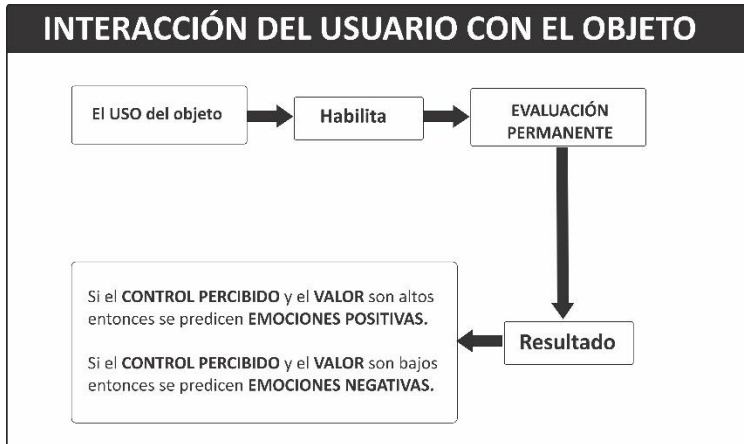
La atracción visual del objeto es lo que primero nos llama la atención. Puede decirse que a partir del contacto visual cada la interacción que se logre entre el objeto y el usuario va a experimentar emociones. Cada emoción depende del "**control percibido**" y del "**valor**" que el usuario le atribuye a dicha interacción. Producto de ambas surgen las "expectativas" del usuario sobre el objeto.



Desde esta perspectiva, psicológica, podemos abordar los objetos y la relación con los usuarios y el entorno. Puede pensarse de qué manera la telefonía móvil ha incorporado (y continuará haciéndolo) aplicaciones relacionadas con las redes sociales y la necesidad de conectarse y mostrarse en público dominando el entorno gráfico de las pantallas táctiles de los celulares. Tener la certeza de controlar las aplicaciones y las redes sociales permiten que el usuario le otorgue un alto valor al objeto porque eso le permite dominar y pertenecer a una comunidad que cuenta con sus propios patrones de comportamiento, lo que le permite satisfacer necesidades de identidad si la analizamos desde la concepción de Manfred Max-Neef. La usabilidad del objeto -*celular*- pasa por el control de las aplicaciones mediante el dominio de la interface táctil y sus aplicaciones.

Se hace necesario poner el acento en las "emociones", relacionadas con el grado de satisfacción. Hay algo en los objetos de diseño que no se puede soslayar y es que por más que el objeto haya impactado visualmente sobre el usuario, si la función práctica (aquella acción para la que fue diseñado) no se cumple de manera eficiente el resultado de las emociones no será favorable. Es a la postre la realización "**eficiente de la función**"

práctica" [la usabilidad del objeto] la que contribuye con dotar al usuario del control del entorno, lo que automáticamente impactará en el valor que él le otorgue al objeto generando expectativas, patrones de conducta y sensaciones agradables cuando se hace uso del objeto.



Este gráfico habilita otro interrogante:

¿Qué sucede con la dimensión reflexiva del objeto?

En la adquisición de un objeto interviene algo visceral (D. Norman,2005), aquello que nos define la compra del objeto...junto a otras variables (por ejemplo: económicas). Sin embargo, ese momento previo al uso, que se manifiesta en el momento de la adquisición...ese instante infinitesimal en el que sentimos en el objeto una exaltación exuberante de emociones en la que confluyen, simultáneamente, procesos cognitivos, expresivos, de motivación y afectivos que desencadenan, a la vez, instancias de comprensión de cómo se usa, de felicidad por la adquisición, de temor a la rotura, de deseo de usarlo; crean una atmósfera, un microclima previo que, a través del uso del objeto, intervendrán en el "control percibido" y el "valor" poniendo en funcionamiento un sistema de evaluación que influirán en las "emociones".

El recuerdo de aquel objeto añorado. Me viene a la memoria cuando mi papá me toca el timbre...salgo y estaba en la vereda con una bicicleta *Legnano*, roja, rodado 24, plegable, de esas que venían con una parrilla atrás y una más pequeña por delante (que luego removí). El porte de la bicicleta era sublime, una bici más grande que yo, para que dure muchos años (y así fue), ese instante de contemplación, de asombro, de querer mirarla, acomodarla a mis dimensiones, de andar y de volver a contemplarla...todo eso junto era un gesto inolvidable. De la misma manera, pero desde otro ángulo podría describir instantes relacionados con la dimensión reflexiva en objetos que le he dado a mis hijos, como por ejemplo un camión volcador fabricado en

plástico inyectado con un porte tal que mi hijo de 2 años cabía dentro de la caja y lo llevabas de tirón desde el camping hasta la salida a la playa dentro de la caja.

Lo sublime de ese momento, infinitesimal en la vida, es realizado o despreciado en función de la eficiencia de la función práctica del objeto.

Ahora bien...

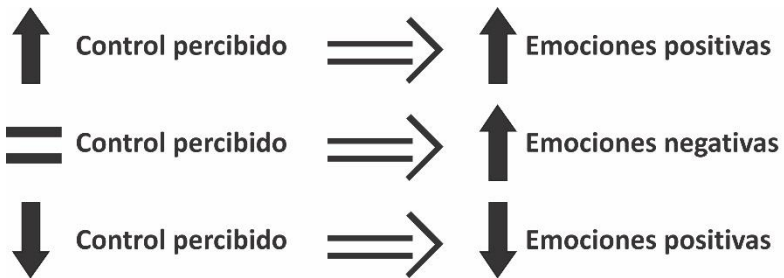
¿Es correcto atribuir las emociones solamente al grado de eficiencia de la función práctica?

Qué sucede con el libre albedrío. Estoy de mal humor, algo nihilista y tengo, de mala gana, que utilizar un objeto. Esa predisposición cómo afecta al "control percibido" y al "valor" que sabemos que van a desencadenar emociones.

Si la comprensión del objeto no es la que esperábamos, la primera impresión, la imagen mental que nos hacemos antes de tomar contacto con el objeto es distinta de la que el propio objeto ofrece, aunque su función práctica sea eficiente, acaso no irradiará emociones negativas, malas expectativas, pocas ganas de usarlo. Y si con el uso sucesivo, termino comprendiendo al fin

el objeto, descubriéndole cosas y en el transcurso del tiempo y con la función práctica que se cumple de manera eficiente termino alterando la impresión que tengo del objeto, produciendo emociones positivas.

Los estudios que se han comprobado empíricamente por sociólogos muestran que durante la interacción usuario-objeto si el "control percibido" (inteligibilidad) del objeto es alto el nivel de "frustración", es probable que promueva emociones negativas y por ende cuanto más alto el "control percibido" mayor la probabilidad de suscitar emociones positivas. Obviamente en este juego el "contexto" (cultural / socioeconómico, etc) influye a potenciar o no, el signo (positivo - negativo) de las emociones.



La psicología cognitiva tiende a pensar que las emociones son eventos dirigidos (Scherer, 2005) y dicha dirección está en el mismo sentido que las metas y los valores de los individuos. Por ejemplo, si tenemos como valor añadido la cuestión ecológica probablemente, la adquisición de un objeto con poco impacto ambiental estimularía emociones positivas.

En el texto aparecen variables como **control percibido**, **valor** (que le asignamos al objeto), metas y valores del individuo y la sociedad, lo que deja a la luz es que se torna esencial que el profesional del diseño debería tener herramientas para analizar las variables mencionadas, obviamente sin perder de vista el contexto y de qué manera el usuario interviene en el contexto mediante la interacción objeto-usuario. Por otro lado, no debemos olvidar que, entre las funciones del producto, además de las que conocemos como *función simbólica*, *estética* y *práctica*, está la función de "venderse"...el objeto debe ser vendido...y nos guste o no es algo ineludible en la mayoría de los objetos. Y en esa función "venderse" aparecen otras variables.

Lo qué desprende otra discusión:

*¿Estamos preparando a nuestros alumnos para diseñar objetos,
en tanto fin y medio de las emociones, en tanto objeto del
capitalismo, en tanto portador de valores, en tanto portador de
significados, en tanto...tantas cosas?*

BIBLIOGRAFÍA

2005: Scherer, Klaus R. ¿Qué son las emociones? ¿Y cómo pueden ser medidas?

2009: Juez, Martín Fernando: "Antropología del Diseño. El objeto: un espacio cualificado". Bohn

2012: Eduardo Bericat, Eduardo: " Emociones"

2016: Reyes, Ana: "El Objeto: aportes para su construcción desde la antropología"

2017: Lozada Cantorán, Cindy y otros: "Control percibido, emociones y experiencias satisfactorias"

¿Cuándo se producirán los cambios?

