

PERCEPCIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA FORMA EN OBJETOS COTIDIANOS (CUBIERTOS) MEDIANTE LOS SENTIDOS Y EMOCIONES

PERCEPTION AND INTERPRETATION OF SHAPE IN EVERYDAY OBJECTS (CUTLERY) THROUGH THE SENSES AND EMOTIONS



Sofía Alejandra Luna Rodríguez
Universidad Autónoma de Nuevo León
México

sofia.lunard@uanl.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0003-2879-4132>

Fecha de recepción: 28 de agosto de 2023. Aceptación: 03 de noviembre de 2023.

Resumen

La perspectiva de objetos cotidianos es un proceso cognitivo de la conciencia que se encarga del reconocimiento de elementos, los cuales son transformados e interpretados por el cerebro para comprender, de una manera profunda, exacta y consciente, lo que consumimos o compramos. Usualmente, el usuario da por sentado la funcionalidad y apariencia de estos, sin considerar que cambios pequeños en su morfología pueden tener un impacto significativo en cómo se relacionan con estos. Al modificar los elementos de un objeto cotidiano, como su color, textura, materiales, tamaño o forma, podemos alterar radicalmente la perspectiva y experiencia al hacer uso de estos. Estos cambios pueden despertar nuevas emociones, mejorar la eficiencia o incluso desafiar nuestras expectativas preexistentes. Dichas modificaciones inspiran la creatividad e innovación en los diseñadores, puesto que se dedican a explorar cómo pequeñas alteraciones pueden llevar a resultados únicos y nos hacen reconsiderar cómo nos relacionamos con el mundo material. Por ello, surge la interrogante de qué pasaría si se experimentara o transformaran las formas de un objeto cotidiano; para este caso, los cubiertos. Mediante una investigación cualitativa se presenta una propuesta de diseño de un juego de cubiertos "Curv-Lery" basada en el análisis del color, textura, materiales y tamaño.

Palabras clave

Cubiertos, percepción, forma, color, objetos cotidianos.

Abstract

The perspective of everyday objects is a cognitive process of consciousness that takes care of recognizing elements, which the brain transforms and interprets to understand, in a deep, accurate, and conscious way, what we consume or buy. The user usually takes the functionality and appearance of these objects for granted without considering that slight changes in their morphology can significantly impact on how they relate to them. By altering the elements of an everyday object, such as its color, texture, materials, size, or shape, we can radically alter the perspective and experience of using it. These changes can spark new emotions, improve efficiency, or even challenge our pre-existing expectations. Such modifications inspire creativity and innovation in designers, as they explore how small alterations can lead to unique results and make us rethink how we relate to the material world. Therefore, the question arises as to what would happen if the shapes of an everyday object, such as cutlery, were experimented with or transformed. Through qualitative research, a design proposal for a "Curv-Lery" cutlery set is presented based on the analysis of color, texture, materials, and size.

Keywords

Cutlery, perception, shape, color, everyday objects.

Introducción

El diseñador, como parte de su profesión, se encarga de la creación de nuevos objetos mediante la aplicación de elementos conceptuales básicos como el punto, la línea, el plano y el volumen. Estos son partidarios de plasmar nuestras ideas dentro de un espacio visual o sensorial, lo que modifica la percepción de estos; ya sea mediante la forma, medida, color o textura. Cabe destacar que existen elementos secundarios complementarios; entre ellos, se puede hablar de dirección, posición, espacio y gravedad. Estos definen la relación entre los detalles de los objetos/productos diseñados.

Lo anteriormente mencionado se ve complementado mediante las leyes de Gestalt, las cuales tienen la premisa de que el todo es superior a la suma de sus partes. Es decir, que percibimos los objetos bien organizados como estructuras completas, más que como partes aisladas, de tal manera que permite que la realidad sea comprendida de una manera más profunda y exacta (Fernández, 2017).

Los objetos constituyen una expresión crucial de las ideas debido a que estos se comunican de manera inmediata y directa, no solo de forma visual, sino que también con el resto de los sentidos. Esto ayuda a crear nuevas experiencias con los objetos gracias a la gran gama de posibilidades que estos permiten al diseñar.

