

NI

TODO SE - DISEÑA



Primera Edición: Noviembre 2021

Teoría Del Diseño Industrial III

Digital

*Reservado todos los derechos. No se permite reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información, ni transmitir alguna parte de esta publicación cualquiera sea el medio empleado- electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, etc. Sin permiso previo de los titulares de los derechos de propiedad intelectual
Título original: TODO SE DISEÑA*

© UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO . 2021

ÍNDICE

Introducción

Perfil de autores

Una mirada a través del UX

Interacción vivida, factores del UX

Diseño de experiencia a medida del tiempo

El Diseñador como ente real en los productos

El Diseño y su visión imperceptible

Referentes principales

INTRODUCCIÓN

El diseño es una disciplina de matices y cambios, la cual busca resolver problemas y conformar o reformar contextos, esto por medio de un sinfín de interacciones, pensadas y analizadas desde múltiples frentes, es por esto, que la visión antigua del que es el diseño industrial merece ser revisada. Hoy día atravesamos una época histórica de revoluciones tecnológicas e innovación social sin precedentes, por esto mismo el manejo de experiencias y estímulos deben ser bien abordados por nosotros los diseñadores con el fin de construir experiencias agradables y de valor, haciendo necesario el conocer formas de construcción de experiencias, entregando a los usuarios de nuestros productos, no solo un objeto sino la materialización de sus deseos. Es por esto que se hace imperativo el conocer nuestro contexto, nuestra historia y las características de nuevas formas de abordar y pensar el diseño.

Los siguientes artículos, presentan visiones y perspectivas del diseño alimentadas por teóricos y referentes, especialmente enfocados al diseño de experiencia, sin olvidar ni dejar de valorar elementos periféricos y que apoyen a dicha teoría de diseño, esperando que los lectores vean nutrida su perspectiva sobre la construcción proyectual.

PERFIL DE AUTORES



Santiago Herrera Tinjaca
Diseñador industrial en formación, con enfoque en diseño social, investigación e ilustración tradicional.



Valeria Suarez Grajales
Como estudiante de diseño industrial tengo un enfoque en el desarrollo de proyectos y productos desde la parte objetual en combinación con métodos de investigación con el propósito principal de identificar necesidades y generar soluciones adecuadas.



Jhonatan Mauricio Aldana Aguilar
Diseñador industrial en formación de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, con enfoque de analizar, sintetizar y desarrollar conceptos de innovación en las diferentes áreas de producto, de acuerdo a la situación estudiada del entorno.



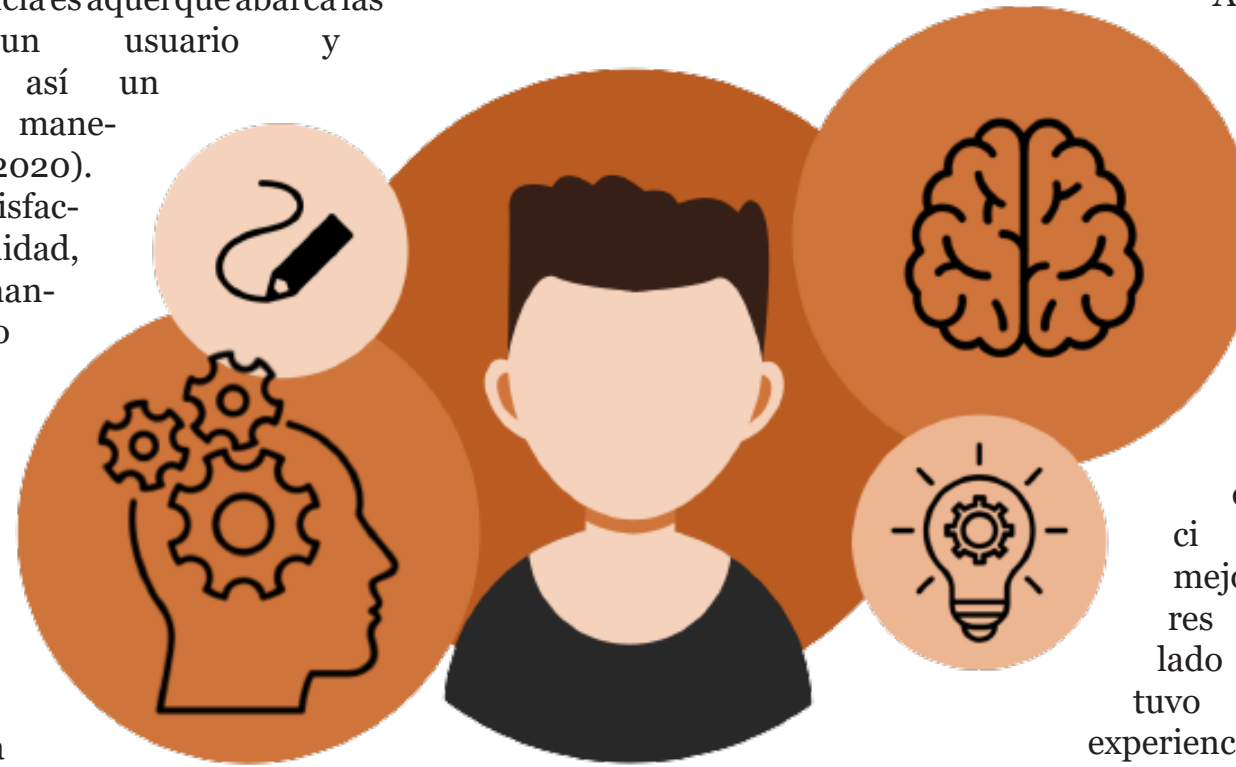
Sergio Andres Castro Torres
Diseñador industrial con formación en la Universidad Autónoma de Colombia, y actual progreso en la Jorge Tadeo Lozano, actor y enfocado hacia el diseño experiencial



Camila Garzón Santos
Diseñadora industrial, apasionada por la fotografía, la pintura, los atardeceres, ilustraciones, las manualidades.

UNA MIRADA A TRAVÉS DEL UX

Actualmente son muchas las definiciones que tiene el diseño de experiencia. El diseño UX es una practica empática diseñada para resolver problemas humanos y comerciales, eliminar obstáculos y fricciones de los objetivos deseados del usuario entregando disfrute en el proceso. (WooCommerce, S. W. B. (2020, 19 noviembre). About User Defenders: Podcast. User Defenders – UX Design & Personal Growth. <https://userdefenders.com/about/>) El diseño de experiencia es aquel que abarca las relaciones que se generan entre un usuario y su entorno, producto, o empresa creando así un vínculo que tendrá impacto en la manera en la que la esta será percibida (Acámica, 2020). El objetivo de este es mejorar la satisfacción y lealtad del usuario a través de la utilidad, facilidad de uso y placer, proporcionando la correcta interacción con los productos o servicios. Aunque las definiciones sean muchas todas tienen términos en común los cuales nos ayudan a entender de manera optima lo que es y a lo que se refiere el diseño UX los cuales son procesos, usuario, experiencia e interacción. Al momento de diseñar se debe tener en cuenta que no estas diseñando para ti, sino para el usuario, por ende, es necesario conocerlo y entenderlo, de esa manera se diseñara de manera óptima un proceso interactivo para generar una buena experiencia con un producto o servicio.



Aunque pareciera que el diseño de experiencia es un término nuevo no lo es, su historia se remonta al año 4000 Ac con el feng shui, una filosofía China que se refiere a la disposición espacial de los objetos en relación con la energía, los individuos se centran en la manera de configurar sus muebles en relación con otros objetos optimizando el flujo de energía, armonizando con su entorno, obteniendo influencia positiva. Seguimos con Leonardo da Vinci en el año 1430 donde el duque de Milán le encargo que diseñara una cocina para una fiesta de alta alcurnia, da Vinci diseño unas bandas transportadoras para mejorar la experiencia de los preparadores facilitándoles transportar los elementos de un lado a otro sin complicaciones, aunque no tuvo un buen resultado la idea de hacer que la experiencia de los preparadores fuera mas fluida nos es un claro ejemplo de diseño de experiencia. 1948 la compañía Toyota tenia sus sistemas de producción establecidos centrados en el ser humano, pero tenía la característica que era posible para los trabajadores pararsusactividadesparadarsugerencias,porende,lavozdelusuarioeraescuchada.En 1966 antes de crear el parque temático Walt Disney tenia en mente crear un lugar donde las familias puedan unirse, todo esta pensado meticulosamente donde hacen realidad su lema deellugarmasfelizdelatierra,nosoloporsusatracciones,tambiénporlosrecuerdosque creas ahí.