Cuando vez una nube que se mueve desde el este, dices que viene la lluvia y así sucede. Cuando sopla el viento del desierto, lo dices: hará calor, así es.

Si puede leer los signos de la tierra y el cielo. ¿Cómo es que no puede leer los signos en los tiempos?

A TIME OF CHANGES - BLITZKRIEG

VALORES SOCIOCULTURALES Y ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS DEL OBJETO INDUSTRIAL

Cuando se indaga sobre alguna definición sobre el significado de los valores socioculturales aparece lo siguiente: "**Los valores socioculturales** son normas que guían las acciones y comportamientos de los seres humanos dentro de una sociedad."

Si los valores socioculturales tienen un valor relevante, en tanto comportamientos que guían a una sociedad, pregunto:

¿Es posible encontrar una frontera común entre aspectos económicos productivos del diseño de objetos industriales y dichos valores socioculturales?

El DI Antonio Feo¹ sostiene que:

"Los valores socioculturales podrían permitir desarrollar pautas para estructurar una solución de diseño, considerando que el punto de partida es un valor específico, por ejemplo, la autonomía. Otros casos que podemos mencionar son la responsabilidad social y ambiental de soluciones de diseño"

Si sabemos que los valores socioculturales son construcciones morales que permiten visualizar un objetivo a alcanzar, por ejemplo, tal como menciona Antonio: "la autonomía" y existen otros: "medio ambiente", "la familia", etc. y, siguiendo, permiten desarrollar pautas para estructurar una solución de diseño, entonces, un enfoque epistemológico del diseño que introduzca estas cuestiones debería proponer una **teoría social del diseño**, poniendo el acento en los sujetos², por un lado y por otro, debería reflexionarse las condiciones en que se amalgama las

¹ Diseñador Industrial, Profesor Adjunto de la Cátedra "A" de Taller de DI 2 a 5 de la Facultad de Bellas Artes, UNLP.

² Se hace énfasis en el sujeto para no caer en una teoría reduccionista, tomando al sujeto con una mirada amplia, en tanto parte de un constructo social.

soluciones de diseño para atender la necesidad de los valores socioculturales y los aspectos económicos productivos.

La investigación ha encontrado, de la mano de Ortiz Nicolás Juan³, cinco enfoques en el diseño:

1 Orientado al mercado / 2 Centrado en el diseñador / 3 Orientado al desarrollo tecnológico / 4 Centrado en la persona / 5 Para la innovación social

Está claro que un diseño que aborde los "valores socioculturales" estará en lo que Ortiz a denominado Diseño para la "innovación social". Enfocar el diseño en esta perspectiva significa, tal como lo hace el 5to curso de la Cátedra "A" del Taller de Diseño Industrial de la Facultad de Bellas Artes implica que se reflexionen aspectos teóricos ya que el *Diseño Social* demanda su propia impronta.

El interrogante que surge es:

¿Por qué debería ésta arista del diseño requerir de una teoría propia?

³ Doctor en Experiencia de Usuario por *Imperial College London*, Inglaterra. Profesor investigador de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez en el Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte. carlos.ortiz@uacj.mx

Celebro con alegría que la Cátedra que integro aborde este enfoque. "El Diseño Industrial es la profesión más linda del mundo" y desde ese lugar, que no le parecerá objetivo al lector, considero que es una obligación moral abordar e introducir este enfoque en los estudiantes. La historia del Diseño Industrial ha estado marcada por cuestionamientos de esta naturaleza. La colega, DI Julieta Caló⁴ describe muy bien estos aspectos que comenzaron con la Revolución industrial, pasando por la escuela de Bauhaus, ULM con Maldonado, Papanek en la década del 70, etc. Esta vertiente del diseño merece que se la reflexione tomando en cuenta lo complejo del contexto.

A priori uno podría pensar que crear conciencia para el medio ambiente es sencillo, solo basta con diseñar un sistema de recolección estratificado, instalar objetos que permitan el reciclado en el hogar, recolectar, clasificar y reciclar. Con eso podríamos intuir que es un inicio, sin embargo, la cuestión de lo social en el diseño está atravesada por la dimensión política que le impone sus propias reglas. La dimensión social del diseño queda subsumida en la dimensión política, la cual se constituye como una estructura de campo⁵, o sea un espacio de "lucha"

⁴ **EL ABORDAJE DE LA DIMENSIÓN SOCIAL EN EL DISEÑO INDUSTRIAL.** Julieta Caló. UNLP – Facultad de Bellas Artes

⁵ un **campo** es un espacio social de acción y de influencia en el que confluyen relaciones sociales determinadas, es una red de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen en su existencia y en las determinaciones que les imprimen a sus ocupantes por la situación actual o potencial en la

entre posiciones que detentan poder y capital, y dentro de esta estructura surge la dicotomía entre "excelencia y relevancia" o "excelencia vs relevancia" lo que constituye un problema para el diseñador ya que debe aprender a moverse dentro de las reglas que el campo de la política propone.

El diseño que se enfoca en los "valores socioculturales" requiere atención ya que demanda un estudio del contexto en el que el "diseño social" se insertará. Implica que el diseñador o el equipo interdisciplinario se proyecte más allá del objeto e intente prevenir posibles situaciones adversas dado que el contexto político es cambiante y, sabemos, que la introducción de una innovación social lleva muchos años para que se internalice. Dado el contexto donde se insertará la innovación que permitiría una revalorización de los aspectos socioculturales de la sociedad y dado que la proyectación de la "innovación social" tiene su propio campo de lucha considero que debe abordarse una teoría social del diseño que muestre las características intrínsecas del campo y además brinde herramientas para desenvolverse dentro del mismo.

estructura de distribución de poder o capital, y por las relaciones objetivas con las demás posiciones. (Wikipedia)

Vuelvo al interrogante del comienzo:

¿Es posible encontrar una frontera común entre aspectos económicos productivos del diseño de objetos industriales y dichos valores socioculturales?

¡Asunto complejo si los hay! Siguiendo con la noción de *campo*, el económico-productivo también goza de sus propias leyes y relaciones. En este sentido es dable considerar que surjan conflictos de intereses entre los distintos actores que conforman el proyecto de innovación social, en tanto introducción de valores socioculturales tendiente a mejorar la calidad de vida de la sociedad.

Aquí la controversia excelencia-relevancia será el nudo de un conflicto de intereses, si es que no se consigue un mediador. En el terreno de lo económico-productivo aparecerán lineamientos relacionado con la factibilidad económica que tenderán a hacer de la innovación social un producto rentable, y está bien que eso suceda. Ahora bien, en el espacio político, que sea probablemente el que detente la posición dominante en este juego de lucha tenderá a propiciar que la innovación social se lleve a cabo, aunque no constituya un proyecto rentable desde lo económico". Los actores económicos buscarán la excelencia en términos de rentabilidad, los actores políticos deberían buscar la

relevancia en términos de valores socioculturales que mejoren la calidad de la sociedad. En lo personal considero que una frontera común es posible, sin embargo, creo que esa frontera es extremadamente delgada y frágil.

¿Podrán encontrarse en nuestro país, Argentina, esos límites comunes?

BIBLIOGRAFÍA:

2010: DI Caló, Julieta: "El abordaje de la dimensión social en el Diseño Industrial"

2016: Ortiz Nicolás, Juan Carlos. "Diseñando el cambio. La innovación social y sus retos"

2017: Bedolla Pereda, Deyanira: "El rol de los valores socioculturales en la elección de productos. Una aproximación desde el diseño"

“Parece mentira, tanta estupidez. Tanta hipocresía, tanta tozudez. Gente en la miseria eso es lo que son conformando el planeta del yugo y del dolor”

DETRUCCIÓN - V8

EXPANSIÓN: DEL DISEÑO DEL PRODUCTO AL DISEÑO PARTICIPATIVO

El surgimiento de nuevas disciplinas responde a un proyecto de país. Aquello de "Educación, empleo y desarrollo" sigue siendo un círculo virtuoso del que no hay que apartarse. El mercado también demanda cierto tipo de profesional que van perfilando la educación; pero también los surgimientos de nuevos problemas dan lugar a que se abran espacios de conocimientos que en un futuro pueden llegar transformarse en líneas educativas. Nuevos problemas que sumado a los avances de la tecnología abren caminos de exploración dan lugar a especificidades que luego pueden llegar a convertirse en un *corpus* de conocimiento que permite la creación de una carrera profesional.