A partir de lo anterior, desde el punto de vista de la moda, los elementos visuales, el material y los colores son indicadores de un estatus social y cultural que se transmite por medio de un producto. Con el hecho de marcar la individualidad, se crean nuevas tendencias a partir de los factores visuales de un objeto o de un elemento particular del mismo, pero la repetición constante hace que pierda el factor de individualidad. Por consecuencia, el producto queda como otra tendencia que, con el tiempo, será sustituida por otra más impactante.

Este proyecto forma parte del seguimiento a una primera etapa de la investigación: "La influencia de la percepción de los objetos cotidianos en las generaciones actuales", realizada en el 2019. Ahí, se logró observar y analizar cómo conviven las personas con los objetos y, en este tema en particular, cómo detonan ciertos rasgos del objeto desde la teoría de la percepción y de las emociones. Esto se está tomando como base para la continuidad de este proyecto.

En la presente investigación se busca entender, por medio de la percepción de las formas y la interpretación de estas, las preferencias que pueden existir para así buscar una relación con los sentidos (principalmente vista y tacto). De esta manera, al complementarse con métodos de recolección de datos como las encuestas, se pueden construir parámetros basados principalmente en la relación formal, lo cual nos brindará la información necesaria para la creación de proyectos o, bien, un objeto.

Marco Teórico

Como parte de la investigación, se busca la relación entre la percepción formal de los objetos cotidianos mediante la vista y el tacto. Por ello, es importante definir el concepto al que se hace referencia con percepción, sentidos y forma, para poder encontrar su relación.

La psicología de la forma es la encargada de estudiar y examinar el peso que se le puede dar

a las formas. Esto lleva a pensar en que se le otorga un significado a cada forma, lo que provoca que las mismas tengan una gran influencia en la conducta consciente e inconscientemente. Esto está relacionado, directamente, con nuestra percepción hacia los objetos (Llanera, 2021).

Al trabajar esto en objetos pequeños, se hace necesario fijarse más en los detalles que estos llevan. Esto permite trabajar en ciertos problemas en concreto y, de esta forma, se puede seguir resolviendo

do con el paso del tiempo. Este método permite un seguimiento de resoluciones en varias generaciones de productos.

Para mantener la novedad en esa área, es necesario introducir nuevos estímulos para evitar caer en la imagen cotidiana. Además, la renovación constante exige un análisis más profundo para la realización de un cambio notorio o significativo; con ello, se pueden encontrar nuevas soluciones a nuevos problemas encontrados.

En la actualidad, a medida que el mercado y los productos adoptan características determinadas y estandarizadas, la prioridad de diseñar un producto que aborde la comodidad y contemple la relación objeto-usuario se dirige y se centra cada vez más en la calidad y el coste, no en resolver un problema o generar una nueva experiencia para el usuario. Para obtener la percepción de un objeto, se necesitan ciertos estímulos, sensaciones y también otras actividades cerebrales más complejas que complementen la experiencia. Estas dependen de los estímulos sensoriales que tienden a relacionarse directamente con el objeto, ya que cada sentido capta una cualidad de este. Además, la percepción que genere el usuario sobre este depende de un conjunto de factores.

El primer sentido que interacciona con los objetos es la vista. Gracias a la composición física del objeto, el usuario determina una característica u opinión acerca de este, incluso si aún no ha tenido un contacto directo o físico con él. Esto se debe a la percepción que se tiene acerca de ciertos factores como las figuras que componen el diseño, color y sus dimensiones. El elemento que mejor trabaja con este sentido es el color, ya que no es necesario tener una interacción directa con el objeto para poder generar una opinión sobre él.