Es imposible hablar de la historia de diseño de experiencia sin mencionar a Don Norman, en 1995 Norman trabajaba en apple donde creo el rol de arquitecto de experiencia de usuario y en cierto sentido también acuñó el termino de “experiencia de usuario”, en su libro el diseño de las cosas cotidianas dice que no se debe pensar únicamente en la estética, es necesario pensar en la usabilidad y la funcionalidad de lo diseñado. (UX en español, 2020). Continuando con la historia del UX en 2007 SteveJobsanuncioellanzamientodel primer teléfono inteligente, el Iphone, este cambio la manera de ver los celulares, los teclados físicos fueron reemplazados por pantallas táctiles causando así una nueva manera en que las personas interactúan con sus teléfonos. El diseño de experiencia no es un rol para una sola persona, es un trabajo en equipo porlotantoexistendiferentesroles,eldiseñadorUX,eldiseñadorUI,investigadorUXy escritor UX. Diseño UX/UI: qué es y cuáles son los distintos roles. El diseñador UX es un generalista, se encarga de la estructura completa de todo el proceso de diseño, el diseñador UI crea los diseños “pixel perfect”, lo cual va alineado con el resto del producto, son diseñadores más visuales, el investigador UX utiliza metodologías de investigación cualitativas y cuantitativas para proporcionar información real del usuario, por ende se toman decisiones basadas en datos reales y no hipotéticos, y por ultimo esta el escritor UX el cual se encarga de las palabras en el producto o servicio y las pautas editoriales



Al momento de hablar de diseño de experiencia es necesario hablar de Jakob Nielsen y sus 10 heurísticas de la usabilidad para el diseño de interfaces, a estas se les llama heurísticas ya que son reglas generales y no pautas de usabilidad.

- Mantener un estado de sistema visible: el diseño siempre debe mantener informados a los usuarios sobre lo que está sucediendo en cada momento de la acción
- El sistema y el mundo real deben coincidir: El diseño debe hablar el idioma de los usuarios. Utilice palabras, frases y conceptos familiares para este
- Darle control y libertad al usuario: es necesario para que haya mayor interacción del usuario con el producto o servicio
- Consistencia y estándares: significa que los usuarios no deben preguntarse si diferentes palabras o acciones significan lo mismo
- Prevención de errores: se deben eliminar las condiciones propensas a errores o revisarlas evitando que ocurran problemas en primer lugar.
- Reconocimiento en lugar de recordar: es necesario minimizar la carga del usuario de recordar haciendo visibles los elementos de interacción y su acción reacción
- Flexibilidad y eficiencia de uso: Los procesos se llevan cabo de diferentes maneras, de modo que las personas puedan elegir el método que les funcione, el diseño pueda satisfacer a todos los usuarios.
- Diseño estético y minimalista: Las interfaces no deben contener información que sea irrelevante asegurándose de mantener el contenido y la parte visual.
- Ayudar a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de errores: Los mensajes de error deben expresarse en un lenguaje sencillo y preciso
- Ayuda y documentación: aunque el buen diseño no debe dar explicaciones de uso es necesario proporcionar datos para ayudar al usuario a completar la acción.

Estas heurísticas son importantes para ver el buen desarrollo del producto o servicio, para entender el estado en el que se encuentra el producto, identificar problemas y proponer soluciones ya sean de usabilidad o funcionalidad

En el diseño de experiencia una etapa muy importante es la parte investigativa, es necesario realizar un proceso investigativo desde el comienzo para obtener resultados positivos ya que de aquí obtenemos los requisitos para el proceso de diseño y la experiencia a generar, esto se logra entendiendo a los usuarios, el contexto y como abordan su día a día, de esta manera se evita que el diseñador diseñe para si mismo y recuerde para quien realmente está diseñando (UX Design Courses & Global UX Community. (2002). The Interaction Design Foundation. <https://www.interaction-design.org/>) para realizar un trabajo investigativo existen decenas de metodologías y formas de obtener información de los usuarios como lo son las entrevistas, los mapas de empatías, el blue print las encuestas entre otros (Diseño de Experiencia de Usuario (UX) -. (2020, 20 julio). Blog de Interactius UX. <https://blog.interactius.com/disenio-ux/home>) entre estas metodologías también existe el doble diamante que cuenta con 4 etapas, descubrimiento, definición, diseño y entrega, este no es un sistema lineal ya que puedes estar diseñando y volver a definir algún detalle si es necesario.

En la actualidad algunos de los ejemplos de diseño de experiencia son Airbnb una plataforma que ofrece miles de ofertas de alojamiento alrededor del mundo, Word o wordcraft un juego online que de la mano con innovación tecnológica en UX se popularizo como uno de los favoritos y Starbucks donde mas que café vende una experiencia al cliente desde el momento n que entra a algún establecimiento. En el libro las políticas de lo artificial Margolin (2002) nos habla acerca de 2 dimensiones que tienen las personas las cuales se deben tener en cuenta al momento de diseñar, la primera es la operativa que abarca toda la etapa de la utilización de productos físicos para la realización de actividades y la segunda es la dimensión reflexiva la cual va incluso más allá ya que observa el como una persona piensa, siente o reacciona frente a un algo. Ambas toman en cuenta ciertas condiciones y cualidades para probar la “experiencia” que se está practicando pero la primera es mas limitante ya que va hasta donde el producto pueda llevar al usuario mientras que la segunda tiene como limite la imaginación y el pensamiento del usuario mismo lo lleven.



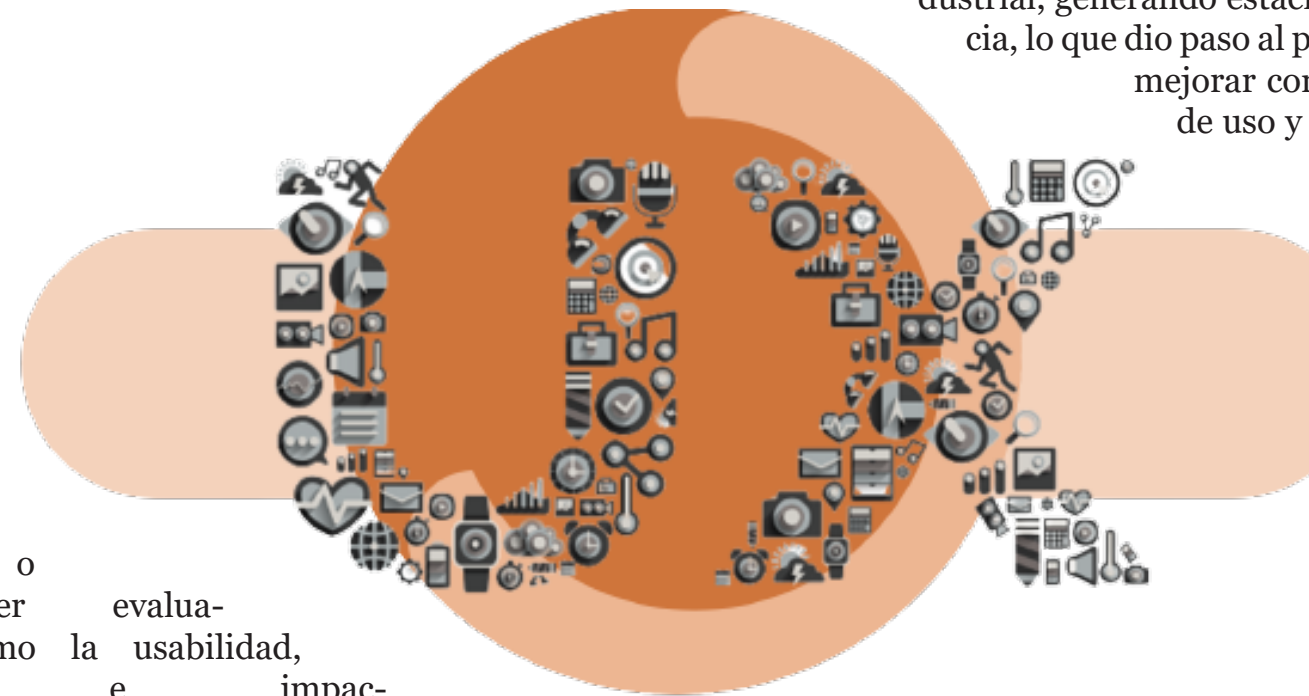
Por otro lado en el libro Don't make me think Steve Krug (2005) Nos habla acerca de la primera clave de usabilidad es no presentar interrogantes al usuario ya que aumenta el trabajo cognitivo de este y los distrae de la tarea a realizar, nos habla de como los usuarios por lo general tienen prisa y quieren encontrar la información relevante cuanto antes, por lo tanto no toman la decisión optima sino la que les parece mas razonable (satisficing) y no gastan tiempo en averiguar el funcionamiento de las cosas, por el contrario se las arreglan sea esa manera que encontraron la manera correcta o no lo que nos lleva a la creación de una jerarquía visual donde lo más importante es lo que más destaca, lo que está relacionado lógicamente también lo está visualmente y al final todo se engloba visualmente bien para que queden delimitadas las partes que pertenecen a cada bloque.