Si pensamos en una disciplina como el Diseño Industrial, en tanto satisfactor de necesidades y de mejora de la calidad de vida, pregunto:

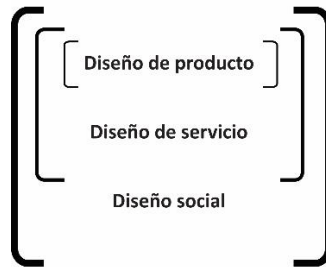
¿Dicha teoría entraría en conflicto con las pautas económico-productivas del diseño, en tanto necesarias para lograr uno de los fines del objeto que es venderse?

Hay algo en lo que los diseñadores no tenemos controversias y es que todo diseño tiene indefectiblemente una **dimensión social**. Sobre lo que habría que indagar un poco en sobre lo que atañe a la "dimensión social".

La dimensión social en un objeto puede tener varias aristas en función del posicionamiento teórico, ético, moral y político que tomemos sobre el ejercicio de la profesión, lo que constituye un asunto complejo de abordar. Lo que me interesa abordar, en relación a lo social del diseño es el aspecto relacionado con lo que parece un corrimiento del enfoque en el diseño: **del diseño de producto hacia el diseño del servicio y del diseño del servicio hacia el diseño social**.

En tiempos de la revolución industrial se concebía, aunque generaba posiciones encontradas (Morris y Ruskin), que la máquina y el producto que de ella salía iba a mejorar la calidad de

vida de la comunidad. No es que ese pensamiento haya cambiado, aunque siguen estando zanjadas posiciones encontradas a las que se le suma la contaminación ambiental. Lo que surge desde la perspectiva del Diseño Industrial y su desarrollo profesional es un pensamiento con una dimensión más amplia. Las raíces de esto están en la percepción de los límites del planeta, cuestión que lleva medio siglo ya, pero que en la última década ha cobrado mayor interés. Interés que no es compartido por todos y que zanja una división entre los interesados y aquellos que siguen indiferentes.



Ante esta situación en que el servicio incluye al producto y lo social incluye al servicio surge el interrogante:

¿Cómo abordar un pensamiento teórico y práctico sobre esta dimensión?

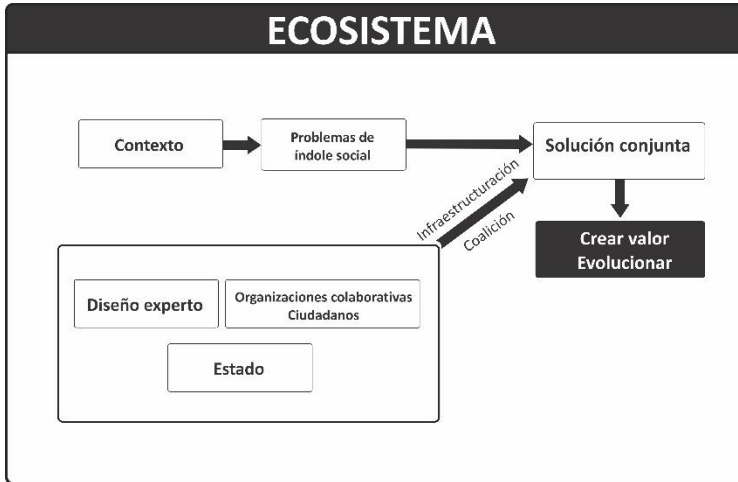
La lógica para abordar el diseño de un producto es conocida y es la dominante de la enseñanza del Diseño Industrial. Sabemos que surge con estudios de factibilidad en donde se ponderan cuestiones intangibles y tangibles. Dentro de las primeras esta la "vendibilidad" lo que lleva a estudiar los canales de distribución, la relación precio - calidad, la relación tamaño - cantidad y las promociones. Otro aspecto intangible lo constituye el "potencial de crecimiento" en donde se analizan las fechas de lanzamiento, el sector competitivo y el potencial de venta. La "durabilidad", otro aspecto intangible que intenta estudiar la estabilidad en el mercado, el potencial de amplitud de mercado y la resistencia ante fluctuaciones de mercado. Dentro de los aspectos tangibles está la "producibilidad" en donde se analizan los equipos necesarios, el personal disponible, la capacidad instalada, la disponibilidad de materia prima. Estos focos de análisis que son de materia económica y de los cuales el diseñador deberá estar atento para delimitar el problema de diseño, forman parte del análisis de factibilidad. De aquí se seguirá hacia etapas de desarrollo y estudios más profundos para ajustar el enfoque del nuevo producto. Esta breve descripción solamente intenta mostrar una parte de lo que sería un **enfoque cerrado**. Responde a la planeación y desarrollo producto que a pesar de contar con varios puntos intangibles responde a una estructura cuantificable en la que movernos parece algo más internalizado.

Sin embargo, cuando la dimensión del producto se agranda hacia una dimensión de servicios y más aún hacia una dimensión social la lógica de trabajo adquiere otras características. La dimensión social implica que el diseño de uno o varios productos forman parte de un todo. El hecho de que surja una dimensión social se traduce en que detrás hay una **"innovación social"** y eso conlleva a la definición de un problema de índole social (más allá de que todo diseño tiene un sentido social). El problema en este tipo de contexto adquiere particularidades distintas y responde a lo que podemos definir como **enfoque abierto**.

Es inherente a la humanidad que ante un problema que implique cierto riesgo sean las personas involucradas las que intenten solucionar el problema de manera conjunta. Esto se da cuando el contexto se torna inestable. En este sentido Ezio Manzini dice:

"La innovación social se produce cuando las personas, el conocimiento experto y los bienes materiales entran en contacto de forma que hace posible la creación de nuevos significados y oportunidades inéditas"

Si tuviera que graficar el marco de lo que representa la dimensión social, el ecosistema quedaría:



El gráfico muestra que ante este tipo de enfoque (abierto), que son de índole social, por ejemplo, la asistencia para la 3ra edad, movilidad y transporte para reducir emisiones de gases, cuidados y atención de personas sin acompañamiento, etc. (podría citar varios más); la solución es abordable desde una frontera común conformada por la **comunidad**, el **diseño experto** y el **estado**. El resultado es una solución que introduce un cambio en el ecosistema que intenta mejorar el problema planteado. Esto supone, como he mencionado antes, un enfoque abierto, en donde el posicionamiento desde el cual se aborda este tipo de problemáticas constituyen una metodología distinta ya que implica que deban interrelacionarse distintos saberes, cualitativamente, que introducen lógicas reflexivas disímiles que tornan más complejo el proceso de diseño y ya no son tan claras sus fases debido a que no resulta sencillo ajustarlas porque la

delimitación del problema no es una tarea sencilla dado que se trata de problemas con diagnósticos más complejos. Se hace indispensable una **coalición** entre la comunidad, estado y el diseño experto que permita avanzar hacia la solución. ¡Cuidado! Cuando el conocimiento se pluraliza y descentraliza, este resulta más frágil (Innerarity, 2011). Otra característica distintiva de esta perspectiva es que los tiempos y objetivos son difusos, que sumado a la diversidad de actores torna más complejo trazar objetivos; a diferencia de los procesos cerrados. La administración del Estado es una organización compleja, dado que su estructura burocrática es muy grande en función de la cantidad de órganos que se interrelacionan entre sí, ralentizando el proceso de decisión y; siempre, las sociedades avanzan a un ritmo distinto a sus administraciones.

La **infraestructuración**⁶ (Manzini,2015) constituye un pilar para intentar llegar a resultados viables, debido a que es una acción necesaria para generar entornos de apoyo que fortalezcan la puesta en marcha y el seguimiento de la "innovación" de manera tal que este tipo de proyectos no se vean cercenados porque no se ha podido completar el círculo que unifica a la comunidad, el diseño experto y el estado. La viabilidad y el éxito radica en poder construir un **compromiso colaborativo** entre comunidad, estado y

⁶ "...indica la naturaleza de cualquier proceso de diseño que busca crear condiciones favorables a los proyectos vitales y a las organizaciones colaborativas"

diseño experto para asegurar la continuidad de la solución planteada.

Es de notar que existen diferencias entre un **enfoque cerrado** que refiere más que nada a procesos de desarrollo y planeación de productos y el **enfoque abierto**, que, desde el Diseño Industrial, se proponen productos como parte de una solución más integral.