El color influye en la perspectiva del usuario debido a ciertos factores como el significado que se le ha dado a cada tono. Esto se debe a un factor cultural o social del usuario. Aun así, hay elementos visuales que son universalmente entendibles; el color puede provocar emociones, sensaciones y sentimientos que dependen de la perspectiva que se tenga del color mencionado. Goethe (1999) afirmaba que los colores actúan sobre el alma y pueden provocar tristeza o alegría. Aseguraba que el individuo, cuando entraba en contacto con un color determinado, se sincronizaba de inmediato con el espíritu humano. Esto produce un efecto decisivo e importante en el estado de ánimo.

Tabla 1.

Satisfacción de las manifestaciones y necesidades del individuo a través del color.

| Necesidad | Colores |
|---------------------------------|---|
| NECESIDADES FISIOLÓGICAS | |
| Mejorar la percepción visual | <ul style="list-style-type: none"> • El rojo atrae, en condiciones de buena iluminación, la atención; en condiciones de escasa o ninguna iluminación, tiende a desaparecer. El blanco y el negro permiten altos contrastes; son aptos para personas con deficiencias visuales. • Los colores oscuros definen sensaciones de alejamiento y empequeñecimiento. • Los colores claros evocan el engrandecimiento. El amarillo se ha considerado como un color avanzante. |
| Alimentación | <ul style="list-style-type: none"> • El color naranja ayuda a la digestión. • El color rojo aumenta la sensación de dulzura en los alimentos -establece sensaciones gustativas anticipadas-. • El verde aumenta la sensación de frescura. |
| Descanso, reposo | <ul style="list-style-type: none"> • El azul tiene cualidades relajantes. • El verde es sinónimo de reposo. • El blanco es un color relacionado con la meditación y la tranquilidad. |
| Protección, salud | <ul style="list-style-type: none"> • El rojo significa parar. El rojo ha sido relacionado al concepto de protección y defensa. Ha sido usado contra infecciones y anemia. Es un color negativo para cardíacos. • El verde significa avanzar • El naranja contribuye a una correcta digestión |
| Comodidad, confort | <ul style="list-style-type: none"> • El rojo es un color que provoca una sensación de calor o calidez, al igual que la gama del amarillo El azul es un color frío y otorga sensación de frescura y amplitud. • Los colores de valores lumínicos altos están relacionados con la suavidad. |

Fuente: Bedolla (2018).

El tacto es un sentido que necesita tener al objeto cerca para manipularlo y poder analizarlo con las manos. De esta forma, se recibe información y proporciona una experiencia en el usuario; por ello, la percepción que el usuario tiene de un tacto positivo y agradable, influye en su opinión acerca de un objeto y en su experiencia con el mismo. Este es un sentido con gran importancia, ya que se encuentra recibiendo información nueva constantemente y, a su vez, crea nuevas experiencias físicas o emocionales a los usuarios. "En el caso del tacto se puede observar que las impresiones son registradas tanto como estados de afección de nuestro propio cuerpo como fenómenos exteriores, ya que el tacto enfatiza, más que cualquier otro sentido" (Bedolla, 2018, p. 124).

Otro factor que afecta en la percepción de un objeto es la pesantez, la cual está relacionada con los sentidos del tacto y la vista. El peso es un factor que se percibe por un medio visual, al detectar o conocer el material que conforma al objeto; esta cualidad pasa al tacto cuando se tiene una relación física con él. Cuando se tiene la perspectiva visual del material, se asume su peso y, al interactuar de forma física, se espera que este mismo cuente con un peso relativo al material. Cuando un objeto hecho de metal cuenta con poco peso genera desconfianza en el usuario, ya que causa una imagen mental y sensorial de inconsistencia. No solo el peso afecta al objeto, sino que también el propósito para el cual se utilizará, sumado a la perspectiva visual y táctil. Todo esto llega a producir la idea de un objeto poco efectivo para ciertas actividades.