Ambos libros nos hablan de la correcta manera de realizar una experiencia para un usuario X, con diferentes maneras de desarrollarlo, la gran diferencia podría decirse que se evidencia en que Krug hace mayor referencia a un objeto o una pagina web, mientras que Margolin nos habla de que hay algo más allá que solo lo tangible, que también se es posible diseñar para la parte reflexiva del usuario, por ende son enfoques totalmente diferentes acerca de esta metodología de diseño.

INTERACCIÓN VIVIDA, FACTORES DEL UX

Desde que el humano es consciente de su corporalidad y capacidad de interacción siendo un bebe iniciamos un largo camino de aprendizaje y especialización escalonado, es así de importante el nivel de nuestra interacción con el mundo, que existe un complejo campo del diseño que se enfoca en las interacciones del humano con su mundo. Es este campo del diseño el que se tocará en el siguiente texto, el diseño de interacción y la experiencia de usuario, sus características, objetivos y conceptos centrales.

El UX o experiencia de usuario se puede definir como el conjunto de efectos provocados como resultado de una interacción del usuario con un sistema o producto que puede ser evaluado desde diversos aspectos como la usabilidad, utilidad, funcionamiento e impacto emocional. Que son tenidos en cuenta al momento de diseñar dicho sistema, estos elementos en sí mismos son variables por aspectos socio culturales e incluso intrapersonales lo que imposibilita el diseño de experiencia de usuario, dejando en claro que las experiencias no se diseñan, sólo se pueden experimentar y estas experiencias son mediadas por interfaces desde las cuales el diseño entra en acción, mediando los aspectos de interacción usuario-computadora para aproximarse a la mejor experiencia de usuario posible. Para comprender el UX es necesario definir los aspectos que configuran el diseño de la interacción y mostrar el ciclo de diseño usado en esta teoría.



El término de diseño de interacción se acuña a los diseñadores Bill Moggridge y Bill Verplank a principios de los años 80 buscando aplicar teorías del diseño industrial en productos manejados por software, enfocándose en la HCI (interacción humano-computador) buscando hacer más eficientes las interfases para el uso cotidiano.

Para el caso del UX sus orígenes se pueden remontar varios años atrás, estableciendo raíces en medio de la segunda revolución industrial a inicios del siglo XX dado el constante ritmo de innovación e incorporación de herramientas y tecnologías nuevas haciendo imperativa la optimización del aprendizaje y eficiencia en su manejo para mejorar la producción industrial, siendo un referente de estos inicios Frederick Taylor quien escribe en 1911 los principios de la gestión científica donde explora sobre la ges-

tión sistemática como una solución a problemas de eficiencia de la producción industrial, generando estaciones de trabajo ordenadas y pensadas en la eficiencia, lo que dio paso al pensamiento del puesto de trabajo como un lugar que mejorar con aspectos de legibilidad, facilidad de aprendizaje y de uso y la reducción de errores reduciendo también la accidentalidad de las líneas de

producción con un propósito económico pero generando experiencias de uso más cómodas para el operario.

Varias décadas después donald norman acuña el término diseño de experiencia de usuario buscando cubrir todos los aspectos de la interacción humana participando en un sistema y escribiendo en 1990 Psicología de los objetos cotidianos el cual sigue siendo un referente sobre el UX a día de hoy.

La UX tiene por objetivo lo ya descrito a lo largo del texto, generar los más altos niveles de calidad de interacción humano-máquina buscando reflejar el uso real del objeto desde su diseño y lograr las respuestas deseadas, para esto esta teoría de diseño otorga una herramienta esencial, una plantilla de su proceso de diseño, el cual está inicialmente previsto de 4 etapas; análisis, diseño, prototipado y evaluación.

Estos 4 aspectos no son establecidos en línea, sino como un ciclo repetitivo que busca múltiples iteraciones para lograr el resultado más cercano a lo deseado, esto representado en cada etapa en 3 sentidos, una iteración de su propia etapa, una iteración con la etapa anterior y un paso a la siguiente etapa, esto crea un proceso que diseña, construye, testea y comprende lo sucedido para mejorar la experiencia hasta un resultado satisfactorio, este proceso es interdisciplinario dada la convergencia de su proceso y la multiplicidad de factores que atraviesan el proyecto.



El diseño no es un elemento que se aplique a capricho del proyectista, un diseño correcto solo puede ser visto como correcto a ojos del usuario, quien consuma un producto, quien olvide por un momento que lo que sostiene es un producto de diseño y pase a ser un elemento de su día a día, que le despierte en su subconsciente una serie de sentimientos y le de pie a historias que recordara en un futuro. El diseñar para un contexto específico y con claridad de lo hecho y buscado es crucial, el humano varía de condiciones, ideologías, cultura y un mundo entero de factores, que obligan al diseñador a pensar y ordenar ese mundo, construir con lógica y creatividad un rompecabezas mental.

A opinión propia eso es el diseño, darle corporeidad a utilidades y hacer puentes entre ideas y sentimientos, poder tomar decisiones en base a una profunda investigación de los deseos, posibilidades y necesidades a las que poco a poco se les da orden y construyen experiencias. Ninguna decisión debe quedar al azar, la textura de una herramienta, el color de unos botones, el tamaño de una interfaz y muchos más aspectos que constituyen una futura experiencia, es por esto que el rescatar el UX es importante.

El UX busca comprender cómo ciertos estímulos y elementos pueden detonar unos tipos específicos de respuestas encaminando el producto a la experiencia deseada, aprender cómo las piezas del rompecabezas pueden unirse de la mejor manera posible y conectar a las mentes y corazones de los usuarios

DISEÑO EXPERIENCIAL A MEDIDA DEL TIEMPO

En **4000 A.C** Feng Shui es una filosofía china del Feng. Esta hace referencia a la disposición espacial de los objetos en relación con la energía tanto de los usuarios con el contexto. En la práctica trata de hacer que el entorno sea óptimo, armonioso o fácil al momento de usar. Abarca desde el diseño, los materiales, colores, usabilidad y demás factores requeridos para que los usuarios se sientan conformes.

En **500 A.C** en la antigua Grecia hay evidencias que las civilizaciones diseñaron sus herramientas y lugares de trabajo con normas ergonómicas en el siglo V A.C. así logrando una optimización del bienestar humano y el rendimiento general del sistema.

A principios del **Siglo XX** aparece un pinero del Taylorismo, el cual hacen que el trabajo humano sea más eficiente. Aparece un libro de “principios de gestión científica” de Frederick Taylor. Generó diferentes interacciones para hacer que el trabajo humano sea más eficiente, además de hacer diferentes estudios sobre las interacciones entre trabajadores y herramientas.

El UX inicio alrededor de **1900**, a mediados de la Segunda Revolución Industrial. Durante este periodo cada vez se incorporaba más máquinas y herramientas para hacer tareas de producción industrial. En cuanto el uso de las máquinas era mayor su uso y se generaban líneas de trabajo mas eficientes y rápidas, esto aumentaba la producción de objetos y elementos para los usuarios. Para esto era importante optimizar la facilidad de uso y la eficiencia de las máquinas para así mejorar la producción de bienes y servicios. Después de unos años se ve como el UX se aplica para mejorar la facilidad de uso de los primeros aparatos de telecomunicaciones como el telegrama y el telégrafo. Se empezó a aplicar en el campo de la ergonomía, la cual es una disciplina encargada en el estudio de las condiciones de adaptaciones de un lugar de trabajo, una máquina, un vehículo, a las características físicas y psicológicas del trabajador o del usuario, esta disciplina vincula al campo de diseño para que las tareas, herramientas o lugares de trabajo sean aptos para todos los usuarios y no generen fatigas en los usuarios, vinculando características fisiológicas, anatómicas y psicológicas del usuario. La ergonomía se unifica con el UX en cuanto a la fabricación de herramientas o mobiliarios siendo adaptable al cuerpo humano.

En **1911** Frederick Taylor escribió “Los principios de la gestión científica” alegando que la gestión sistemática era la solución a la ineficiencia. Aunque el Taylorismo ha sido criticado por convenir a las personas. Su enfoque esta principalmente dado por optimizar la relación entre las personas y sus herramientas y sugiere algunos principios importantes del UX. Estudia el tiempo y movimiento para mejorar la eficiencia de la industria.

En **1916** Frank Gilbreth y Lillian Moller modifican el trabajo, haciéndolo en procesos más pequeños, rápidos y fáciles, estos procesos van desde la construcción hasta el trabajo clerical. Estos parámetros e ideales iniciaron en la primera guerra mundial y así mostraron como ensamblar y desarmar las armas en cualquier circunstancia que tuvieran.

En **1919** fue fundado Bauhaus que sentaría bases de las profesiones de gráfico e industrial. Uno de sus ideales es “la forma sigue la función” y con eso anuncian el diseño basado en la usabilidad.