Recuperando el interrogante considero que ante una expansión de los límites del diseño en donde el diseño social incluye al diseño de producto (con otra lógica) como parte de la solución es necesario que estas situaciones problemáticas, que indudablemente tienen otras complejidades, se aborden desde una perspectiva en red. Esto significa que la misma tiene una estructura horizontal en la cual se pueda objetivar y problematizar desde varios enfoques profesionales (Psicólogos, ambientalistas, ingenieros, diseñadores, antropólogos, médicos, etc.) amalgamándola, cuestión compleja, con la descripción de la problemática que la comunidad enuncia, que es quien la padece y la que necesita que se implemente la solución. Además de la horizontalidad hay una estructura vertical que es la que corresponde al desarrollo del proyecto per se. Los problemas que se abordan desde los enfoques abiertos son complejos de problematizar porque además de la lucha propia del campo, constituido por distintos saberes, se da que los objetivos y los tiempos son algo difusos y no predefinidos, constituyéndose en

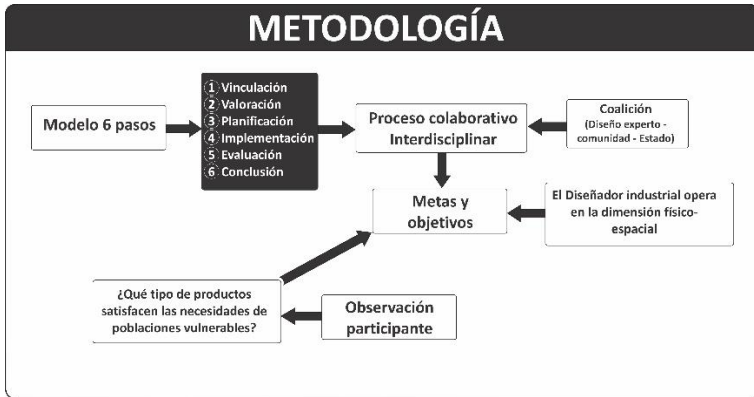
constructo más complejo de abordar, definir, resolver y sostener en el tiempo.

Es necesario que desde ámbitos educativos se generen espacios de reflexión que permitan dotar de herramientas al diseñador para moverse en esta matriz. No resulta sencillo manejarse en ecosistemas cuando los tiempos no siempre pueden encontrar una frontera común. Sumado a esto se puede dar que los objetivos parciales, que permiten lograr el objetivo general, tengan prioridades distintas y compitan por los recursos. Para eso es necesario un saber experto que oficie de moderador y que permita construir las coaliciones necesarias para llegar a cumplir el objetivo.

Una metodología clásica es el "modelo de 6 pasos", que propone un proceso de abordaje útil para este tipo de enfoques sin que esto represente una ruptura con el modelo tradicional de los procesos de diseño. La etapa de "vinculación" es la que pueda resultar distinta porque en ella es en donde se debería construir la unión del grupo⁷ y la relación con el medio para poder

⁷ Constituir un grupo o un equipo de trabajo implica que el mismo transite las etapas características y necesarias para que el grupo se consolide. Esto significa que el grupo debe transitar 3 momentos, según Marta Souto ("Didáctica de lo grupal", 2007), el de la fusión (¿quiénes serán los miembros?), el del juramento (tomar el compromiso de formar parte del grupo) y el de la organización (saber qué responsabilidad le cabe a cada miembro).

establecer, de manera interdisciplinar las metas y los objetivos; que solo se logrará si se puede construir una coalición.



Esta descripción no intenta amedrentar estas prácticas, sino que es necesario conocer sobre qué tipo de entorno se moverá el Diseñador Industrial para poder convertirse en un engranaje que multiplique en el proyecto.

Dada la dominante en la formación de los Diseñadores Industriales es probable que esta lógica de trabajo que puede tener objetivos distintos en función de los distintos saberes, entre en conflicto con la forma que tenemos de abordar el diseño de productos, en tanto lo pensamos, como producción industrial. Esto no significa que la estructura de pensamiento haya cambiado para proyectos de enfoque abierto, sino que la metodología depende de la realidad indagada, y aquí la realidad

es fluctuante a diferencia de los enfoques cerrados cuyo diagnóstico de la realidad es más previsible.

Si pensamos en términos de producto, el fin es venderse y eso pone en funcionamiento mecanismos de delimitación, como por ejemplo inversión tecnológica y payback⁸ (tiempo de recupero de la inversión) por citar algunos, que conduzcan al diseñador a concebir el diseño con parámetros más estables. La contraparte es que se tenga que proyectar soluciones basándose en parámetros más complejos e inestables, donde los tiempos son difusos, produciendo un enfoque erróneo producto del choque de dos miradas proyectuales distintas entre profesionales distintos que intentan dar solución un problema complejo de índole social.

⁸ El payback o plazo de recuperación es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. Es un método estático para la evaluación de inversiones.

BIBLIOGRAFÍA:

2011: DANIEL INNERARITY: "La democracia del conocimiento. Por una sociedad inteligente" Paidós. España.

2015: MANZINI, EZIO: "Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social" Editorial Experimenta. España.

Confío en lo que busco y encuentro en ti. Todos los días, para nosotros, es algo nuevo. Mente abierta para una mirada diferente, y nada más importa.

NOTHING ELSE MATTER - METALLICA

CONFORT NECESARIO

Me encuentro sentado en un sillón de patio que hizo mi abuelo...debe tener entre 55 y 60 años, vengo reparándolo hace rato porque la corrosión es un fenómeno electroquímico que inexorablemente deja entrever la obsolescencia programada. Observo llover, tengo los matambres en la parrilla, estoy en mi galería. La galería tiene un ancho que permite ubicar el sillón contra la pared y queda lugar para transitar. La lluvia no molesta y me permite sentarme sin riesgo a mojarme. El sillón, cuya estructura está conformada por dos laterales cilindrados de 550 mm de diámetro de hierro tubular redondo de $\frac{3}{4}$ " con un espesor de 1,2 mm, el cual tiene soldado un arco que formará parte del respaldar y un travesaño en la parte delantera del mismo diámetro. A esta estructura se le sueldan dos planchuelas de 1" x 1/8" de espesor que están curvada y constituyen el recorrido de lo que será finalmente, el asiento, que fielmente recorre la silueta de la planchuela en una repetición equidistante con un ritmo armónico dado por la consecución de listones de maderas 1 1/2"

de ancho por $\frac{1}{4}$ " de espesor que son atornilladas a la ya mencionada planchuela.

Pregunto:

¿Será capaz ese sillón de darme el confort necesario para ese momento en esa situación y en otras?

La primera definición cuando se indaga sobre el término "confort" nos topamos con aquello relacionado con las condiciones materiales que proporcionan bienestar o comodidad. En esta línea de pensamiento podría pensarse en el confort necesario desde una mirada objetiva. Este tema la arquitectura lo tiene bien definido. Podríamos denominarla como la concepción clásica del confort, que responde a características objetivas de un espacio determinado, parámetros que puedan analizarse de forma independiente del usuario y allí entrarían aspectos como el confort térmico, acústico y visual que permiten ser calculados y determinados objetivamente.

Pero también existe una concepción más amplia sobre el confort. Esta incluye características que tiene en cuenta a los usuarios de dicho espacio y de los objetos que lo integran. Entran a formar

parte de la conciencia otros aspectos como los conformados por las condiciones biológico-fisiológicas que están relacionadas, por ejemplo, con la sensación frío-calor en personas viviendo en diferentes zonas climáticas, las condiciones sociológicas que involucran cuestiones como la educación, la moda, las actividades recreativas, etc. y psicológicas que introducen aspectos de la conducta y la experiencia en determinadas situaciones.

En resumen, pareciera coexistir en esto del confort, dos aspectos uno objetivo y otro subjetivo. Volviendo a la descripción del inicio que descubre el interrogante y, en un intento por llevar el objeto de diseño hacia ese campo es importante poner en valía que los objetos que nos rodean son una parte esencial del **“confort necesario”**.

¿Puede existir confort sin objetos?