El resultado de una percepción proviene, además de lo anteriormente mencionado, de la asimilación de distintos sucesos endoceptivos, que son emociones y sensaciones ya arraigadas y que el usuario almacena pero no presenta, ya que quedan en la conciencia de este. Sin embargo, siguen ejerciendo una perspectiva única de forma inconsciente. En la prueba de un nuevo objeto "es necesario asimilar el producto obtenido del tacto y de la cinestesia sobre materiales o superficies..., con el conocimiento de los mismos, no solo relacionándolos con experiencias anteriores, si no con la sensación misma del momento de prueba." (Molina, 2019, p. 90)

Metodología

La investigación surge como seguimiento a una investigación previa donde se obtuvieron propuestas de objetos de manera digital realizadas con formas familiares. Se trata, en su mayoría, de líneas curvas que representan suavidad y que emulan lo conocido y a lo que estamos acostumbrados o identificamos como tradicional. Hay algunos ligeros cambios visuales, con la finalidad de volverlas más atractivas. Estos cambios parten del material y la forma.

Para este proyecto, se plantea llevar los diseños a 3D, para determinar el impacto al momento de tener el objeto físico y tangible, con el fin de averiguar si la percepción altera con las propiedades visuales y táctiles de estos objetos cotidianos. Se variará el peso, el tamaño, el color y la forma de estos. Es precisamente en la percepción donde se localiza la evidencia del proceso existente en la relación entre sujeto y objeto.

Por ello, se desarrolló una investigación cuantitativa conveniente para la medición de la percepción, de tal manera que se pueda realizar la primera validación del producto. Se aplicó una encuesta (anexo 1) enfocada en la medición de la percepción visual del usuario de la Generación Z. La elección de dicha generación como un grupo de enfoque en diseño puede proporcionar información valiosa sobre tendencias actuales y futuras, así como ayudar a crear productos más relevantes y atractivos para una audiencia que está influenciando cada vez más el mercado y la sociedad. Esta sociedad ha crecido en un entorno caracterizado por rápidos cambios sociales, tecnológicos y culturales que crean perspectivas únicas sobre el mundo. Sus necesidades pueden diferir de generaciones anteriores.

Resultados y Discusión

A lo largo de los años, el principal material de fabricación para los utensilios ha sido el metal, el cual puede adaptarse y manejar diferentes procesos de fabricación. Se utilizan elementos como los moldes, pinzas o prensas para cambiar su forma y

adaptarlos para lo que se necesita. Debido a su presencia en la industria, el metal es percibido como un material resistente y de formas más duras o simples, pero su aplicación en el diseño le permite optar por formas más orgánicas y con movimiento, lo que permite una nueva perspectiva en los objetos. Una prueba de esto es su aplicación en la época del modernismo, como decoración.

Uno de los materiales más utilizados en la industria, además del metal, y que permite una amplia gama de aplicaciones y variantes de formas es el plástico, un material cuya composición se puede manipular, puede tomar distintas formas, es resistente química y físicamente, y es fácil de transportar. Este material cuenta con la característica de imitar otros materiales, pero sobresale por su variedad, flexibilidad y accesibilidad. El único límite con el que cuenta es la creatividad de quien quiere diseñar con él. A pesar de ser un material comúnmente utilizado, se puede adaptar y ver más allá de los requisitos básicos en un diseño que busca sacar el máximo de un material. Pretende convertir algo común en un objeto llamativo que atraiga y que estimule los sentidos de todos los usuarios.

Todo lo mencionado anteriormente aborda la manera en que se deben considerar la forma, funcionalidad y los elementos al diseñar un utensilio. No obstante, esto no debería llevar a olvidar el propósito fundamental de dicho objeto, donde resalta su utilidad. Por ejemplo, un juego convencional de cubiertos puede ser funcional, pero su diseño se limita a cumplir con objetivos prácticos para llevar a cabo actividades específicas, lo que deja de lado potenciales oportunidades si no es completamente funcional.

Un cubierto, como ya se mencionó, tiene como función facilitar el acceso a la comida, ya sea cortándola o conduciendo el alimento a la boca del usuario. Esto le genera un valor y una utilidad como objeto; para que este siga cumpliendo su propósito, es necesario que cuente con una estructura que permita el agarre de los alimentos. En el proceso de uso, también interfieren factores como la forma del mango, la cual permite un mejor agarre. La utilidad

tiene que ver, sobre todo, con la eficacia derivada de factores tecnológicos y materiales. Sin embargo, esta eficacia puede significar una considerable fuente de placer, cuando todo lo anterior cumple, de forma eficiente, su propósito. Cuando estos elementos se logran integrar, se convierten en una prolongación de los sentidos, con una gran satisfacción al tener un mejor grado de precisión (Heskett, 2005).

