



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**
50 AÑOS

**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**
FACULTAD

EL OBJETO COMO MEDIADOR EMOCIONAL

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA
**OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADORA DE OBJETOS**

AUTOR :

DANIELA ALEJANDRA HIDALGO ORMAZA

DIRECTOR :

ANNA TRIPALDI

CUENCA- ECUADOR 2018



DANIELA ALEJANDRA HIDALGO ORMAZA

EL OBJETO COMO MEDIADOR EMOCIONAL

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto a mi familia, el principal motor de mi vida, quienes me impulsan a seguir adelante para cumplir cada uno de mis sueños y metas. A mis padres por su incondicional apoyo y ejemplo.

Finalmente, a la memoria de dos de las personas más importantes en mi vida, mis abuelitos, Marco Antonio Ormaza Encalada y Fulvio Fernando Hidalgo Vivar, quienes desde el inicio de mi carrera me supieron dar apoyo y ánimos para seguir adelante. Han sido un ejemplo para mi en todo sentido.

Sé que en cada etapa de mi vida estarán a mi lado, acompañando, cuidando y guiando mis pasos.

AGRADECIMIENTOS

A mi corta edad, he cometido todo tipo de errores y tropiezos, sin embargo, mis padres, Rafael Patricio Hidalgo Sacoto y Diana Julieta Ormaza Carrasco, siempre han estado impulsándome para levantarme de cada uno de ellos. Ellos han sido quienes han hecho de mí la persona que soy hoy en día, es por eso que agradezco infinitamente a estos dos seres que con mucho sacrificio me han ayudado a culminar esta etapa.

A mis hermanos Patricio y Andrea, quienes me han dado un sin número de ejemplos de vida y han estado para mí siempre que los he necesitado.

A mi profesora y tutora, Anna Tripaldi, quien ha sabido tener la paciencia para guiarme en este largo proceso.

Un sincero y eterno agradecimiento a todos ellos que me impulsaron en esta etapa de mi vida.

GRACIAS!

ÍNDICE

DEDICATORIA..... 4

AGRADECIMIENTOS 5

ÍNDICE..... 6

RESUMEN 8

ABSTRACT 9

OBJETIVOS 10

PROBLEMÁTICA 11

CAPÍTULO 1 (Contextualización)

ACERCAMIENTO A LA PSICOLOGÍA DEL OBJETO 14

 ¿Qué es el objeto según la Psicología? 15

 Percepción del objeto 16

DISEÑO EMOCIONAL..... 18

 La “importancia” de la apariencia del objeto 19

 Emociones hacia el objeto 20

 Funciones Cognitivas 21

 La experiencia como generadora de emociones 23

CULTURA MATERIAL..... 24

 Sociedad de consumo..... 26

 Los objetos en la Cultura material..... 27

 Cultura y percepción..... 29

CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO COMO MEDIADOR 30

CAPÍTULO 2 (Planificación)

METODOLOGÍA..... 34

 Población y muestra..... 35

ENTREVISTAS 37

 Trabajo de Campo 37

 Objetivo 37

GRUPOS FOCALES 38

 Trabajo de Campo 38

 Objetivo 38

ENCUESTAS 39

 Trabajo de Campo 39

 Análisis de contenido 39

 Procesamiento de datos..... 39

 Objetivo 39

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA 40

 Entrevistados 41

 Temario Aplicado..... 41

GRUPOS FOCALES 42

MUESTRA 43

PROGRAMACIÓN Y TEMARIO 44

TEMARIO: 45

ENCUESTAS 46

CAPÍTULO 3 (Resultados de Investigación)

RESULTADOS ENTREVISTAS 52

CONCLUSIONES:..... 59

GRUPOS FOCALES 60

ENCUESTAS 72

 Análisis de contenido..... 73

 Procesamiento de datos..... 73

CAPÍTULO 4 (Discusión)

DISCUSIÓN 84

PSICOLOGÍA DEL OBJETO 85

DISEÑO EMOCIONAL 87

(EMOCIONES Y SENTIMIENTOS)..... 87

EMOCIONES HACIA EL OBJETO 88

LA EXPERIENCIA GENERADORA DE EMOCIONES 88

CULTURA MATERIAL..... 89

ESTUDIOS Y APORTES AL DISEÑO 90

CONCLUSIONES..... 91

RECOMENDACIONES..... 92

RECOMENDACIONES FUTURAS 92

REFERENCIAS..... 96

ÍNDICE DE IMÁGENES 99

ANEXOS..... 101

RESUMEN

En la presente investigación se exploran las características de los objetos que influyen en una persona para que desarrolle un vínculo sentimental con el mismo, así como los factores que inciden en esta. Además, se busca explicar cómo ha sido dicha relación a partir de la psicología del objeto, el diseño emocional y la cultura material. Para el estudio se realizaron entrevistas semi-estructuradas, grupos focales y encuestas a estudiantes universitarios, lo cual llevó a vislumbrar lo más relevante de este nexo y sus principales factores.

Palabras clave

Sujeto, psicología del objeto, diseño emocional, cultura material, vínculo sentimental, nexo, unicidad.

ABSTRACT

The current research explores the characteristics of the objects that influence a person to develop a sentimental connection with it and the factors that influence this. Additionally, the research tries to explain how that relation has developed from the point of object psychology, emotional design, and material culture. For the study, the researcher carried out semi-structured interviews, focus groups and surveys given to university students. This led to discern the most relevant aspects of the link and its main factors.

Key words:

subject, object psychology, emotional design, material culture, emotional connection, link, uniqueness

OBJETIVOS

Objetivo General

- Explorar cuáles son las características en los objetos que influyen en una persona para que esta desarrolle un vínculo emocional con el mismo.

Objetivos Específicos

- Entender como ha sido la relación sujeto - objeto, esto, mediante investigación bibliográfica, para obtener información relevante sobre el tema.
- Identificar los factores que inciden en la relación sujeto - objeto mediante los resultados obtenidos de la investigación.
- Definir como es la relación emocional entre el producto y la persona para obtener bases teóricas sobre el tema.

PROBLEMÁTICA

En la teoría del objeto existen investigaciones de diferente tipo, una de ellas es la de Abraham Moles que en su libro “La teoría de los objetos”, dice que “el objeto es uno de los mediadores esenciales entre los hombres y el entorno social y material de la sociedad tecnológica”, esto quiere decir que existe una relación entre ellos en todo momento, sin embargo, la relación íntima entre el sujeto y el objeto no se ha profundizado en esta área. En el entorno se ha podido percibir un comportamiento poco usual con respecto al objeto y la persona, se puede apreciar también, que este no solo cumple una función específica, sino que de alguna manera adquiere un valor sentimental.

Con lo mencionado anteriormente surge una interrogante sobre el valor personal que se le otorga al producto: ¿Cuáles son las características formales, funcionales y estéticas de un objeto, para que lleven a una persona a sentir afecto hacia el mismo? esta pregunta puede ser aclarada desde un estudio del objeto, su relación con el sujeto y el contexto, esto, con un acercamiento a la psicología, diseño emocional y cultura material.

Al documentar esta relación se aporta al estudio de la teoría del objeto y su relación con el sujeto y entender cuáles son los factores que inciden en cada diseño de los productos.

CAPÍTULO 1

Contextualización

ACERCAMIENTO A LA PSICOLOGÍA DEL OBJETO

“Nosotros también somos objetos”

(Fernández, 2013, p.24)

¿Qué es el objeto según la Psicología?

Para llegar a una comprensión sobre el objeto según la psicología es necesario entender que el objeto es “una especie de mediador entre la acción y el hombre” (Barthes, 1985, p.2), es decir, se encuentra en la cotidianidad el cual permite al sujeto realizar una acción específica; así lo afirma Moles asegurando que “el objeto se ha convertido en el mediador esencial del cuerpo social” (1975, p.25)

Entendiendo así la importancia del objeto dentro de la sociedad y la vida del individuo, pues está presente día a día en él: vestir, comprar, cocinar, leer, e incluso forma parte de la interacción de las personas.

Fernández define como “objeto aquello que se presenta ante nuestra mirada, lo que está fuera de nosotros ante nosotros.” (2013, p.17), por otro lado, también afirma que el “objeto es ente en tanto que nosotros somos identidad” (2013, p.21), con esto se puede decir que el objeto es una cosa¹ que se presenta ante el sujeto, y este último dota de identidad² al objeto, le da un uso y un significado.

Es importante señalar que el objeto se puede identificar como algo que existe por sí mismo como dice Fernández (2013), y que a partir de su función se convierte en signo de esta (Barthes, 1985) es así que el objeto existe a pesar de la presencia del sujeto, pero al adquirir una función dada por el hombre su apariencia llega a ser su *identidad*.

Con todo lo anterior se da paso a un entendimiento más aproximado sobre el objeto y su importancia dentro de la sociedad, es así que si el objeto forma parte de esta es inevitable que esté inscrito dentro de un contexto en el cual “el objeto no es temporal, ni espacial, ni objetual, sólo nuestro procedimiento de análisis lo es” (Fernández, 2013, p.19)

Con esto se puede decir que a pesar de que el objeto es algo que no se rige al tiempo y espacio, el cómo lo percibe el sujeto hace de cierto objeto, ese objeto.

En base a lo expuesto anteriormente sobre el acercamiento a la psicología del objeto y al entendimiento de este, está claro que a partir de la psicología que estudia los comportamientos y procesos mentales del sujeto, se puede afirmar que, “los objetos inciden en el comportamiento humano” Simmel (2008). A partir de este pensamiento se comprende que tanto el sujeto como el objeto tienen una relación inevitable, el objeto es todo aquello que está fuera del sujeto pero gracias a los procesos mentales llega a ser parte de él en forma de conocimiento, esto se refiere a lo mencionado en líneas anteriores donde el objeto es la conexión entre el sujeto y la acción, se puede decir en pocas palabras que el sujeto es conocimiento y acción con esto se entiende la relevancia del objeto dentro de la vida del sujeto por ser proporcionador de la acción, siendo el hacer una distinción del sujeto, además que el objeto también está dentro de los procesos mentales del sujeto quien dota al objeto de un uso y así el objeto aporta conocimiento al sujeto.

Al comprender lo que es el objeto se da paso a la función que realiza desde la psicología, se entiende que este es el intermediario entre el sujeto y la acción, el proveedor de conocimiento para el sujeto aquello que está fuera de él, pero forma parte del mismo. Al objeto se lo define comúnmente como “una cosa que sirve para alguna cosa” (Barthes, 1985, p.2) con esto se afirma que los objetos tienen una función y como se explica anteriormente dicha función es otorgada por el sujeto. Todo esto desde una mirada psicológica, para comprender a mayor profundidad la función del objeto se realiza un análisis más amplio sobre el objeto y la cultura en cultura material.

1 Lo que tiene entidad, ya sea corporal o espiritual, natural o artificial, concreta, abstracta o virtual. (DLE, 2014)

2 Hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca. (DLE, 2014)

Percepción del objeto

A continuación, se expone la forma de percibir al objeto desde la psicología, ya que como se menciona en el tema anterior, el objeto llega a tener una identidad a partir de la percepción del sujeto, entendiendo a la percepción como la captación con los sentidos, algo que se presenta ante el sujeto y que llega a ser conocimiento o idea (DLE, 2014), tomando en cuenta como afirma Fernández que mirar al objeto como ‘uno’ es errado pues está compuesto por múltiples matices (2013), es decir que al captar un objeto no está destinado a ser un objeto pues el mismo puede ser interpretado de diferentes formas, dependiendo de los procesos mentales que se realicen como individuo.

Ahora bien, el objeto puede ser percibido también por “procesos de interacción” (Fernández, 2013) estos están presentes en la cotidianidad donde el “cómo interactúa la gente con los objetos” (Norman, 1998, p.23) da paso a otra manera de percibirlos, la relación que las personas llegan a tener con los objetos produce una infinidad de interpretaciones sobre estos, pues las experiencias del sujeto hace que la manera de percibir a un objeto sea diferente al que pueda tener otro sujeto que tiene sus propias experiencias.

Para aclarar lo mencionado en líneas anteriores, las personas tienen modelos mentales “de sí misma, de los demás, del medio ambiente y de las cosas con las que interactúa.

La gente forma modelos mentales mediante la experiencia” (Norman, 1998, p.32-33) con esto se afirma que, el sujeto tiene una manera de ver las cosas de forma específica, esta interpretación está sujeta a las experiencias del sujeto que a partir de ellas tiene una percepción única, es así que cada objeto es percibido de un modo específico según el sujeto que lo mire.

Con todo lo que hace referencia a la percepción del objeto se puede decir que tanto la experiencia, la interacción, y los procesos mentales

hacen que un objeto sea percibido de cierta manera, para explicar esto se toma el ejemplo de Norman (1998, p. 18).

“Puertas de vaivén de un hotel de Boston. Problema análogo a las puertas de la oficina de correos europea de la que he hablado. ¿De qué lado de la puerta debe uno empujar? Cuando pregunté a gente que acababa de utilizar esas puertas, la mayor parte no sabía qué decir. Pero muy pocas personas a las que observé tuvieron problemas con las puertas. Los diseñadores habían incorporado una pista sutil en el diseño. Obsérvese que las barras horizontales no están centradas: están un poco más próximas entre sí en los lados de los que empujar. El diseño es casi funcional, pero no del todo, pues no todo el mundo utilizó bien las puertas la primera vez”.

Con esto se puede analizar no solo el diseño de las puertas, sino que también la percepción de ellas desde los tres puntos mencionados anteriormente; desde la experiencia, las personas que usaban la puerta por primera vez no sabían cómo usarla pues, desde su experiencia las puertas se usa de manera diferente, es decir crearon un modelo de percepción hacia como es el uso de una puerta, luego está la interacción y los procesos mentales en este caso van de la mano, pues luego de tratar de abrir la puerta (interacción) se pudo observar los problemas y al realizar un análisis (procesos mentales) se pudo percibir cómo es ese objeto y la manera en la que funciona, continuando con el ejemplo se explica esta afirmación.

“[...] La puerta tiene un tipo diferente de barra a cada lado, una relativamente pequeña y vertical para indicar que se debe tirar, y la otra relativamente grande y horizontal para señalar un empujón. Ambas barras apoyan la prestación que representa la forma de asirlas: el tamaño y la posición especifican si se han de asir para empujar o para tirar, pero lo hacen de forma ambigua.” (1998, p.25).

Como se puede analizar, a pesar de que los elementos de la puerta fueron bien pensados, la extrañeza que se tuvo por la experiencia a priori produjo esta confusión, pero luego de la interacción y el aná-

lisis la percepción sobre el uso se obtiene gracias a estas formas de percepción

Luego del análisis sobre la percepción del objeto, se da paso la continuidad del objeto que hace referencia a la trascendencia que puede tener el objeto, el hecho es que, aunque el objeto puede permanecer durante el tiempo “cada nueva situación será una nueva oportunidad para venir a ser, siempre diferente” (Fernández, 2013, p.25) esto implica que el objeto puede permanecer inalterable en cuanto a su apariencia, pero la manera en la que se lo percibe está en constante cambio.

Aunque por otro lado se habla de que “a pesar de que el objeto queda atrás, permite que podamos seguir hablándolo como si permaneciera inalterable” (Fernández, 2013, p.22), a partir de estas dos afirmaciones se puede decir que el objeto puede ser percibido de una manera específica o esta percepción tiene cambios, el papel que juega el objeto como una cosa que trasciende depende básicamente de la relevancia que tenga para el sujeto.

DISEÑO EMOCIONAL (EMOCIONES Y SENTIMIENTOS)

“El diseño emocional es un modo de entender el humor de la gente y su conducta en respuesta emocional al uso de un producto o servicio”

(Norman, 2004)

La “importancia” de la apariencia del objeto

Para comprender la importancia que tiene la apariencia del objeto es necesario entender a lo que hace referencia ‘apariencia’ esta es “el aspecto o parecer exterior de algo o alguien” (DEL,2014) en cuanto a la etimología del término significa “cualidad de lo que se muestra” (Diccionario etimológico, 2018), es así que al hablar sobre la apariencia de un objeto hace referencia al aspecto exterior, su forma, color, textura., etc. Que se puede apreciar del físico de un objeto específico.

La importancia de esta apariencia radica en que “ya no basta con que los objetos sean funcionales para que funcionen, porque “las cosas atractivas funcionan mejor” (Norman, 2004, p.77) es decir que tanto la funcionalidad como la apariencia de un objeto es importante, pues si un objeto es funcional y también tiene valor en su apariencia dicho objeto adquiere mayor valor.

A demás de esto, la apariencia del objeto puede influir en el estado emocional de las personas (Cupul, 2015) así lo afirma Cardona y Obando el objeto “también despierta sentimientos” (2010, p.14) es importante recordar que el objetivo de un objeto bien hecho debe despertar emociones positivas, es por esto que “nos sentimos mucho más vinculados a aquellos productos que nos son cercanos” (Norman, 2004, p.75)

Con todo lo anterior se puede decir que, un objeto funciona mejor al provocar emociones con su apariencia ya que “un objeto que no nos llama la atención, que no nos gusta no incentiva a experimentar cosas con él” (Norman, 2004) en palabras de Sánchez existen dos tipos de objetos el básico y la esperanza, el primero simplemente cumple las necesidades, es decir es un objeto meramente funcional, mientras que el segundo cumple las expectativas del usuario en cuanto a su función y apariencia (Sánchez, 2005, p.10).

El valor emocional que adquiere un objeto recae en su apariencia, así lo afirma Rodríguez (2015) “para que lo objetos evoquen emociones en los usuarios [...], es necesario que exista una innovación en la estética” es así que las emociones pueden ser despertadas por un objeto con mejor apariencia, éste es el valor emocional que tiene un objeto.

Entonces, si se habla de la importancia de la apariencia de un objeto se puede decir que el aspecto exterior de un objeto puede incidir tanto en la percepción de funcionalidad y en el valor emocional que adquiere el objeto desde la perspectiva del sujeto, así lo afirma un experimento realizado por Massaki Kurosu y Kaori Kashimura donde los resultados obtenidos revelan que “el atractivo era un factor determinante en la percepción del usuario con respecto a la usabilidad” (Acevedo, 2010, p.8).

Algo similar afirma Culpul (2015, p.3) “para que un objeto sea considerado importante para una persona debe causar un efecto en ellos, desde la apariencia hasta su uso”, se puede decir que la apariencia tiene un efecto importante ante la mirada del sujeto para que este lo pueda considerar como algo funcional, al igual que debe despertar la iniciativa de ser “usado”, y esto recae en la apariencia del objeto. Entonces la importancia está en que el sujeto y el objeto pueden llegar a tener una relación gracias a la apariencia de este último.



Imagen N°1

Emociones hacia el objeto

Cuando se habla de emociones según Cardona y Obando (2010) hace referencia a un estado mental que se despierta involuntariamente generada por estímulos internos o externos, este estímulo de emoción puede ser positivo o negativo las emociones se pueden categorizar en ocho básicas enunciadas por Robert Plutchik las cuales son esperanza, aceptación, sorpresa, temor, tristeza, ira, disgusto y alegría, como se puede evidenciar dentro de estas se encuentran emociones tanto positivas como negativas.