John Heskett hace la siguiente referencia:

“Los objetos constituyen una expresión crucial de las ideas sobre cómo podríamos y deberíamos vivir, traducidos a una forma tangible” Jhon Heskett (2005)

A priori suponemos que no. No existen registros de los comienzos de nuestras vidas en donde no nos recordemos desprovistos de objetos. Los objetos son parte esencial del **confort**. Cobra importancia en esto del confort, comprender los comportamientos y deseos del usuario para diseñar espacios que sean funcionales y estéticamente en sintonía con el usuario. Pensemos que el confort está dado por los objetos situados en un determinado espacio. Lógicamente el espacio debe ser pensado también. Pareciera en esto del confort que ambiente + objetos debería ser una ecuación que lleve al usuario a disfrutar del mismo. Vuelvo al relato del comienzo, esa situación se da porque la galería me resguarda de la lluvia y el sillón posee características funcionales y connotativas que han generado dicha situación. Esto me permite retomar la definición expresada anteriormente sobre el **control percibido**, en donde el individuo, en tanto usuario de objetos determina ciertos comportamientos dados a través del uso del objeto en ese determinado ambiente y de mi propia subjetividad construida durante el trayecto de mi vida. En el sentido en que vengo exponiendo la temática, el objeto se vuelve una parte esencial del confort de los individuos, y, si nos remitimos a la definición llana del término, los objetos han permitido que la humanidad se alimente, se abrigue, pueda beber, etc. En síntesis, los objetos satisfacen necesidades, en tanto dichas necesidades condicionan el confort de la humanidad. Ahora bien, esto desprende otro interrogante:

¿Quién determina cuál es confort necesario?

La respuesta no es sencilla. Determinar cuál es el confort necesario y quién determina cómo debería ser dicho confort es un asunto complicado. Al hablar de “confort” la bibliografía se enfoca en los componentes objetivos en términos de viviendas o espacios de trabajo. En este sentido, como ya mencionamos, surgen aspectos acústicos, visuales y térmicos que constituyen lo que los especialistas en este campo determinan como las condiciones mínimas para realizar determinadas tareas. Pero más allá de este enfoque que, sin dudas tiende a mejorar la calidad de los espacios como por ejemplo las escuelas y que dichas condiciones contribuyan a que los alumnos tengan un mejor desempeño sustentado, en parte, por las condiciones adecuadas del espacio; se manifiesta otro aspecto del confort que tiene relación con aspectos sociológicos y psicológicos.

El concepto de **confort adaptativo** es un enfoque que se centra en una reducción gradual del organismo a las respuestas del ambiente⁹. Este enfoque detalla tres aspectos del confort adaptativo tal como exponen los investigadores G. S. Brager y R.J. de Dear (1998)

- 1) **Adaptación comportamental:** Son las acciones conscientes e inconscientes que las personas realizan para

⁹ <https://www.seiscubos.com/conocimiento/modelos-estadisticos-confort>

modificar algún aspecto del balance térmico, visual y acústico. Dado que somos seres tecnológicos un ejemplo de esto podría ser encender un ventilador o la luz de algún sector de la vivienda.

- 2) **Adaptación fisiológica:** Son cambios que se producen por determinadas exposiciones durante largos períodos de tiempo a condiciones ambientales. Podría decirse que se trata de un “acostumbramiento corporal” a determinados factores.
- 3) **Adaptación psicológica:** Son cambios en la percepción y la respuesta a la información sensorial recibida, debido a las experiencias y las expectativas de las personas.

Lo que se desprende a simple vista es que la apreciación del confort no es algo estático y que está fuertemente, ligado a la subjetividad de la sociedad, del grupo familiar, del contexto, de la economía, de la política, etc. En este sentido pensar en el **confort necesario** pareciera que se convierte en una cuestión más personalizada que globalizada. Se trata de un concepto que va moldeándose con los años y que obviamente está ligado a las expectativas e ideales de las personas y a los **valores aspiracionales**, que entre otras cosas se deben a la influencia de la propia sociedad. Los objetos en tanto, cosas que nos han acompañado y acompañan durante toda nuestra vida que nos definen y exponen como somos, se constituyen como la propia humanidad.

La descripción realizada al comienzo expone una situación en donde el sillón de estructura de hierro tubular y madera me

permiten sentarme y disfrutar de ese momento en ese contexto porque la concepción mental del confort necesario se ha adaptado en función de mi subjetividad. Puede decirse que la propia trayectoria de la persona va, de alguna manera, configurando el entorno objetual que define el confort necesario.

Ahora bien, este asunto del confort no es ajeno a la cuestión socioeconómica y saca de las sombras la cuestión controversial referida al binomio: igualdad – libertad: si somos libres no somos iguales y viceversa. En función de esto es posible vislumbrar líneas de reflexión más socialistas y liberales, en términos de contracultura, que podrían bocetar el confort necesario de las sociedades en relación a lo que las políticas determinen cómo lo necesario para la sociedad, lo que a la postre determina los objetos que nos rodean y de los cuales hacemos uso para nuestro confort.

Las palabras de Francois Babeuf (1760 – 1797) pueden dar una idea de lo que expreso:

“Es necesario atar la suerte de todos; hacer que la suerte de cada miembro de la asociación sea independiente del azar y de las circunstancias felices o desfavorables; asegurarle a cada hombre y a su posteridad, por numerosa que sea, todo lo que necesite, pero no más de los que necesite”

El pensamiento de Babeuf ha sido parte del *leitmotiv* del pensamiento socialista. Si nos detenemos a reflexionarla un poco en término del confort necesario, implicaría que es el Estado el que moldea las condiciones de confort, lo que implica que el paisaje objetual que nos constituye será el mismo para todos, en términos absolutos. Por otro lado, y como parte de la contracultura la mirada más individualista que deja libre que el concepto y el **confort necesario** se desarrolle libre en cada persona dado que surgen necesidades para satisfacer que quizás no sean las más modestas e imprescindibles.

Se puede pensar que la sociedad, en tanto expresión de la cultura vista en términos de códigos, costumbres, prácticas sociales, normas, reglas, etc.; influye en la determinación de lo que sería el confort necesario, que visto desde el mundo de los objetos, no hacen más que denotar qué somos qué hacemos, qué deseamos ser, qué necesitamos. En este sentido los objetos, como, por ejemplo: el sillón, satisface las condiciones de confort en términos ergonómicos y funcionales, pero también en términos simbólicos.

BIBLIOGRAFÍA:

2012: BAUMAN, ZIGMUNT: "Socialismo, la utopía activa" Nueva visión. Argentina.

<https://arquisejos.com/confort-arquitectura/>

<https://www.seiscubos.com/conocimiento/modelos-estadisticos-confort>

“Necesito que alguien me muestre las cosas en la vida que no puedo encontrar. No puedo ver las cosas que hacen la verdadera felicidad, debo estar ciego...”

PARANOID – BLACK SABBATH

LA INTERVENCIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL EN EL BIENESTAR SUBJETIVO

El bienestar subjetivo es un término que la ONU y OCDE han incluido como medida de bienestar y desarrollo de un país. ¿Qué es? / ¿Cómo se logra? / ¿Tiene que ver con la felicidad?

Hablar de Bienestar subjetivo implica observarlas desde 3 enfoques:

- 1) La asociación que surge, casi inmediata sobre el concepto de bienestar es con la felicidad.

Eudaimonia es el término griego que se lo vincula con la noción de bienestar, felicidad, prosperidad. Aristóteles relacionaba este concepto con los ideales de la vida.

“La eudaimonía aristotélica, se erige en el reconocimiento del hombre como un ser que, por poseer logos, es capaz de darse a sí mismo una configuración que deviene en un proyecto de vida.” Expresa Adriana Romero. Y continua:

“...se concluye que en el interior de la definición de eudaimonía, a saber, una actividad del alma racional conforme a virtud, se encuentra una invitación a cada hombre a hacerse cargo de la propia vida, orientándola en función de alcanzar la perfectibilidad que la naturaleza posibilita”

Desde esta mirada, la *eudaimonía*, en tanto una actividad humana, está relacionado con la calidad de vida percibida por la propia persona y sus motivaciones, pero también hace referencia a la realización de la persona en función de un proyecto de vida. Tiene que ver con una proyección de la vida para no tener que estar a merced de cuestiones azarosas.

- 2) El bienestar como la valoración del individuo de su propia vida en términos positivos. Tiene que ver con la valoración que hace el sujeto sobre la “satisfacción con la vida”. Los logros personales,

las expectativas que se desean alcanzar, es una valoración en términos “lo que se quiere ser”, en tanto medida de la felicidad.

- 3) Preponderancia de los sentimientos o afectos positivos sobre los negativos. Este enfoque está relacionado con los balances que hace el individuo sobre su vida. Puede asociarse a una práctica cotidiana en términos de valoración de los aspectos de la vida, pudiendo afirmarse la persona es más feliz si las valoraciones son más positivas que negativas.

Ruut Veenhoven define el bienestar subjetivo como:

“...el grado en que una persona juzga de un modo general o global su vida en términos positivos o, en otras palabras, en qué medida la persona está a gusto con la vida que lleva”

Siguiendo el enfoque de Veenhoven la acción de “juzgar” implica una evaluación que se lleva a cabo basándose en dos componentes: el cognitivo y el afectivo. El primero: “componente cognitivo” está relacionado con el pensamiento y se construye mediante la discrepancia entre las aspiraciones y los logros. Es una mirada global. El segundo: “componente afectivo” y está relacionado con el plano hedónico. Viene a significar cuánto agrado siente esa persona con sus sentimientos, emociones y estados de ánimo frecuentemente. Representa una mirada más puntual. El bienestar subjetivo se construye como una combinación de ambos.