Con toda la información recabada, se decidió diseñar un juego de utensilios (tenedor y cuchara) dirigido a la Generación Z, la cual es considerada como una generación comprendida por los nacidos entre 1996 hasta el 2010. Esta nació con la cultura *Do it yourself*, así que están acostumbrados a solucionar problemas y necesidades de manera personal y enfocada. El acceso a internet les ha dado las herramientas necesarias para encontrar la manera de construir su propio mundo (Ferrer, 2020).

Para el diseño de los utensilios, se obtuvo información con base en encuestas aplicadas a un porcentaje de adultos jóvenes entre la edad de los 17 a 25 años (Anexo 1). Esto se hizo con el objetivo de recolectar información para la investigación de "La influencia de la percepción de los objetos cotidianos en las generaciones actuales". Las encuestas fueron realizadas con el objetivo de encontrar qué utensilios captaron la atención de los entrevistados. Esto se hizo mediante imágenes reales y utensilios modelados en 3D por el departamento de D-amateur. Cada uno de los utensilios variaba la forma, material y colores. El resultado de las preguntas mostró que los usuarios contaban con un gran interés en los utensilios de colores llamativos y también en los que contaban con un ligero cambio en cuanto a la forma o el tamaño de los mismos.

Figura 1.
Medidas generales del pack de cubiertos Curv-Lery.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2.
Pack de cubiertos Curv-Lery en impresión 3D con acabados.



Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, de los tres materiales propuestos (metal, madera y plástico), el que captó más la atención fue el de metal. Sin embargo, los cubiertos de madera también fueron escogidos por algunos como tercer lugar de importancia. No se encontró gran relevancia en los cubiertos de plástico. Después, se puede observar que se escogieron cubiertos con formas relativamente tradicionales a lo ya existente y, en caso de no ser tradicionales, eran formas que no salían mucho de lo "normal", simplemente contaban con formas más orgánicas, delgadas y modernas. Por último, se debe considerar el factor de los colores o tonos de los cubiertos. Hubo gran relevancia en los tradicionales de metal, pero muchos se inclinaron por colores que se encuentran en tendencia en el mercado, como el tornasol, dorado y negro. Esto indica una preferencia por lo tradicional en términos de materiales conocidos, pero con una inclinación hacia sutiles toques más modernos o distintivos en formas y colores.

Finalmente, con base en los resultados de las encuestas, se realizaron diferentes propuestas de diseño, cada una de ellas se adaptaba a las descripciones que los usuarios formularon con las encuestas aplicadas. Después de esto, se realizaron prototipos rápidos para determinar dimensiones y grosores de los utensilios, para luego pasarlos a modelos 3D para ver más a detalle factores como la simetría, para llegar al prototipo final de los mismos. Esto se hizo con el objetivo de poder realizar una evaluación de las opiniones de los usuarios de la generación Z con base en una propuesta nueva de utensilios generada con los datos presentados anteriormente.

La relación entre los objetos implica un análisis consciente o intuitivo de sus funciones por parte de los diseñadores o fabricantes. Esta comprensión resulta de la interpretación de un objeto a través de diferentes niveles semánticos, influenciados por la relación entre el objeto, el concepto y el conocimiento asociado a él. De esta interacción, se derivan conclusiones y recomendaciones que fomentan una reflexión constante sobre cómo las personas se relacionan con los objetos. En este contexto, se exploran los aspectos que activan ciertos rasgos del objeto con base en teorías de percepción y emociones. Este enfoque amplía el lenguaje del diseño y su interacción con otras disciplinas.