Para aclarar, una emoción es “un estado de ánimo caracterizado por una conmoción consiguiente a impresiones de los sentidos, ideas o recuerdos, [...] y con frecuencia se traduce en gestos, actitudes u otras formas de expresión” con esto se entiende que las emociones son sentimientos que son producidos por fenómenos³ o recuerdos que experimenta el sujeto al presentarse frente a este.

Por otro lado, para Descartes en las emociones interviene tanto la mente como el cuerpo y no solo se involucran sensaciones físicas, también se incluyen percepciones, deseos y creencias; hasta este punto se puede decir que la “emoción” que causa un objeto en específico a cierto sujeto no es igual a la que siente otro sujeto, ya que como se mencionó en percepción del objeto la manera de percibir depende en un gran porcentaje de la experiencia que tiene el sujeto.

Es necesario agregar que la emoción también se la puede definir según Fernández como un “proceso desencadenado por la evaluación valorativa de una situación, que produce una alteración en la activación fisiológica y psicológica del organismo” (como se citó en Calvillo, 2010, p.52) entonces una emoción puede ser expresada a manera de gestos, actitudes al igual que pensamientos, esto implica que las emociones pueden tomar forma física o intangible, esto depende de la forma en la que el sujeto reaccione; a lo anterior se puede añadir

que las emociones pueden alterar el “ánimo de forma intensa y pasajera, agradable o penosa.” (DEL, 2014) es decir que al hablar de emociones no solo hace referencia a un sentimiento positivo o negativo, también se habla de algo temporal que no está presente durante toda la existencia de este, a esta se la llama “expresión emocional” la cual es el “momento de encuentro del usuario con el objeto emocional” (Rodríguez, C 2015) este momento puede darse de manera tangible o a manera de recuerdo.

Con todo lo anterior se puede decir que las emociones se presentan de forma psicológica y fisiológica, donde una estimulación externa o interna desencadena emociones en el sujeto, la expresión de las emociones varía dependiendo del sujeto pueden ser expresadas a manera de cambios de voz, gestualización, cambios de comportamiento o de manera no expresiva.

Así mismo, al existir una variedad en las maneras de sentir y expresar una emoción, también se pueden diferenciar estos estados entre los positivos y negativos, tomando en cuenta que existen emociones que no se pueden enmarcar solo en una de estas, como el asombro o la sorpresa ya que no necesariamente son positivas o negativas, como la alegría (positiva) o la ira (negativa), a este tipo de emociones durante el texto se las hará referencia como emociones bipolares.

³ Lo que tiene entidad, ya sea corporal o espiritual, natural o artificial, concreta, abstracta o virtual. (DLE, 2014)

Funciones Cognitivas

Al hablar de las funciones cognitivas⁴ anunciadas por Donald Norman hace referencia a la manera de reflexionar o procesar información cuando el sujeto está frente a un objeto, dónde el deseo u odio por el segundo se ajusta a estas funciones.

• Visceral

Esta función es la primera en presentarse en el sujeto frente a un objeto, depende estrictamente de la apariencia del objeto dónde el aspecto externo y sensitivo es el que hace de él mejor para el sujeto, sin olvidar que el ser aceptado recae en la manera en la que es percibido.

Para aclarar se toma un ejemplo de Norman sobre una investigación realizada por japoneses e israelíes dónde se evaluó una variedad de diseños de cajeros automáticos, todos éstos funcionaban de igual manera e incluso contaban con los mismos botones, pero su apariencia variaba en cuanto a su estructura, orden de botones y pantalla; había cajeros más agradables a la vista. Los resultados obtenidos demostraron que la mayoría de usuarios prefirieron los cajeros “más atractivos” asegurando que estos funcionaban mejor. (Cardona y Obando, 2010)

En este punto se puede retomar lo mencionado en la importancia de la apariencia del objeto dónde se expone cómo un objeto con una apariencia más agradable “funciona mejor” e incentiva al sujeto experimentar con este.

Entonces, la función visceral a partir de un primer momento dónde los sentidos como el olfato, gusto, tacto, audición y visión, juegan un rol importante al momento de despertar la aceptación por un objeto.

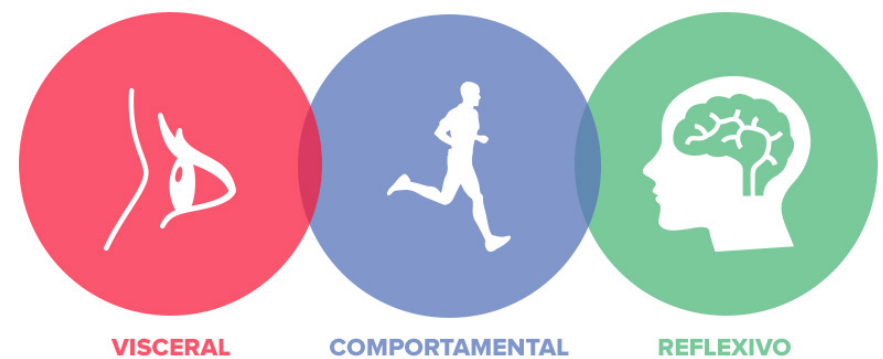


Imagen N°2

⁴ Cognitivo, va: Perteneciente o relativo al conocimiento (DEL, 2014)

• Conductual

Luego de pasar la etapa de la aceptación de un producto a partir de su apariencia, se pone en juego su funcionalidad la misma que debe dar una sensación de satisfacción al sujeto al momento de ser usado. Retomando un ejemplo de Norman habla sobre el BMW mini (automóvil) el cual provoca placer en determinadas personas al ser conducido, pues su manejo es fácil y al realizar una acción con facilidad el cerebro genera una respuesta positiva ante dicho objeto, esto provoca que al usar el automóvil genere placer y momentos agradables al sujeto. (Cardona y Obando, 2010)

Cuando se está frente a un objeto que se comprende con facilidad el individuo reacciona de una manera positiva ante este y crea cierto placer al interactuar con el mismo, es necesario tomar en cuenta que la función visceral da paso a la conductual, para aclarar regresando al ejemplo del automóvil, éste tiene una apariencia favorable lo cual permite que un individuo se permita experimentar con él, y si la experiencia es agradable provoca una mayor aceptación del sujeto al objeto. Con esto se puede decir que tanto la apariencia como la funcionalidad son características tienen igual peso al momento de dar un valor a un objeto.

• Reflexivo

Como se explicó en líneas anteriores la apariencia y la funcionalidad tienen un rol importante al momento de calificar a un objeto, sin embargo, Donald Norman dice que las respuestas reflexivas “se producen a largo plazo. Son las sensaciones y evocaciones que puede despertarnos el uso de ciertos objetos: orgullo cuando [...] denota status social, nostalgia cuando nos recuerda tiempos pasados, etc.” (Norman, 2004, p.77) este es un valor agregado que se da al objeto, este puede tener un impacto personal o proyectual en el cual éste coloca al individuo en una mejor posición a la mirada de los demás, o de manera personal en el cual se forjan lazos entre el sujeto y el objeto.

Para entender mejor este punto se toma el ejemplo del shampoo Ego, retomado de Norman (2010), dónde al realizar las campañas para promocionar este producto, se puntualiza la cualidad de “devolver” la hombría al sexo masculino, pues otros productos de la misma línea se concentraban en el mercado femenino, en este caso la empresa se enfoca en dar un valor extra al shampoo que no recae en la apariencia ni en la funcionalidad del producto, sino el dar una posición diferente desde el punto de vista de los demás donde eGo es “el Shampoo para Hombres.”

A partir de todo lo anterior se puede decir que cuando un individuo obtiene una respuesta reflexiva hacia un objeto, este último adquiere un mayor valor al igual que el individuo que lo posee, en el caso de que este objeto tenga un valor económico, social, ideológico, cultural, religioso., etc. con esto se da una relación individuo-objeto-sociedad; por otro lado, está la valorización personal que se puede dar a un objeto determinado dónde las emociones se transforman en la satisfacción de poseer dicho objeto, o trascender y quedar en la memoria del sujeto.

La experiencia como generadora de emociones

En temas anteriores se realiza un entendimiento sobre la experiencia y las emociones, el cual da paso a tener una comprensión más profunda sobre este tema, cuando se habla de la experiencia como generadora de emociones hace referencia a los “momentos de uso con el objeto. A través de esta experimentación, el usuario asume un comportamiento emocional, a través de la emoción, (juicio de valor para un objeto emocional), que lo conllevaría a un vínculo emocional, luego de emitir un juicio de valor” (Rodríguez, 2015) .

Es decir, que la experiencia se da a partir de la experimentación con el objeto, al pasar esta etapa éste llega a tener o no un valor para el sujeto el mismo que crea un vínculo, cuando se obtiene este resultado se habla de un objeto emocional.

Al hablar sobre un objeto emocional, se hace referencia a adquirir sensaciones y sentimientos por el mismo, pero no hay que olvidar que las emociones pueden ser positivas, negativas o bipolares, así lo afirma Norman:

A veces nos divertimos usando ciertos objetos, otras nos enfadamos cuando nos cuesta usarlos. Disfrutamos contemplando algunas cosas y nos encanta lucir otras porque nos hacen sentir distintos.

Hay objetos que nos traen recuerdos, por como huelen, por su tacto, y otros que no queremos tirar a la basura y nos gustan cómo envejecen (2004, p.75)

A esto se puede agregar que gracias a las funciones cognitivas se puede llegar a tener una conexión emocional con los objetos, es importante resaltar aquellos objetos que tienen un valor agregado a pesar de su apariencia y función, ya que este tipo de objetos rebasan el concepto de que los objetos son una cosa que sirve para algo, ya que en este sentido el hecho de sentir una vinculación con un objeto lo convierte en un objeto emocional.



Imagen N°3

CULTURA MATERIAL

“Producimos para consumir y nos consumimos en la producción”

(Onetto, 2016, p.1)

Según Hunter & Whitten (1981) definen a la cultura material como la expresión tangible de los cambios producidos por los humanos al adaptarse al medio biosocial y en el ejercicio de su control sobre el mismo. [...], las necesidades del hombre son múltiples y complejas, y la cultura material de una sociedad humana, por más simple que sea, refleja otros intereses y aspiraciones.

Por otro lado, el arqueólogo Gasirowki (1936) la define como “el conjunto de grupos de actividades humanas que responden a una finalidad consciente y poseen un carácter utilitario, realizado en objetos materiales”. Entonces, se puede decir que cultura material es y han sido los distintos modos en los que se han podido suplir las necesidades elementales de los hombres, cobijo, vestido y comida.

A partir de líneas anteriores se puede tener una noción más clara sobre lo que es la Cultura Material, sin embargo, es necesario comprender a lo que se refiere el término cultura, según Edward Sapier (1921), es “El conjunto socialmente heredado de prácticas y creencias que determinan la textura de nuestra vida”. Entonces se puede decir que la cultura es un conjunto de elementos que forman parte del pasado y se

mantienen a veces con variaciones a lo largo del tiempo, estos aportan ciertos rasgos que identifican a un grupo específico. Al comprender el término cultura, se puede profundizar sobre cultura material que según Cancino (2004), es importante señalar que la cultura material es objetos, colecciones, sistemas, fragmentos y es una clasificación de ellos. Para dicha clasificación, él ha tomado en cuenta dos factores, historia-función y objeto neutral/ no neutral, para comprender un poco más; en el primer caso, el autor hace referencia a que los objetos tienen una evolución (o varias) y con esto llegan ser indicadores de acciones, procesos, entre otros, es decir, se clasifican de acuerdo a la función que deben cumplir en una sociedad determinada. Ahora, en el segundo caso, objeto neutral/ no neutral, el objeto puede cumplir su función dependiendo del sujeto y, por otra parte, puede reflejar contenidos culturales, pero esto, solo en su relación con el sujeto.

Entonces se puede decir que la cultura material engloba todo lo tangible que a partir de la dinámica forma parte de ella y se mantiene enmarcada dentro de un contexto que es heredado a manera de conocimiento.

Sociedad de consumo

Para llegar a comprender la sociedad de consumo, es necesario entender que consumir es el “conjunto de dinámicas socioculturales que se desarrollan en torno a la adquisición, el uso, y el desecho de la cultura material...” (Sanín, 2008, p.60).

Estas dinámicas, según Roth se da por medio de tres formas de materialización cultural, “lo que son” refiriéndose a la cultura material de la dimensión personal. “Lo que hacen” entendiendo esto por la acción que cumplen y, por último “donde están” que comprende la dimensión espacial, es decir, donde ellos se encuentran, convirtiéndose así en extensiones del cuerpo como afirma Hall (1959).

Con todo lo anterior, se da paso a un entendimiento más aproximado sobre sociedad de consumo en donde “su impotencia para hacer desaparecer del ambiente los productos ya usados, es decir: para consumir en un sentido radical del término; se trata mucho más de una sociedad caracterizada por un pasado no digerido que por una apertura al futuro. En suma: una sociedad de la basura”. (Flusser, 2002, p.46)

Sin embargo, Malgarejo (1994), dice que cuando se crea un objeto con ayuda de diferentes procesos, estos llegan a adquirir cierto valor en la sociedad que consume lo que necesita, dejando de ser, en este caso, desechado tan rápidamente como en casos contrarios.

Con lo señalado anteriormente, se puede decir que la sociedad de consumo (en su mayoría), está basada solo en adquirir, sin importar del todo las necesidades. Dicha adquisición, provoca que la mayoría de las cosas, sean desechadas al poco tiempo y en estado casi nuevo. Por otro lado, Bauman (2007), explica que la sociedad de consumo produce un cambio en la conducta de las personas, dando como ejemplos diferentes aspectos:

Cultura: señalada como eje en el consumo y el mercado.

Valores insaciables: viniendo a ser, más o menos “compro luego existo”; se encuentra en constante atracción por consumir.

Asignándolos así, a un conjunto específico de condiciones de existencia, incluso, con altas probabilidades de que adopten el consumo mismo antes que cualquier otra cultura.



Imagen N°4

Los objetos en la Cultura material

“... no se trata de objetos definidos según su función, o según las clases en que podríamos subdividirlos para facilitar el análisis, sino de los procesos en virtud de los cuales las personas entran en relación con ellos y de la sistemática de las conductas y de las relaciones humanas que resultan de ellos”.

J. Baudrillard, El sistema de los objetos, p.2



Imagen N°5

Objetos por consumo (mercantil, imitados y remercantilizado)

Sanín (2008) asegura que los objetos reflejan la estética de consumo, cada objeto es llevado a la práctica o uso por la sociedad y esto le da una cultura a dicho objeto, llegando a ser así un elemento de información, significado, actividad y comportamiento que en él se conforma.

Marx (1946) definió la mercancía como un producto que debía ser intercambiado, por otro lado, Appudurai (1991) señala que la mercancía no es en sí un producto, sino un juicio de valor que se le da a un objeto en un momento determinado.

Para entender un poco más acerca del objeto mercantil se lo debe analizar como un proceso en el que diferentes elementos entran en una situación de comercialización, adquiriendo de esta manera diferentes atributos funcionales y comunicativos que lo convierten en un objeto, para de esta manera formar parte de una cultura material. Este proceso mercantil puede ser llevado a cabo por motivos prácticos o simbólicos, en donde en el primer caso se le da utilidad al objeto y en el segundo, a partir de su utilidad se le agrega un valor, según lo que se piensa o se siente por dicho elemento.

En el caso de los productos imitados, toman poder los productores no oficiales y los consumidores, lo que realizan pequeños cambios de los productos existentes y ya reconocidos en el mercado y de este modo participan en las dinámicas comerciales.

Según señala Klaus Roth (2001), el fenómeno de imitación está en una estrecha relación con la apropiación cultural, dicha apropiación es definida por David Howes (1996) como “el proceso de recontextualización a través del cual a los bienes importados se les asignan usos y significados por la cultura receptora”.

Así se da paso a la remercantilización que consiste en la reactivación mercantil de productos que no son o no están en estado de mercancías, son más bien “ex mercancías” que retornan o retoman el proceso de comercialización. Estos productos se vuelven a activar en una condición que Moles (1975) denominó “valor de reventa”, que consiste en el precio que puede llegar a tener independientemente de haber sido ya usado.

Se ha situado estos tres aspectos o procesos (mercantil, imitado y remercantilizado), que se le dan a los productos de acuerdo a su valor, no referido a la estética o la funcionalidad, sino a su valor económico, ya que, de cualquier manera, tanto en el ámbito mercantil, imitado o remercantilizado, se llega a un proceso de compra y venta, en el cual, el producto es aprovechado de cierta manera, ya que se lo adquiere por un valor inferior, esto debido a cada uno de estos procesos.

Objetos y su significado

- Regalados, heredados y personalizados

Luego del análisis sobre los objetos por consumo, se da paso a productos que para muchas personas pueden tener más valor, pero en el ámbito emocional, siendo estos clasificados en objetos regalados, heredados y personalizados, cada uno de ellos se les excluye del área mercantil, ya que, en estos no se involucra la necesidad y no se los adquiere directamente.

Por ejemplo, los productos regalados, en este caso, pueden ser usados, pero lo más común es que se encuentren en un estado nuevo, en esta categoría, se encuentran aquellos que son recibidos de manos de otras personas como un obsequio, casi siempre por motivo de una celebración o ritual.

Es muy usual que, al realizar esta acción de regalar, la persona que lo hace, pretenda recibir algo a cambio, aunque no necesariamente sea en ese momento, de hecho, Moles (1975) señala que es ese mismo carácter de reciprocidad lo que genera el intercambio de regalos y que de este modo, se representa uno de los aspectos esenciales de las relaciones interhumanas a través de los objetos.

Por otra parte, los productos heredados, a diferencia de los regalados, son en todo momento representados por objetos usados. Esta es una forma de intercambio de un propietario a otro, generalmente entre personas de una misma familia o grupo que tienen un vínculo afectivo muy fuerte.

Lo que motiva estos intercambios, no es un interés económico, sino, como ya se mencionó, es un vínculo donde el mismo producto puede llegar a pasar por varias generaciones, generando así, un significado más fuerte y cargado de biografías emocionales, como lo menciona Sanín (2008).

“Aunque la herencia esté representada por objetos que son usados más de una vez, o incluso muchas veces, no es considerada una forma de reúso, pues este concepto -bajo los términos de la estética del consumo- implica que el objeto haya sido desechado antes de volver a ser usado. A diferencia de esto, la herencia nunca margina al objeto de su fase utilitaria, permaneciendo siempre dentro de las esferas del uso”.

Sanín. J, 2008, p.125

Luego de hablar sobre los objetos regalados y heredados, se da paso a los objetos personalizados, que se definen como aquellos que a través de ciertos procesos manuales se hacen propios.

Dichos procesos suceden al transcurrir la fase de uso. El sujeto realiza cambios en su estructura, no para agregar funciones, sino más

bien para reflejar gustos y personalidad sobre el objeto.

Con dichas modificaciones, se carga al objeto de sentido y significado de una manera más personal, sin embargo, Sanín (2008) dice que no hay que confundir la personalización con la customización, la misma que hace referencia como “ajuste al usuario”, dando a entender como modificaciones realizadas para un público, mas no para una persona.