En **1936** Alan Turing desarrollo la primera Maquina de Turing la cual es un modelo computacional que modifico la historia y la experiencia de los usuarios con nuevas técnicas y tecnologías que iban a ser los primeros pasos y acciones para llegar a lo que hoy en día tenemos. Con esto se definió la teoría de la primera computadora y la inteligencia artificial.

En **1940** nos trasladamos a Troya cuando desarrollaron el sistema de producción centrado en el ser humano, el cual busca tener una eficiencia óptima en el lugar del trabajo. Este se basó en el respeto de los puestos de trabajo, el aporte humano se convirtió en algo crucial y activo. Así mismo dentro de las empresas y bandas de trabajos tomaran la decisión de detener la producción al tener una sugerencia hacia el trabajo mismo que se estaba realizando, así mismo cuando los diseñadores prueban la usabilidad de un producto de UX. Esto hizo que se llame la atención de los usuarios.

En **1943** aparece Alphonse Chapanis el cual fue uno de los padres de la Ergonomía y Factores Humanos, muestra el “error de piloto” que lo que busca es reducir los controles de los aviones. Le Corbusier crea el modulator, este es la escala antropométrica para crear espacios adecuados para la gente.

En **1947** John E. Karlin colaboro al perfeccionamiento del moderno sistema de marcación numérica y el teclado telefónico que esta actualmente. Llevo a cabo un estudio con AT&T para crear los cables de teléfono cortos.



En **1948**, después de la segunda guerra mundial, Japón quedo semidestruida. Al estar de esta manera Toyota busco la opinión de todos sus empleados para asi valorar cada sugerencia y comentarios para poder revisar las tecnologías utilizadas en la empresa y ponerlo en práctica. Este éxito y crecimiento que experimento Toyota provoco que muchas empresas empezaran a ponerle atención a la interacción humana con la tecnología, vinculado a la contribución de los trabajadores.

En **1950** Alan Turing genera un descubrimiento que modifica todo, el famoso Test de Turing que involucra la inteligencia artificial y las maquinas inteligentes. Esta genera una prueba de habilidad para exhibir un comportamiento inteligente similar o indistinguible del humano. Propuso que el humano evaluara conversaciones en lenguaje natural entre humano y maquina diseñada para generar respuestas iguales o similares a las de un humano. Hoy en dia se tienen diferentes interfaces conversacionales como lo son Siri, Alexa, Google, entre otros y aun asi no logran superar el Test de Turing.

En **1954** Henry Dreyfuss escribe el libro de “Diseñando para personas” uno de los textos clásicos de la experiencia de usuario y su usabilidad. De este libro salen conceptos como punto de fricción, eficiencia. Considera que si los productos generan que las personas se sientan mas seguras, cómodas, eficientes con el producto o le dan al usuario “más felicidad” el diseñador ha tenido éxito.

En **1955** se genero la apertura de Disneyland, la cual fue una experiencia centrada en el usuario como ninguna otra se había generado hasta el momento, una experiencia centrada en el usuario.

Su creador fue Walt Disney el cual fue el pino de crear una experiencia como servicio. Henry Dreyfuss fue el responsable de diseñar y mejorar la usabilidad de algunos de los bienes de consumo más famosos, algunos de estos objetos fue la aspiradora Hoover y el teléfono de escritorio. En este año Dreyfuss escribió el libro “Diseñando para las personas” en donde explica el diseño UX.

Dieter Rams comienza a trabajar en Alemania y su trabajo fue copiado varias veces siendo famosa la serie de copias y el homenaje casi textual que Apple uso para diferenciar los productos. A fines de los 60 saco los “10 principios del buen diseño” los cuales son los criterios para que el considerara un diseño “bueno”. El buen diseño debe de ser innovador, proveer utilidad de cada producto, es estético, hace que el producto sea comprensible, es discreto, honesto y tienen un valor duradero, concibe hasta el ultimo detalle, respeta el medio ambiente y es diseñado hasta su más mínima expresión.

Y es asi como en **1970** aparece el termino de Diseño de interacción y de interfaces tal como está establecida hoy, apareció con el Xerox PARC. Xerox PARC es un laboratorio de investigación donde se desarrollo la interfaz grafica de usuario, las ventanas, las casillas de verificación, los botones de radio, los menús, el ratón y más cosas relacionadas con la informática actual como la programación orientada a objetos, la impresión laser.

En **1979** la compañía IBM realizo el primer laboratorio al cual llamaron Prueba de Usabilidad Sumativa. Esta son las prácticas para evaluar un diseño, producto o servicio, este es aplicado a una serie de usuarios representativos que lo se busca en estos usuarios es que completen tareas mientras los observadores califican las acciones de este público objetivo. La finalidad de este laboratorio es identificar los problemas de la usabilidad, recopilar datos cualitativos y cuantitativos y así poder determinar la satisfacción que genera el producto. Aparece la primera publicación científica con la palabra USABILIDAD que fue escrito por John Bennett.

En **1980** se publica Verbal Reports as Data que se centra en el uso del método Think Aloud, es utilizado para recopilar los datos en las pruebas de usabilidad en el diseño y desarrollo de productos. Después de unos años llego a dominar las pruebas de usabilidad de un producto, diseño o servicio. Jeff Kelley genero el método del mago de oz el cual es un método para pruebas de usabilidad en ambientes controlados.

En **1984** se muestra la primera computadora Macintosh durante el Super Bowl, mostrando que la usabilidad, la experiencia y la facilidad de uso venden productos cuando son atractivos aun si el precio no es exequible a todo el público.

En **1985** J. Gould y Clayton Lewis publican el artículo de Designing for Usability; Key Principles and What Designers Think en el que el énfasis es el usuario y como perciben las experiencias con los usuarios, así como la medición empírica y el diseño iterativo.

En **1988** Donald Norman publica “La psicología de las cosas cotidianas” que luego de unos años se actualizo al “Diseño de las cosas cotidianas” la cual sigue siendo una referencia importante para el diseño UX.

Sobre **1990** la UX creció de forma exponencial y empezó a desarrollarse conceptos como “usabilidad, diseño de interacción y arquitectura de información”. Surgieron personajes conocidos en la industria web como Jakob Nielsen, Alan Cooper y Steve Krung. Todos estos personajes nos llevan a la actualidad en la que el diseño de experiencia es parte fundamental de un producto servicio, esta es una característica fundamental para que una experiencia tenga éxito ya que de esto depende la percepción positiva o negativa que perciba cada usuario.

En **1995** Donald Norman acuña el termino Diseño de experiencia centrada en el usuario, se llama así mismo como el “arquitecto de la experiencia de usuario” mientras trabajaba en Apple. Este término lo empezó a utilizar ya que la unión entre usuario y usabilidad era muy limitada y quería cubrir todos los aspectos de la experiencia de una persona. Norman describe su rol como el que ayuda a armonizar el interfaz de usuario, el proceso de Diseño Industrial, los gráficos, la interfaz de usuario y la interacción física y manual.



El diseño de Experiencia es el conjunto de elementos y factores que tienen relación directa con la interacción del usuario, ha de estar regido por un dispositivo o en un entorno establecido. Tiene como resultado una retroalimentación positiva o negativa de producto, dispositivo o servicio brindado. Posee 4 categorías para procesos de creación, el primero son los requerimientos que posee, el segundo es el diseño, el tercero la implementación y por ultimo la prueba.



En el inicio se mencionó cuatro categorías para procesos de creación, esto hace referencia al proceso que un diseñador de experiencia ha de seguir para poder crear un diseño valioso y con la usabilidad correcta.

La primera categoría son los requerimientos que posee, este hace referencia al uso, funcionalidad, fatigas y esfuer-

zo que ha de generar tanto el usuario como el artefacto que se le generaría al usuario. El segundo es el diseño, que su interface sea de fácil acceso, fácil comunicación y entendimiento, fácil manejo y adaptable a todo tipo de público. El tercero es la implementación, tener en cuenta en que medio vamos a comunicar el dispositivo para los Jakob Nielsen nació el 5 de octubre de 1957, maneja la usabilidad en la web y es categorizado como el pionero del mismo. Es ingeniero de interfases, obtuvo un doctorado en diseño de interfases de usuario y ciencias de la computación en la universidad técnica de Dinamarca. Ha pasado por empresas como Bellcore, IBM y Sun Microsystems. Cofundador de Nielsen Norman Group con Donald Norman.

Alan Cooper nació el 3 de junio de 1952, es un diseñador de software y programador. Dirige una empresa de diseño interactivo y escribe libros acerca de cómo crear software. Trabajo para Microsoft y es el padre del lenguaje de programación Visual Basic. La primera creación original de Cooper fue "tripod" y luego "ruby". Ambos estaban principalmente orientados hacia los usuarios y hacia los programadores.

