

- Noguera, J. A. (2002). El concepto de trabajo y la teoría social crítica. *Revista de Sociología*, 68(0), 141-168. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v68n0.1445>.
- Panesso, F. (2009). *El consumo de la ideología consumista*. *Tendencias*, 10(1), 63-70.
- Papanek, V. (1995). *The green imperative: ecology and ethics in design and architecture*. New York:Thames and Hudson.
- Peñalosa, J. B. (2013). *El diseño gráfico: ¿contribución al consumismo?* *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, (14), 29-40.
- Riesman, D., Glazer, N., & Denney, R. (1964). *La muchedumbre solitaria: un estudio sobre la transformación del carácter norteamericano*. Buenos Aires: Paidós.
- Rifkin, J. (2004). *El Fin del Trabajo*. España: Paidós.
- Rosa, A. C. (2007). *La sociedad de consumo: Origen y características*. Contribuciones a La Economía, 2007-01. <https://ideas.repec.org/a/erv/contri/y2007i2007-01ef37166a5cbece53ffbc3d389d88fe65.html>
- Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. Debate. <https://doi.org/10.32870/lv.v3i27.962>
- Slater, D. (1997). *Consumer culture and modernity*. Londres: Polity Press.
- Śledzik, K. (2013). *Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship* [SSRN Scholarly Paper]. Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2257783>
- Toffler, A. (1997). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janes Editores.
- Touraine, A., & Bixio, A. L. (1994). *Crítica de la modernidad*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Abstract: In the light of a historical recognition of the different productive paradigms, the role played by Design as an instrument of economic development and the relationship with the collective phenomena derived from its contribution to the consumer society

is established. It exposes a critical analysis of the individual as an object of consumerism and of products as a social symbol for the benefit of a linear economy.

Keywords: design - consumer society - sustainability - productive paradigm.

Resumo: À luz de um reconhecimento histórico dos diferentes paradigmas produtivos, o papel que o Design tem desempenhado como instrumento de desenvolvimento econômico e a relação com os fenômenos coletivos derivados de sua contribuição para a sociedade de consumo é estabelecida. Expõe uma análise crítica do indivíduo como objeto de consumismo e dos produtos como símbolo social em benefício de uma economia linear.

Palavras chave: design - sociedade de consumo - sustentabilidade - paradigma produtivo.

(*) Marcelo E. Venegas Marcel: Diseñador Industrial Universidad de Valparaíso, PhD © Diseño, Fabricación y Gestión de Proyectos Industriales, Universitat Politècnica de València, España y Máster en Construcción y Tecnología de la madera Universidad del Bío Bío. Experiencia en el área de la docencia universitaria como en el ejercicio profesional ligado al desarrollo de productos; así como consultor y evaluador para la acreditación de instituciones de educación superior. Orientación académico-investigativa dentro del área tecnológica de los materiales, para el Diseño, la Manufactura y la Producción con miras a la sostenibilidad medioambiental. Profesor de cátedra en las carreras de Diseño e Ingeniería en: Universidad Técnica Federico Santa María Universidad de Santiago Universidad Tecnológica Metropolitana.

Diseño de experiencias lúdicas: abordajes y exploraciones en el taller

Mariana Torres Luyo y Sebastián Malizia (*)

Actas de Diseño (2022, octubre),
Vol. 41, pp. 416-418. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: abril 2022
Versión final: octubre 2022

Resumen: El Taller de Diseño IV Cátedra Gorodischer FADU UNL desafía a los alumnos con un proyecto anual de alta complejidad. El diseño de juegos de mesa y videojuegos posibilita comprender que el diseño puede no sólo circunscribirse a resolver un sistema de piezas gráficas, objetos o una interfaz compleja, sino que también puede trascender el plano material y «diseñar experiencias lúdicas». Diseñar dispositivos lúdicos pone inmediatamente de manifiesto la importancia de interpretar las motivaciones que llevan a jugar (o volver a jugar) y así proyectar una experiencia adecuada a los intereses de la audiencia.