- Sacralizado y amuletos

Continuando con los objetos y su significado, se habla de los objetos sacralizados, los mismos que son desviados de sus usos convencionales y llevados de esta manera a esferas sagradas en las que los objetos se hacen acreedores de una especie de culto.

Este tipo de objetos son adorados y generan una experiencia religiosa en las personas, lo que significa, que quien recurre a él, lo hace en busca de algo mediante un milagro o magia.

Estos milagros o magia, le da la capacidad al objeto de mediar entre fuerzas sobrenaturales, ocultas o divinas y el mundo terrenal, según describe Sanín (2008).

El uso de estos objetos, desde el momento en que son sacralizados, se limitan a ser adorados, para que de esta manera cumplan su función mágica. Son comúnmente colocados en lugares particulares, desde donde ejerce su poder.

Dentro de esta tipología, se encuentran los amuletos, los mismo que son encargados de “dar buena suerte”, esto mediante significados que se los acreditan y formas de manipulación que se deben realizar para que la “suerte” haga efecto.

La diferencia de estos objetos, con los mencionados anteriormente está definida por dos cosas, la primera, el tamaño y colocación del objeto en el espacio y segundo, los significados que evocan cada uno. Los amuletos, son caracterizados por ser llevados en todo momento

con las personas, muchas de las veces, las otras personas desconocen el porqué de llevarlos.

En este punto, se han mencionado varias categorías en las que en todo momento, el sujeto está relacionado con el objeto y aunque no se le otorga siempre un valor sentimental, son considerados como importantes, es por eso que se lo dividió en dos categorías en las que se podría decir que en la primera, lo que más sobresale es el valor emocional o sentimental, muy distinto a lo que sucede en la segunda categoría, en donde los objetos son considerados como algo que otorga un ‘poder’ que normalmente una persona no tiene por sí misma, sino más bien, se sostiene de dicho objeto para realizar una acción específica.

Cultura y percepción

“Cuando un diseño es creado mediante los diferentes procesos, estos adquieren un valor a través de la sociedad que consume lo que necesita”. (Malgarejo, 1994, p.11)

Cuando un objeto es identificado de diferentes maneras, se debe a las vivencias culturales y sociales por las que este ha sido rodeado. El ámbito de la percepción ha ido e irá cambiando debido a los grupos sociales y sus creencias.

Para Malgarejo (1994) la percepción es biocultural, ya que depende de estímulos físicos y de sensaciones que satisfacen a los diferentes grupos sociales y sus necesidades. El ser humano fue el creador de la cultura y, por lo tanto, la percepción, como ya se menciono depende de ellas y de las experiencias vivenciales, sin embargo, ninguno es capaz de percibir las cosas en su totalidad, ya que estas están en constante cambio o variación.

Gómez (2010), dice que la percepción es un aspecto que tiene que ver con algo que se relaciona de manera directa con el objeto visto y que, a la vez, genera un significado y le da un valor simbólico o social.

CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO COMO MEDIADOR

En este punto se realiza un análisis del objeto como mediador a partir de la psicología del objeto, del diseño emocional y de la cultura material. Algunos autores han concebido al objeto como un mediador para la acción y como un mediador social.

En el presente punto se explican otras maneras en las que el objeto actúa como mediador. La importancia radica en que la psicología del objeto se centra en una percepción individual y colectiva, que influyen los comportamientos humanos; por otro lado, el diseño emocional centra su estudio en la manera de sentir algo por un objeto; y, por último, la cultura material estudia al objeto desde su función dentro de un contexto. Con esto se explica la relevancia de estos campos de estudio para esta investigación.

Al comprender cómo inciden las bases teóricas para el entendimiento del objeto como mediador, se realiza un análisis conjunto del objeto, entonces se puede decir a partir de lo mencionado en temas anteriores; primero desde el diseño emocional, es necesario tener una experiencia con el objeto, esta se da a partir de las funciones cognitivas que pueden ser por la apariencia, función, en la posición que el objeto

coloque al sujeto o el valor que le otorgue este último al objeto; tomando en cuenta que la manera de percepción difiere según el sujeto, esto en base a la psicología, es decir lo “bonito” no es igual de agradable para una persona que para otra, la funcionalidad varía dependiendo de las necesidades individuales, y el valor agregado depende tanto de la sociedad como de la individualidad; a partir de lo anterior desde una mirada de la cultura material se puede decir que existe el objeto como indicador cultural y como indicador personal, para explicar de mejor manera el primero “ las apreciaciones culinarias o arquitecturales, vestimentarias, musicales u otras, forman realmente lo más idóneo de la cultura y lo que simboliza realmente la diferencia entre las etnias” (Leroi, 1971, p.267), por otro lado el indicador personal hace referencia a todo aquello que representa a un individuo en concreto.

Es así que el objeto actúa como mediador tanto desde el individuo con la sociedad, como desde la interioridad del sujeto (de sí para sí mismo), esta reflexión es el punto de partida tomada desde la teoría que da paso al entendimiento aproximado del objeto como mediador emocional, en los siguientes capítulos se refuerza y extiende la explicación sobre el tema.

CAPÍTULO 2

Planificación

METODOLOGÍA

En el presente capítulo se describe la metodología usada en el proyecto de investigación, así como las características en las que se estableció el análisis de contenido, además de los detalles de los cuestionarios planteados para su posterior aplicación.

Por la naturaleza de la investigación es necesario el método cualitativo el cual se basa en los principios teóricos que se han abordado en el primer capítulo, para estructurar las preguntas y definir los resultados que se requieren, todos estos dirigidos hacia el caso de estudio.

Con esto se interpretan los datos a manera de reflexión y así comprender al objeto como mediador emocional.

Población y muestra

Se hace referencia y me centro específicamente en “quiénes”, es decir, en los sujetos u objetos de estudio. Esto sin duda, dependiendo del planteamiento inicial de la investigación.

Para la realización de esta etapa, me he basado en personas que en realidad me puedan aportar con información verídica sobre el tema, que puedan entenderlo y sobre todo tratarlo.

Con lo mencionado, me he centrado en un rango específico de 20 a 25 años de edad, que es donde las personas pueden estar conscientes y seguras de las respuestas que aportan.

Para que la investigación sea mas aleatoria, se ha tomado en cuenta la población universitaria, que conste de estudiantes de diferentes carreras.

En la universidad, hay al rededor de 16 mil estudiantes, sin embargo, no todos estan dentro de las edades mencionadas, por lo cual el universo llega a ser la mitad, es decir 8 mil estudiantes, es este dato el que se tomó en cuenta para realizar y completar con la última fase de la metodología, la misma que consta en la realización de las encuestas.



MÉTODO CUALITATIVO	OBJETIVO	MUESTRA
ENTREVISTA	Obtener relatos de experiencias entre las personas y los objetos. Qué es lo que les motiva a hacerlo, qué características los lleva a eso.	Muestreo NO probabilístico. Un total de 12 personas universitarias entre varones y mujeres.
GRUPO FOCAL	Obtener información sobre cosas u objetos que ellos tengan.	Tres grupos: 1. 7 mujeres 2. 7 varones 3. 15 personas/ grupo mixto.
MÉTODO CUANTITATIVO	OBJETIVO	MUESTRA
ENCUESTA	Obtener datos sobre temas específicos planteados en la encuesta.	Preguntas cerradas ¿Cuántas? 370

ENTREVISTAS

Trabajo de Campo

En el mes de marzo y abril del 2018 se inició la realización de entrevistas, en donde tuve varios inconvenientes, uno de ellos fue la pérdida de tiempo con un primer grupo de niños los cuales no me proporcionaron información válida o importante para mi investigación, en una segunda instancia realicé entrevistas a jóvenes universitarios, pero de igual manera no obtuve buenos resultados, esto debido a que el temario no fue estructurado de manera correcta, sin embargo, en la última oportunidad de realizarlas, tuve una muy buena acogida, esto ya que las personas a las que se les pedía ser entrevistados, accedían de manera inmediata, sin embargo se podía notar un poco de nerviosismo en la mayoría de ellas, pero en el transcurso de las entrevistas tomaron ya un poco más de seguridad y confianza.

Hubo casos en los que fue notorio que las personas sentían un poco de nostalgia al hablar de objetos que les traían recuerdos de personas que para ellos fueron muy importantes, pero a pesar de esto, siguieron con la entrevista sin ningún problema.

Objetivo

El objetivo de las entrevistas fue obtener información y relatos de experiencias que logren comprender las diferentes relaciones que se establecen entre las personas y los objetos

Se realizaron 12 entrevistas entre miembros de la población universitaria (Universidad del Azuay), se usó un método no probabilístico de muestreo

Los entrevistados fueron jóvenes edades comprendidas entre 20 a 25 años.



GRUPOS FOCALES

Trabajo de Campo

En el mes de mayo, en la ciudad de Cuenca, específicamente en la Universidad del Azuay se empezaron a realizar los grupos focales.

En un inicio fue muy complicado obtener ayuda de los estudiantes para realizar dichos grupos, es por esa razón que se vio la necesidad de pedir colaboración a decanos para realizarlos en horas de clase, es decir, que los estudiantes acepten sin miedo a la pérdida de horas o pruebas.

De esta manera se inició con el grupo femenino, el cual se mostró expresivo, sin embargo, hubo excepciones de algunas chicas que tenían ganas de ya salir por lo que no colaboraban de manera eficaz, a pesar de esto, desde mi punto de vista, pienso que he conseguido buenos resultados.

Un segundo grupo fue el de los varones, el cual, a diferencia del primero, se mostró muy colaborativo en todo sentido, el ambiente fue muy conveniente lo que les permitió sentirse a gusto y con libertad de expresarse.

Y, por último, un tercer grupo conformado por varones y mujeres, donde me pudieron ayudar sin ningún problema a responder cada una de las preguntas que se les hizo, con calma y tranquilidad, aunque al inicio fueron un poco recelosos, poco a poco se fueron des- envolviendo.

Después de haber podido culminar con esta fase de los grupos focales, puedo decir que en general los alumnos han sabido colaborar y que gracias a ellos mi investigación ha podido avanzar.

Objetivo

El objetivo de los grupos focales, fue el de obtener información sobre la relación íntima sujeto- objeto, de igual manera, establecer algunos factores que inciden en dicha relación y por último conocer relatos sobre la relación con objetos que ellos tengan y objetos en general



ENCUESTAS

Trabajo de Campo

En el mes de mayo, en la Universidad del Azuay, se inició con la realización de encuestas, las mismas que fueron aplicadas a estudiantes de entre 20 y 25 años como se ha venido señalando en líneas anteriores, estas encuestas constaron de preguntas netamente sobre el gusto y disgusto acerca de los objetos y razones que llevan a guardarlos o no.

La realización de las encuestas tuvo muy buena acogida desde el inicio, es decir, los estudiantes fueron muy amables al ayudarme con la misma y aunque tuve problemas únicamente por el clima, ya que fue un día lluvioso, permanecí en las diferentes áreas con cubierta de la universidad, tales como: facultades en sí, asociaciones de estudiantes de las distintas facultades, área de cafetería, biblioteca, entre otras.

A pesar de los contras que se pudieron presentar durante el proceso, se ha podido realizar las encuestas en su totalidad.

Análisis de contenido Procesamiento de datos

Una vez obtenidos los datos, se los proceso usando Microsoft Excel, en el que se elaboro la base de datos con sus rangos específicos.

Objetivo

El objetivo de las encuestas fue el de obtener datos sobre temas específicos, realizando distintas preguntas a manera de conversatorio y de igual manera, que se pueda realizar un “debate” entre los participantes.



ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Consiste en alternar preguntas ya estructuradas con anterioridad y preguntas espontáneas, esto ya que a medida que se obtienen respuestas, se pueden ir realizando más preguntas desencadenadas de ello.

Las entrevistas son cruciales pues, se pretende realizar a personas que se sepa que pueden aportar con hechos de su vida en cuanto a la relación sujeto- objeto, como es el caso de muestra establecida, universitarios entre 20 y 25 años.

Los puntos de vista de personas con esta característica tanto en conocimiento teórico y vivencial aportan datos que por su experiencia ellas pueden contribuir para el fin de esta investigación.

Para este proceso, se seleccionaron personas entre hombres y mujeres de diferentes carreras, algunas fueron recomendadas, sin embargo, gran ma-

Entrevistados

- Gabriela Calle/23 años/ Ingeniería Civil
- Mercedes Paredes/ 24 años/ Psicología Clínica,
- Bernarda Carangui/20 años/ Contabilidad,
- Ángeles Andrade/ 21 años/ Ingeniería Civil,
- Domenica Vanegas/ 20 años/ Arte Teatral,
- Jonnathan Delgado/ 21 años/ Laboratorio Clínico,
- Kevin Cuesta/ 20 años/ Ingeniería Automotriz,
- Gustavo Illescas/ 21 años/ Administración de Empresas,
- Jean Pierre Encarnación/ 20 años/ Estudios Internacionales,
- Darío Faicán/ 23 años/ Ingeniería Civil,
- Santiago Chuquimarca/ 21 años/ Ingeniería en Alimentos,
- Tatiana González/ 23 años/ Diseño Textil y Modas.

Temario Aplicado

El tipo de entrevista fue semiestructurada y contaron con el siguiente temario de base:

1. ¿Cree en la unicidad del objeto? Es decir, que tenga la cualidad de ser único, irrepetible, sólo, singular, pero no solo por su producción, sino también en la forma de verlo para cada persona.
2. ¿Me podría mencionar 3 objetos que tenga, que se basen en este concepto?
3. ¿Tendría problema en deshacerse de uno o todos estos objetos? ¿Y si fuera sustituido por uno con las mismas características?
4. ¿Me podría mencionar 3 objetos que no botaría o vendería por nada? ¿Por qué?
5. Si tendría que escoger uno de los objetos inicialmente mencionados ¿Cuál sería?
6. ¿Me puede mencionar tres objetos con esta cualidad que usted quisiera tener?



GRUPOS FOCALES

Se plantean tres grupos focales en el que el primero sea de varones, un segundo de mujeres y, por último, un grupo mixto, como se entiende, tratando de conseguir equidad.

En los tres grupos focales se realizan ejercicios como dibujar un objeto que haya marcado su vida, es decir, importante, así como también generar una serie de preguntas que da paso un conversatorio donde se desprende información importante para el tema.

El temario que se empleó fue elaborado previamente, de manera que las respuestas de cada uno de los integrantes sean óptimas para cumplir con los objetivos de la investigación.

MUESTRA

Para esta fase de los grupos focales, se pidió ayuda a los diferentes decanos de cada facultad, sin embargo, se redujó a la ayuda de solamente uno, quien permitio que los estudiantes puedan realizar dichos grupos focales, con el debido permiso, ya que se efectuarían en horas de clase.

Grupo 1

- Fernanda Iñiguez, 23 años
- Daysi Sánchez, 25 años
- Jocelyn Iñiguez, 23 años
- Carolina Jimbo, 23 años
- Michelle Valencia, 25 años
- Estefany Paucar, 21 años
- Cristina Ochoa, 24 años

Grupo 2

- Andrés Castillo, 21 años
- Mateo Galarza, 24 años
- Jefferson Loayza, 23 años
- Miguel Zhunio, 25 años
- Ismael Cuenca, 23 años
- Pedro Ramos, 23 años
- Juan Andrés Bermeo, 24 años

Grupo 3

- Juan Alfredo González, 22 años
- Álvaro Vega, 24 años
- Fernando Añazco, 21 años
- Paola León, 20 años
- Elizabeth Solano, 25 años
- John Otavalo, 20 años
- Jorge Domínguez, 21 años
- Paula Idrovo, 21 años
- Ismael Guzmán, 22 años
- Diana Torre, 20 años
- Erick Brito, 20 años
- Mariana González, 20 años
- Viviana Culcay, 21 años
- Erica Bravo, 23 años
- Jahel Granados, 21 años



PROGRAMACIÓN Y TEMARIO

Buenos días con todos. Mi nombre es Daniela Hidalgo, soy estudiante de la Universidad del Azuay y estudio diseño de objetos, este momento me encuentro cursando último ciclo y realizando mi proyecto de graduación, por lo que los he reunido hoy para que me ayuden con información para mi investigación, seré la encargada de dirigir y moderar este ejercicio.

Objeto: Estoy realizando un estudio sobre el objeto como mediador emocional. Esta sesión se está realizando para obtener información de tipo cualitativa, donde se pueda conocer con mayor profundidad sus percepciones acerca de los temas que se tratarán posteriormente.

Agradecimiento: Les quiero agradecer de antemano su colaboración para la realización de este ejercicio.

Preguntas y/o comentarios: Alguna pregunta o comentario antes de comenzar.

Presentación de los integrantes: Nombre, edad

Foco de investigación: Explorar cuáles son las características en los objetos que influyen en una persona para que esta desarrolle un vínculo emocional con el mismo.

Objetivos:

- Obtener información sobre la relación íntima sujeto- objeto
- Establecer algunos factores que inciden en dicha relación
- Conocer relatos sobre la relación

TEMARIO:

1. ¿Creen en la unicidad del objeto? Es decir, que tenga la cualidad de ser único, irrepetible, sólo, singular, pero no solo por su producción, sino también en la forma de verlo para cada persona.

2. ¿Cree que se puedan generar vínculos con los objetos debido a la unicidad de los mismo? ¿por qué?

3. Piensen en tres objetos que creen que los pueda llevar a generar vínculos

4. ¿Por qué creen que se generan estos vínculos? (actos, significado, valor económico, formales o qué otros valores)
-Creen que un objeto adquiere valor al ser construido por uno mismo

5. Razón por las que se presentan estos valores

6. (Actividad) Dibuje un objeto que haya marcado su vida.
-EXPLICAR DIBUJO
- ¿Por qué es o fue importantes este objeto en su vida?

7. ¿Qué factores motivan a pensar en la adquisición de un objeto? (vínculos)
-Al momento de adquirirlos y al momento de regalarlos



ENCUESTAS

Para las encuestas, como es sabido, se aplica un método cuantitativo.

En este caso, las encuestas servirán para obtener datos específicos de las personas, datos que realmente sean necesarios y de gran aporte en la investigación, es decir, basadas en la relación emocional entre el sujeto y el objeto.

Este método se realizará con preguntas cerradas, donde el encuestado solo podrá elegir entre las opciones establecidas.

Esta etapa de las encuestas, se las realizó a los estudiantes de manera aleatoria. Al tener como una de las preguntas, la edad qu el estudiante tenía, se aseguraba que cumpla con el rango de la población que se estableció inicialmente.

Para saber cuántas encuestas se deben realizar, es necesario calcular la muestra, aplicando la siguiente formula:

$$n = \frac{K^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + K^2 * p * q}$$

N: es el tamaño de la población o universo.

k: esta dependerá únicamente del nivel de confianza que se aplique, dicho nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean verídicos.

Para esta investigación se usa un valor de k 1,96; es decir un nivel de confianza al 95%.

e: es el error muestral deseado. Para estas encuestas será de +/- 5%

p: son los individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato comunmente se desconoce y se suele decir que 0.5 que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que se va a realizar).

Dicha formula, ha dado como n resultado 367 encuestas a realizar.