Steve Krug es un profesional de la experiencia del usuario. Es mejor conocido por su libro Dont Make Me Think sobre la interacción humano computadora y la usabilidad web. También dirige una firma de consultoría unipersonal llamada Advanced Common Sense. Usuarios, se pone a cuestión si será para dispositivos móviles, computadoras, televisores, espacios abiertos, cerrados, comunicación grupal, individual o hacia qué tipo de población se espera que sea dirigido. El cuarto es la prueba, acciones de los usuarios frente al artefacto, dispositivo, espacio, objeto que pueden determinar errores o factores viables para poder desarrollar diferentes capacidades de las mismas.

Todos estos principios están ligados principalmente a Rams, Le Corbusier y Norman con sus propuestas de lo que es un diseño de experiencia adaptable a cualquier público, sin excluir a ningún grupo ni por discapacidad, edad, idioma. Generando diseños que sean experienciales para todo público. Cuando se genera un objeto, servicio o plataforma se busca que se vuelvan deseables, por su atractivo visual, comercial, turístico.

Dependiendo de la caracterización que se le brinde se le brinda la significación que requiere.

Norman en uno de sus postulados menciona que en muchas ocasiones el diseñador les brinda un significado a sus diseños experienciales, pero está en los usuarios darle la significación que el diseñador planteo o darle un nuevo significado, por esto se vincula los principios de Rams, Norman y Le Corbusier además de todos los principios de ergonomía y factores humanos que han planteado a nivel histórico. Cuando se maneja que un diseño experiencial no cumple su función es porque no se generaron los planteamientos, pruebas y formas de experimentación con usuarios reales para así poder una retroalimentación directa y si es necesario modificar para que de esta manera se produzca la función o finalidad que el diseñador quiera con la experiencia. Norman lo maneja en las diferentes postulaciones que tiene.



El diseño de experiencia es un campo que se viene trabajando hace muchos años, ha habido diferentes opiniones, postulaciones y marcos en los que el diseño de experiencia ha experimentado y a partir de ello sacar postulaciones, siempre ha estado muy ligado a los factores humanos, a la ergonomía y al usuario, ya que cualquier forma experimental ha de estar regida por esto, ya que lo que busca es no generar cantidad de objetos sino conceptos contundentes que le aporten a los usuarios experiencias únicas y valiosas para cualquier ámbito. Dentro de los diferentes autores que se abordó se encontraron estudios y documentos enfocados a la ciencia, a la ergonomía, a patrones o lineamientos que se ha de seguir para que un diseño experimental cuente con un amplio grado de aceptación y apropiación. Además de esto el poder tener diferentes aplicaciones aun público objetivo teniendo una retroalimentación que va a aportar para cualquier servicio, experiencia, dispositivo o plataforma a la cual se le va a presentar a los usuarios. Con esto se ve diferentes conceptos que se han planteado en los sucesos, como el tener una retroalimentación por parte de los trabajadores y así poder generar espacios mas eficientes y acordes a todos los vinculados al dispositivo, trabajo, plataforma, objeto o espacio.

Durante toda la investigación teórica se cuenta con posturas que no todos los autores están de acuerdo, como lo es los planteamientos para que un diseño sea “bello”, “buen diseño” y los 4 planteamientos para que un diseño sea optima. En muchas ocasiones se tiene el debate por que no ha de tener estos planteamientos en rigor para el diseño, sino simplemente probar el diseño en contexto y ver cuanta gente se ponen a interactuar con el mismo y asi determinar la cantidad de fracaso o éxito ante el diseño experimental que se esta proponiendo en el espacio. Aunque no estaban de acuerdo con vincular en todo momento, desde los inicios, la ergonomía y los factores humanos, era algo inevitable el tener que vincular estos conceptos a cualquier diseño y mas enfocado a la experiencia. Otra de las contraposiciones identificadas era que al inicio no se hablaba de los usuarios como parte fundamental de un diseño, únicamente se diseñaba la experiencia, el espacio, la interacción y los últimos agentes considerados eran los usuarios. Después de muchos años pasaron a ser los primeros a los cuales se tenían presentes para cualquier diseño, no solo se habla del de experiencia. Empezó a girar todo en torno a los usuarios y como la ergonomía se vinculaba, algunos de los autores anteriormente mencionados no estaban de acuerdo con esto y en sus diseños de experiencia era lo último que contemplaban por lo cual algunos de los diseños de experiencia no tenían respuestas positivas y buena acogida ante esto. Simplemente se regían por sus ideales y dejaban a un lado los ideales y teorías de otros autores que, vincularon todo esto y obtuvieron cosas positivas, buenas y adaptables para todo tipo de experiencia. Un diseño de experiencia que a mi parecer es uno de los mejores diseños de experiencia fue Walt Disney, creando sus parques que como eje principal pusieron a los usuarios, no enfocaron a un solo público, fueron creando espacios y atracciones especiales para que ningún grupo poblacional quedase fuera, inicio como un espacio de diversión, espectáculo generando asi a cualquier ser humano que fuese una experiencia única, algo que es icónico es que la mayoría de personas que abren y cierran las puertas de los ferris son personas mayores, la cual muestra que no importa la edad, son capaces de hacer cualquier cosa. No por ser adultos mayores ya los excluyen, por el contrario, los tienen como parte fundamental, los atienden y son su prioridad en todo momento. Es un diseño experiencial que a medida del tiempo ha cambiado, pero a vinculado las teorías, aportes y planteamientos de los autores anteriormente mencionados.

Otro referente el cual para mi hace explicación y parte fundamental es Mc Donald’s en sus inicios el bum del momento era el Autoservicio, pero los hermanos Donalds’s no les parecía algo que fuera eficiente, ya que mientras las muchachas iban al auto a tomar el pedido, regresaban a la cocina, esperaban que el pedido estuviese listo y se regresaban al automóvil del comensal, la comida le llegaba fría o en ocasiones llegaba lo que ellos no habían pedido, por que era a tan cantidad la población que se desplazaba para que lo atendieran que los meseros, en gran cantidad mujeres, no les alcanzaba a atender a todos, la comida llegaba después de 30-40 minutos de haberlo ordenado. Estos hermanos decidieron plantear la idea de un servicio autónomo, que la comida estuviese lista en 30 segundos, que el comensal se acercara a una ventanilla, hiciera su pedido y en cuestión de segundos estuviese lista



La experiencia iniciaba desde la cocina, la distribución y eficiencia de las personas que estuvieran allí, para esto se realizaron pruebas, para que las personas dentro de la cocina se trasladaran lo menos posible para asi tener una mayor eficiencia. Se fueron a una cacha de tenia, asi construyeron la distribución de la cocina y les pidió a los cocineros que ingresaranysimularanqueestabanhaciendosusactividades, esto les permitió ver que espacios había choques y diseñar la cocina para que no hubiera retrasos ni choques, al tener pruebas y errores se llegó un momento en el que todos los cocineros estaban alineados, sin generar estorbo o errores en la producción y se implanto esto en la cocina. Hicieron la inauguración, pero las personas estaban ya adaptadas al autoservicio y mostrarles esta nueva forma de adquirir sus productos no fue nada fácil. Los hermanos Donald’s ya no creían que esto fuera a tener un valor o una producción hacia futuro. Hasta que llego un dia un niño a pedir hamburguesas por la ventanilla, prendieron la plancha e iniciaron a crear las hamburguesas. Empezó a llegar mas y mas gente, aunque era un nuevo concepto que mucha gente le costo adaptarse por que era adquirir comida envuelto de un plástico, comestible con la mano y todo se fuera a la basura una vez se acabara la comida, llego a ser algo fructífero por el tiempo de espera, por su nuevo concepto de desechar todo después de consumirlo y seguir con su dia a dia. Los hermanos Donald’s no pensaban que esto iba a poder ser posible. Tuvieron propuestas de empresas para que generaran una franquicia, pero ellos se negaron en un inicio por que pensaban que esto no se iba a dar. Años después se expandieron por todo el país y siempre poniendo como eje principal la experiencia del comensal, la concina y el tiempo de espera por la comida. Son autores que han marcado a otros autores y que con sus teorías han ido modificando el rumbo de los diseños experienciales. Aunque bien no todos los teóricos y autores eran diseñadores tenían posturas frente al diseño de experiencia lo cual me llamo mucho la atención. Se basaban en datos científicos, cualitativos y cuantitativos, informes, investigaciones, aportes y teóricos anteriores que habían hablado del tema y asi ponen su punto de partida hacia este tema el cual se veía expresado en dispositivos, momentos, investigaciones, espacios, objetos y demás que partían de la aglomeración de datos de todos los teóricos. Todos aportaron a lo que hoy son “los principios” de un buen diseño y de la experiencia impartida hacia los usuarios. Como esto afecta tanto a la sociedad, como a los usuarios, como a las empresas y a la economía.