Palabras clave: Diseño de experiencias – Dispositivos lúdicos – Proyecto de alta complejidad –Juegos de mesa – Videojuegos.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 418]

Desarrollo

El Taller de Diseño IV de la Cátedra Gorodischer se ubica en el último año del Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual de la FADU UNL. El mencionado plan de estudios, agrupa las asignaturas de la carrera en tres áreas: comunicación, diseño y tecnología; abordando la problemática de la conceptualización, proyectación y producción de la comunicación en sus diversos soportes de materialización visual. El Taller IV se dicta en el último tramo de la carrera, y por ello se plantea como un espacio para sintetizar el conocimiento disciplinar adquirido, contribuyendo a la reflexión totalizadora de los contenidos.

En este contexto, la asignatura se compone por un único proyecto de gran extensión y alta complejidad, cuyo tema es propuesto por los alumnos. Entre una gran heterogeneidad de temas, el diseño de juegos de mesa y videojuegos es recurrente y suele ser escogido por su complejidad y los desafíos que representa.

En articulación con diversos proyectos de investigación que estudian el diseño de juegos, en los que se desempeñan docentes y pasantes de la cátedra, hemos capitalizado la acumulación de saber y desarrollado una línea de investigación sobre el tema que lleva más de diez años de recorrido.

Proyectos de alta complejidad

Encontrar un tema pertinente y novedoso es la primera consigna, motivadora y desafiante, tanto para los alumnos como para los docentes que deben conducir la búsqueda. En la práctica académica, usualmente los trabajos prácticos son predefinidos por las cátedras para establecer situaciones (y contextos) en que se presenten problemas de complejidad adecuada al nivel de avance en la carrera. Este cambio de paradigma es difícil para los alumnos y les cuesta reconocer un proyecto de alta complejidad así como las incumbencias específicas de la comunicación visual en trabajos de gran escala, que habitualmente se presentan como multi o interdisciplinarios.

Es así que una buena manera de aproximarnos a la alta complejidad es concebir este tipo de proyectos como «diseño de experiencias», entendiendo que estos no se circunscriben a diseñar solo un sistema de piezas gráficas, objetos o una interfaz compleja, sino también a trascender el plano material y proyectar una experiencia acorde a los intereses de audiencias específicas, mediados por la interacción con un dispositivo. Y en el caso de los juegos en particular, la interacción con dispositivos lúdicos.

Diseño de experiencias

Una de las aproximaciones más interesantes al diseño de experiencias es la que Marc Hassenzahl resume en estos tres niveles: el PORQUÉ, el QUÉ y el CÓMO de la interacción con un dispositivo (Interaction Design Foundation). El QUÉ refiere a lo que la gente puede hacer con el dispositivo, enviar un mensaje de texto, comprar un producto o escuchar música. El CÓMO realizar dichas acciones

tiene que ver con el diseño de la interfaz del dispositivo y por ese motivo se encuentra estrechamente vinculado al objeto diseñado. El PORQUÉ, en cambio, se enfoca en las motivaciones que llevan a las personas a interactuar con el objeto, a escoger entre dos dispositivos de distinta marca que nos permiten realizar las mismas acciones. Este nivel trasciende al objeto/producto, enfocándose en las necesidades y emociones involucradas en una actividad, el significado, «la experiencia».

Diseño de experiencias lúdicas

Volviendo al desafío de trabajar sobre un proyecto de alta complejidad, los dispositivos lúdicos ponen inmediatamente de manifiesto este último nivel descrito por Hassenzahl. Las motivaciones y la experiencia de jugar un juego están siempre en el centro de la escena.

En un dispositivo lúdico el QUÉ puede ser muy diverso: divertirse, pasar el tiempo o aprender sobre un tema (juegos didácticos). En el contexto de nuestra asignatura este nivel es entendido como un pretexto, una excusa para definir usuarios, contextos de uso y contenidos a trabajar en el juego.