Temario Aplicado

Soy estudiante de la Universidad del Azuay de la escuela de Diseño de Objetos, mi objetivo es conocer las características de un objeto que influye en una persona para desarrollar un vínculo emocional con el mismo, por lo cual solicito que me ayude con información acerca del tema.

DATOS GENERALES:

Sexo:

Femenino ☐ Masculino ☐

Edad:

20 ☐ 21 ☐ 22 ☐ 23 ☐ 24 ☐ 25 ☐

1. ¿Qué entiende por objeto?

- a) Elemento esencial dentro de la sociedad
- b) Cosa que cumple una función específica
- c) Elemento inerte
- d) Algo que ocupa un espacio
- e) Todas las anteriores

2. Para usted las emociones implican:

- a) Tener sentimientos hacia alguien
- b) Tener sentimientos hacia algo
- c) Un estado afectivo
- d) Es un estado de apatía
- e) Sensaciones físicas

3. ¿Ha tenido alguna vez emociones hacia un objeto?

- a) Sí (pase a la pregunta 4)
- b) No (pase a la pregunta 5)

4. ¿Cómo han sido estas emociones?

- a) Estas emociones han sido positivas (amor, felicidad, tranquilidad, etc.)
- b) Estas emociones han sido negativas (dolor, ira, rencor, temor, etc.)
- c) Emociones positivas y negativas

5. ¿Hay objetos que le gustan más que otros?

- a) Sí (pase a la pregunta 6)
- b) No (pase a la pregunta 7)

6. El gusto hacia ciertos objetos se debe a:

- a) Su apariencia
- b) Experiencias vividas con objetos similares
- c) La función
- d) Motivos ideológicos, religiosos o culturales

7. ¿Ha sentido desagrado por algún objeto?

- a) Sí (pase a la pregunta 8)
- b) No (pase a la pregunta 9)

8. El desagrado hacia ciertos objetos se debe a:

- e) Su apariencia
- f) Experiencias vividas con objetos similares
- g) La función
- h) Motivos ideológicos, religiosos o culturales

9. ¿Cuándo valora más un objeto?

- a) Cuando se lo obsequia alguien en general
- b) Cuando se lo obsequia alguien importante
- c) Cuando lo encuentra
- d) Cuando lo compra
- e) Cuando no lo puede adquirir
- f) Cuando perteneció a alguien más

10. ¿Guarda usted un objeto en específico?

- a) Sí (pase a la siguiente pregunta)
- b) No (Saltar pregunta 11)

11. ¿Por qué razones lo hace?

- a) Gusto
- b) Fue un regalo
- c) Fue una herencia

Encuesta finalizada.

Agradezco su colaboración al brindarme el tiempo necesario para completar esta encuesta.



CAPÍTULO 3

Resultados de Investigación

RESULTADOS ENTREVISTAS



En base a las entrevistas realizadas y luego de haber analizado las repuestas de cada uno de los participantes y determinar que se cumplió con el objetivo fijado, se desprendieron los siguientes resultados, siendo de mucha importancia para mi investigación.

Por la singularidad y la actitud de cada uno de los participantes se desprendieron preguntas secundarias en base a una principal puesto que su afán de contribuir a la entrevista, rebasó mis expectativas, lo cual fue positivo para lograr mejores resultados y obtener una perspectiva más clara de la reacción de los individuos hacia determinados objetos.

Pregunta N° 1

¿Cree en la unicidad del objeto? Es decir, que tenga la cualidad de ser único, irrepetible, sólo, singular, pero no solo por su producción, sino también en la forma de verlo para cada persona.

“Depende del valor sentimental que se dé a cada cosa...” fue algo que mencionó una de las personas entrevistadas y si bien es cierto se coincide en que, si se incluye a ese objeto algo personal, proviene de una persona querida, o recuerda a algún evento especial y significativo se convierte en un objeto único e invaluable, es decir, adquiere el carácter de “unicidad”. Simplemente para ellos se vuelve algo único, por lo que dicen que sería muy difícil no poder creer en este concepto.

Por otro lado, un participante coincidió con otro al decir que depende de uno mismo, siendo estas sus palabras: “es por el grado de valor sentimental que le puedes dar al objeto, más no porque este tenga alguna característica en especial...”, haciendo referencia a que puede ser cualquier tipo de objeto, pero siempre estará en uno mismo volver único a este objeto.

Otros de los participantes mencionaban que “todos podemos ver a un objeto como algo único porque cada uno le da diferente uso” y de igual manera puede ser “porque alguien te lo regaló o simplemente significa algo para vos”.

Como ya se ha mencionado que el objeto adquiere el carácter de unicidad por la misma persona que lo usa, sin embargo, existe otro aspecto que los entrevistados mencionan refiriéndose a que el objeto “tiene una determinación por la cual fue hecho” y que “el objetivo es llegar a crear cosas nuevas que no se han visto” para que de esta manera, sea más fácil para el usuario crear un vínculo con él.

A pesar de que hubo un poco de confusión al mencionar el término “unicidad” ya que desconocían su significado, las personas en seguida empezaron a relacionarlo con cosas que tienen, tal fue el caso de una de las entrevistadas que al escuchar a qué hacía referencia, su respuesta fue que sí cree en esto y que de hecho ella posee un objeto con esta característica

Pregunta N° 2

¿Me podría mencionar 3 objetos que tenga, que se basen en este concepto?

Como se podrá entender, la respuesta a esta pregunta fue dirigida con el objeto de obtener resultados individuales, es decir, que varían de cada participante, pero se podría recalcar que en su mayoría coincidieron en objetos relacionados con joyería, no por su valor económico, sino por su valor sentimental, ligados a recuerdos de personas especiales.

En algunos casos, estos objetos que para ellos eran únicos, los llevaban consigo por lo que, al momento de ellos verlos, se les pudo observar un cambio en cuanto a los gestos, lo cual lleva a pensar que esto les provoca algún tipo de sentimiento, como se mencionó anteriormente, ya sea por el recuerdo de algo o alguien.

Lo mencionado en líneas anteriores se puede evidenciar con las palabras de los participantes; donde expusieron dichos objetos, tal es el caso de un participante que mencionaba “mi pulsera es algo que llevo siempre conmigo y para mí es único simplemente porque me dio mi madre”, por otro lado, se habla de que “si te dan algo no puedes sustituirlo por algo igual, no es lo mismo”, dando a entender que el momento en el que alguien recibe cualquier tipo de regalo, esto ya se vuelve único, tomando en cuenta el aprecio y cariño que le tengas a esta persona.

Sin embargo, hay casos en los que no siempre debe venir de alguien importante, sino posee este carácter de unicidad debido a que estuvo presente toda tu vida, o simplemente es algo que ha marcado tu vida, así el caso de una participante que dijo “yo tengo una cobija desde pequeña y para mí sería imposible deshacerme de eso”, seguidamente se le preguntó acerca de esta cobija y su procedencia, y es aquí donde la muchacha afirmó no recordar quien se la dió, sin embargo, la lleva consigo a todo lado y le da cierto confort en momentos de tristeza.

No obstante, en otros casos se pudo escuchar a una participante hablar de objetos únicos para ella, pero como primer elemento, mencionó “una lámpara que yo la cree cuando era pequeña, la hice con cosas de la cocina...”, siendo así, que para ella el hecho de haber creado un producto, ya lo volvió único y comentó que aún tiene esta lámpara a pesar de todo el tiempo que ha transcurrido, no la botaría o cambiaría.

Pregunta N° 3

¿Tendría problema en deshacerse de uno o todos estos objetos? ¿Y si fuera sustituido por uno con las mismas características?

“Sería imposible deshacerme o reemplazar algo; el valor afectivo que le tengo a cada cosa es demasiado grande, es como una dependencia para mí, no me veo algún día sin eso” fue la respuesta de una entrevistada.

Con lo mencionado anteriormente, se puede evidenciar que las personas no cambiarían las cosas por otras iguales, así lo mencionan algunos entrevistados “puede ser lo mismo, puede ser mejor, pero no sería igual..” ya que “las personas que me dan algo son importantes para mí”, sin embargo, mencionaban que así sea la misma persona quien le vuelve a regalar algo, igual no lo cambiaría.

Como se podrá entender, se dan resultados de manera más general, ya que las respuestas de los entrevistados fueron muy similares e igual llegaron a la misma conclusión de que no podrían deshacerse o cambiar dichos objetos.

Esta pregunta pudo reflejar con amplitud el nexo existente entre el individuo y el/los objeto/s que se relacionan sentimentalmente con las personas; contribuyendo a nuestra hipótesis inicial “Todas las personas tienen un objeto al que ‘aman’”; se pensaría entonces que para una persona sería muy difícil deshacerse de un objetopreciado e irremplazable, sin embargo, hay casos en los que decían que de algunos objetos sí podría separarse mientras que de otros no y esto dependía mucho en la persona, experiencia o cosa que les recordaba.

Pregunta N° 4

¿Me podría mencionar 3 objetos que no botaría o vendería por nada? ¿Por qué?

En cuanto a las respuestas de esta interrogante, sorprendieron los resultados, puesto que en su gran mayoría relacionaban estos objetos con episodios de su niñez, gratos momentos siendo en su mayoría relacionados con sueños, aventuras, amistades entrañables, es decir que de cierta manera el objeto sirve de vínculo con el pasado.

Como se puede exponer lo que participantes decían acerca de ellos, un caso fue el de un chico que dijo “tengo un balón que me dieron en el campeonato del colegio por ser el mejor jugador, es algo que no podría botar, me recuerda toda mi adolescencia y más al fútbol”.

“Bueno, y tengo un carro que me dió mi padre y lo construyó él, es un recuerdo especial y si por alguna razón mi papá ya no estuviera, sería una manera que tenerlo cerca de mí” fue la respuesta de un entrevistado, algo que resaltó mucho en este participante, fue el hecho de que él seguía ingeniería automotriz ya que su padre lo incitó a eso.

“un anillo que me dio mi abuelito antes de fallecer”, mencionó una entrevistada. es aquí donde se destaca el recuerdo de las personas y la forma que tiene cada uno para sentirse cerca de sus seres queridos presentes o ausentes.

En otros casos se mencionaban objetos que fueron hechos por ellos mismos o por alguien que admiraban en algún aspecto, u objetos que les costó mucho trabajo conseguir y no necesariamente por lo económico. En ese sentido el vínculo se desarrollaba en base al mismo recuerdo sobre la vivencia de obtención del objeto.

Pregunta N° 5

Si tendría que escoger uno de los objetos inicialmente mencionados

¿Cuál sería?

Al igual que la pregunta anterior, las respuestas de esta también variaron de un participante a otro, pero se puede llegar a determinar que a pesar de que les resultó bastante difícil tener que escoger solo un objeto, eligieron el que se vinculaba con algún ser querido cercano, en algunos casos, que ya no se encontraba con ellos, (padres, madres y sobre todo abuelos/as).

En los casos en los que no se siguió esta lógica, prevaleció la elección del objeto vinculado a sí mismos.

“En momentos que me siento triste, solo o deprimido, ese objeto está ahí y me ayuda de cierta manera a relajarme...” fue la respuesta de un entrevistado al argumentar sobre por qué escogería ese objeto, donde claramente se puede establecer que en realidad se puede tener un afecto a un objeto por su uso.

Pregunta N° 6

¿Me puede mencionar tres objetos con esta cualidad que usted quisiera tener?

La mayoría respondieron seleccionando objetos simbólicos, por ejemplo, aquellos que procedían de padres y abuelos, como fue en un caso en que el entrevistado afirmó: “Yo quisiera tener un anillo que tiene mi papá con cinco diamantes que representan a cada integrante de mi familia”.

Es así que la mayoría de las personas, se sienten vinculadas a objetos que les llevan a tener emociones de algún tipo, ya sea positivas o negativas.

Cabe recalcar que en esta pregunta, las respuestas a pesar de ser de 12 diferentes personas, no todas tuvieron una respuesta concreta, es decir, no todas hablaron en sí de objetos con este carácter, o más bien, no de una experiencia propia.

Tal es el caso de un participante que dijo “mi hermana tiene muchas medallas de cuando era gimnasta, es algo que yo quisiera, porque sé que son importantes para ella”.

CONCLUSIONES:

En cuanto a lo descrito en estos resultados, se puede decir que todas las personas que han formado parte de las entrevistas, han sabido proporcionar información verídica y sobre todo que aporta mucho en la investigación.

En algunos de los casos, las personas pudieron desenvolverse de mejor manera que otras, sin embargo; se puede generalizar y concluir diciendo que todos los participantes tienen un objeto que para ellos es único y que, de una u otra manera ha formado una parte importante en su vida, ya sea recordándoles a alguien más o haciendo que de cierta manera se sientan mejor en momentos tristes que han vivido.

GRUPOS FOCALES



En cuanto a los grupos focales realizados a universitarios, se obtuvieron los siguientes resultados:

Pregunta N° 1

¿Cree en la unicidad del objeto? Es decir, que tenga la cualidad de ser único, irrepetible, sólo, singular, pero no solo por su producción, sino también en la forma de verlo para cada persona.

“Si, ya que es una percepción única de acuerdo al uso que cada persona le quiera dar a ese objeto” mencionaba un participante, otro de los integrantes dijo “puede ser por un valor agregado que se le dé, distinto a la función principal”.

De igual manera otras personas opinaban y mencionaban que “hay ciertas características que puedan hacer único a un objeto dependiendo de lo que sea y lo que se quiera hacer con él”; “si, porque hay veces que se aferran a un objeto particular y si lo pierden piensan que ninguno va a volver a ser igual”.

“Hay personas que tomamos un objeto como único cuando en ese momento nos recuerda a alguien o cuando nos da en ese entonces un novio, pero después de un tiempo, al `superar` ese sentimiento, deja de ser diferente e incluso llegamos a olvidar que lo tenemos”, fueron las palabras de una integrante; con esto se puede decir que hay cierto objetos que poseen este caracter, pero solo por un lapso de tiempo, más no como otros, que son “únicos” de inicio a fin.

Se evidencia en los participantes de estos grupos focales que la unicidad del objeto se presenta y está dada únicamente por el usuario, es decir quien le vaya a dar uso o lo haya recibido, de igual manera mencionaron que hay personas que no solo aplican la “unicidad” en los objetos por su morfología o características, sino también por las experiencias vividas con ellos o por el fin con el que ha sido adquirido, tal como se puede evidenciar en lo mencionado en líneas anteriores.

Pregunta N° 2

2 . ¿Cree que se puedan generar vínculos con los objetos debido a la unicidad de los mismo? ¿por qué?

“Depende de las circunstancias en las que llegó a mí, si es porque me lo regaló alguien o porque yo lo adquirí, de acuerdo a eso variaría mi percepción hacia el objeto”, es lo que mencionó un participante, con esto daba un ejemplo y en breves palabras decía que no sería lo mismo tener algo que una persona especial e importante se lo dio a tenerlo porque lo necesitó o le gustó, resaltaba que el hecho de que alguien regale algo a otra persona, ese “algo” ya se vuelve único y así no lo usen o no les guste, no serían capaces de botarlo, lo que genera un vínculo emocional con él.

Otra respuesta fue que “el valor que se le da a cada cosa por el gusto genera vínculos desde un inicio”; así mismo, un participante mencionó que las experiencias vividas con el objeto, generarían vínculos ya sea a corto o largo plazo, pero que, con el tiempo, este vínculo sería más fuerte.

Un integrante señaló que el factor psicológico siempre está presente en esto, es decir, es lo que emocionalmente se invierte en un objeto.

De esta manera se puede evidenciar que la unicidad de los objetos es un factor muy importante y que de una u otra manera siempre se va a presentar.

Pregunta N° 3

Piensen en tres objetos que creen que los pueda llevar a generar vínculos y ¿por qué?

En esta pregunta se les pidió a los participantes pensar en tres objetos con el fin de conocer algunos casos personales de ellos y razones de esto.

Al ser repuestas numeradas, se exponen algunas de ellas, unas solo enlistadas y en otros casos la razón que dieron los participantes al nombrar estos objetos:

Joyas, reliquias, objetos tecnológicos, juguetes, artesanías; esto por viajes o lugares que se visitó y con ellos volver a vivir en la imaginación ese viaje.

Balones de futbol, en este caso, uno de los integrantes dijo que a él le apasionan los balones, pero específicamente de futbol sin importar el propietario y decía que se debe en gran parte al gusto que tiene por ese deporte.

Otros objetos mencionados fueron lápices, gorras, en uno de los casos se mencionó un radio el cual decía que le pertenecía al abuelito y que hay momentos que genera en él felicidad al recordar su ser querido, pero también tristeza ya que no se encuentra con él.

Algunos de los participantes coincidían en los objetos, gran parte mencionaron cosas que han sido heredadas o regaladas por alguien especial y que hasta el día de hoy las tienen a pesar de que ya hayan pasado muchos años.

“Por el simple hecho de haber tenido un momento especial con ese objeto, tendría más valor”.

Pregunta N° 4

¿Creen que un objeto adquiere valor al ser construido por uno mismo?

“Depende del fin con el que lo hagas, hay veces que uno hace algún objeto destinado a la venta, pero nos gusta o nos costó tanto tiempo realizarlo que decidimos quedárnoslo”, es lo que mencionó uno de los participantes, sin embargo, entre otras tantas respuestas se mencionó que pesa más el valor sentimental que el valor económico que se le pone al objeto y que el hecho de que no sean realizados masivamente llega a ser más valiosas para uno mismo, se le da un valor agregado.

“Si lo haces tú mismo se valora más o si alguien especial que lo haya hecho y te lo regala se vuelve importante”, con esta respuesta se puede entender que no es el objeto en si lo que genera un vínculo o un afecto, sino es la razón por la que uno mismo lo hace o la persona que obsequio ese objeto, es así que se puede dar como ejemplo el caso de los niños con sus padres, que pueden hacer cosas sin ningún valor económico, pero basta con que lo hayan hecho con amor y cariño que ya cobra gran valor para los padres que lo reciben y muchas veces se los guarda por años..

“Es el tiempo que dedicas en hacerlo y también es el reflejo de lo que eres”, fue lo que mencionó una de las participantes, donde claramente se destaca el valor que adquiere un producto al ser hecho por un mismo, y no hablo de un valor económico en sí, sino de uno sentimental o emocional.

Pregunta N° 5

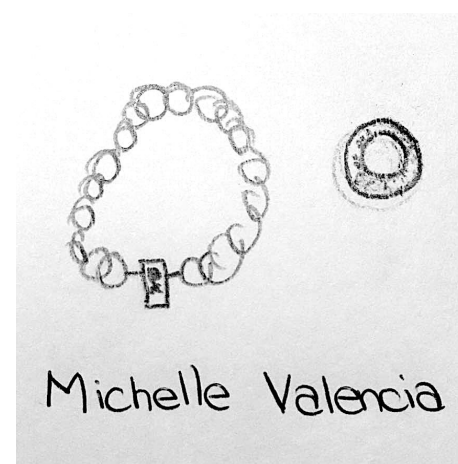
Esta pregunta consistió en realizar un dibujo d un objeto que haya marcado la vida de los integrantes ya sea de manera positiva o negativa.