EL DISEÑADOR COMO ENTE REAL EN LOS PRODUCTOS

Tomás Maldonado (1961) (International Council of Societies of Industrial Design)
El diseño industrial es una actividad proyectual que consiste en determinar las prioridades formales de los objetos producidos industrialmente. La forma tiene por misión, no sólo alcanzar un alto nivel estético, sino hacer evidentes determinadas significaciones y resolver problemas de carácter práctico relativos a la fabricación y el uso. Diseño es un proceso de adecuación formal, a veces no consciente, de los objetos.

Stuart Pugh (1990)

Este Diseñador de productos Británico de Halifax, lo definió con el término: “Diseño Total” es la actividad sistemática desarrollada para satisfacer una necesidad y que cubre todas las etapas desde la identificación de la necesidad hasta la venta de producto”.

Alcaide, Diego y Artacho (2001)

Lo definen como: “Una actividad que afecta a casi todas las áreas de la vida humana, utiliza leyes de la ciencia, se basa en una experiencia especial y define los requisitos para realización física de la solución”.

Lilly Reich (1995)

Define el diseño del siguiente modo:

“El diseño se define como un proceso: Dada una descripción de la función deseada y unas restricciones, llamada especificación, el proceso ofrece la descripción de un artefacto que cumple la función y satisface las restricciones”.

Es fundamental abarcar la importancia que es llevar el nombre de Diseñador Industrial y para ello quiero aclarar lo relevante de la palabra Diseño. Pues sistemáticamente son las distintas configuraciones que los Diseñadores logramos para darle a un producto desde este campo profesional. Pienso que existen muchas personas las cuales no identifican o no logran comprender todo lo que necesitamos abordar para finalizar un producto y bien cabe aclarar que el usuario o la personas que utilizan y consumen los diferentes productos que salen al mercado simplemente ven el resultado final, ven la silla terminada, el mueble con un acabado glorioso (Color, Forma, Material) o tal vez algún objeto que estimule los sentidos sensoriales.

También puedo decir que el mismo comercio son los encargados de mostrarnos estos productos ya finalizados dejando en carencia el proceso por el cual ha pasado estos diferentes objetos que adquiere el consumidor o el usuario particular, que sin bien el Diseñador les ha adaptado cierta entidad física. Si hablamos de procesos es el momento de mencionar que para finalizar un producto debe de pasar por diferentes etapas abordadas desde por ejemplo el diseño conceptual.

De hecho considero que en el primer momento para el proceso de diseño de productos es crítico, porque la mayoría de decisiones que se pretenden adaptar son importantes los siguientes aspectos:

- Funcionalidad del producto
- La calidad de producto
- La fabricación del producto
- Los costos y cuidados medioambientales

Sin embargo me es necesario mencionar lo anterior para lograr entender lo que es el Diseño y dar un ejemplo de lo importante que es el diseñador para cada fase al desarrollar un producto. Pero por otra parte y volviendo a la Teoría voy a citar a Bruch & Bellgran (2014) donde dicen

que :

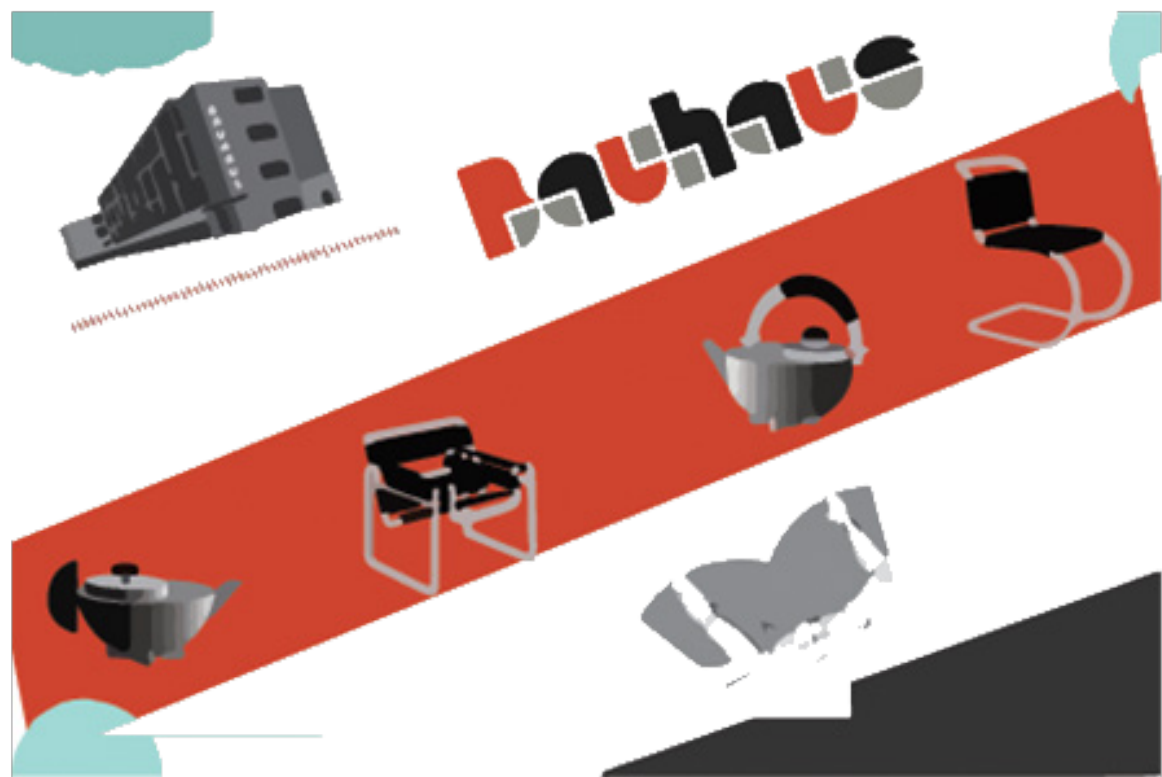
El diseño de producto en las empresas actualmente genera preocupación al tener que satisfacer las necesidades del cliente que cambian constantemente y al hacer que el ciclo de vida del producto sea menor en términos de tiempo y calidad del producto. El cumplimiento de lo anterior, proporciona una ventaja competitiva para las organizaciones.

El meciona que en el diseño de producto se debe tener en cuenta ciertas actividades que son primordiales las cuales son las siguientes y estan descritas por Pahl & Beitz (2007):

- Formulacion de problemas
- Identificacion de necesidades
- Generar alternativas de solucion
- Documentacion
- Comunicación de los resultados

Dando mi punto de vista con lo anterior, es primordial considerar el diseño de producto para la innovacion y que sea pertinente para el desarrollo de nuevos productos sin dejar a un lado las 5 etapas que van desde la necesidad del cliente hasta un producto perzonalizado. A continuación se puede observar una imagen que plantea el modelo donde se estipula la etapa de planificacion , diseño conceptual, realizacion y detalle de diseño según el modelo Pahl & Beitz (2007) pero sin hablar de la durabilidad y el ciclo de vida del producto





Por otro lado Tay & Gu (2003) da una mirada

a parte dando simplemente tres etapas en el proceso que son interrelacionadas:

- Recuperación de la información
- Gestión de la información
- Reutilización de la información

Por lo tanto, citando a los autores Philip Kotler, Gary Armstrong describen en su libro Fundamentos de Marketing (2003), «el ciclo de vida del producto (CVP) son 4 fases que pasan los productos. Al igual el profesor y economista Alemán Theodore Levitt (1925-2006) quien recalca que es primordial definir cuáles son las etapas del ciclo de vida en un producto, ellos dicen que sea cual sea el producto, tiene y es pertinente pasar por las siguientes fases:

- Desarrollo
- Introducción o lanzamiento
- Crecimiento
- Madurez
- Declive

Pero si hablamos de ecodiseño o diseño sostenible de un producto según la Agencia Federal Alemana menciona que: El 80% de impacto medio ambiental es el porcentaje que generan los productos del ciclo de vida ya que se origina en la fase de diseño y me atrevo de mencionar que nosotros los diseñadores tenemos como ese super poder de contaminar un 80% menos en cada producto que planteamos y Diseñamos.

Según la definición del Ecodiseño con las palabras de Joan Rieradevall profesor Titular del Departamento de Ingeniería Química, Biológica y ambiental y investigador del Instituto de Ciencia y Tecnología de la Universidad Autónoma de Barcelona. Doctor Ciencias Químicas (Ingeniería Química), 1992 UAB. Master Gestión Gerencial, su definición es:

Las acciones orientadas a la mejora ambiental del producto es la etapa inicial del diseño mediante:

- la mejora de la función
- la selección de materiales menos impactantes
- aplicación de procesos alternativos
- mejorar el transporte y el uso de la minimización del impacto de la etapa final del tratamiento

Esto quiere decir que el ecodiseño no simplemente se trata de diseñar productos donde el impacto medioambiental es menor en solo la etapa inicial o final, si no durante todo el ciclo de vida de un producto.