Descripción de la cuchara: forma

Cuchara de 19cm de largo, con un grosor que va de 1mm a 7mm desde la punta a la parte final del mango. Cuenta con una figura hexagonal en la parte cóncava, con un ancho de 4cm. El mango cuenta con una forma curvada que le permite posicionarse en una superficie y cuenta con redondeos en las aristas y vértices. En el otro extremo, cuenta con una figura hexagonal plana de 2cm de ancho.

Figura 3.
Cuchara con medidas generales y perspectiva.

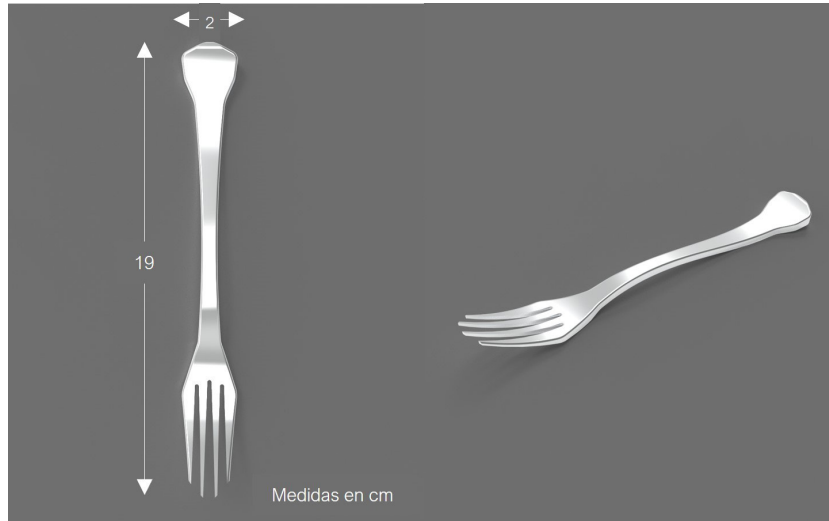


Fuente: Elaboración propia.

Descripción del tenedor: forma

Tenedor de 19cm de largo, con un grosor que va de 1mm a 7mm desde la punta a la parte final del mango. Cuenta con cuatro pinchos, o picos, con 1mm de ancho en la punta. El mango cuenta con una forma curvada que le permite posicionarse en una superficie y cuenta con redondeos en las aristas y vértices. En el otro extremo, cuenta con una figura hexagonal plana de 2cm de ancho.

Figura 4.
Tenedor con medidas generales y perspectiva.



Fuente: Elaboración propia.

Madera

Figura 5.
Pack de Cubiertos Curv-Lery en madera.



Fuente: Elaboración propia.

El cubierto se puede percibir sensorialmente como un utensilio algo sucio y con una baja resistencia, debido a la relación que se tiene de las características del material con los utensilios ya existentes que son similares a estos. Además, la generación Z tiende a despreciar este tipo de utensilios, principalmente por la composición física del material.

Por otro lado, en la cuchara, las figuras de la cabeza del cubierto atraen la atención, al lucir formas pentagonales que no suelen ser vistas en objetos de este tipo, aunque el amplio espacio de la superficie para tomar alimentos puede resultar algo tosca de ver o, incluso, hacer sentir incómodo a su usuario. La punta del objeto hace juego con la forma de su cabeza, lo que equilibra su composición y da

sentido a la apariencia de este. Finalmente, el mango podría llegar a provocar una sensación agradable, de acuerdo con la investigación, ya que cuenta con curvas marcadas que lo destacan del resto de similares que existen. Además, esto favorece a su agarre y brinda una buena apariencia.

Mientras que el tenedor se conforma de una cabeza de forma hexagonal con cuatro pinchos alargados que procuran un buen sostén para una buena cantidad de alimentos, además de bordes redondeados que favorecen la experiencia de uso y, sobre todo, brinda comodidad a esta. La forma que posee el mango del utensilio es favorable para mantener un buen agarre al momento de su utilización.

Metal

Figura 6.

Pack de Cubiertos Curv-Lery en metal.



Fuente: Elaboración propia.

A diferencia de la cuchara de madera, este utensilio metálico puede llegar a transmitir una sensación de mejor limpieza y una apariencia mucho más resistente a sus similares. Sin embargo, por sus proporciones y la cantidad de material que aparenta tener, puede ser visto como un objeto algo pesado de utilizar.