EXPLICAR DIBUJO

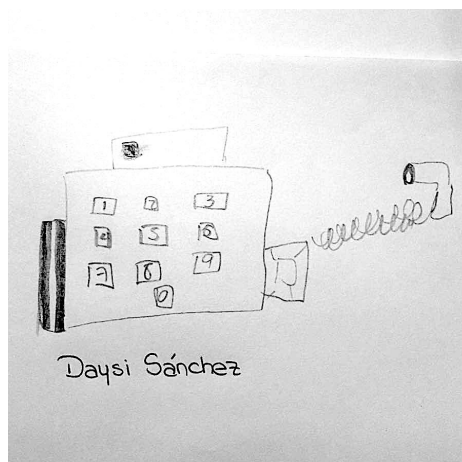
De igual manera, se les pidió a los participantes explicar de qué se trataba su dibujo.

¿Por qué es o fue importantes este objeto en su vida?

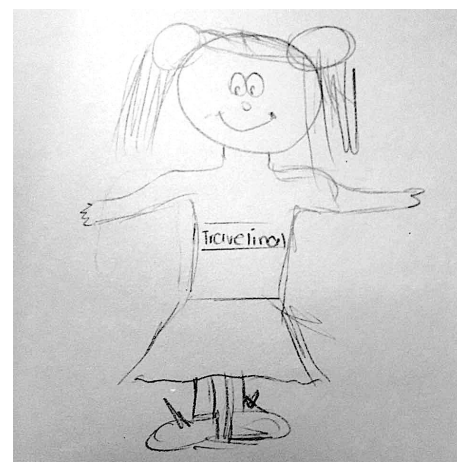
GRUPO 1



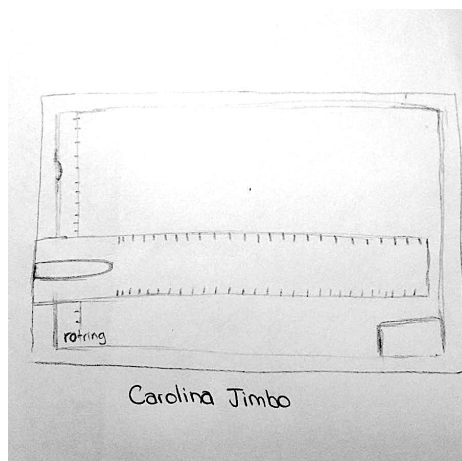
Michelle mencionó que tiene un anillo y collar que se la regaló su pareja como un símbolo de amor, dichas joyas, las lleva consigo casi todo el tiempo.



Daysi dibujó una caja registradora, la cual se la regalaron sus padres cuando era niña. Mencionó que al ser hija única jugaba sola con esta y que la llevaba a todos lados a pesar de que era grande. Dijo también que alguien quiso comprarla, pero que ella hasta el día de hoy la tiene y la guardará.

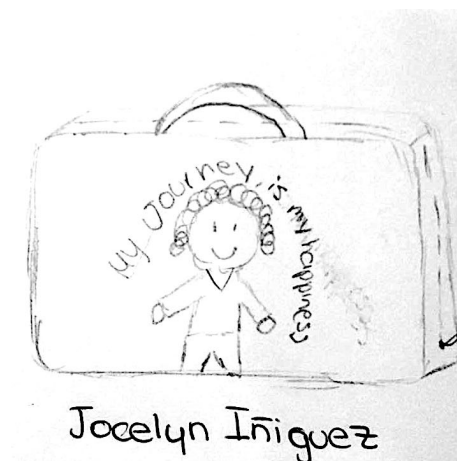


Estefany dibujó a una Travelina, muñeca que causó un gran impacto en su vida, ya que a pesar de que no era “muy fan” de las muñecas, esta llegó a marcarla por su apariencia y también porque fue un regalo de cumpleaños de sus padres; es tanto el afecto, que la tuvo hasta casi los 15 años.

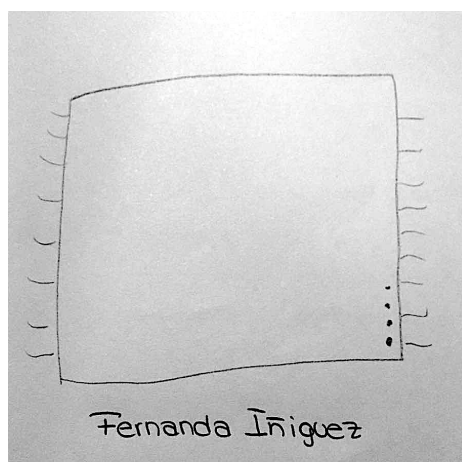


Carolina dibujó un tablero, el cual se lo regaló su padre para que ella siguiera físico matemático en el colegio y es a partir de eso que le empezó a gustar el dibujo.

Dice que a pesar de que está roto, aun lo conserva porque fue un regalo muy significativo para ella.



Jocelyn dibujó una maleta la cual le trae recuerdo de su infancia, ya que cuando era niña se fue a vivir en EE.UU y como sus padres trabajaban, ella pasaba de casa en casa de sus familiares llevando sus pertenencias en dicha maleta; mencionó que aun la tiene y que con ella recuerda esta etapa de viajes.



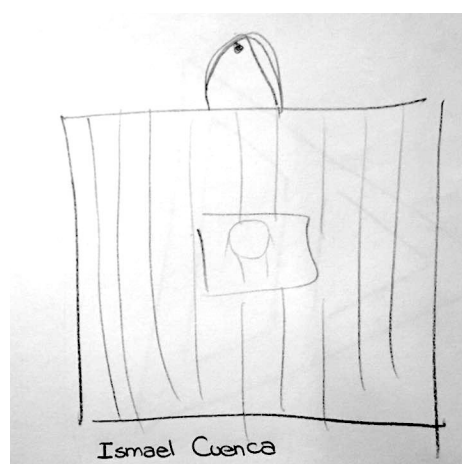
Fernanda dibujó una manta, la cual dijo que perteneció primero a su hermano y luego él se la regaló. Dicha manta la acompañaba en todo momento hasta que un día su madre se la prestó a su tía y ella nunca la devolvió.



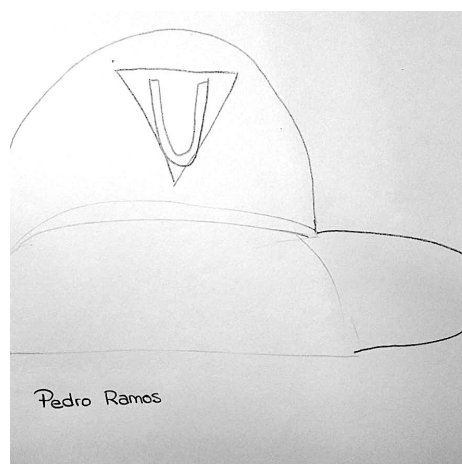
Cristina dibujó una lonchera, la cual le recuerda al primer día que ella asistió a clases donde no quería despegarse de su madre y empezó a llorar desde que la dejó.

Mencionó que a pesar de que ese día lloró mucho, aun conserva su lonchera como un recuerdo lindo.

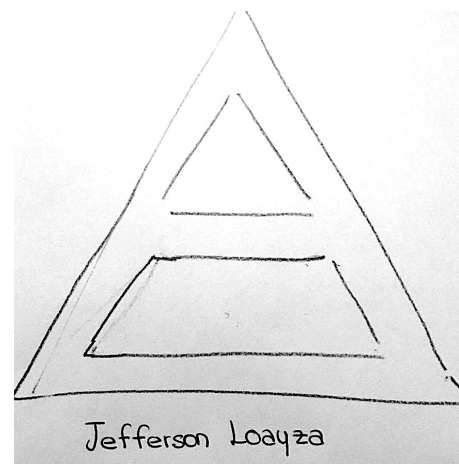
GRUPO 2



Ismael dibujó un portaretrato que hizo para su madre cuando era niño, mencionó que lo realizó con muchas cosas y objetos y que a pesar de que ahora lo ve y se da cuenta que esta muy mal hecho, su madre lo conserva ya que fue un regalo hecho con amor.

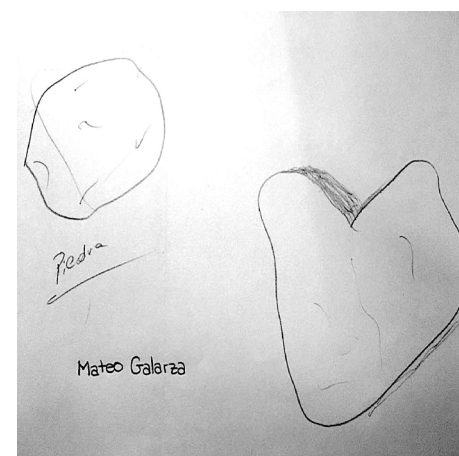


Pedro dibujó una gorra, la cual es de un equipo de fútbol ecuatoriano (Liga de Quito). Dicha gorra se la regaló su abuelo cuando era un niño y es a partir de entonces que Pedro empezó a usar en todo momento gorras sin importar su diseño.



Jefferson dibujó un símbolo, el cual representa a un grupo de rock como es 30 seconds to mars.

Él reflejó en su dibujo la fascinación que tiene hacia esta banda e incluso mencionó que cuando se dió un concierto en la ciudad de Quito, él asistió.



Mateo dibujó una Piedra en forma de corazón, misma que la encontró cuando era niño y se la regaló a su madre.

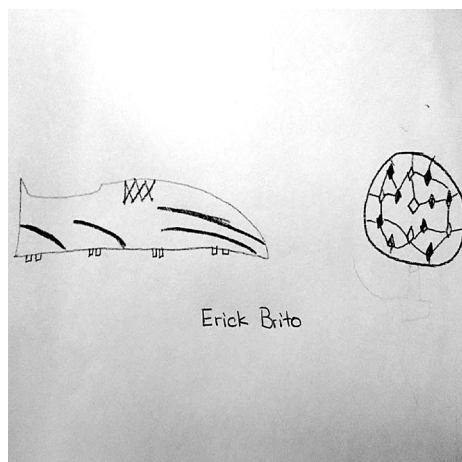
Mateo comentó que la regaló por la forma que para él significa amor y dijo que a pesar del tiempo transcurrido, su madre conserva dicha piedra.



Miguel plasmó en el papel un dibujo de una pelota de fútbol, ya que para él, este deporte es su favorito y en sí, las pelotas le atraen mucho.

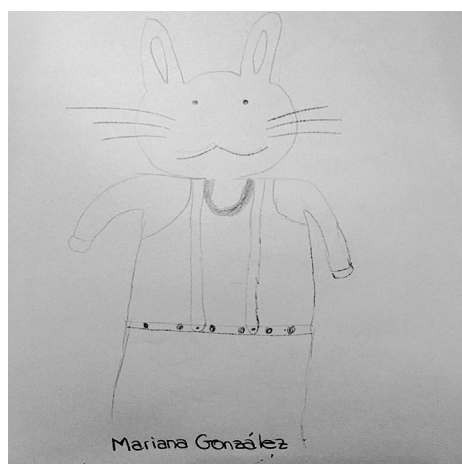
Es por este gusto que él dibujó este objeto.

GRUPO 3



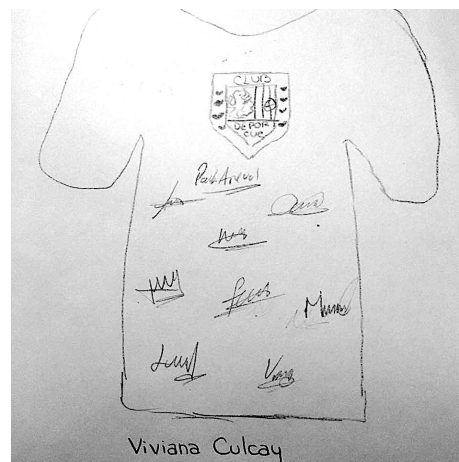
Erick dibujó unos zapatos y pelota de fútbol, reflejando su gusto por el deporte y por estos objetos.

Este gusto se presenta en él desde que era un niño.



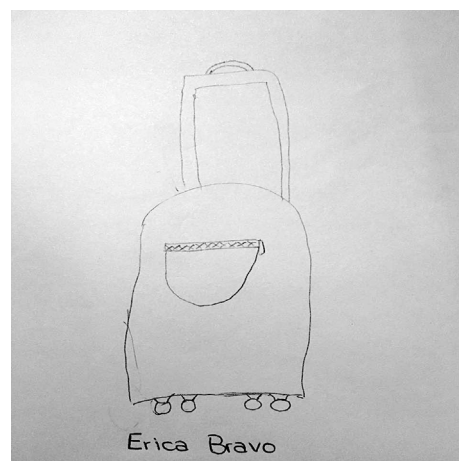
Mariana dibujó un conejito de peluche, el cual lo tiene desde que era una niña, este peluche lo llevó en el primer día de clases del kinder y hasta el día de hoy lo conserva e incluso duerme con él todas las noches.

Dijo que es algo de lo que no se puede separar.



Viviana dibujó una camiseta de Club deportivo Cuenca, en la cual se encuentran plasmadas las firma o autógrafos de los jugadores de dicho equipo de fútbol.

Para ella es un objeto muy importante, ya que es hincha de este equipo y por nada la cambiaría o vendería

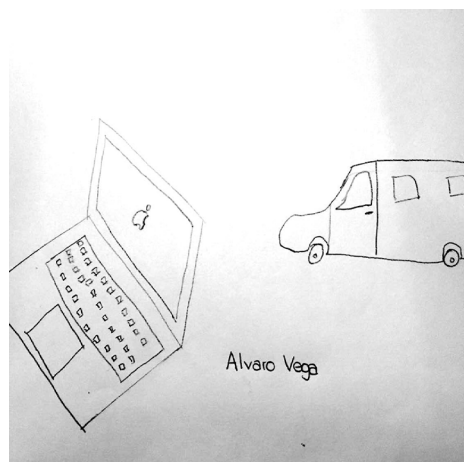


Erica dibujó una maleta y mencionó que la marcó debido a que su padre antes trabajaba distribuyendo cervezas y un día dijo que se iba de viaje y que regresaba en dos días, sin embargo, jamás regresó.



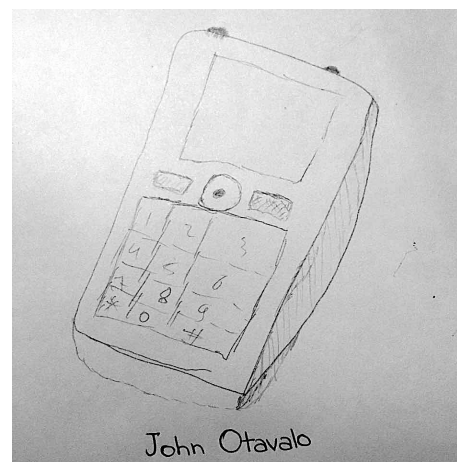
Jahel dibujó una casa de muñecas que tuvo cuando era niña.

Mencionó que era su juguete preferido y que lo recuerda mucho debido a que cuando se cambió de casa, esta casita se rompió y ella lloró mucho por lo sucedido.



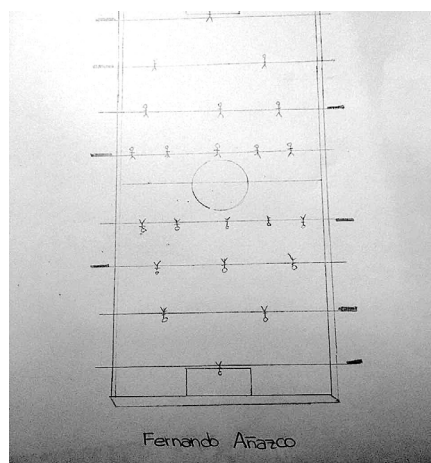
Alvaro dibujó una computadora y un auto. Se puede observar que en la computadora agregó el logo de Apple, ya que dijo que es su marca preferida debido a que funciona mejor que otras marcas.

En el caso del carro, mencionó que lo dibujo debido al gusto que tiene por la tecnología.

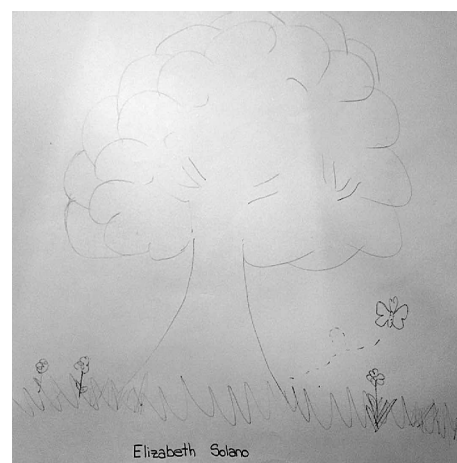


John dibujó un celular mencionando que fue el primero que su padre le regaló y que para ese entonces era uno de los mejores.

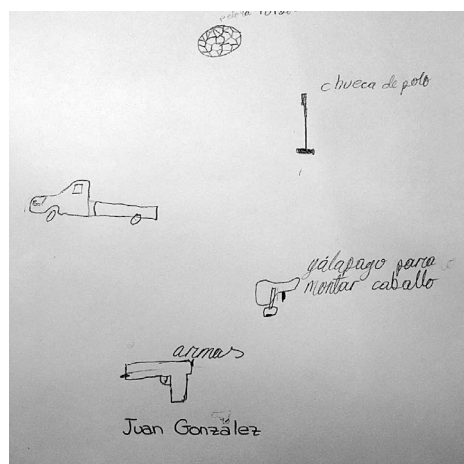
Mencionó que le trae varios recuerdos, uno de ellos fue que a pesar de que su padre estaba sin celular, decidió dárselo a él.



Fernando dibujó un fútbol, ya que le trae recuerdos de la casa de su abuelita, debido a que en ella jugaba con sus primos en dicho objeto y que ahora le causa gran nostalgia, porque él al ser de otra ciudad ya casi no ha podido compartir con su familia.

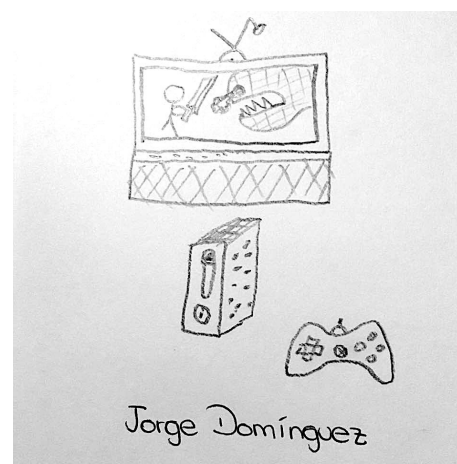


Elizabeth dibujó un árbol, ya que dijo que cuando era niña, su abuelito le obligó a sembrarlo y siempre que lo ve, se acuerda de él.

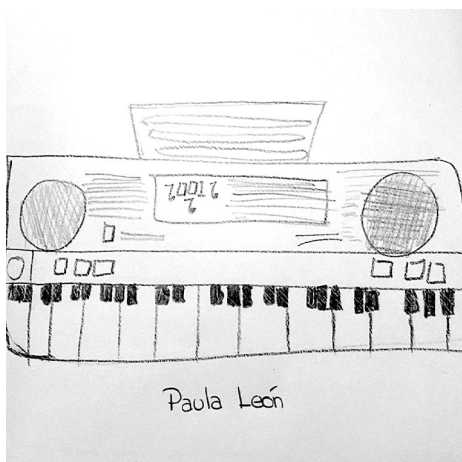


Juan realizó varios dibujos, los cuales representaron los objetos que se usan en el Polo. Dijo que su padre le enseñó esto cuando él tenía apenas cinco años, y hasta ahora es lo que más hace.