Pero es fundamental incluir o comparar las condiciones de uso en el producto para generar confianza destacando primordialmente las soluciones a tratar, además de tomar las mediciones y datos necesarios al diseñar hablamos de producción y consumo. Todo esto va ligado perfectamente en las necesidades que presenta un usuario o consumidor para llevar a cabo la viabilidad del producto.

En este punto quiero incluir el diseño emocional planteándolo desde la mirada de Donal Norman, donde en pocas palabras el diseño emocional participa primordialmente en los aspectos del diseño de

generar y entre la través



productos para combinar emociones persona y el objeto, a de la interacción sensorial. De esta manera, el diseño emocional busca construir una experiencia más placentera para las personas con los productos. Dando mi opinión con la experiencia que he adquirido a lo largo de mi carrera, considero lo primordial que es para el diseñador centrarse en los factores humanos y así entender de una mejor forma la carencia

o la falta de oportunidad en soluciones que se pretenderealizar, también quiero recalcar una metodología en donde se logra analizar todos los elementos que intervienen en la cadena del producto. Iniciando desde el problema donde lo primordial es centrarse en el usuario y llegando al producto para la solución.

En tanto Patrick Jordán experto en diseño emocional, menciona que hay cuatro placeres que genera un producto; el placer físico, placer psicológico, placer ideológico y placer social. Tres de estos términos cumplen con el diseño de producto, por ejemplo, la usabilidad, con este concepto se define como la facilidad de uso del producto y se vincula con el placer psicológico al resolver un problema o el placer social que puede hacer referencia a la aceptación social como a la identificación con los valores que exterioriza a través del diseño del producto. Esto genera un sentido de pertenencia y participación en comunidad.

Mencionando lo anterior, podríamos contrastar las palabras de Donal Norman, en su libro Emotional Design. Why Love (or Hate) Everyday Things el menciona que existen 3 reacciones emocionales que evocan los productos en las personas a través del diseño:

El Diseño Visceral, pues se basa como en la imagen del producto. El Diseño Conductual menciona que es la parte del rendimiento, usabilidad del producto y sensación física. Por ultimo y sin dejar a un lado, el Diseño Reflexivo, el da por entendido que mediante la reflexión podemos recordar el pasado y visualizar el futuro. Se podría destacar lo que mencionan Patrick Jordán y Donal Norman para relacionar la interacción que existe usuario – producto, fijándonos en los aspectos de como introducir la emoción que es esencial para el Diseño de productos y así, concluir que el diseño de un producto puede producir emociones de forma indirecta o en un mejor termino de forma implícita, expresando afecto a través de su estética



4. La interacción y experiencia: Considero que este concepto se debe incluir a todos los productos, la experiencia al final es un elemento que le da un valor añadido que es necesario como diseñadores pues no solamente diseñamos productos, también diseñamos experiencias, y estas son a través de nuestros sentidos para experimentar algo único.

5. Emoción: Es cuando algo que nos emociona nos genera vínculos entre nosotros y el producto. Ese tipo de productos con los que hemos generado ese vínculo emocional, nos lleva a que mantengamos ese producto con nosotros durante más tiempo. Por ejemplo, esas botellas que vemos en la foto podrían ser botellas de momentos especiales en nuestra vida, como una botella de vino que bebiste con alguien especial.

Después de analizar lo primordial que es el diseño de producto, quiero poner un ejemplo de cómo se podría entender cada fase mencionada anteriormente: Esta mesa es de la Diseñadora Industrial Tati Guimarães y para abordar este ejemplo es necesario mencionar 5 conceptos que existen en la naturaleza que nos van a permitir un producto o eco producto. Estos 5 conceptos que nos van ayudar a entender son:

1.Modularidad: Es cuando un producto se compone por medio de pequeños módulos iguales que constituye un todo: en la foto se puede observar la botella que son todas iguales.

2. Sostenibilidad: está en la naturaleza pues no considero que haya un desperdicio todo funciona dentro de un ciclo interactivo, todo vuelve a ser un recurso de nuevo para esto es elegir materiales reciclables, como la madera o el vidrio que se observan en la foto.

3. Multifuncionalidad: Es solo que un objeto sirva para varias cosas, tiene que ser multifuncional para dar lugar a distintas funciones .. como por ejemplo la colocación de las botellas, la orientación

EL DISEÑO Y SU VISIÓN IMPERCEPTIBLE

En el presente escrito identificaremos como el diseño como muchas personas lo conciben no es simplemente una generación de objetos y fabricación de utensilios y cacharros, podremos dar más amplitud al concepto que por años hemos identificado como diseño, ya que muchas veces ya sea por nuestro contexto, por el voz a voz, por lo que percibimos en nuestro entorno, en nuestra sociedad, en la producción industrial que cotidianamente tenemos en contacto ya sea desde la perspectiva de un consumidor o desde la perspectiva del área productiva, pero sí nos muestra directa e indirectamente conceptos que hemos fabricado e incluso podría atreverse a decir “imaginarios” de lo que en realidad el diseño podría llegar a ser o convertirse.



“Los estudios del comportamiento consumidor se considera la experiencia como un suceso personal, a menudo con un significado emocional relevante, que proviene de la interacción con estímulos provocados por productos o servicios. Estas interacciones pueden generar algún tipo de transformación del individuo en el marco de las experiencias denominadas extraordinarias” Arnold (2002) revisiting consumption, FUOC fundación para la Universitat oberta de Catalunya

“la aproximación desde el ámbito del marketing resulta más objetiva al vincular la experiencia como una forma de oferta, mientras que la aproximación desde el ámbito del comportamiento del consumidor es más subjetiva, primando la emoción y el afecto por encima del razonamiento. Ambas, sin embargo, coinciden en el énfasis de la experiencia como algo extraordinario y único” afirman Pine y Gilmore (1998) FUOC fundación para la Universitat oberta de Catalunya

Como afirman los autores ya aquí empezamos a notar un énfasis en los diferentes ámbitos del diseño de experiencia y esa característica extraordinaria y única que posee este tipo de diseño. “Según Lash y Urry, se producen cada vez más ya no objetos materiales sino signos. esto es principalmente son de 2 tipos: o tienen un contenido esencialmente cognitivo, y por tanto son bienes de información o post industriales, o tienen ante todo contenido estético, y por tanto son principalmente bienes posmodernos” S. Lash, J Urry, (1994). Economies of sign and space, FUOC fundación para la Universitat oberta de Catalunya.

En donde dan a entender que las experiencias ya se venden de forma implícita desde tiempo atrás y lo que en se puede llegar a creer es que el diseño experiencia se vende directamente como un diseño de experiencia y no como algo que va envuelto con más productos o más servicios. Knemeyer define dos variables de este método:

“La marca representa las asociaciones intelectuales y emocionales que el público relaciona con una organización. Cuanto más cerca esté una compañía a las necesidades y deseos de los clientes, más fácilmente puede mantener una imagen mental fuerte y positiva en su público”

“Cualquier percepción de nuestros sentidos forma parte de una experiencia, y también nuestras interacciones con el mundo y con la gente. La base de un buen diseño consiste en entender a la gente, como responde a las experiencias y como actúa”

Afirma, Dirk Knemeyer (2004), Brand Experience and the Web, FUOC fundación para la Universitat oberta de Catalunya



Rachel Cooper identifica dos factores que forman parte de la noción de experiencia donde se puede intervenir como diseñador:

“El deseo de experiencias emocionales se refiere a que las personas tienen la necesidad de experimentar diferentes e intensas sesiones físicas, el deseo de frecuentes experiencias emocionales, y el placer de hacer cosas ligeramente peligrosas o prohibidas”

“La poli sensorialidad se refiere a la necesidad del consumidor de experimentar a través de todos los sentidos, que lo expresa como el tacto de la seda o el olor del café” Afirma, M Press; R Cooper (2009) El diseño como experiencia, FUOC fundación para la Universitat oberta de Catalunya

De esta manera nos damos cuenta que la experiencia de comprar va mucho más allá de simplemente adquirir el objeto donde varios autores nos plantean este tipo de hipótesis como una nueva oferta para obtener al cliente satisfecho y fiel.

Así como afirma Ellen en su libro El diseño como Story telling “Cada vez que se usa un producto, que se ve una imagen o que se juega a un videojuego, se produce un intercambio de energía que va más allá de la mera transferencia de datos y hechos” , con este fragmento inicial queremos denotar que si existe algo más allá de lo que podemos percibir, en este caso como se afirma en el texto al utilizar un producto que sí podemos definir como algo netamente tangible se despliega un conjunto de interacciones y de actividades quedan puerta a un mundo de exploraciones diferentes a las que creemos que simplemente un objeto puede ofrecer.