Carol Ryff va un poco más allá del enfoque de Veenhoven. Pone la atención en la aceptación y el crecimiento personal y también en la adaptación e integración en su ambiente social, en tanto una red heterogénea de autoaceptación, sentido de la vida, crecimiento personal, autonomía, control sobre el entorno, reconocimiento, etc.

En función de lo expresado en relación al bienestar subjetivo surge el interrogante:

¿Pueden la relación con los objetos ser parte del medio que pueda contribuir a satisfacer el bienestar subjetivo?

En principio, la adquisición de un objeto(s) siempre responde a una necesidad. Término complejo que responde a 4 características, que están interconectadas.

1) Carencia: Puede verse como el estado de un ser en que se halla en ausencia de un elemento, y su consecución resulta indispensable para vivir en un estado de bienestar corporal (y a veces espiritual) pleno. Puede relacionarse con la tenencia de bienes y servicios, lo que decanta en la condición de bienestar y de cubrir las necesidades básicas. Otro aspecto relacionado con

la carencia y que nace con el capitalismo temprano en el siglo XVIII, es la conducta de COMPRA. Si existe la compra también existe un consumidor y como tal ese consumidor / usuario debe ser definido, conocido, estudiado. En función del estado de bienestar, la necesidad puede ser utilizada para manipular al consumidor en el acto de compra. Exponen carencias que pueden cuestionarse si, realmente son necesarias.

La necesidad como concepto es un elemento que dinamiza la conducta de compra de los individuos. Y el acto de “compra”, independientemente de lo que se adquiera es una acción que aporta satisfacción al comprador y es un elemento integración social, en tanto el estado de bienestar lo haga posible. Sumado a esto, la conducta de compra, en tanto “proceso de apropiación”, puede hacer que los objeto necesiten ser sustituibles.

2) Connotación polisémica: Desde esta línea podemos inferir dos cuestiones. La primera relacionada con el Psicoanálisis donde se aprecia una “pulsión de compra¹⁰” generada por el deseo. La pulsión, es un término utilizado para designar aquel tipo de impulso psíquico característico de los sujetos de la especie humana que tiene su fuente en una excitación interna y que se

¹⁰ Debe aclararse que el término “pulsión de compra” está utilizado metafóricamente, ya que la pulsión, desde el Psicoanálisis, refiere a un concepto límite entre los anímico y lo somático, siendo un representante psíquico de los estímulos que provienen del interior del cuerpo (una excitación interna), que necesitan ser suprimidos.

dirige a un único fin preciso: suprimir o calmar ese estado de tensión.

El deseo se convierte en uno de los elementos fundante de la condición humana. ¿Qué haríamos si no deseáramos? Podemos ver que la necesidad se convierte en expresión de deseo. El individuo transforma el deseo en su necesidad. Pensemos en un ejemplo clásico como la telefonía celular y sus prestaciones actuales.

La necesidad sería tener posibilidad de acceso a dicho equipo para poder estar comunicado y conectado de forma ubicua y así poder acceder a la educación en tiempos de pandemia.

El deseo sería que dicho equipo disponga de determinada calidad de cámara, de marca del equipo, de memoria y procesador, etc. Mientras el primero refiere a la privación de algo, el segundo refiere a satisfacciones específicas del individuo.

La segunda tiene que ver con la filosofía política: Está relacionada con la condición de “libertad humana”, en tanto se toman como necesidades que la sociedad debe procurar satisfacer o hacer posible que el individuo las satisfaga. O sea, lo que necesito no depende de mis pensamientos, sino de cómo funciona el mundo. Lo que necesito está en función de los lineamientos de la sociedad en la que pertenezco.

3) Estado dinámico: en esta línea podemos ver que existen las secuenciales: Abraham Maslow (1908-1970) fue un psicólogo estadounidense. Su contribución más conocida, dentro la psicología humanista, es la pirámide de las necesidades humanas, en la que el autor supone una secuencia de satisfacción y según

vamos supliendo las necesidades más básicas e imprescindibles para la supervivencia van surgiendo otras cada vez más complejas. Para Maslow una persona está motivada cuando siente deseo, anhelo, voluntad o carencia.

Se clasifica a las necesidades en orden jerárquico. En primer lugar, están las necesidades fisiológicas o básicas que si no se cumplen pueden generar problemas psicológicos y de salud y son más potentes. Sin embargo, son las que tienen menos impacto o significado para las personas que buscan la autorrealización. Cuando las necesidades fisiológicas, como el hambre, están cubiertas, las de 2do orden como la seguridad se transforman en la fuerza que domina la personalidad. Las necesidades del tipo sociales representan la voluntad de tener arraigo a un lugar, sentido de pertenencia a grupos, redes. Las de estima, que ocupan el 4to lugar, implica el reconocimiento de uno mismo. Se refieren a uno mismo (autoestima, autoaceptación y amor propio) y al otro (condición social, reputación, fama). por último, la de 5to orden, responden a la autorrealización y son complejas dado que varían de un individuo a otro. Es importante para este nivel, haber resuelto muchas necesidades previas. Tienen que ver con satisfacer nuestras propias necesidades personales, de desarrollar nuestro potencial.

Es necesario que se cumplan primero estas para poder acceder a niveles superiores. Una vez satisfechas, surgen las necesidades superiores y la persona se motiva para satisfacerlas.

“Es complicado que un chico piense la necesidad de educarse si pasa hambre”

Pero también están la combinadas: Manfred Max-Neef (1932-2019) fue un intelectual, economista, ambientalista y político chileno cuya mirada sobre las necesidades implica no concebirlas solamente como carencias, dado que eso sería un reduccionismo a lo fisiológico. El autor propone que las necesidades no son infinitas, ni responden a una jerarquía u orden.

En su mirada propone una tabla con dos criterios: 1) las necesidades existenciales: Ser - Tener - Hacer - Estar y 2) las categorías axiológicas: Subsistencia - Protección - Afecto - Entendimiento - Participación - Ocio - Creación - Identidad - Libertad.

La combinatoria puede darse por ejemplo en el caso de que le doy mi atención a alguien que le tengo afecto exista una combinación entre la necesidad del entendimiento y la necesidad de identidad.

4) Motor: Aquí vemos a la necesidad como vector que dinamiza. El descubrimiento de la necesidad hace aparecer en las personas un estado de carencia que implica un estado de tensión, desequilibrio y desajuste entre la propia carencia y la voluntad. Este descubrimiento de la necesidad surge por la percepción determinada por situaciones sociales, de una diferencia entre el

estado ideal o superador y el estado actual. En el marco de dicha percepción es dable distinguir la diferencia entre el deseo y la necesidad.

Por otro lado, dentro de la relación con los objetos y que traspasa la barrera de lo funcional y con ello la necesidad según como la hemos descrito lo constituyen esos objetos, que como dice J. Baudrilard son “el objeto amado”. Traspasar la barrera de lo funcional, siempre y cuando esa función sea eficiente y abstraerlo puede hacer que el objeto adquiera una nueva función de ser poseído y se convierta en un objeto de colección que satisfaga la necesidad desde otro lugar, cuestión que contribuye al bienestar subjetivo. Si pienso en algún objeto lo que me viene rápidamente es la cuchara de albañil de mi abuelo Oscar. La cuchara está forjada en su concepción, es del tipo n°6, lo que le da un largo de 150 mm x un ancho de 80 mm aproximadamente, con punta redonda, con mango de madera semidura y remates de acero zincado. La misma está gastada por el uso con cual la dimensión del largo ya no es la de fábrica, el mango de madera también denota el desgaste temporal y la geometría tiene la curva afectada más en el lado izquierdo que el derecho del eje de simetría, por el uso de continuo de 40 o 50 años. Me la obsequió cuando empecé a hacerme mi casa, algo del oficio sabía y él ya no trabajaba, la usé y ahora está en mi estudio en un estante. Observarla es revivir situaciones. Dejó de ser una cuchara para convertirse en un vínculo con el pasado. Y lo mismo podría decir del peine de roscas withworth de 55°, que me obsequió un

compañero, unos años antes de jubilarse, hoy ya fallecido, el cual utilicé durante años, y por miedo a perderlo, lo convertí en un objeto amado.