En la cuchara, en la parte cóncava, se pueden observar formas similares a un hexágono, lo que puede hacerlo parecer algo voluminoso. Es una forma más orgánica que las variantes que ya existen, las cuales poseen superficies mucho más geométricas, en comparación con este objeto. La punta del cubierto hace juego con su parte cóncava y crea un balance en la composición, mientras que el mango genera una buena sensación de estabilidad al utilizarlo, a la vez que brinda un agarre eficiente debido a la curvatura que presenta en su parte media.

El tenedor, con formas hexagonales, se alarga hasta conformar cuatro pinchos que constituyen el elemento de agarre del tenedor. Además, su punta hace juego con la forma de su cabeza, lo que brinda equilibrio a la composición del cubierto. Por otro lado, el mango que conecta ambos extremos del objeto brinda un buen agarre y sus bordes redondeados generan comodidad al sostener el cubierto.

Plástico

Figura 7.

Pack de Cubiertos Curv-Lery en plástico.



Fuente: Elaboración propia.

Si bien este objeto pudiera llegar a parecer más frágil por su composición plástica, sigue teniendo la posibilidad de transmitir una sensación de limpieza que se refleja instantáneamente. El plástico, en cubiertos, se relaciona comúnmente con objetos de un solo uso que, por lo general, se utilizan recién sacados de su empaque.

La superficie cóncava puede generar cierta sensación de resistencia al momento de tomar alimentos con este. Aunque, de cierta forma, podría resultar voluminosa para su uso. Por otro lado, la forma del mango y la punta se encuentra redondeada de los bordes, de manera que no incomode al usuario al momento de tomarlo, ya que los bordes plásticos pueden llegar a lastimar al usuario si se toma el objeto con una fuerza excesiva. El mango puede resultar algo esbelto. Su forma proporciona un buen agarre que ayuda al usuario a sujetarlo de manera correcta al utilizarlo.

En el tenedor, la cabeza cuenta con cuatro pinchos alargados para sostener alimentos, además de que todo el objeto posee bordes redondeados para evitar que los bordes afilados del plástico generen incomodidad en el usuario. Finalmente, la curva del mango en la parte media del utensilio brinda un buen agarre al tomar el objeto, lo que mejora su usabilidad.

Conclusiones

En esta vorágine de exigencias dentro del ámbito del diseño, es evidente que estas herramientas ayudan en el proceso de diseño, a partir de una evaluación cognitiva que cuantifica el estímulo y las variaciones de las señales fisiológicas que se provocan al interactuar u observar los productos.

Si se parte de lo anterior, en esta investigación se destaca la prevalencia del metal como material principal en la fabricación de utensilios a lo largo del tiempo. La versatilidad del metal en los procesos de fabricación, que se adapta a moldes, pinzas y prensas, ha permitido moldear su forma según las necesidades específicas. Aunque comúnmente asociado con resistencia y formas simples, su aplicación en el diseño ha abierto posibilidades para formas más orgánicas y dinámicas, como se observó en la era del modernismo, donde se empleó incluso como elemento decorativo.

Por otro lado, el plástico se destaca como otro material versátil en la industria de utensilios debido a su maleabilidad, resistencia química y física, así como su facilidad de manipulación. La flexibilidad del plástico para adquirir diversas formas y su capacidad para imitar otros materiales lo convierten en una opción ampliamente utilizada. Sin embargo, su límite radica únicamente en la creatividad del diseñador, pues permite transformar lo común en objetos llamativos que estimulen los sentidos de los usuarios.

El enfoque principal al diseñar utensilios se centra en su utilidad: facilitar el acceso a los alimentos y generar valor mediante la estructura que permite el agarre de estos. Factores como la forma del mango y la eficacia tecnológica y material influyen en la utilidad del utensilio.