En el caso del carro, mencionó que es porque su padre corría rally.



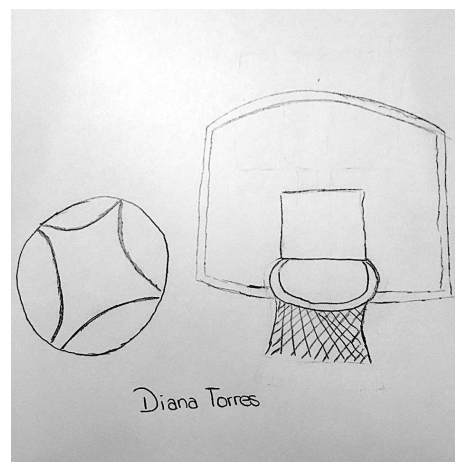
Jorge dibujó un play station ya que es con lo que más recuerda que jugaba cuando era un niño.



Paula León

Pula dibujó un piano, el cual le recuerda a una gran etapa de su vida.

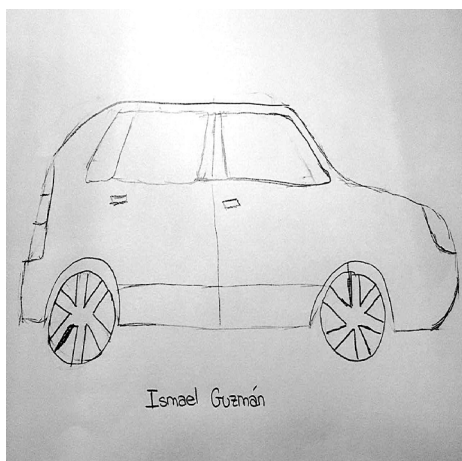
Mencionó que lo conserva hasta el día de hoy y que aun funciona.



Diana Torres

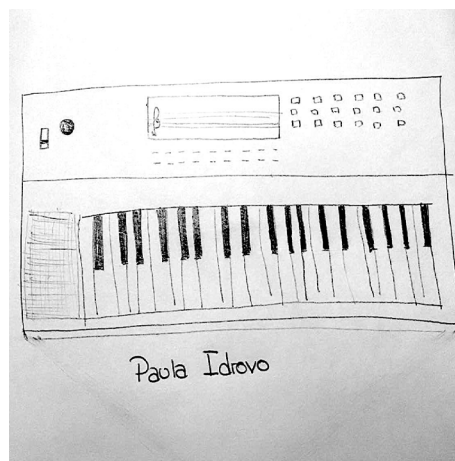
Diana dibujó una pelota de basket ya que fue su deporte favorito y que a pesar de que sus padres le decían que deje de hacerlo debido a las lesiones que ha sufrido, ella no les hizo caso.

Esta pelota era una pequeña con la que siempre jugaba y aun la conserva.



Ismael Guzmán

Ismael dibujó un carro, representando con él el regalo de su padre al cumplir los 17 años de edad, y a pesar de que lo chocó y su padre le regaló otro, aun recuerda mucho este y es el que le marcó.



Paula Idrovo

Paula dibujó un sintetizador, ya que es lo que más recuerda de su infancia y ambién lo más representativo de ella.

Cuando era niña, tocaba mucho el piano.

Pregunta N° 6

6. ¿Qué factores motivan a pensar en la adquisición de un objeto? (vínculos)

-Al momento de regalarlos

Como primera respuesta se dio que lo que más motiva a adquirir un producto es estética y los gustos de uno mismo en sí y segundo, el uso que se le vaya a dar, esto es algo en lo que todos los participantes coincidieron.

Por otro lado, al momento de que pensaban en la situación de comprar algo para otra persona, mencionaban que se centrarían en los gustos de los mismos, pero ¿qué pasa si no se conoce mucho sobre el otro?, es aquí cuando los integrantes empezaron a dudar, una de las respuestas fue “buscaría algo que a mí me guste para dárselo a alguien más”, lo que no siempre resultaría certero comentaba otro participante, ya que los gustos de una persona varía mucho de los gustos de otra.

Sin embargo, hay algo que resalto mucho y fue que dependía de para quien seria, que mientras más afecto se le tenga a la persona, se le buscaría mejores cosas para regalárselas, incluyendo el aspecto de la economía.

ENCUESTAS



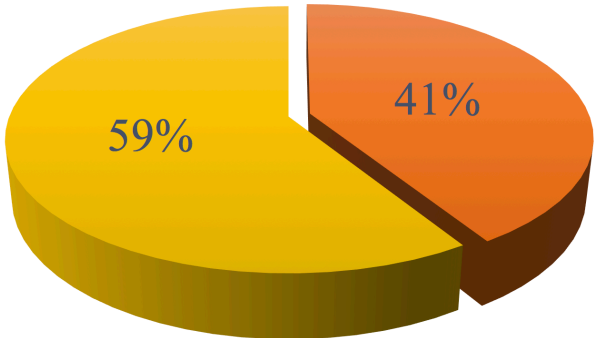
Análisis de contenido
Procesamiento de datos

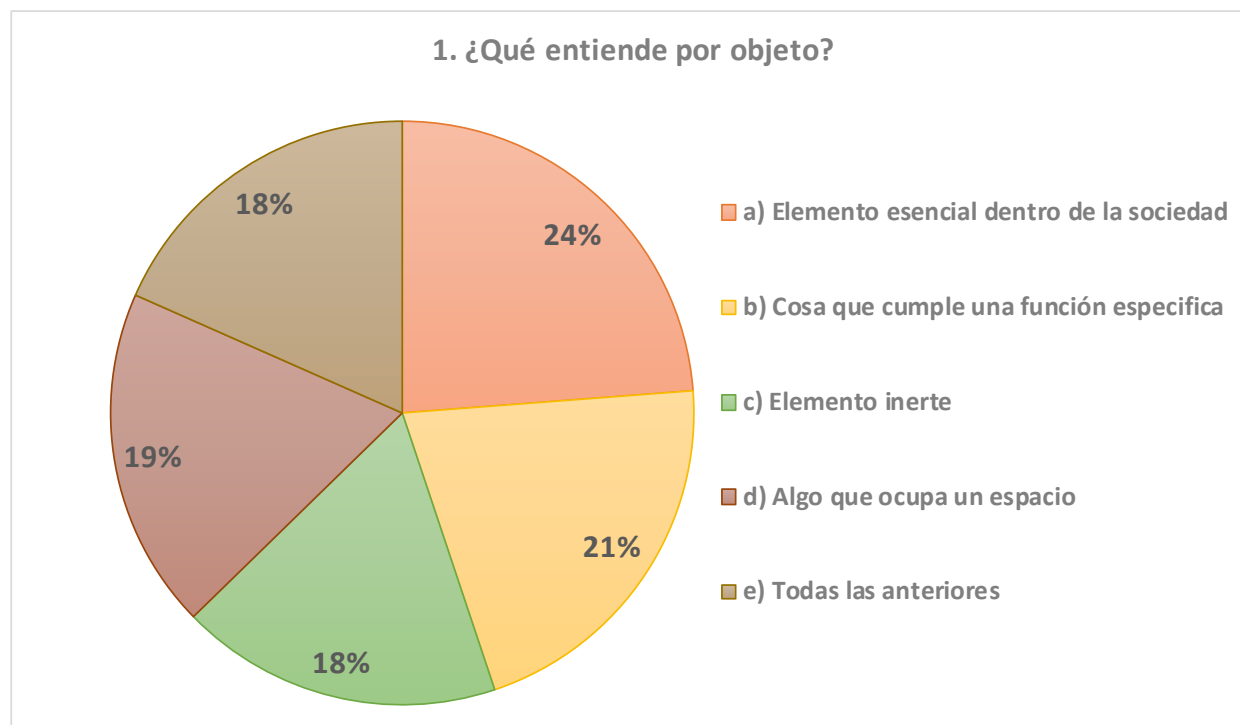
Una vez obtenidos los datos, se los procesó usando Microsoft Excel, en el que se elaboró la base de datos con sus rangos específicos.

A continuación, se presentan los resultados:

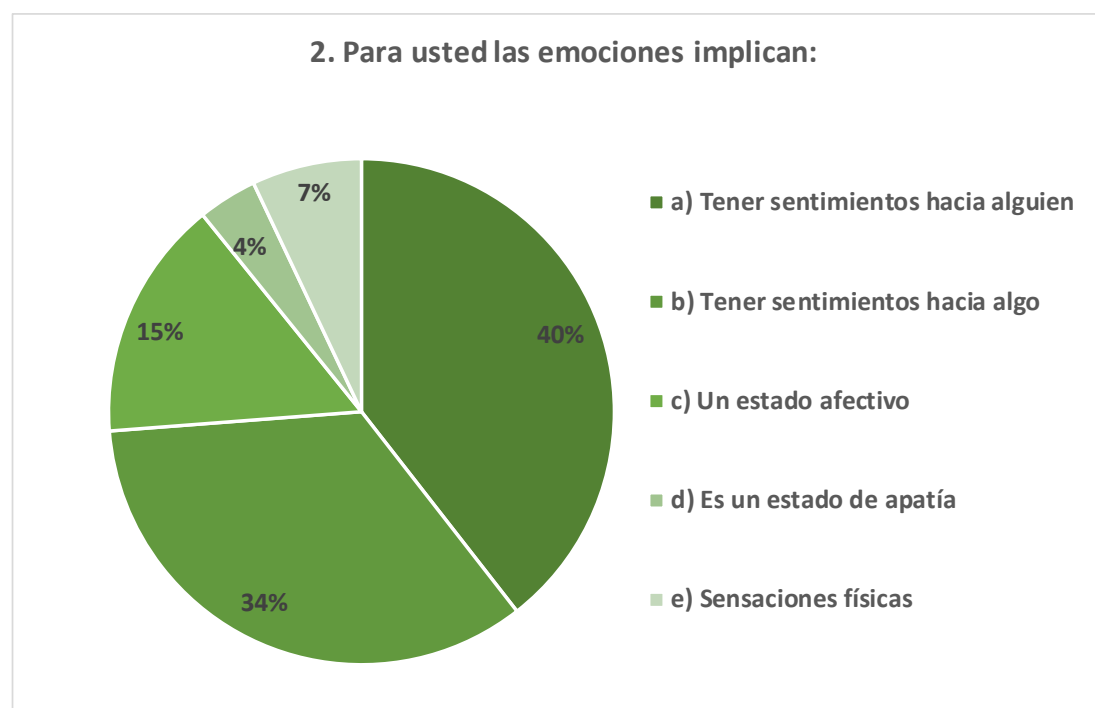
A partir de la formula para obtener la muestra, se obtuvo como resultado 367 encuestas, sin embargo, se realizaron 370, donde el 59% fueron mujeres (218 mujeres) y el 41% restante de hombres encuestados (152 varones).

TOTAL DE ENCUESTADOS

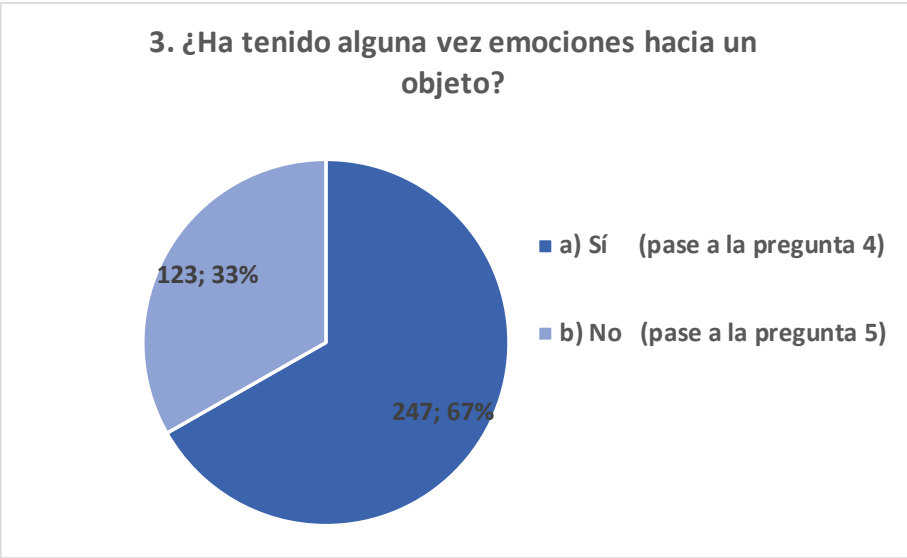




De toda la muestra encuestado, se puede decir que la mayoría de las personas, entienden al objeto como un elemento esencial dentro de la sociedad, sin embargo, como se puede mostrar en la imagen, los resultados fueron muy cercanos y parecidos, siendo así que queda con menos porcentaje o menor respuesta elegida, la c, que hace referencia a que se entiende al objeto como un elemento inerte.



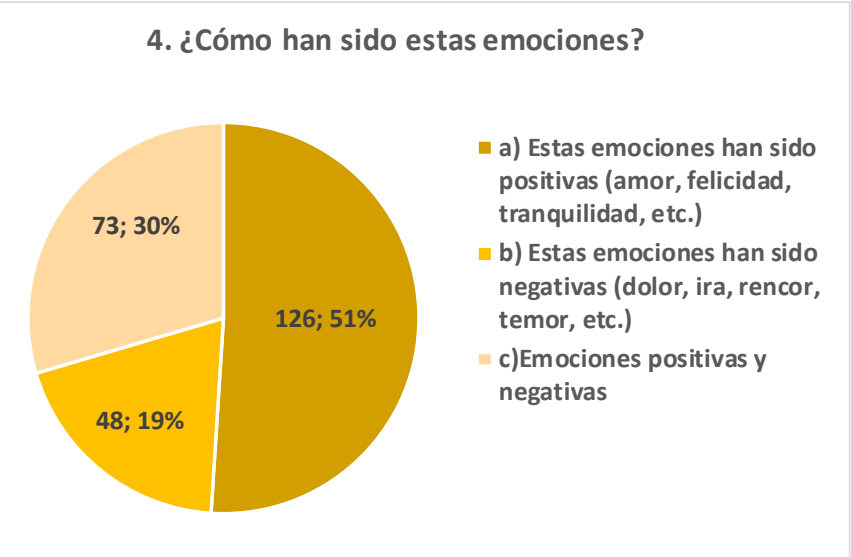
Como es notorio, las primeras dos respuestas son las que más han sido relevantes en esta pregunta, donde la “a” dice que las emociones implican tener sentimiento hacia alguien y en segundo lugar por su porcentaje la respuesta “b” que es tener sentimientos hacia algo, donde claramente se nota que para las personas, ese “algo” puede llegar a ser muy importante ya que es lo que relacionan con los sentimientos.



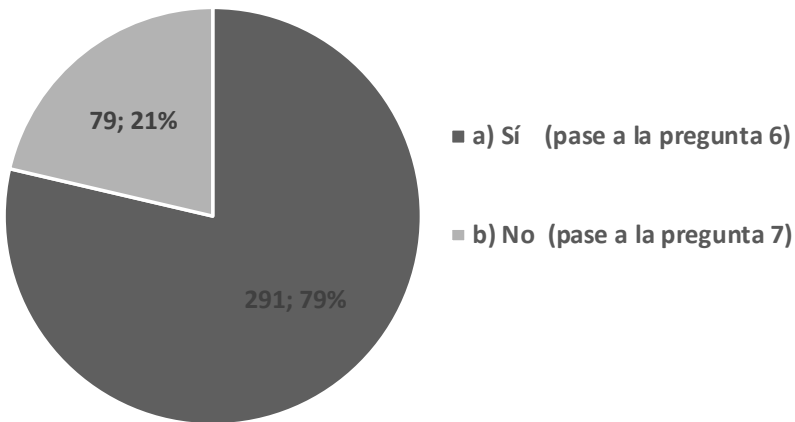
En esta pregunta, se puede evidenciar que la gran mayoría de encuestados entre hombres y mujeres, han dicho que si han tenido emociones hacia un objeto. A partir de esta pregunta y respuesta positiva, se desencadena la pregunta #4, la cual consiste en:

Como se mencionó, aquellas personas que respondieron “sí” en la pregunta pasada, han podido definir como ha sido esta emoción, donde se desglosa en tres respuestas, positivas, negativas y de la misma manera, emociones positivas y negativas.

Es en esta pregunta se evidencia que en la mayoría de casos estas emociones hacia los objetos son positivas.



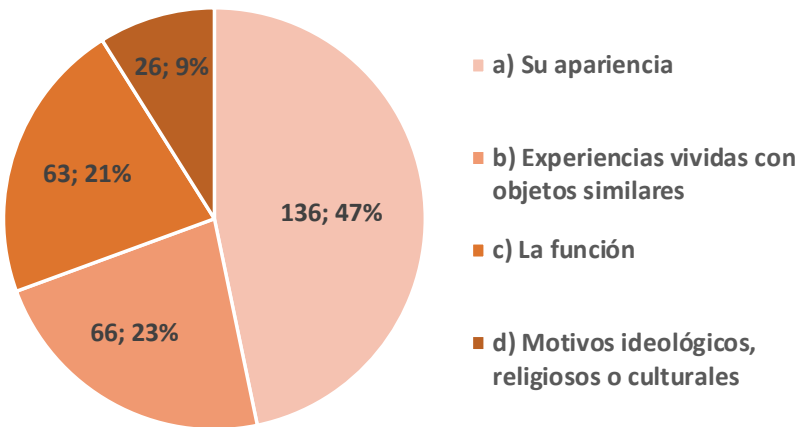
5. ¿Hay objetos que le gusten más que otros?

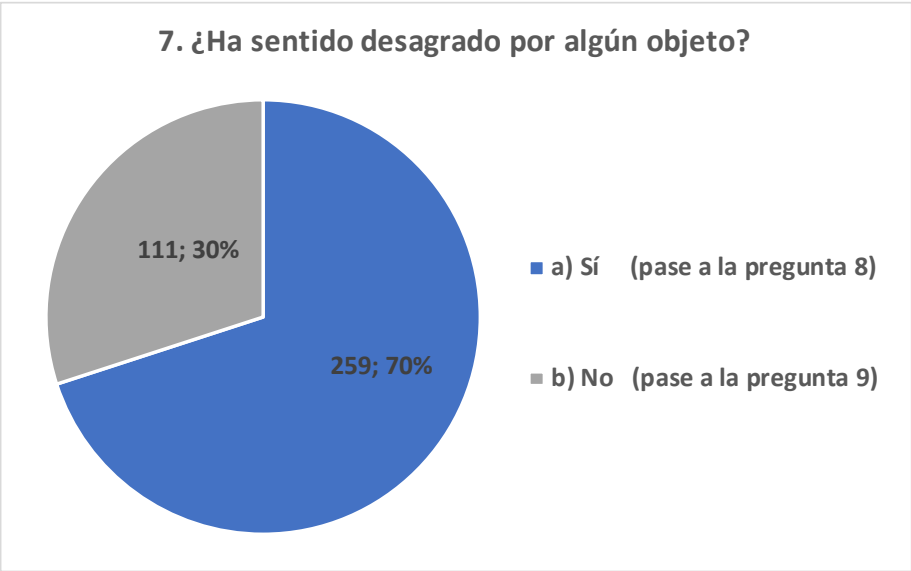


En el caso de esta pregunta, se puso como interrogante el gusto hacia ciertos objetos más que a otros, la cual ha dado como resultado que sí, que en un gran porcentaje de personas tienen un gusto mayor hacia un objeto que hacia otro. Sin embargo, esta pregunta también desencadena otro tema, el cual se presenta en la siguiente pregunta:

La mayoría de las personas dicen que el gusto hacia ciertos objetos, depende o se basa principalmente en su apariencia.