El CÓMO es lo operativo, sensorial, motriz. Involucra a la forma y ergonomía en las piezas del juego (fichas, cartas, dados, instrucciones, tableros, etc.), el diseño gráfico (colores, tipografías, recursos visuales, etc.) y la mecánica del juego (las instrucciones, reglamentos y procedimientos). Este nivel es el que trabajamos bajo el título de «interfaces lúdicas», entendiendo al diseño como interfaz en los términos que define Gui Bonsiepe (1995) y refuerza María Ledesma (2003), un espacio de articulación entre el usuario (cuerpo humano), una herramienta (artefacto) y una acción.

Pero las motivaciones por jugar/utilizar o volver a utilizar el dispositivo lúdico, el PORQUÉ jugar un juego, involucra desde necesidades sociales (compartir con otros), personificar roles, sortear desafíos o incluso supeditarse al azar y la suerte. Esto nos permite considerar al juego descrito por Huizinga (2007), como fenómeno cultural. El diseño de experiencias pone especial atención en el PORQUÉ, articulando el QUÉ y el CÓMO en una relación sinérgica. Ese espacio, el de la experiencia, trasciende lo material pero permanece en el terreno de la proyectualidad y puede «ser diseñado».

Resultados

Desde la primera edición del Taller IV (hace más de quince años) hasta la actualidad es posible identificar una gran variedad y tipología de proyectos, que abordan múltiples áreas del campo de diseño a partir del planteo de problemáticas específicas. En este apartado recuperamos uno de los trabajos para indagar en su producción en tanto experiencias diseñadas y de este modo, abordar la potente interrelación y convergencia de los niveles propuestos por Hassenzahl en cada proyecto de diseño. Este proyecto se focalizó en el diseño de juego de mesa sobre Inteligencia Emocional, para la resolución pacífica

de conflictos en alumnos de primer año del Ciclo Básico Común. El planteo de las estudiantes, Mariángeles Pausich y Ana Paula Ruhl, se centró en la necesidad de estimular habilidades cognitivas y sociales en los alumnos a partir de una herramienta didáctica y, fundamentalmente, lúdica.

De acuerdo al planteo de Hassenzahl, nos concentramos en describir los tres niveles puestos en relación. En una primera instancia se define un contexto de uso específico: Escuelas Secundarias de la Provincia de Entre Ríos y a su vez, el recorte contempla la implementación de la herramienta lúdica en las clases de la asignatura Orientación y Tutorías. Partiendo de una definición de los contenidos que abordará el juego de mesa (basado en los contenidos de dicha asignatura), se propone una mecánica de juego donde se articulan de manera dinámica, a partir de una determinada representación visual que le da coherencia a toda la interfaz. Así, se propone organizar las reglas y piezas del juego en un relato donde se describe una narración ficticia que da vida a los personajes (con sus respectivas misiones y acciones) que van a interactuar en un determinado tiempo y espacio. De este modo, se construye una metáfora visual: un parque de diversiones representado visualmente en un mapa. Cada uno de los espacios y atracciones del mismo se definen en función del trabajo con determinadas habilidades emocionales mediante mecánicas de juego. Por ejemplo, en el espacio del Laberinto se indaga en actividades que tienen que ver con la Autorregulación y Motivación y en la Montaña Rusa, se estimulan las Habilidades Sociales.

En una segunda instancia, se definen las piezas lúdicas: cartas como elementos que colaboran en la construcción de la dinámica de juego; fichas para moverse dentro del tablero e identificar el trabajo cooperativo y grupal. Así como también se delimitan los elementos contextuales: entrada al parque, pases mágicos, pulseras (estilo Tyvek, para la identificación de cada integrante del grupo), tickets, reloj mágico, entre otros.

Finalmente, cada uno de estos elementos se articula en un sistema de identidad visual, con una clara definición de variables y constantes, a partir de códigos cromáticos, pares tipográficos y códigos de representación pertinentes para potenciar su dimensión narrativa. Así en la experiencia de juego convergen una gran cantidad de decisiones estratégicas que colaboran en la construcción de un espacio fuertemente inmersivo.