Ahora bien, ningún Diseñador Industrial piensa en esta dimensión al proyectar un objeto. Si la cuchara se hubiera roto el mango o se repara o va a la basura. Los objetos industriales pueden contribuir al bienestar subjetivo en la medida en que dicho objeto satisfaga la necesidad, ya sea como pulsión de compra, como estado de bienestar, como estatus social, etc.; lo que no garantiza es el tiempo y la intensidad del bienestar.

Pensemos en el celular, lo poseemos, no podemos salir sin el y si llegamos a olvidarlo...."algo nos falta". La dimensión práctica se cumple mediante el uso efectivo del celular y el **affordance** u **ofrecimiento** de la interfase y del propio objeto. También tenemos la **dimensión subjetiva** que es la que permitirá cumplir con las necesidades de integración (Max-Neef) de poder acceder, revisar, *likear*, comunicarse y cargar contenido en redes sociales. ¿Qué sucede cuando el sistema operativo, memoria, batería comienzan a o satisfacer dicha necesidad constante de pertenencia, mediada por el acceso a redes sociales en un dispositivo móvil, dado por el propio proceso de obsolescencia programada? Dicho objeto será desechable y habrá perdido toda valoración positiva, reiniciando la necesidad de adquirir un nuevo dispositivo; y el objeto que satisfacía, en parte, ese estado de bienestar subjetivo, ya no lo hace.

BIBLIOGRAFÍA:

2001: Revista Cubana de Medicina General Integral. versión impresa ISSN 0864-2125 versión On-line ISSN 1561-3038. Rev Cubana Med Gen Integr v.17 n.6 Ciudad de La Habana. “El bienestar subjetivo. Actualidad y perspectivas”. Guillermo Díaz Llanes

2002: Escritos de psicología. “El bienestar subjetivo”. Miguel Ángel García Martín. Departamento de Psicología Social. Málaga

2015: Revista de Investigación ISSN: 0798-0329. vol. 39, núm. 85, Universidad Pedagógica Experimental Libertador Caracas, Venezuela. “La concepción aristotélica de la eudaimonía en Ética a Nicómaco”. Relación entre vida activa y vida teórica. Adriana Romero.

https://elpais.com/elpais/2019/08/30/eps/1567180863_366859.html

<https://blogmapfre.com/salud/dispositivos-del-internet-de-las-cosas-para-el-bienestar-y-la-vida-saludable/>

Comprende. No pierdas el tiempo buscando esos años desperdiciados. Enfréntalo, ponte de pie y date cuenta, estás viviendo los años dorados.

WASTED YEARS – IRON MAIDEN

PSICOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE OBJETUAL

Una rama de psicología considera como objeto de estudio el comportamiento humano en su contexto físico-social inmediato. Desde este lugar podemos encontrar dos enfoques: uno determinista y otro posibilista.

El enfoque determinista implica que la variable ambiental es determinante en la influencia del comportamiento. O sea, que la conducta es determinada por el ambiente. Desde esta perspectiva surgen características como:

- El diseño y la planificación ambiental
- La percepción y cognición del medio ambiente
- Territorialidad

- Las emociones y el medio ambiente

El enfoque posibilista estudia los efectos de la conducta en el medio ambiente físico y natural, generando:

- Conductas ambientalmente responsables
- Actitudes y valores hacia el medioambiente
- Educación ambiental
- Creencias sobre el medio ambiente

“En este sentido se considera a la psicología ambiental como “la interdisciplina que se interesa por el análisis teórico y empírico de las relaciones entre el comportamiento humano y su entorno físico construido, natural y social” (Erick Roth U.: pág.64)

Surgen así dos modalidades: la primera que ubica a la conducta como *“efecto”* de las propiedades ambientales y la segunda que se sitúa como *“causa”* de las modificaciones.

Habría que preguntarse:

¿Qué rol para la psicología ambiental cumplen los objetos que configuran el entorno?

Los objetos, en tanto parte del “sistema”, proponen relaciones. Es imposible pensarse sin objetos, sin entorno construido, sería casi imposible pensar al ser humano sin algún “artefacto” que contribuya para realizar alguna acción que le es compleja de llevar a cabo sin ayuda adicional, en función de su naturaleza. El hombre existe en sus relaciones con sus pares y con otros componentes; dando lugar a una “conducta humana” como variable dependiente o como efecto de las condiciones del entorno. (Erick Roth U.: pág.65).

Dicha conducta [humana], en tanto dependiente o como efecto de..., bien puede presentarse como determinista si aceptamos que el medio ambiente tiene un efecto definitivo; pero también puede ser del tipo posibilista si produce algún tipo de reacción que permita una superación de las limitaciones del medio ambiente.

Bernd Löbach (1976:22) expresa:

“El hombre como individuo es un ser que actúa, y que a través de su actuación ejerce una activa influencia en su entorno, es decir, lo modifica. Esa actuación del hombre sucede en la mayor parte de los casos atendiendo a propósitos que desarrolla conscientemente, pero también influenciado por factores inconscientes, impulsivos y emocionales”.

El ser humano no es un producto pasivo del ambiente objetual, sino orientado hacia determinadas metas. Existe una relación de influencia mutua entre el ser humano y el ambiente objetual, dando lugar a un intercambio dinámico. Si pensamos que la conducta es una función ordenada de las condiciones ambientales, el diseño del espacio o del “paisaje objetual” son determinantes del comportamiento. Lo que decanta en el siguiente interrogante:

Si pensamos en términos de conducta:

¿Acaso la misión de los objetos no es la de iniciar y mantener actividades humanas?

Jean Baudrillard nos dice:

“El hombre no está libre de objetos, los objetos no están libre de los hombres”

Es el ser humano el que garantiza la coexistencia medioambiente – hombre, personas.

El diseño del paisaje objetual del espacio puede llegar a ser conducido hacia una disposición tendenciosa respecto de alterar la probabilidad del comportamiento; así lo denota Kerpen & Cols. (1976) cuando asumen que el ambiente físico constituye un

instrumento terapéutico, lo que deja vislumbrar entre líneas es que podría manipularse, en función de intervenir en el comportamiento, generando patrones de actividad y conducta.



Las imágenes precedentes distan 120 años una de otra, más allá de la desconexión temporal entre ambas y sin entrar en reflexiones estrictamente pedagógicas respecto de las figuras,

podemos observar que ambas constituyen un paisaje objetual, un entorno, en este caso educativo. La imagen superior responde a los inicios de la Educación en la Argentina y el entorno objetual representa el “orden”. Había una necesidad de ordenar y educar a la sociedad argentina que gozaba de gran cantidad de inmigrantes y requería gestarse cierto orden institucional y cívico, y el comienzo estaban en la escuela, es por ello que los pupitres están dispuestos en filas de forma fija, en donde los comportamientos y acciones están limitadas por la disposición del aula. La figura inferior, mucho más actual, corresponde a un aula finlandesa, la misma expone un entorno objetual que parece brindar más grados de libertad en cuanto a las acciones que se permiten en el aula escolar y como recursos pedagógicos, claramente puede inferirse que, esta última, es mucho más informal respecto de lo postural.

Surge como distinción que: si pensamos que el paisaje objetual, en tanto parte del ambiente físico diseñado, el cual es abordado con el uso creativo de factores la forma, color, texturas, escalas, proporciones, etc.; actúa como estímulo¹¹ para el comportamiento. Aceptar que el medio físico y artificial actúa, como ya se expresó, como estímulo para provocar determinados comportamientos o respuestas, implica que se tenga adquirido

¹¹ Cualquier objeto o evento que se encuentra a nuestro alrededor y causa una reacción llamada respuesta.

alguna cognición ambiental, en tanto es un constructo que las personas y grupos desarrollan acerca de los ambientes.

Surge otro interrogante:

¿El ambiente constituido por el paisaje objetual determina y afecta la conducta?

Sabemos que el ambiente es todo lo que rodea a las personas. El término ambiente tiene una dimensión amplia abarcando entorno físico, biológico, social y cultural. Los objetos cotidianos son una parte de dicho ambiente, dando lugar a lo que Roger Baker denominó como **sinomorfía** y refiere a que los objetos que nos rodean (utensillos, equipamiento, artefactos, etc.) facilitan la actividad que se desarrollará.

Cómo mencionó Gibson (1979) en relación a los **“ofrecimientos”**

“Las superficies que rodean al sujeto le proporcionan una serie de oportunidad para comportarse”

Por otro lado, podemos considerar a las personas como “un ser finito que desarrolla su subjetividad en un proceso de interiorización, estimación y reflexión resignificante que se

caracteriza por la continuidad, creación y ruptura” (Grana, R. 1997).