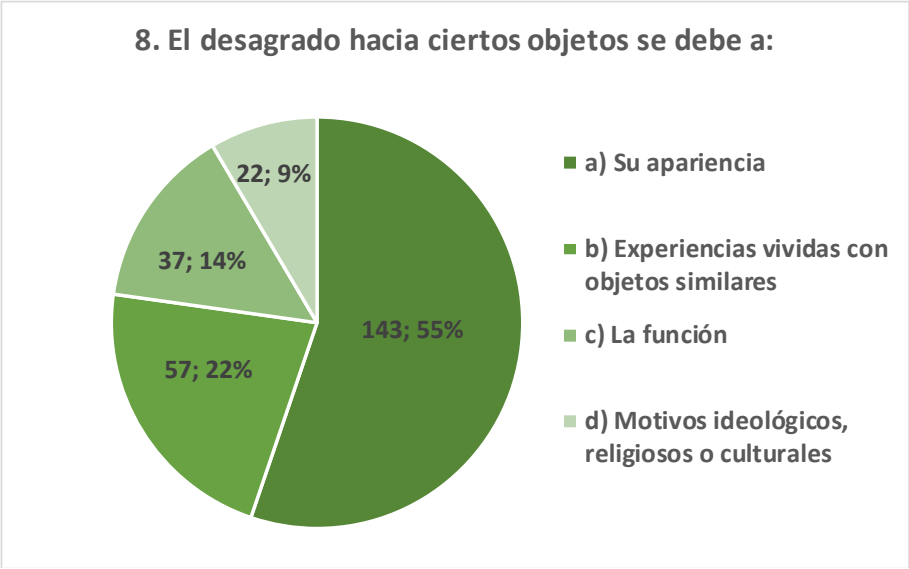
6. El gusto hacia ciertos objetos se debe a:

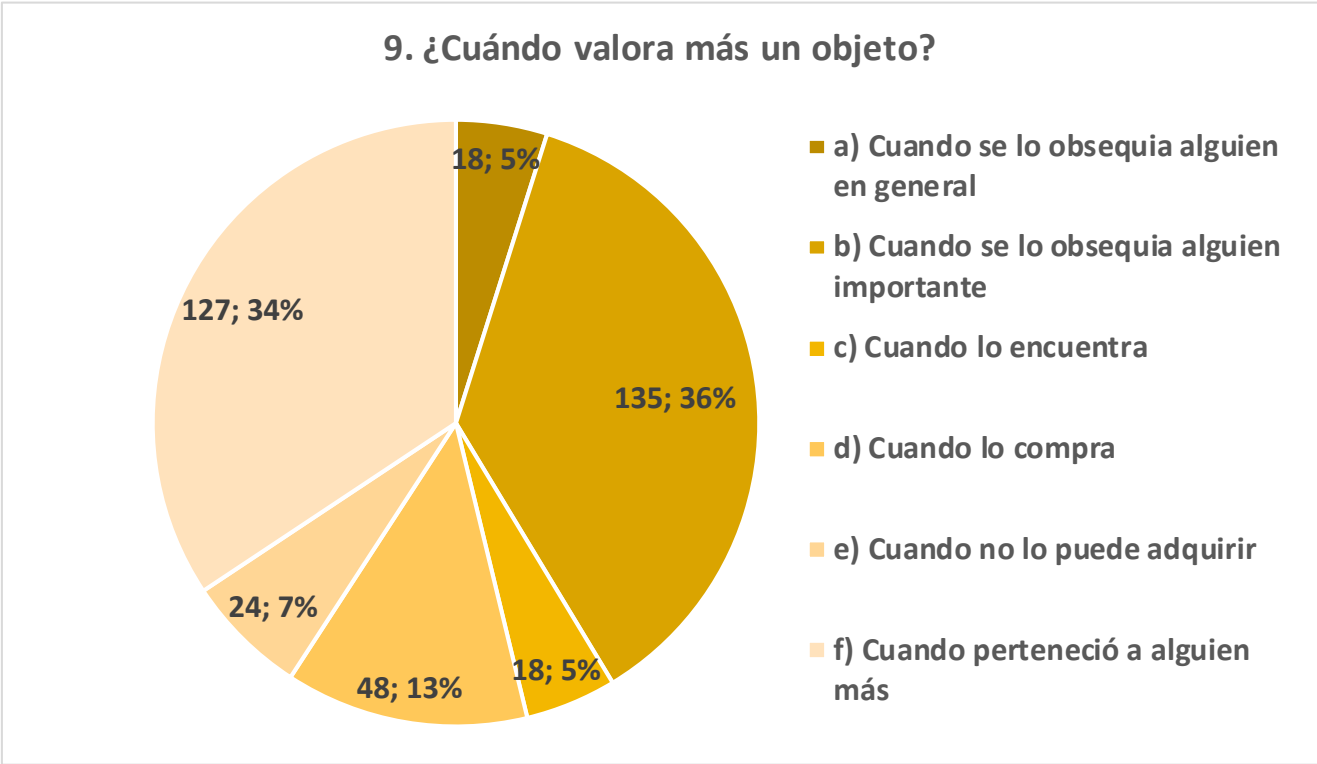




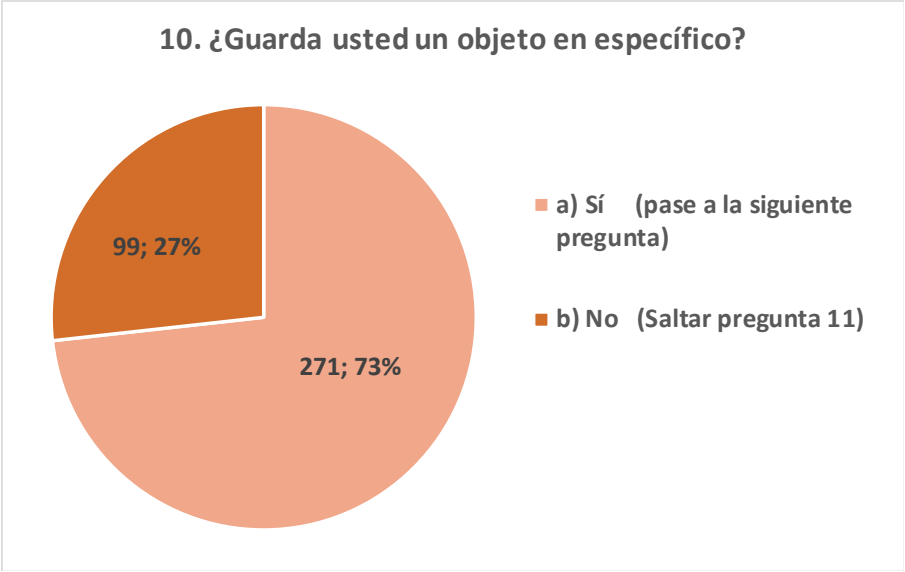
La gran mayoría de encuestados dicen que en algún momento han sentido desagrado hacia ciertos objetos, debido a diferentes razones como las que se muestran en la siguiente pregunta.

Como se habló en líneas anteriores, muchas personas han sentido desagrado por algunos objetos, siendo su principal motivo o razón, la apariencia de dichos objetos.



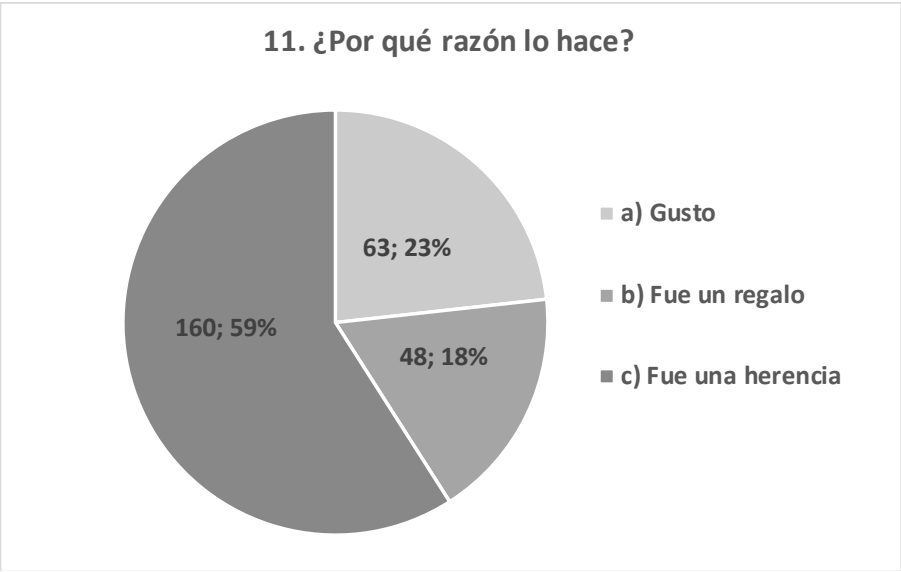


En esta pregunta se toma como centro la valorización de los objetos, pero no en el aspecto económico, sino en el sentimental, donde se evidencia que las razones o momentos mas relevantes son cuando alguien importante les regala este objeto y cuando dicho objeto perteneció a alguien más.



Como penúltima pregunta, se ha visto la necesidad de preguntar acerca de guardar un objeto, pero no uno cualquiera, sino un objeto en específico, donde la mayoría de personas si hace esto.

La razón principal por la que la personas han guardado objetos, ha sido porque los mismos han llegado a ellos en forma de herencia.



CAPÍTULO 4

Discusión

DISCUSIÓN

A lo largo de este proyecto se ha realizado un acercamiento a diferentes teorías como, diseño emocional, psicología del objeto y cultura material paralelamente con el estudio del objeto, todo esto con el fin de explorar cuáles son las características que poseen los objetos para que una persona desarrolle un vínculo emocional con los mismos.

Partiendo de estos conceptos y luego de analizarlos, se han encontrado diferentes relaciones entre los acercamientos realizados en el primer capítulo, resultados y aportes de la investigación que pueden ayudar a entender de mejor manera al objeto como mediador, pudiendo lograrlo con las herramientas o diferentes metodologías descritas en el capítulo dos de la investigación.

En el presente capítulo se realiza el análisis de la investigación bibliográfica conjuntamente con los datos obtenidos en el estudio de campo y así entender la relación sujeto- objeto, identificar los factores que inciden en la relación para así finalmente definir la misma.

LOS COMPORTAMIENTOS Y EXPERIENCIAS COMO DETONANTES EMOCIONALES (PSICOLOGÍA DEL OBJETO)

Como se presentó en la “Construcción del objeto como mediador”, se entiende a este como un intermediario entre el sujeto y la sociedad como desde la interioridad del sujeto, iniciando con esto se puede decir que a partir de los comportamientos tanto individuales como colectivos aportan una característica extra a un objeto, de igual manera las experiencias individuales como compartidas hacen de un objeto ese objeto.

Para aclarar lo anterior se toma una experiencia contada por uno de los participantes del grupo focal, el mismo que recordó que su abuelo le regaló una gorra de la Liga de Quito (club deportivo de fútbol ecuatoriano) cuando era un niño y aún la guarda, desde entonces tiene cierto apego o gusto a las gorras de todo tipo es así que tiene su propia colección de estas, según Ramos su fascinación nace desde que su abuelo le obsequió la gorra antes mencionada y es una manera de recordar su cariño, en este caso contrastamos con la idea que las experiencias y comportamientos hacen de un objeto ese objeto es decir hacen de una simple gorra un objeto que provoca recuerdos al sujeto, un gusto especial por ciertos objetos de la misma clase y además en palabras de Pedro “es una manera de llevar a mi abuelo conmigo” es decir mantener vivo el recuerdo de una persona. (Ver p. 68)

Comprendiendo que el objeto es “un artefacto con características de inercia, se mantiene en relación con el sujeto y en algunos casos es otra persona” tal como menciona Silvana Amoroso, quien fue entrevistada al iniciar la investigación; por otro lado, también entiende al objeto como “algo que está hecho para un uso específico y es un elemento inerte” mencionó uno de los integrantes del grupo focal, con todo esto se puede decir que el objeto cumple la función de ser una conexión entre personas, personas-situacio-

nes, personas y gustos, etc. Es así que se pueden tomar las palabras de Fernández, quien dice que “el objeto es ente en tanto que nosotros somos identidad” entendiendo con esto que las personas son quienes dotan de identidad al objeto, como es el caso de una participante de las entrevistas, la misma que construyó una lámpara con elementos de cocina, dando así “su toque”, su gusto, su identidad en ella.

De igual manera, citando a George Simmel quien menciona que “los objetos inciden en el comportamiento humano”, se puede retomar el caso de Pedro, el mismo que menciona que desde que su abuelo le obsequió la gorra, él las ha usado; no importa de qué tipo o color, solo lo hace, con esto se podría decir que prácticamente toda su vida ha hecho uso de este tipo de “accesorios”, demostrando así la veracidad de las palabras de Simmel cuando plantea que los objetos pueden hacer que una persona cambie de comportamiento.

A este concepto se unen otros entrevistados, como es el caso de Kevin, estudiante de ingeniería automotriz; quien habla de su carro que fue un obsequio de su padre al cumplir la mayoría de edad, menciona que es un auto que no lo vendería ni se desharía de él, puesto que fue construido por su padre, pero lo que vuelve interesante esta experiencia del muchacho es que a partir de ese regalo es que decidió seguir esa carrera.

De esta manera, se logra evidenciar una vez más, la forma en la que un simple concepto, como es el Simmel quien habla de la incidencia de los objetos en el comportamiento humano, se puede encontrar reflejado en las situaciones de la vida diaria.

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, específicamente

hablando del primer concepto expuesto en el marco teórico, se dice que el objeto es la conexión entre el sujeto y la acción, resaltando la noción en algunos casos de los participantes.

Otro caso basado en este concepto es el de Ángeles, estudiante de ingeniería civil, quien habla de una cobija que posee desde que era una niña; a pesar de que es un objeto que para muchos resulta algo simple, es decir que lo ven como lo que es, “una cobija y ya”, para ella es un objeto importante en su diario vivir, puesto que “sin ella se muere”.

Comentó que cuando realizaba viajes cortos o largos con su familia, tenía que llevar su cobija y aunque hoy en día ya no la pueda llevar consigo siempre, aun la tiene y que incluso en momentos de tristeza o dolor, ella busca su cobija y de esa manera se siente mejor, es una manera de tener confort y seguridad para ella.

En este caso se evidencia también la “percepción del objeto” un subtema tratado en la psicología del objeto, la misma que habla acerca de la forma que tienen las personas de percibir los objetos, es decir la manera de ver o captar ciertas cosas en este caso los objetos, los mismos que gracias a las experiencias o sucesos vividos por el sujeto hacen que este lo perciba de un modo en particular por ejemplo Mateo, integrante del grupo focal masculino habló sobre una experiencia que tuvo al encontrar una piedra en forma de corazón cuando era niño y se la obsequió a su madre, desde entonces ella guarda esta piedra y para él es un vínculo que lo acerca más a su madre, la manera en la que percibe Mateo y su madre esta piedra es diferente a la percepción que tenga una persona ajena a ellos, ya que esta es un símbolo del amor (en palabras de Mateo) entre madre e hijo y mientras que para los demás es simplemente una piedra en forma de corazón.

El hecho de vivir ciertas circunstancias a través de los objetos hacen que una persona mire a un objeto de una manera en particular, este es un ejemplo que se puede conectar a otros que se evidenciaron en los grupos focales como Miguel con las pelotas de fútbol, Daysi sobre su caja registradora de juguete o Mariana y su conejo de peluche, estos casos se hablan más adelante pero se puede decir de manera resumida que todos estos objetos tienen un valor agregado (sentimental) para estas personas por aquellas experiencias que hacen que cada uno perciba a los objetos antes mencionados de una manera especial y particular.

Para aclarar lo mencionado en líneas anteriores se cita a Donald Norman quien dice que la gente forma modelos mentales mediante la experiencia, es decir, que cada objeto es percibido de modo específico según el sujeto que lo mire.

El hecho de percibir al objeto va más allá de la palabra y en sí de la acción; los Grupos Focales aportaron información relevante para la investigación, esto a partir de un ejercicio donde se dibujó un objeto que haya marcado la vida (en cualquier sentido) (ver p. 66).

Se puede decir que la mayoría de los dibujos concuerdan con situaciones enlazadas a una época de su niñez o a una persona cercana para ellos, esto reflejado en diferentes objetos que tienen o tenían de cierta manera ha sido un factor que los ha llevado a tomar diferentes decisiones en su vida, como los ejemplos expuestos anteriormente y como se demuestra en los resultados que constan el capítulo tres de la investigación.

DISEÑO EMOCIONAL (EMOCIONES Y SENTIMIENTOS)

La importancia de la apariencia del objeto y funciones cognitivas

Donald Norman anuncia tres funciones cognitivas: visceral, conductual y reflexiva. Siendo la primera la apariencia en sí del objeto, la primera impresión. En una segunda instancia, luego de haber causado algún tipo de impresión en el sujeto, se presenta una satisfacción al momento de usar el objeto y por último la función reflexiva, que puede o no presentarse a largo plazo siendo las emociones y evocaciones que se pueden presentar en el usuario.

En los resultados obtenidos en la investigación, se describe la forma en la que participantes de entrevistas, grupos focales y encuestas, hablan de objetos que les gusta o disgusta, pero esto solo por su apariencia, y que incluso, esa 'apariencia' es un factor para sentir gusto o desagrado hacia algún objeto.

Con lo mencionado en líneas anteriores, se puede decir que, al hablar sobre la apariencia del objeto, se hace referencia al aspecto exterior, su forma, color, textura, etc. Es decir, lo que se puede apreciar a primera vista de un objeto específico. A partir de eso se toman palabras de Culpul (2015, p.3), quien afirma que para que un objeto sea considerado importante para una persona debe causar un efecto en ellos, desde la apariencia hasta su uso.

Para entender mejor, se toma una experiencia de Álvaro, quien formó parte de un grupo focal siendo así participante de la actividad del dibujo mencionado anteriormente. Fue aquí donde el joven dibujó una computadora la misma a la que agregó el logo de Apple (una reconocida marca de aparatos tecnológicos); al momento de relatar y explicar su dibujo, mencionaba que para él la computadora, específicamente de esa marca, no le puede faltar, esto debido a que "funciona mejor que una PC", evidenciando de esta manera lo expuesto acerca de Culpul.