Quizá alguna duda que empiece a surgir a raíz de ¿de qué manera un objeto inanimado puede crear interacciones con vida?, “el diseño juega con nuestros sentimientos, nuestros estados de ánimo y nuestras asociaciones. La cocreación ayuda a los diseñadores a desarrollar la empatía con los usuarios y a crear soluciones que potencien la vida. Nadie es feliz todo el tiempo” afirma Ellen,

Al tomar esta acotación nos damos cuenta de que en realidad sí hay un propósito más allá de lo que percibimos cuando se está creando y formulando un concepto de diseño en este caso como un ejemplo de un desarrollo para videojuegos donde nos demuestran que la emoción es un factor importante. Principalmente erradica henkel los usuarios que están siendo protagonistas son humanos, ignorar el hecho de que los humanos tienen un sentir cognitivo que abarca y que se apodera de las acciones y actividades, sería como si un arquitecto diseñara únicamente para las personas y no tuviera en cuenta que hay factores climáticos que pueden deteriorar, afectar o dañar las estructuras y ponen en riesgo las vidas de las personas. Por ello es tan importante tener en cuenta el lado cognitivo de las personas a la hora de poder generar un desarrollo que tenga como objetivo principal generar lazos y crear resultados genuinamente positivos para los usuarios que están en el medio.

Para tener mayor claridad de que realmente muchas veces las cosas que percibimos como cotidianas o simplemente accidentales de nuestro entorno, en realidad, tienen una concepción predeterminada podemos analizar un ejemplo que nos muestran en la lectura “Storytelling by Lupton”. La disposición que traen las tiendas tienen como propósito no simplemente aportarle al usuario una distribución del espacio para que todos los productos del mercado estén organizados, sino que todo el espacio diseña un trayecto para que la persona tenga una experiencia en la tienda, el objetivo puede variar depende de la identidad de la marca, productos, o lo que se quiera vender, promover, enseñar, entre otros. Pero incluso cada estantería y cada distribución de personas tiene un objetivo que crea una experiencia a la hora de que las personas lleguen a adquirir las diferentes cosas que necesite. Entonces los pequeños detalles que a veces no valoramos como relevantes si están creando una serie de efectos en las personas, muchas veces directas u otras indirectas, pero de ambas maneras si están creando ese efecto buscado desde la conceptualización de cualquier tema u objeto que se estuviera diseñando.

“El diseño destinado a suscitar emociones requiere pensar en cómo los usuarios anticiparán una experiencia y cómo la recordarán después” afirma Ellen en su libro , enfocándonos en la frase “lo recordarán después” nos trae a discusión realmente en cuantos momentos se pueden dividir o destinar el propósito de un diseño. Si bien vamos hablando de que un producto puede llegar a tener como propósito a su alrededor consecuencias de distinta índole. Así mismo podemos denotar que entonces también se está diseñando para el futuro y no sólo en primera instancia hablando de que el primer objetivo estaría cumpliendo cierto objeto material o producto, sino que también nos empieza a hablar de que es de un inicio se está planteando diferentes posiciones a futuro, El hecho de crear una recordación en el usuario ya viene con el propósito inicial en el que fue diseñado y planteado dicho producto servicio o experiencia.



¿Que nos quiere decir todo lo que veníamos hablando anteriormente?, al hablar de que generaremos un vínculo objeto humano que resulta intangible como lo es recordar, pensaríamos que simplemente entonces se remite a que el usuario no olvide el producto, sin embargo desde un principio lo que se viene planteando es un universo alrededor de esto llamado recordar, para este momento podemos detallar todo lo que se despliega a raíz de esto, es muy importante identificar cuáles son las consecuencias de que un usuario realmente crea un vínculo no simplemente en el consumo o incluso en el uso sino que también crea un vínculo emocional, y aquí podemos hablar de la experiencia post compra, evidentemente el usuario no tendrá como mirada principal lo que un objeto pueda causar a futuro en él sino lo que está satisfaciendo en el momento inmediato entonces este sería un satisfactor que el diseñador debería estar pensando indirectamente para que el usuario tenga satisfactores positivos a su favor, es decir, queremos remitir al usuario a que esté obteniendo beneficios sin que él sepa que los está obteniendo y sin que ni el producto, ni el diseñador ni la marca, ni la producción, y ningún interventor directo le está explicando que está sacando provecho positivo de esto.



Tomando en cuenta varios puntos que autores nos están explicando la raíz de análisis que han hecho ellos, como lo es la autora del libro que hemos analizado previamente, tenemos que estar creando estos efectos de repercusión en la vida de las personas según sea predestinado anteriormente ya sea a largo a mediano a corto plazo, sus efectos en los usuarios. estas conexiones emocionales realmente son importantes para que el usuario a futuro pueda crear realmente un enganche y una fidelidad con una marca, con una empresa, con una identidad gráfica, etcétera. pero a fin de cuentas el objetivo vendría a ser crear esta fidelidad que desde el lado productivo se plantea cómo crear lazos a largo plazo, de nada sirve convertirse en una producción en donde el usuario realmente sólo pueda consumir tu producto tu servicio o experiencia en una sola oportunidad, y tampoco quiero remitirme a que caigamos en el error de actuar bajo la obsolescencia programada que a grandes rasgos para no profundizar tiene como objetivo programar valga la redundancia objetos para que su ciclo de vida sea muy corto y así el consumidor pueda comprar de manera constante y repetida, el cual este es un acto totalmente egoísta por parte de las empresas y compañías que tienen esto como mala jugada.



Para no desviarnos del tema el objetivo con fidelidad va muy ligado con la experiencia que acaba de vivir el usuario a través de comprar o consumir ciertas mediaciones de satisfacción para el mismo, traemos a la mesa a discusión productos grandes como iPhone, los usuarios que crean fidelidad con iPhone viven un estilo de vida diferente y se sumergen en el ecosistema que esta compañía les ofrece, en donde la compañía sale beneficiada porque los usuarios año tras año buscan ser parte de este ecosistema así que llamado familia, en donde para ellos no sólo es consumir un objeto, o comprar un teléfono móvil. El estatus que se ha creado esta compañía alrededor de todos nosotros se ha transformado en una experiencia de interacción en donde juega con todas las emociones de los usuarios, ya sea que cree un nivel socioeconómico alto, popularidad entre la misma sociedad y otros factores de quizá exclusividad que los mismos usuarios se plantean como sociedad, en ningún momento vemos a una compañía tan grande como estás promoviendo la idea que Apple es exclusividad o que Apple es sinónimo directo de que tendrás relevancia frente a tus similares. simplemente crea un entorno a través de la experiencia desde el primer momento en el que el usuario consume una publicidad indirecta de esta compañía está siendo sumergido en este universo, posteriormente la compra e incluso futuro uso que ofrece diversificaciones de cómo podría llegar a ser un mundo en donde las experiencias causan emociones dejando el alma del objeto comparándolo con una trascendencia a tener mayores propósitos.

Entonces esto abre los ojos a muchas posibilidades de cómo podemos percibir las diferentes marcas y los diferentes métodos de distribución y de percepción de las empresas, ya muchas veces pensamos que el tema de crear una experiencia alrededor de algún producto simplemente es algo adicional y que no tiene ningún beneficio con peso verdadero, el cual nos equivocamos ya que en realidad crea un entorno mucho más grande y muchas más variables de las que creemos.

REFERENTES PRINCIPALES



Frederick Winslow Taylor

Pionero del taylorismo e ingeniero mecánico, promotor de la organización científica del trabajo y fue considerado padre de la administración científica. Sus principales puntos fueron clave para determinar científicamente el concepto de trabajo estándar.



Alan Turing

Considerado uno de los padres de la ciencia de la computación y precursor de la informática moderna. Proporciono diferentes algoritmos para la máquina de Turing. Llego a formular su propia versión de la tesis del Turing.



Alphonse Chapanis

Pionero del diseño industrias y fue considerado uno de los padres de la ergonomía o los factores humanos



Le Corbusier

Considerado como uno de los más claros exponentes de la arquitectura moderna y uno de los arquitectos influyentes del siglo XX. Fue uno de los grandes renovadores de la arquitectura moderna.



Henry Dreyfuss

Destacado diseñador industrial. Sus diseños eran innovadores para incrementar el aspecto técnico. Si mayor legado al diseño y a la ergonomía fue la investigación acerca de la antropometría, estos estudios los expuso en el libro de Designing for people y el The measure of man.



Dieter Rams

Fue figura clave en el renacimiento del diseño funcionalista alemán. Expresa su visión al diseño mediante el paradigma de “menos, pero con mejor ejecución”. Los principios de Rams ha tenido gran influencia sobre los diseñadores, pero no todos respaldan esto.



Donald Norman

Los primeros libros tratan principalmente la usabilidad y la psicología cognitiva también realizan una cierta critica a la naturaleza de nuestra sociedad. Atribuye a poner juntas las emociones y el diseño, este concepto lo ha manejado con detalle en su libro Emotional Design.



Bill Moggridge

Diseñador y Co-fundador de IDEO establece en Designing Interactions unadefinición de qué es el diseño de interacción como todo diseño aspectos subjetivos y cualitativos de todo lo digital o interactivo” un campo relativamente joven en el mundo del diseño.