De este modo, se pone en evidencia cómo en el diseño de esta interfaz lúdica la interrelación de múltiples aspectos (temática, dinámica, mecánica, ambientación, componentes, decisiones estratégicas, comunicacionales y estéticas) conforman una herramienta didáctica potente que se constituye como un claro diseño de experiencias.

Referencias bibliográficas

- Bonsiepe, G. (1995) *Del objeto a la interfase*. Infinito. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad Nacional del Litoral. (s/f) *Plan de Estudios LDCV*. <https://bit.ly/3fOjRzf>
- Huizinga, J. (2007) *Homo Ludens*. Emecé Editores.
- Interaction Design Foundation (s/f). *The Encyclopedia of Human-Computer Interaction*, 2nd Ed. <https://bit.ly/3wDCfRZ>

Ledesma, M. (2003) *El diseño gráfico, una voz pública*. Argonauta.

Resumo: O Taller de Diseño IV Cátedra Gorodischer FADU UNL desafia os estudantes com um projeto anual altamente complexo. O design de jogos de tabuleiro e videogames permite entender que o design não só pode ser limitado à resolução de um sistema de peças gráficas, objetos ou uma interface complexa, mas também pode transcender o plano material e "desenhar experiências lúdicas". A concepção de dispositivos lúdicos imediatamente destaca a importância de interpretar as motivações que levam ao jogo (ou replay) e assim projetar uma experiência adequada aos interesses do público.

Palavras chave: Design de experiência - Dispositivos lúdicos - Projeto de alta complexidade - Jogos de mesa - Videogames.

Abstract: The Design Workshop IV Cátedra Gorodischer FADU UNL challenges students with an annual project of high complexity. The design of board games and video games makes it possible to understand that design can not only be limited to solving a system of graphic pieces, objects or a complex interface, but can also transcend the material plane and "design playful experiences". Designing playful devices immediately highlights the importance of interpreting the motivations that lead to play (or re-play) and thus projecting an experience appropriate to the interests of the audience.

Keywords: Experience design - Playful devices - High complexity project - Board games - Videogames.

(*) **Mariana Torres Luyo:** es Licenciada en Diseño de la Comunicación Visual por FADU - UNL y docente de la misma en la asignatura "Taller de Diseño IV" y "Comunicación". Se desempeña como docente en UNRAf, en la Licenciatura en medios audiovisuales y digitales, en la asignatura "Lenguajes y Narrativas visuales". Durante más de 8 años trabajó en la Dirección de Comunicación de Santa Fe, desarrollando proyectos de identidad, campañas gráficas y materiales editoriales, sesiones fotográficas para campañas de difusión y reportajes gráficos de eventos. Co-fundó ChekaStudio, donde actualmente trabaja para el sector público y privado. Se especializa en el desarrollo de proyectos editoriales y producciones fotográficas publicitarias. Ha realizado numerosos cursos de fotografía en Santa Fe, Buenos Aires, y Barcelona; y me he desempeñado como docente en espacios de arte, llevando adelante talleres y seminarios. Desde hace más de 10 años expone sus fotografías en espacios de arte y museos de diferentes ciudades de la zona. **Sebastián Malizia:** es Licenciado en Diseño de la Comunicación Visual, egresado de la Universidad Nacional del Litoral. Docente adjunto de los Talleres II, III y IV de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo - UNL y, anteriormente, docente adjunto de Taller Integral I y II y Diseño Gráfico II en la Universidad Católica de Santiago del Estero - Rafaela. Investigador, director de tesinas y jurado de concursos. Coordinador de diseño en el Área de Comunicación Institucional de la UTN Santa Fe, coordinador de diseño en el Programa de Imagen y Comunicación Institucional FADU UNL y fundador del estudio de diseño Hipnótica en el que se desarrollan programas de identidad visual y audiovisual para el sector público (Gobierno de la Provincia de Santa Fe, la Municipalidad de Santo Tomé, Municipalidad de Rafaela, Colegio de Escribanos, Colegio de Arquitectos de la Provincia de Entre Ríos) y el sector privado.