A este ejemplo se le agregan las palabras de Sánchez (2005, p.10), quien dice que existen dos tipos de objetos; el básico y el objeto esperanza, el primero cumple las necesidades, es decir, es netamente funcional y en el segundo caso se cumple con las expectativas del usuario en cuanto a su función y apariencia.

Rodríguez (2015), afirma que el valor emocional que adquiere un objeto recae en su apariencia, para aclarar esto, se toma el ejemplo de Estefany, quien habló de su fascinación ante la muñeca Travelina, que, para ese entonces, era una muñeca deseada por la mayoría de las niñas. A pesar de esto, Estefany dice que nunca "fue fan" de las muñecas, sin embargo, esta muñeca le gustó tanto que es la única que recuerda de su infancia.

En su relato mencionó que sus padres se la habían regalado cuando era niña en uno de sus cumpleaños; y al momento de tenerla, la llevaba a todos lados y que se convirtió en un objeto importante para ella no solo por el gran esfuerzo que hicieron sus padres para regalársela, sino además de que en sí la muñeca para ella prácticamente fue la primera y única que tuvo y le gustó, siendo tanto el apego y cariño que menciono que no se despegó de ella sino hasta alrededor de los 15 años; es así como se evidencia que la apariencia en sí de la muñeca logró crear una emoción fuerte en Estefany provocando recuerdos hasta el día de hoy. (ver p. 67)

Otros ejemplos agregados a estos conceptos son los de las preguntas 5 y 7 que constan en las encuestas (ver p. 48 y 49), las mismas que hacen referencia al gusto y disgusto en los objetos y a que se debe (preguntas 6 y 8 ver p. 48 y 49), donde las respuestas que más resaltaron fueron las de la apariencia de dicho objeto, es decir, que para las personas lo que más causa un gusto o disgusto en torno al objeto, se debe a su apariencia.

EMOCIONES HACIA EL OBJETO

Robert Plutchik habla de ocho emociones básicas, las cuales son esperanza, aceptación, sorpresa, temor, tristeza, ira, disgusto y alegría, como se puede evidenciar dentro de estas se encuentran emociones tanto positivas como negativas.

En el transcurso de la investigación y con las preguntas realizadas a través de la encuesta (ver p. 48), se pudo destacar en la pregunta 3 que el 67% de las personas encuestadas si tienen sentimientos hacia un objeto y que en la pregunta 4 el 51% dice que estas emociones han sido positivas.

Tratando de entender estas emociones hacia los objetos, se puede mencionar el caso de Daysi, quien formó parte de un grupo focal y en el dibujo realizado se pudo observar una caja registradora de juguete (ver p. 67), la misma que conserva desde que era una niña, Daysi relataba que la ha tenido durante todos estos años debido a que es con lo que más jugaba y que a pesar de que ya muchas personas le han ofrecida comprarla o en otros casos han pedido que la regale, ella no lo acepta porque de cierta manera llegó a ‘querer’ ese juguete y que en sus planes esta que sus hijas jueguen con dicho objeto.

Mariana, de igual manera integrante de un grupo focal, nos reveló su afecto hacia un conejo de peluche, el cual lo conserva desde niña y que incluso lo tiene en su cama y duerme con él. Mencionó que es un peluche ya muy viejo, pero que ella no quiere deshacerse de él.

Esto determina que, en muchos de los casos, las personas que llegan a sentir algún tipo de emoción hacia los objetos, intentan que dicho elemento permanezca con ellos el tiempo que más les sea posible y que sí, en realidad más de la mitad de la población ha llegado a sentir una emoción por un objeto determinado.

LA EXPERIENCIA COMO GENERADORA DE EMOCIONES

Anteriormente de habló sobre la experiencia y las emociones, siendo estas las que dan paso a la ‘unión’ de ellas, la misma que hace referencia a los momentos de uso con el objeto; es decir, la forma en la que el sujeto asume un comportamiento emocional mismo que lo lleva a generar un vínculo.

Ejemplificando el caso de Erick, quien formó parte de un grupo focal y habló sobre su gusto en cuanto al fútbol. En su dibujo (ver p. 69), se evidencia una pelota de fútbol y unos zapatos, mismos elementos que al proceder a la explicación, no eran específicos, sino más bien intentaba demostrar su gusto hacia el deporte en sí.

Retomando palabras de Erick quien afirma que “el fútbol es su vida”, se puede evidenciar que en este caso no solo es la experiencia en cuanto a los objetos, sino también a lo que hace con ellos, de cierta manera adquiere un sentimiento, se divierte usándolos.

A todo lo mencionado se puede agregar que gracias a las funciones cognitivas se puede llegar a generar una conexión emocional con los objetos.

CULTURA MATERIAL

Se puede decir que la cultura material engloba todo lo tangible que a partir de la dinámica forma parte de ella y se mantiene enmarcada dentro de un contexto que es heredado a manera de conocimiento.

Los objetos en la cultura material

“... no se trata de objetos definidos según su función, o según las clases en que podríamos subdividirlos para facilitar el análisis, sino de los procesos en virtud de los cuales las personas entran en relación con ellos y de la sistemática de las conductas y de las relaciones humanas que resultan de ellos”.

J. Baudrillard, El sistema de los objetos, p.2

En esta teoría se habla de los objetos y su significado, mismo que se ha dividido en tres: objetos regalados, heredados y personalizados. En el caso de los objetos regalados se puede poner como ejemplo a Doménica, quien fue una de las entrevistadas.

Doménica relató acerca de los objetos que le gustaban, cosas que ella hacía y es así como mencionó unas mascararas que le había regalado su abuelo en el momento que se enteró que ella quería seguir arte teatral.

Doménica afirmó que ese regalo fue una de las cosas que más le incito a continuar con su carrera, demostrando así el concepto mencionado en líneas anteriores.

Otro es el caso de Gabriela, así mismo, participó en las entrevistas.

En este caso, Gabriela habló de una cadena, que fue regalo de su madre cuando era niña y que hoy en día la sigue usando.

Un objeto regalado comúnmente viene de alguien especial, por algún motivo de celebración o simplemente como una muestra de cariño. Por otro lado, se habla de los objetos heredados. Es aquí donde los objetos, necesariamente debieron haber sido usados.

Para entender sobre este tema, se menciona a Michelle, quien formo parte de un grupo focal y relató su experiencia en cuanto a un collar y un anillo (ver p. 66), que dijo que se lo habían regalado su pareja como muestra de amor. Se pudo observar la emoción de Michelle al contar sobre estos objetos y añadió que ella intentaría conservar las joyas para así dárselas a sus hijas.

Luego de hablar sobre objetos regalados y heredados, se da paso a los objetos personalizados, los mismos que se definen como aquellos que a través de ciertos procesos manuales se hacen propios.

Tal es el ejemplo de Ismael, mismo que integro uno de los grupos focales y expuso un dibujo de un portarretrato que había hecho para su madre (ver p. 68), el cual había cogido de su casa y lo había agregado elementos, tales como papeles de colores e hilos, provocando así que se vuelva un objeto personalizado.

Así pues, con un estudio de todo lo acontecido se podría lograr entender un poco más al objeto y su función como mediador de emociones, ya que los resultados obtenidos a lo largo de la investigación, muestran datos que pueden llevar a generalizar una gran conexión entre el sujeto y la persona, no solo en el uso, sino también en emocional y sensitiva.

CONCLUSIONES Y APORTES AL DISEÑO

CONCLUSIONES

Con un acercamiento a las diferentes teorías como son: psicología del objeto, diseño emocional y cultura material, se ha podido entender cómo ha sido la relación sujeto- objeto, de igual manera, se pudieron identificar factores que inciden en dicha relación y así poder definir como es esta.

El estudio permite dar soluciones a una determinada problemática de la falta de teoría acerca de la relación íntima entre el sujeto y el objeto, es decir, una relación emocional; involucra varios campos de estudio, los mismos que van desde la relación misma, atravesando por el acercamiento de teorías mencionadas anteriormente, hasta llegar a un profundo análisis de los elementos que constituyen dicha relación.

Vincularse constantemente con las personas que formaron parte de una población de estudio y además vincularse con la problemática del proyecto ha sido primordial en cada una de las etapas del mismo.

Una vez culminado este proyecto y viendo confirmado el cumplimiento de los objetivos planteados inicialmente, puedo concluir que la fase de investigación, tanto bibliográfica como de campo, han sido de gran importancia para llevar a cabo y concluir con cada una de las propuestas en este documento, ya que, introducirse de cierta manera en el campo de estudio que corresponde ha sido esencial al momento de indagar sobre los usuarios y ahondar en temas establecidos para el desarrollo de un proyecto acertado y con buenos resultados.

APORTES AL DISEÑO

Gracias a los resultados obtenidos a lo largo de esta investigación se podrían tomar en cuenta factores o elementos que puedan ayudar a los diseñadores en la producción de objetos, para que estos produzcan mayor atracción en determinadas personas y de igual manera, saber qué factores son los que más influyen en esta relación.

La información puede ayudar en futuros trabajos teóricos, ya que se encuentran bases de distintas teorías, pero enfocadas en sí al objeto y las emociones en torno al mismo.

RECOMENDACIONES

Después de haber tenido la oportunidad de realizar este proceso, puedo decir que fue muy fácil conseguir ayuda de las personas, todas fueron muy gentiles al escucharme, sin embargo, después de esta experiencia, recomendaría elaborar de manera correcta el temario e incluso definir bien la muestra, esto para evitar cualquier tipo de inconveniente como sucedió en mi caso. Otra recomendación es que se trate de realizar las entrevistas a personas que demuestren físicamente estar en un estado de ánimo normal, ya que, de no ser así, podría haber distintas reacciones (fuera de lo normal) a las preguntas que se hagan.

RECOMENDACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

En la investigación no resaltan muchos temas relacionados a la cultura material, se podría ahondar sobre dicho tema y así mismo, ampliarlo.

Sería pertinente realizar una investigación de esta relación, pero más para explorar centrada en emociones negativas.

Sería interesante enfocarse en cómo se constituye el objeto mediador en otros grupos culturales.

A teal background with a white crosshair graphic. The crosshair consists of a vertical line and a horizontal line intersecting at the center. The word 'REFERENCIAS' is written in white, bold, uppercase letters to the right of the intersection.

REFERENCIAS

- Acevedo, F. (2010). Análisis conjunto para apreciación de valores conceptuales de la forma en nuevos productos. Valencia.
- Appudurai, A. (La vida social de las cosas). México: Grijalbo/ Conaculta.
- Barthes, R. (1985). La aventura semiológica. Barcelona: PAIDOS IBÉRICA.
- Baudrillard, J. (1996). The system of objects. Universidad de Michigan.
- Bauman, Z. (2007). Sociedad de consumo y cultura consumista. Fondo de cultura económica.
- Calvillo, A. (2010). Luz y emociones. Barcelona.
- Cancino, R. (2004). Perspectivas sobre la cultura material.
- Cañada, J. (s.f.).
- Cardona García , G. M., & Obando Tobón, C. (2010). Estado del arte del diseño emocional. Medellín.
- Española, R. A. (2014). Diccionario de la lengua Española.
- etimológico, D. (2018). Diccionario de etimologías.
- Flusser, V. (2002). Filosofía del diseño.
- Gasiorowski, J. S. (1936). Le prebleme de la clasifcation ergologique et la relation de l'art a la culture materialle. Cracovie: Impr. de la Universite.
- Hall, E. (1959). Silent Language. New York: Garden City.
- Howes, D. (1996). Cross- Cultural Consumption. London: Routledge.
- Hunter, & Whitten. (1981).
- Hunter, D. E., & Whitten, P. (1981). Enciclopedia de antropología. Barcelona: Ballaterra S.A.
- Leroi, A. (1971). El gesto y la palabra. Caracas: Universidad central de Venezuela.

Malgarejo, L. (2014). Sobre el concepto de percepción.

Marx, K. Edición 1: 1946, Edición 2: 1959). El capital: Crítica de la Economía Política . México: Fondo de Cultura Económica.

Marx, (Edición 1: 1946, Edición 2: 1959)

Moles, A. (1975). Teoría de los objetos. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.

Norman, D. (1998). La Psicología de los objetos cotidianos. España: NEREA.

Norman, D. (2004). Diseño Emocional. Barcelona: PAIDOS IBÉRICA.

Onetto, B. (2016). La sociedad de Diógenes. Valdivia.

Ramírez, B. F. (2013). Psicología del objeto. Almería.

Rodríguez, C. (29 de diciembre de 2015). Blogger. Obtenido de http://pledisenoemocionalepv.blogspot.com/2015/12/como-surge-el-diseno-emocional_29.html

Roth, K. (2001). Material culture and intercultural communication.

Sánchez, M. (2005). Morfogénesis del objeto de uso. Bogotá: utadeo.

Sanín, J. (2008). Estéticas del consumo. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.

Santos, M. J. (2015). Diseño Emocional.

Sapier, E. (1921). Language: An introduction to the study of speech. Nueva york.

Simmel, G. (2008). de la esencia de la cultura. Buenos Aires: PROMETEO LIBROS.

Simmel, G. (2008). La esencia de la cultura. Barcelona: Prometeo Libros.

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N.1	https://cdn-images-1.medium.com/max/1277/1*5SdQVgTUrXstP3EdLZdXzg.jpeg	19
Imagen N.2	https://www.yogh.com.br/blog/wp-content/uploads/2014/08/como-o-cerebro-processa-uma-experiencia.png	21
Imagen N.3	http://www.musicosindependientes.com/wp-content/uploads/2017/07/Imagen-Dest-Musica.jpg	23
Imagen N.4	http://submarinobursatil.com/imagenes/blackfriday/2014/consumismo.png	26
Imagen N.5	https://lh3.googleusercontent.com/dV5M6af9p38idbpKH8e2WyXvWY3w2oOXQWt8Jh0B6UKKNiWmdPcFQ-Esq8Srv_-WcfhT=s128	27

LAS IMÁGENES QUE SE INCLUYEN EN EL CAPÍTULO 3, HAN SIDO COLOCADAS SOLO CON NOMBRES DEBIDO A QUE SE DEBE RESPETAR LA PRIVACIDAD DE LOS INTE-GRANTES.

The image features a solid teal background. A white vertical line and a white horizontal line intersect to form a crosshair. The vertical line is positioned on the left side of the frame, and the horizontal line is positioned in the lower-middle section. The word "ANEXOS" is written in a bold, white, sans-serif font, centered horizontally relative to the vertical line and positioned above the horizontal line.

ANEXOS

The object as an emotional mediator

Abstract

The current research explores the characteristics of the objects that influence a person to develop a sentimental connection with it and the factors that influence this. Additionally, the research tries to explain how that relation has developed from the point of object psychology, emotional design, and material culture. For the study, the researcher carried out semi-structured interviews, focus groups and surveys given to university students. This led to discern the most relevant aspects of the link and its main factors.

Key words: subject, object psychology, emotional design, material culture, emotional connection, link, uniqueness

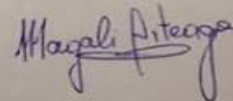
Daniela Alejandra Hidalgo Ormaza

Ana Maria Tripaldi, Mgst.

Code: 71406

Translated by

 UNIVERSIDAD DE CUENCA
Dpto. Idiomas



ENTREVISTAS A PROFESIONALES

Trabajo de campo:

Para la fase de la investigación de campo se realizó el método de la entrevista, “Mantener una conversación con una o varias personas acerca de ciertos extremos, para informar al público de sus respuestas” (RAE).

Este método se planteó usarlo con tres profesionales que puedan aportar con información relevante sobre el tema: Silvana Amoroso, Diego Jaramillo y Manuela Cordero, dichos personajes mencionados son docentes en la Universidad del Azuay, sin embargo, por situaciones ajenas, no se pudo realizar la entrevista a Diego Jaramillo.

Por otro lado, las citas pactadas con las dos docentes restantes, se llevaron a cabo el día 17 de enero del presente año en horas de la tarde, donde se realizaron entrevistas estructuradas, que son las siguientes:

SILVANA AMOROSO



(Amoroso, 2017)

En la entrevista realizada a la docente Silvana Amoroso, se obtuvieron datos importantes, como que se hace objeto a todo, incluido a las personas y de hecho como ella menciona, en la alteridad es el objeto (otra persona).

Ella describe al objeto como un producto con característica de inercia, pero con un carácter de haber sido vivido. En cuanto al sujeto, dice que es “ese” es decir el ser humano.

Otro aspecto importante es en cuanto a la ultima pregunta realizada, en la que menciona una chompa de fresas, la cual ha pasado de generación en generación y hoy en día, lo usa su pequeño hijo.

1. Para usted ¿Quién es el sujeto y el objeto?
2. ¿En una de sus investigaciones obtuvo datos sobre la conexión que existe entre las personas y el objeto?
3. ¿Podría decirse que existía un apego emocional entre las personas y el objeto vestimentario? ¿Podría explicar esta relación?
4. ¿Cuáles eran los factores que incidían en esta relación?
5. ¿Tiene o tenía un objeto por el cual sentía un afecto? ¿Cómo era este objeto?

MANUELA CORDERO



(Cordero, 2018)

En el caso de Manuela, se realizaron preguntas similares, pero sin duda, las respuestas fueron completamente distintas.

Ella menciona que el objeto, es la evidencia del hombre en la vida, que este evoca historia, memoria, tiene una marca la misma que permanece y se guarda en él.

En cuanto al sujeto, dice que es el objeto de estudio en la sociedad.

Sin embargo, respecto a otras preguntas, dice que el valor simbólico que se le otorga al objeto, si tiene que ver con la economía y mucho, no solo por la falta de dinero, sino por el valor económico en si del objeto y dice que las personas si le tienen un mayor aprecio a este tipo de objetos.

Por último, en el caso de que, si ella tiene o no un objeto por el que tiene algún tipo de sentimiento, dijo que si, y estos eran unos cuadernos de notas, los cuales, a pesar de no usarlos, los guardaba, argumentando que ellos guardan una parte de su ser en cada página.

1.¿Quién es el sujeto y el objeto según la antropología?

2.¿Cree que el afecto a los objetos puede variar de acuerdo a la cultura, posición social o económica? ¿Por qué?

3.En caso de una economía más baja de una persona, la cual tenga un objeto de mayor valor, ¿cree que podría llegar a tener un sentimiento fuerte con dicho objeto?

4.¿Conoce algún caso en la cultura, sociedad en la que se dé esto?

CONCLUSIONES

Con ambas entrevistas realizadas, se obtuvieron datos importantes, ya que, en los dos casos, las docentes guardan y tienen un sentimiento hacia objetos determinados y esto por diferentes razones.

Con ayuda de ellas, se pudo sacar un breve concepto de lo que es el sujeto y objeto, siendo así, que de cierta manera se coincidía en lo que se hace referencia al objeto.

Si bien es cierto, en ambas situaciones como ya se explicó, se guardan objetos sentimentales, sin embargo, me pude dar cuenta que, en el caso de Manuela Cordero, es más una situación de acumulación o mas bien de no querer deshacerse de los objetos, cosa que no sucede con Silvana Amoroso, donde se evidencia el afecto que se le tuvo.