Las encuestas revelaron que los cubiertos de metal y algunos modelos de madera captaron la mayor atención, con preferencia por formas orgánicas y colores modernos. Esto sugiere un interés en mantener lo tradicional en cuanto a materiales, pero con toques sutiles y contemporáneos en formas y colores. En pocas palabras, se inclinan hacia cosas minimalistas y tradicionales, por lo que se aprecia cierto rechazo hacia los cubiertos presentados debido a que es una forma a la cual no están acostumbrados.

Basándose en estos hallazgos, se elaboraron propuestas de diseño adaptadas a las preferencias de los encuestados. Prototipos rápidos y modelos 3D permitieron ajustar dimensiones y simetría para llegar al diseño final de los utensilios. Estos modelos buscan no solo cumplir su función práctica, sino también estimular y satisfacer las preferencias sensoriales y estéticas de los usuarios.

Referencias

- Bedolla, D. (2018). *Emociones y diseño. Sensaciones, percepciones y deseos*. Editorial Designio / Libros de diseño.
- Fernández, A. (2017). *Teorías de la Gestalt y sus aplicaciones publicitarias*. arzuComunicación – Blog de Luna Azul. <https://arzucomunicacion.lunaazul.org/2016/09/05/teorias-de-la-gestalt/>
- Ferrer, X. (2020). ¿Generación Z, *recambio cultural*? Creabinars – Digital Creative Hub. <https://creabinars.org/2020/11/16/generacion-z-recambio-cultural/>
- Goethe, J. (1999). *Teoría de los colores*. Editorial Colegio Oficial De Aparejadores Y Arquitectos Técnicos De Murcia.
- Heskett, J. (2005). *El Diseño En La Vida Cotidiana*. Editorial Gustavo Gili.
- Llanera, J. (2021). *Psicología de la forma: Qué es y cómo se aplica en diseño gráfico*. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/psicologia-de-la-forma/>

- Molina, M. (2019). Un acercamiento al proceso de la obtención de información por medio de lo que percibimos. En E. Cuellar (Ed.), *Personas - Objetos - Entorno: Visiones y prácticas sobre diseño y urbanismo* (p. 87-108).
- Rojas Rodríguez, C. (2019). La consideración de las emociones en el diseño de experiencias de uso satisfactorias. En E. Cuellar (Ed.), *Personas - Objetos - Entorno: Visiones y prácticas sobre diseño y urbanismo* (p. 111-130).

Anexo 1.

INSTRUMENTOS PARA LA MEDICIÓN DE LAS EMOCIONES

Figura 8.

Product emotion, recuperado de Research tolos.



1. ¿Qué sensación piensas que tendrías al tomar el cubierto? (cuchara y tenedor plástico)
2. ¿Qué sensación piensas que tendrías al tomar el cubierto? (cuchara y tenedor madera)
3. ¿Qué sensación piensas que tendrías al tomar el cubierto? (cuchara y tenedor metal)
4. Los bordes del cubierto, ¿te generan alguna sensación al tomar el utensilio?
5. ¿Qué sensación te provoca el cubierto al girarlo entre los dedos?
6. ¿Qué sensación te dan las curvas del cubierto?
7. El peso del cubierto ¿qué sensación te da al tomarlo?
8. ¿Qué sensación te da el tamaño de la cuchara cuando la agarras?
9. ¿Qué sensación te provocaría el tomar el cubierto con la combinación del peso del alimento y la cuchara al agarrarla?
10. ¿Qué te provocaría tener que almacenar y organizar la cuchara?
11. ¿Cómo consideras que sería tu experiencia manipulando líquidos con la cuchara?
12. ¿Qué tipo de sensación te darían las formas en la terminación de la parte cóncava de la cuchara al contacto con la boca?
13. ¿Qué sensación te da el tamaño del tenedor cuando lo agarras?
14. ¿Qué sensación te provocaría al tomar el tenedor con la combinación del peso del alimento y el tenedor al agarrarlo?
15. ¿Qué te provocaría tener que almacenar y organizar el tenedor?
16. ¿Cómo consideras que sería tu experiencia comiendo con el tenedor y la longitud de su terminación? Todo con respecto al diseño.