En este sentido Pineda / Pineda expresan:

“El ‘entorno objetual’ es un espacio de configuración de relaciones entre objetos, y entre éstos y los individuos, cuya compleja interacción da cuenta de los modelos de acción y patrones culturales que se institucionalizan en la vida del sujeto –como elementos de normalización en la cultura y/o como instrumentos de diferenciación y producción de subjetividad gracias a la capacidad del objeto de funcionar como un enunciado generador de realidad, de acción, de saber y de estética en la esfera privada y el mundo cultural.”

De la interacción de las personas con el ambiente surge la calidad de vida¹² siendo el resultado de una interacción constante entre los distintos factores (económicos, sociales, necesidades individuales, colectivas, condiciones emocionales, condiciones de salud – enfermedad ya sea en forma individual y social). Los objetos, sabemos constituyen un paisaje y definen un entorno y que es parte del resultado de la calidad de vida (lo cual responde a un concepto multidimensional y dinámico, tal cual expresa la O.M.S) y de las condiciones socio económicas de las personas.

¹² O.M.S., en el año 1994 propuso la siguiente definición de calidad de vida: “Percepción del individuo sobre su posición en la vida en el contexto de la cultura y sistema de valores en el cual él vive, y en relación con sus objetivos, expectativas, estándares e intereses”

Esto lleva a asociar la calidad de vida con el estado de bienestar (welfare state), que es un término acuñado en Inglaterra en el año 1945, luego de la 2da GM y se relaciona con la cuestión de la “asistencia social” para cubrir las necesidades básicas.

Se puede apreciar que en la interpretación de las imágenes escolares es posible predecir las conductas o comportamientos que se esperan en función de las posibilidades que brindan los objetos diseñados, como parte esencial del entorno. En esta línea, analizar un entorno objetual determinado y en función de los comportamientos¹³ permite detectar necesidades individuales y grupales para mejorar la calidad de vida, término polisémico ya que tiene factores objetivos y subjetivos que al ser la resultante de la interacción hombre – medio (en sentido amplio) permite inferir conductas y patrones. Este campo, necesario para nuestra disciplina, se presenta de gran utilidad para pensar espacios escolares, hospitales, viviendas, salud, etc., también es relevante para pensar los objetos individuales, ya que dicho objeto, en su forma individual, es parte de un paisaje.

No existe posibilidad de disociar un objeto de las conductas que el mismo promueve. Cualquier objeto dotará al usuario de un nuevo cambio conductal. Por ejemplo: si tomamos el caso del “walkman” de la firma SONY, es un producto realizado a pedido

¹³ Campo que se conoce como dentro de las Ciencias Sociales como “Entorno y Conducta” (Enviorement & Behavior).

por un ejecutivo de la firma que viajaba mucho y gustaba de escuchar música clásica en los viajes.

www.mimecanicapopular.com

Un Estéreo deportivo y portátil
¿No ha oído Vd. hablar del nuevo y sensacional grabador estereofónico Sony para "cassettes"? Es un aparato de una despreocupada alegría, que combina su grácil elegancia portátil con una fenomenal sonoridad estereofónica, y es ideal para los deportes, el trabajo y las distracciones.

Para todo el mundo
"Soundabout" es adecuado para todos, muchachos y muchachas, de cualquier edad. Sus ligeros y desconectables auriculares le envuelven a Vd. y sus amigos en una impresionante sonoridad estereofónica. Y con el formidable botón "Hot Lane" pueden conversar tranquilamente, uno con otro.

En todas partes
"Soundabout" es el inseparable aparato estereofónico que se puede llevar al cinturón o colgarse del hombro con su propia correa. Es elegante y ligero, que no podrá separarse de él, ni para ir de compras o de viaje, ni en sus fiestas y vacaciones.

En todo momento
Siempre que desee escuchar una música pura e íntima en estereofonía, no tiene más que encender su "Soundabout" para apreciar su sensacional calidad sonora. ¡Qué hay que oír para convencerse! Se llama "Soundabout."

SONY.

STEREO
SOUNDABOUT

<https://www.mimecanicapopular.com/vergral.php?n=1813>

El objeto fue revolucionario en ventas y en conductas en función de lo que permitía realizar.

“El 1 de julio de 1979 llegó a las tiendas el TPS-L2 por un precio de 150 dólares (algo menos de 500 dólares, ajustado a la inflación actual). Era un reproductor de casetes estéreo, metálico, de color gris y azul, y al que se podía enchufar unos auriculares. Funcionaba con dos pilas AA y, lo más importante de todo: cabía en un bolsillo”.

Fuente: https://www.eldiario.es/cultura/musica/40-aniversario-walkman-historia_1_6085613.html

Los patrones de conducta en la sociedad manifestaron cambios a partir del objeto. Por ejemplo, realizar actividades físicas, traslados al trabajo, andar en bicicleta y hasta realizar determinados trabajos escuchando música; desde lo conductual podemos inferir que el objeto si bien permite hacer que la música nos acompañe en todo momento y poder compartirla, es cierto que también genera manifestaciones de introspección al aislarnos del resto.

Podríamos decir que este objeto, “el walkman”, producto que estuvo enfocado para la juventud en su lanzamiento, ha afectado la conducta de los usuarios y ha introducido nuevos patrones de conducta. Una reflexión similar podríamos realizar respecto de la telefonía móvil cuyo fin actual es estar conectados mediante redes sociales. Imaginemos la adquisición de una exprimidora de jugos, la misma se dispone en la mesada, a la vista, se luce y forma parte del paisaje objetual. Puede inferirse que la exprimidora, en

tanto parte de un escenario conductual¹⁴ abre la posibilidad de introducir nuevos patrones de conducta alimentaria más sanas y que quizás los integrantes más chicos del grupo familiar adquieran actitudes nuevas frente a la ingesta de frutas, como parte de una dieta diaria, propendiendo a determinadas acciones conductuales. La exprimidora de jugos me trae el recuerdo de la licuadora de mi mamá. Era de cuando se casó (1971) y yo la tuve hasta hace algunos años atrás. Verla en mi niñez, era como ver un trofeo expuesto en una vitrina, solo que estaba en la mesada. De porte imponente, robusta, de organización formal lineal – vertical, de carcasa de aluminio y el ruido era sinónimo de que todo lo que iba allí adentro era destruido, triturado. Esperar un licuado era un elixir para mí y el ruido infernal que se escuchaba

¹⁴ *Barker (1968) desarrolló el concepto de escenario conductual, el cual se define como un lugar diseñado y equipado adecuadamente para permitir cierta actividad social, de tal manera que lugar y conducta se encuentran intrínsecamente asociados. El lugar, la conducta de los habitantes y el programa de la cultura están estrechamente vinculados, de tal manera que la conducta de cierta clase, tiene lugar en cierto lugar físico de acuerdo con lo estipulado por las concepciones, costumbres, valores y creencias de la cultura. Esto implica que el comportamiento de las personas es más predecible por el escenario conductual en el cual se encuentran en un momento determinado, que por cualquier otra variable.*

La ciudad: Un análisis teórico desde la psicología ambiental / Serafín J. Mercado D.
/ Alejandra Terán A. / Ana Maritza Landázuri O. / UNAM

al girar la perilla y oprimir el pulsador de baquelita, desde el patio era la señal de que se venía el licuado de bananas con leche...los objetos tienen ese poder.

Para nosotros, los Diseñadores Industriales, las necesidades son el punto de partida. Ya sea una necesidad de un cliente que desea vender un producto o una necesidad subyacente en el producto mismo. Lo que está en claro es que las necesidades para los individuos se relacionan con la calidad de vida y eso tiene que ver con la percepción que la persona tiene de la vida.

BLIOGRAFÍA:

1969: “El sistema de los objetos “. Jean Baudrillard. Mexico. Siglo XXI editores.

1981: “Diseño Industrial. Bases para la configuración de productos industriales” Bernd Löbach. España. G. Gili,

2000: “Psicología ambiental: interfase entre conducta y naturaleza”. Eric Roth. Revista Ciencia y Cultura versión impresa ISSN 2077-3323

2007: “La ciudad: un análisis teórico desde la psicología ambiental “. Serafín J. Mercado D.; Alejandra Terán A.; Ana Maritza Landázuri O. UNAM

2010/12: “La imagen de la vida cotidiana o la estética del narcisismo”. Fabrizio Pineda and Edgar Pineda. Revista internacional. www.sens-public.org.

OBJETOS REFERENCIADOS:

