

**EDITORIAL: DISEÑO Y EMOCIONES PARA
ENFRENTAR LOS SISTEMAS DE PODER,
IDEOLOGÍA Y CONTROL**

Renato Bernasconi

Largamente desdeñadas por científicos y académicos, quienes las consideraban incontrolables, caóticas y peligrosas (ver Lutz, 1990), irrelevantes o disruptivas (ver Lupton, 1998), o bien como el aspecto “menos público” de la experiencia y, por lo tanto, el menos susceptible de análisis sociocultural (ver Lutz & Abu-Lughod, 1990), hoy las emociones están siendo profusamente estudiadas más allá de los dos ámbitos que se consideraban su espacio natural, la psicología y la psiquiatría. Debemos este giro a las teóricas feministas que en las últimas décadas del siglo pasado subrayaron la relevancia sociocultural del cuerpo, así como a los teóricos postmodernos que reconocieron los fundamentos emocionales del conocimiento (Lupton, 1998). Como resultado, se han consolidado campos de estudio como la sociología de las emociones (ver Bericat, 2015; Turner, 2009), la antropología de las emociones (ver Beatty, 2013) o la historia de las emociones. En esta última disciplina se habla incluso del “giro emocional” (Boddice, 2018).

Lo cierto es que, junto con afectar la forma en que se nos presenta el mundo y la manera en que cada cual se concibe a sí mismo (Davidson & Milligan, 2004), las emociones desempeñan un rol protagónico en la esfera pública. Finalmente, este papel ha comenzado a ser reconocido. Hoy sabemos que sin emociones no hay historia. Ni siquiera hay sociedad, ya que las emociones son esenciales para construir y mantener los lazos sociales (ver Lupton, 1998, pp. 4-5; Rosenwein, 2010). En las primeras páginas de su *Historia de las emociones*, Rob Boddice sostiene que las emociones «están al centro de la historia de la humanidad» y que no son simplemente «el efecto de circunstancias históricas, expresadas después de los acontecimientos, sino las causas activas de estos» (2018, p. 2). Efectivamente, la angustia, el amor, la competitividad, la indiferencia y la culpa no solo están presentes en los relatos que

**EDITORIAL: DESIGN AND EMOTIONS
AGAINST SYSTEMS OF POWER, IDEOLOGY,
AND CONTROL**

Renato Bernasconi

Long disdained by scientists and scholars, who considered them to be uncontrollable, chaotic, and dangerous (see Lutz, 1990), irrelevant or disruptive (see Lupton, 1998), or as the ‘least public’ aspect of experience and therefore least amenable to sociocultural analysis (see Lutz & Abu-Lughod, 1990), today emotions are being profusely studied beyond the two fields that were considered as their natural realm, psychology and psychiatry. We owe this turn to feminist theorists who, in the last decades of the last century, emphasized the socio-cultural relevance of the body, as well as to postmodern theorists who recognized the emotional foundations of knowledge (Lupton, 1998). As a result, fields of study such as the sociology of emotions (see Bericat, 2015; Turner, 2009), the anthropology of emotions (see Beatty, 2013), or the history of emotions have been consolidated. In this last discipline, scholars even talk of the ‘emotional turn’ (Boddice, 2018).

The truth is, that along with shaping the way the world is presented to us, and the way each of us conceives oneself (Davidson & Milligan, 2004), the emotions play a leading role in the public sphere. Finally, this role has begun to be recognized. Today, we know that without emotions there is no history. There is not even society, since emotions are essential to build and maintain social bonds (see Lupton, 1998, pp. 4-5; Rosenwein, 2010). In the opening pages of *The History of Emotions*, Rob Boddice argues that emotions “are at the center of the history of the human being” and that they are “not merely effect of historical circumstances, expressed in the aftermath of events, but are active causes of events” (2018, p. 2). Indeed, anguish, love, competitiveness, indifference, and guilt are not only present in the narratives that

explican la modernidad, sino que incluso forman parte de su núcleo, tal como ha demostrado la socióloga Eva Illouz (2007). Martha Nussbaum (2013), por su parte, señala que emociones como la ira, el miedo, la envidia, la culpa, la aflicción, el orgullo y las múltiples formas de amor tienen tanta incidencia social que pueden determinar el progreso de una nación y la estabilidad de sus instituciones. Y para Lauren Berlant (2004), una sola emoción, la compasión, carga todo el peso de los debates sobre la ética del privilegio, las jerarquías de clase, la inequidad económica y las obligaciones individuales y colectivas. Nada más cierto. Porque las respuestas emocionales son la fuente de los valores y los principios éticos, y también un sustrato para la acción política (Lupton, 1998, p. 3). De hecho, las emociones son fundamentales «para protestar contra los sistemas de poder, ideología y control» (Markussen et al., 2016, p. 256).

Pero estas tres palabras, poder, ideología y control, siguen estando tan imbricadas en las infraestructuras que soportan el conocimiento y la investigación académica que ni siquiera nos damos cuenta de que observamos el mundo sin escucharlo, sin tocarlo. Lo observamos, pero no lo sentimos. Si bien sabemos que las universidades promueven un modelo economicista de producción de conocimiento —segregador, depredador, desapegado y orientado a la eficiencia (Kiesewetter, 2020, p. 65)—, al parecer todavía no prestamos suficiente atención a los mecanismos ideológicos que perpetúan este control: el racionalismo exacerbado; la tiranía de la observación cuantitativa y el análisis estadístico; el disciplinamiento metodológico; la dominación de las epistemologías binarias y patriarcales (Kiesewetter, 2020); la exaltación ciega de los resultados replicables; etc., etc.

Las geógrafas Kye Askins y Kate Swanson (2019) sostienen que enfrentarse a este contexto que desprecia las emociones, la intuición y el conocimiento encarnado requiere dos grandes acciones. La primera, reivindicar las emociones y reconocer las formas en que estas se entrelazan con todas las experiencias e interacciones humanas, con los lugares y las cosas (Askins & Swanson, 2019, pp. 3-4). La segunda, que se desprende

explain modernity, but even form part of its core, as the sociologist Eva Illouz (2007) has shown. Martha Nussbaum (2013) on her part, points out that emotions such as anger, fear, envy, guilt, grief, pride, and many forms of love have such a social impact, that they can determine the progress of a nation and the stability of its institutions. For Lauren Berlant (2004), a single emotion, compassion, carries all the weight of the debates on the ethics of privilege, class hierarchies, economic inequality, and individual and collective obligations. Nothing could be more certain because emotional responses are the source of ethical values and principles, and also a basis for political action (Lupton, 1998, p. 3). In fact, emotions are fundamental “to protest against systems of power, ideology and control” (Markussen et al., 2016, p. 256).

But these three words, power, ideology and control, remain so embedded in the infrastructures that support knowledge and scholar research that we do not even realize that we observe the world without listening to it, without touching it. We observe it, but we do not feel it. Although we know that universities promote a model of knowledge production based on economy —segregated, predatory, detached, and efficiency driven (Kiesewetter, 2020, p. 65), it seems that we still do not pay enough attention to the ideological mechanisms that perpetuate this control: exacerbated rationalism; the tyranny of quantitative observation and statistical analysis; methodological discipline; the dominance of binary and patriarchal epistemologies (Kiesewetter, 2020); the blind exaltation of replicable results; etc., etc.

As geographers Kye Askins and Kate Swanson (2019) point out, facing this context that despises emotions, intuition, and embodied knowledge requires two great actions. The first is to vindicate emotions and recognize the ways in which they are intertwined with all human experiences and interactions, with places and things (Askins & Swanson, 2019, pp. 3-4). The second, which follows the previous one, is to develop

de la anterior, consiste en desarrollar nuevos enfoques metodológicos para la producción de conocimiento (Askins & Swanson, 2019, p. 4). En este punto nos detendremos. Askins y Swanson (2019) subrayan que tanto las metodologías creativas como las basadas en la práctica tienen un valor particular, ya que interrogan los vínculos que la materialidad, los procesos de investigación, los espacios y los cuerpos establecen con las formas en que pensamos, coproducimos y difundimos conocimientos sobre las emociones y *con* ellas.

Además, estos giros metodológicos hacia las emociones son importantes en los debates y los procesos implicados en el hacer de investigaciones participativas y orientadas a la acción (...). La esperanza, la compasión, la empatía, la ira y el cuidado son reconocidos como motivaciones para —y también como elementos que apuntalan experiencias en— el activismo académico y las prácticas más-que-investigativas: manteniendo y utilizando las emociones y el afecto como fuerzas que impulsan formas vivas, comprometidas, éticas y encarnadas de hacer, ser, devenir y coproducir conocimientos (Askins & Swanson, 2019, p. 4).

Obviamente, estas metodologías no pueden ignorar que el investigador está emocionalmente comprometido en la investigación. Considerar esta relación íntima y lo que sentimos al hacer investigación representa una reacción feminista y post-positivista frente al quimérico “distanciamiento” que recubre al método científico (Cahill, 2007, p. 276). Asimismo, las metodologías deben tomar en cuenta que, para ser estudiadas, las emociones deben necesariamente ser “traducidas” (ver Beatty, 2013), ya que somos incapaces de participar directamente en el mundo emocional de nuestros informantes, tal como advirtió Michelle Rosaldo (1980, p. 35). Junto con ello, y siguiendo a Barbara Rosenwein, debemos considerar que, si bien las emociones tienen un sustrato biológico, son menos universales de lo que solemos creer y, en consecuencia, su estudio debe considerar que existen diversas “comunidades emocionales” o grupos sociales cuyos miembros adhieren a las mismas formas de valorarlas y expresarlas (2010).

new methodological approaches to knowledge production (Askins & Swanson, 2019, p. 4). At this point we will remain. Askins and Swanson (2019) emphasize that both, creative and practice-led methodologies have a particular value, since they question the links that materiality, research processes, spaces, and bodies establish with the ways in which we think, co-produce, and spread knowledge about and with emotions.

Furthermore, these methodological turns to emotion are important in debates on and processes involved in doing participatory and action-oriented research (...). Hope, compassion, empathy, anger, and care are recognized as motivations for, and also underpin experiences in, academic-activism and more-than-research; holding and utilizing emotions and affect as driving forces in lived, committed, ethical and embodied ways of doing, being, becoming and (co)producing knowledges. (Askins & Swanson, 2019, p. 4)

It is obvious that these methodologies cannot ignore that the researcher is emotionally engaged in the investigation. Considering this intimate relationship and what we feel when doing research represents a feminist, post-positivist reaction to the chimerical ‘distance’ that covers the scientific method (Cahill, 2007, p. 276). Likewise, methodologies must take into account that to be studied, emotions must necessarily be ‘translated’ (see Beatty, 2013), since we are incapable of participating directly in the emotional world of our informants, as Michelle Rosaldo pointed out (1980, p. 35). Along with this and following Barbara Rosenwein, we must consider that although emotions have a biological substrate, they are less universal than claimed, and consequently, their study must consider that there are different ‘emotional communities’ or social groups whose members adhere to the same ways of valuing and expressing them (2010).

Así como las disciplinas que hemos mencionado, la investigación en diseño también ha incorporado las emociones como objeto de estudio. Los primeros llamados formales a considerar las emociones en el ámbito del diseño dieron origen a la Primera Conferencia Internacional sobre Diseño y Emoción, celebrada en el ocaso del siglo XX (ver Overbeeke & Hekkert, 1999). Allí, como en otros contextos, diversos investigadores cuestionaron la manera en que se abordaba la experiencia de usuario e hicieron un llamado a desarrollar herramientas y métodos que ayudaran a los diseñadores a crear relaciones emocionalmente valiosas entre los productos y los usuarios (Overbeeke & Hekkert, 1999, p. 5). Pronto se hizo evidente que era necesario extender el enfoque clásico que reducía la usabilidad a tres factores, efectividad, eficiencia y satisfacción, incorporando la dimensión afectiva, hasta entonces prácticamente ignorada en los estudios de usabilidad (Dillon, 2001). Andrew Dillon fue categórico en ello:

La experiencia del usuario se compone de acciones, resultados y emociones (...) la ciencia cognitiva parece haber optado por ignorar las emociones (...) Sin embargo, incluso el racionalista más rígido debe estar de acuerdo en que gran parte de lo que hacemos como seres humanos está impulsado por factores emocionales y afectivos (Dillon, 2001, pp. 62-63).

El corolario de todo esto fue igualmente provocador: al adentrarnos en el terreno de las emociones, al observar qué siente el usuario, vamos más allá de la *capacidad* de uso y avanzamos hacia «la disposición o el deseo de usar» (Dillon, 2001, p. 63). ¿Realmente habíamos dejado fuera al deseo? Sí, aunque parezca descabellado, mientras los mercados mundiales profitaban del acceso a la salud emocional y los psicólogos encargados del reclutamiento en las empresas impulsaban un nuevo tipo de habilidad social, la “competencia emocional” (Illouz, 2007), las emociones no eran una categoría considerada en la investigación en diseño e incluso habían jugado un papel marginal en el ejercicio profesional (Norman, 2003, p. 60). Felizmente, todo eso cambió radicalmente en tan solo unos años. Mientras Don Norman llevaba a la imprenta el ya clásico

As well as the disciplines we have mentioned, design research has also incorporated emotions as an object of study. The first formal calls to consider emotions in the field of design gave rise to the First International Conference on Design & Emotion, held at the turn of the 20th century (see Overbeeke & Hekkert, 1999). There, as in other contexts, several researchers questioned the way user experience was addressed and called for the development of tools and methods that support designers to create an emotionally valuable product-user relationship (Overbeeke & Hekkert, 1999, p. 5). It soon became clear that it was necessary to extend the classic approach that reduced usability to three factors – effectiveness, efficiency, and satisfaction – incorporating the affective dimension, until then practically ignored in usability studies (Dillon, 2001). Andrew Dillon was categorical about it:

User experience is made up of actions, results and emotions (...) cognitive science seems to have chosen to ignore emotion (...). However, even the most rigid rationalist must agree that much of what we do as humans is driven by emotional and affective factors. (Dillon, 2001, pp. 62-63).

The corollary of all this was equally provocative: by entering the realm of emotions and observing what the user feels, we go beyond the *capacity* to use and move towards “the willingness or desire to use” (Dillon, 2001, p. 63). Did we really leave out desire? Yes, although it seems crazy, while global markets benefited from access to emotional health and psychologists in charge of recruitment in companies were promoting a new type of social skill; ‘emotional competence’ (Illouz, 2007); emotions were not even a category to consider in design research and even played a marginal role in professional practice (Norman, 2003, p. 60). Fortunately, all of that radically changed in just a few years. While Don Norman was printing the now classic *Emotional Design: Why*

Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things, Pieter Desmet escribía su tesis doctoral en torno a dos preguntas: cómo suscitan emociones los productos y cómo pueden influir los diseñadores en esas emociones (Desmet, 2002, p. ix). El “giro emocional” en el diseño se consolidaba.

Lo que ocurrió después es archiconocido. Los diseñadores comenzaron a manejar conjuros para seducir a millones de compradores. Las emociones se transformaron en el gran catalizador de ventas de las grandes corporaciones que aprecian el diseño. Y si bien las emociones son también formas sociales y políticas, como consta en los primeros párrafos de esta editorial, el énfasis puesto en los productos hizo que las manifestaciones sociopolíticas de las emociones quedaran fuera del alcance de la investigación en diseño (Markussen et al., 2016, p. 256). Esto no quiere decir que en este campo no haya existido, desde un principio, una cierta reflexión sobre la ética y los valores del diseñador. Esa reflexión se produjo (ver Desmet et al., 2003; Desmet & Roeser, 2015). Pero los cuestionamientos esbozados no tuvieron suficiente fuerza para desviar la mirada de los anaqueles y los mercados, mucho menos para influir en corrientes como el diseño para la justicia social (Costanza-Chock, 2018a, 2018b; Dombrowski, 2017; Dombrowski et al., 2016), el diseño activista (Asad & Le Dantec, 2015; Markussen et al., 2016; Rezai & Khazaei, 2017), el diseño contra el *statu quo* (Khovanskaya et al., 2018) y el diseño contra la opresión (Keyes et al., 2019; Smyth & Dimond, 2014). Y seguramente el motivo es que, como señalan Khovanskaya y sus colegas, «el tradicional proceso de diseño centrado en el usuario, ampliamente adoptado en la industria y enseñado en las universidades», solo nos conduce a «investigar las prácticas y necesidades existentes para diseñar tecnologías que puedan adaptarse cómodamente a las rutinas presentes. Si realmente queremos innovar, transformar y ser rupturistas, necesitamos nuevas formas de trabajar» (Khovanskaya et al., 2018, p. 64).

La pregunta entonces sería: ¿puede la investigación en diseño emocional proponer nuevas formas de trabajar, formas que sean realmente rupturistas y

We Love (or Hate) Everyday Things, Pieter Desmet was writing his doctoral dissertation regarding two questions: How do products elicit emotions and how can designers influence those emotions. (Desmet, 2002, p. ix). The ‘emotional turn’ in design was consolidated.

What happened after is very well known. Designers knew the appropriate sorcery to seduce millions of buyers. Emotions became the great sales catalyst for large corporations that appreciate design. And while emotions are social and political forms, as noted in the first paragraphs of this editorial, the emphasis placed on products left the socio-political manifestation of emotions out of the scope of design and emotion research (Markussen et al., 2016, p. 256). This does not mean that from the beginning there has not been a certain reflection on the ethics and values of the designer in this field. This reflection took place (see Desmet et al., 2003; Desmet & Roeser, 2015). But the outlined discussion was not powerful enough to divert the gaze from the shelves and markets, even less to influence trends such as socially just design or design justice (Costanza-Chock, 2018a, 2018b; Dombrowski, 2017; Dombrowski et al., 2016), design activism (Asad & Le Dantec, 2015; Markussen et al., 2016; Rezai & Khazaei, 2017), design against the status quo (Khovanskaya et al., 2018) and anti-oppressive design (Keyes et al., 2019; Smyth & Dimond, 2014). Surely the reason is that, as Khovanskaya and her colleagues point out, the “traditional user-centered design process – one widely adopted in industry and taught in universities,” only leads us to research “existing practices and needs in order to design technologies that might comfortably fit into existing routines. If we truly want to innovate, transform, and disrupt, we need new ways of working” (Khovanskaya et al., 2018, p. 64).

The question would then be: can research on design and emotion propose new ways of working, ways that are truly disruptive and enable the questioning of the economic system of production

cuestionen el sistema económico de producción —que no solo es insostenible, sino también injusto— o está condenado a perpetuar su alianza con el *statu quo*? Los artículos que componen esta edición indican que puede hacerlo. En primer lugar, porque demuestran que la investigación en diseño y emociones ofrece una perspectiva original para discutir los alcances éticos de la práctica, tal como se aprecia en la contribución de Deger Ozkaramanli, Pieter Desmet y Elif Özcan, quienes exploran los dilemas personales como fenómenos inspiradores que no solo estimulan la creatividad en el proceso de diseño, sino también la reflexión acerca de los valores de los usuarios. También María Paula Barón y Margarita Echavarría indagan en principios éticos, esta vez para la educación en diseño, con énfasis en la empatía y en los tres principios que proponen para incluir la ética en el proceso de diseño: admiración, compromiso e integridad. Por su parte, Stefano Parisi y Shonali Shetty van un paso más allá e indican que la experiencia emocional con los materiales bio-sinérgicos promueve un significativo cambio social, ya que aborda «un complejo sistema de valores relacionados con la interdependencia, la conciencia ambiental, las colaboraciones multi-especies, el cuidado, la transitoriedad y la imperfección». Citando a Arturo Escobar, Parisi y Shetty enfatizan la necesidad de escapar del circuito capitalista de producción y consumo. Asimismo, Tomás Errázuriz, Ricardo Greene y Daniel Berczeller abordan la ética del cuidado y la conservación de objetos haciendo hincapié en la diferencia entre «consumo ético» —centrado en el individuo y sus decisiones conscientes mediadas por el mercado— y «vida ética», la que contiene los resultados o consecuencias prácticas de una pluralidad de regímenes morales». Hace un par de décadas, Deborah Lupton se mostraba sorprendida de ver tan pocos estudios empíricos que identificaran los aspectos emocionales de las relaciones de las personas con sus posesiones materiales (p. 137), precisamente el asunto que abordan Errázuriz, Greene y Berczeller en su contribución a este número. Finalmente, Valentina Rognoli y Elena Rausse se aproximan a la dimensión ética a partir del diálogo que el artesano establece con los materiales, señalando que «trans-

— which is not only unsustainable, but also unjust — or is it doomed to perpetuate its alliance with the status quo? The articles in this issue indicate that it can. Firstly, because they evidence that design and emotion research offers an original perspective to discuss the ethical scope of the practice, as seen in the contribution of Deger Ozkaramanli, Pieter Desmet, and Elif Özcan, who explore personal dilemmas as inspirational phenomena that not only stimulate creativity in the design process, but also reflection on the values of users. María Paula Barón and Margarita Echavarría also investigate ethical principles, this time for design education, with an emphasis on empathy and the three principles they propose in order to include ethics in the design process: admiration, commitment, and integrity. For their part, Stefano Parisi and Shonali Shetty go a step further and indicate that the emotional experience with bio-synergistic materials promotes significant social change, “addressing a complex system of values related to interdependence, environmental consciousness, multi-species collaborations, caring, transience, and imperfection”. Quoting Arturo Escobar, Parisi and Shetty emphasize the need to escape from the capitalist circuit of production and consumption. Likewise, Tomás Errázuriz, Ricardo Greene, and Daniel Berczeller address the ethics of care and conservation of objects, emphasizing the difference between “‘ethical consumption’ – centered on the individual and his conscious decisions rendered by the market – and ‘ethical life’, which contains the practical results or consequences of a plurality of moral regimes.” A couple of decades ago, Deborah Lupton was surprised to see so few empirical studies that identified the emotional aspects of people’s relationships to their material possessions (p. 137), precisely the issue that Errázuriz, Greene, and Berczeller address in their contribution. Finally, Valentina Rognoli and Elena Rausse approach the ethical dimension from the dialogue that the craftsman establishes with the materials, pointing out that “transforming matter

formar la materia significa transformar la sociedad y dejar una huella en la cultura». Rognoli y Rausse sostienen que este diálogo tiene el potencial de transmitir valores culturales al objeto final. Por tanto, «es necesario comprender, por un lado, cómo estos han contribuido a crear e implementar las esferas socioculturales y económicas de los territorios; y, por otro, cómo se han convertido en portadores de valores de una región determinada».

En segundo lugar, esta edición corrobora que la aproximación emocional al diseño está permeando ámbitos que no están relacionados con el diseño de productos, como es el caso del diseño de servicios, abordado por Mariluz Soto, Enni Mikkonen y Satu Miettinen, quienes exploran un ámbito inédito: «las experiencias emocionales de los diseñadores de servicios a lo largo de todo el proceso de diseño», concibiéndolas como “capacidades de diseño”. Para Soto, Mikkonen y Miettinen, «este conocimiento amplía el alcance del diseño, proporcionando soluciones más prácticas y éticas que puedan considerar, de manera integral, las necesidades y los deseos de los usuarios de los servicios».

Quisiéramos que esta edición de *Diseña* sirva para tender un puente entre los investigadores que actúan en la intersección entre las emociones y el diseño y aquellos que promueven la justicia social. Así como la geografía se ha interesado por los aspectos emocionales implicados en problemáticas como «soportar la exclusión y la violencia de todo tipo; no tener hogar; no poder satisfacer las necesidades básicas para uno o su familia; ser encarcelado; presenciar, directa o indirectamente, el sufrimiento de otra persona» (Askins & Swanson, 2019, p. 4), es necesario que los diseñadores nos involucremos en iniciativas que aborden más dimensiones emocionales de la cultura material. Afortunadamente, en años recientes se ha iniciado un promisorio diálogo entre el diseño emocional y el diseño activista. Los primeros intercambios parecen haber sido impulsados por Markussen, Knutz y Lenskjold (2016) en el 10° Congreso Internacional de Diseño y Emoción. No podemos permanecer ajenos a estos ámbitos, porque cultivar las emociones es

means to transform society and leave an imprint of culture.” Rognoli and Rausse argue that this dialogue has the potential to convey cultural values to the final object. Therefore, “there is a need to understand, on the one hand, how they have created and implemented the socio-cultural and economic spheres of territories, and on the other, how they have become the bearers of values of a specific region.”

Secondly, this edition corroborates that the emotional approach to design is permeating areas that are not related to product design, such as service design, which is addressed by Mariluz Soto, Enni Mikkonen, and Satu Miettinen, who present an unexplored field: “the emotional experiences of service designers throughout the whole design process,” conceiving them as ‘design capabilities’. For Soto, Mikkonen, and Miettinen, “this knowledge widens the design scope so as to provide more practical-ethical solutions that can holistically consider the needs and desires of service users.”

We would like this issue of *Diseña* to serve as a bridge between design researchers who act at the intersection of emotions and design and those who promote social justice. Just as geographers have been interested in emotional issues such as “how it feels to endure exclusion and violence of all kinds; to be homeless; to be unable to provide basic needs for yourself/family; to be incarcerated; to witness, directly or indirectly, another’s suffering” (Askins & Swanson, 2019, p. 4), therefore it is necessary for designers to engage in initiatives that address other emotional dimensions of material culture. Fortunately, in recent years, a promising dialogue has been established between emotional design and design activism. The first exchanges seem to have been promoted by Markussen, Knutz, and Lenskjold (2016) at the 10th International Conference on Design & Emotion. We cannot stay away from these issues, because cultivating emotions is essential to achieve goals such as equity, inclusion of marginalized groups

fundamental para alcanzar objetivos como equidad, inclusión de grupos marginalizados o mitigación de la miseria (Nussbaum, 2013). Hoy sabemos que la forma en que experimentamos, expresamos e interpretamos nuestras emociones está moldeada por la sociedad en la que estamos insertos (Rosenwein, 2010, pp. 8-9). Ya no ignoramos que nuestras emociones dan significado y explican por qué respondemos a los artefactos materiales de ciertas maneras (Lupton, 1998, p. 6). Esto es especialmente relevante para las lógicas de consumo. Como señala Eva Illouz al introducir a la sociología del consumo dos conceptos fundamentales de nuestra disciplina, emoción e imaginación, «el vínculo conceptual que explica la articulación entre emoción y consumo se encuentra en la noción de “imaginación”, entendida como el despliegue socialmente situado de fantasías culturales» (Illouz, 2009, p. 379). Por tanto, la pregunta es: ¿queremos seguir alimentando la imaginación y las fantasías culturales de las personas para convertirlos en consumidores aún más ávidos? ¿O queremos usar lo que hemos aprendido de las emociones para innovar, transformar nuestra forma de ser en el mundo y escapar del circuito capitalista de producción y consumo?

Replicando las palabras de Kye Askins y Kate Swanson, reiteramos la necesidad crítica de ampliar la investigación y la enseñanza sobre las emociones (2019, p. 3). □

or mitigation of poverty (Nussbaum, 2013). Today we know that the way we experience, express, and interpret our emotions is shaped by the society in which we are embedded (Rosenwein, 2010, pp. 8-9). We no longer ignore that our emotions give meaning and explain why we respond to material artifacts in specific ways (Lupton, 1998, p. 6). This is especially relevant for consumer logics. As Eva Illouz points out when introducing to the sociology of consumption two fundamental concepts of our discipline, emotion and imagination, “the conceptual link explaining the articulation between emotion and consumption, is to be found in the notion of ‘imagination’, understood as the socially situated deployment of cultural fantasies” (Illouz, 2009, p. 379). Therefore, the question is: do we want to continue feeding people’s imagination and cultural fantasies to turn them into even more avid consumers, or do we want to use what we have learned from emotions to innovate, transform our way of being in the world, and escape from the capitalist circuit of production and consumption?

Replicating the words of Kye Askins and Kate Swanson, we reiterate the critical need to broaden research and teaching regarding emotions (2019, p. 3). □

REFERENCIAS / REFERENCES

- ASAD, M., & LE DANTEC, C. A. (2015). Illegitimate Civic Participation: Supporting Community Activists on the Ground. *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1694-1703. <https://doi.org/10.1145/2675133.2675156>
- ASKINS, K., & SWANSON, K. (2019). Holding onto Emotions: A Call to Action in Academia. *Emotion, Space and Society*, 33, 100617. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2019.100617>
- BEATTY, A. (2013). Current Emotion Research in Anthropology: Reporting the Field. *Emotion Review*, 5(4), 414-422. <https://doi.org/10.1177/1754073913490045>
- BERICAT, E. (2015). The Sociology of Emotions: Four Decades of Progress. *Current Sociology*, 64(3), 491-513. <https://doi.org/10.1177/0011392115588355>
- BERLANT, L. (2004). *Compassion: The Culture and Politics of an Emotion*. Routledge.
- BODDICE, R. (2018). *The History of Emotions*. Manchester University Press.
- CAHILL, C. (2007). The Personal is Political: Developing New Subjectivities through Participatory Action Research. *Gender, Place & Culture*, 14(3), 267-292. <https://doi.org/10.1080/09663690701324904>
- COSTANZA-CHOCK, S. (2018a). Design Justice, A.I., and Escape from the Matrix of Domination. *Journal of Design and Science*. <https://doi.org/10.21428/96c8d426>
- COSTANZA-CHOCK, S. (2018b). Design Justice: Towards an Intersectional Feminist Framework for Design Theory and Practice. *Proceedings of the Design Research Society 2018*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3189696
- DAVIDSON, J., & MILLIGAN, C. (2004). Embodying Emotion Sensing Space: Introducing Emotional Geographies. *Social & Cultural Geography*, 5(4), 523-532. <https://doi.org/10.1080/1464936042000317677>
- DESMET, P. M. A. (2002). *Designing Emotions*. Delft University of Technology.
- DESMET, P. M. A., HEKKERT, P., & HILLEN, M. (2003). Values and Emotions; An Empirical Investigation in The Relationship Between Emotional Responses to Products and Human Values. *Proceedings of the 5th European Academy of Design Conference*. <http://www.ub.edu/5ead/PDF/9/Desmet.pdf>
- DESMET, P. M. A., & ROESER, S. (2015). Emotions in Design for Values. In J. van den Hoven, P.E. Vermaas, & I. van de Poel (Eds.), *Handbook of Ethics, Values, and Technological Design: Sources, Theory, Values and Application Domains* (pp. 203-219). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-007-6994-6_6-1
- DILLON, A. (2001). Beyond Usability: Process, Outcome, and Affect in Human Computer Interactions. *The Canadian Journal of Information and Library Science*, 26(4), 57-69. <https://doi.org/10.26153/tsw/3402>
- DOMBROWSKI, L. (2017). Socially Just Design and Engendering Social Change. *ACM Interactions*, 24(4), 63-65. <https://doi.org/10.1145/3085560>
- DOMBROWSKI, L., HARMON, E., & FOX, S. (2016). Social Justice-Oriented Interaction Design: Outlining Key Design Strategies and Commitments. *Proceedings of the 2016 ACM Conference on Designing Interactive Systems*, 656-671. <https://doi.org/10.1145/2901790.2901861>
- ILLOUZ, E. (2007). *Intimidaciones congeladas: Las emociones en el capitalismo*. Katz.
- ILLOUZ, E. (2009). Emotions, Imagination and Consumption: A New Research Agenda. *Journal of Consumer Culture*, 9(13), 377-413. <https://doi.org/10.1177/1469540509342053>
- KEYES, O., HOY, J., & DROUHARD, M. (2019). Human-Computer Insurrection: Notes on an Anarchist HCI. *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Paper No. 339, pp. 1-13. <https://doi.org/10.1145/3290605.3300569>
- KHOVANSKAYA, V., DOMBROWSKI, L., HARMON, E., KORN, M., LIGHT, A., STEWART, M., & VOIDA, A. (2018). Designing Against the Status Quo. *ACM Interactions*, 25(2), 64-67. <https://doi.org/10.1145/3178560>
- KIESEWETTER, R. (2020). Publishables. *Diseña*, 16, 58-87. <https://doi.org/10.7764/disena.16.58-87>
- LUPTON, D. (1998). *The Emotional Self: A Sociocultural Exploration*. Sage.
- LUTZ, C. A. (1990). Engendered Emotion: Gender, Power, and the Rhetoric of Emotional Control in American Discourse. In C. A. Lutz & L. Abu-Lughod (Eds.), *Language and the Politics of Emotion* (pp. 69-91). Cambridge University Press.
- LUTZ, C. A., & ABU-LUGHOD, L. (1990). Introduction: Emotion, Discourse, and the Politics of Everyday Life. In C. A. Lutz & L. Abu-Lughod (Eds.), *Language and the Politics of Emotion* (pp. 1-23). Cambridge University Press.
- MARKUSSEN, T., KNUTZ, E., & LENSJOLD, T. U. (2016). Design Activism as a New Method for Inquiring into Mixed Emotions in Uncomfortable Social Interaction. In P. M. A. Desmet, S. Fokkinga, G. Ludden, N. Cila, & H. van Zuthem (Eds.), *Proceedings of the 10th International Conference on Design & Emotion* (pp. 256-265). The Design & Emotion Society.
- NORMAN, D. A. (2003). Designing Emotions Pieter Desmet [Review]. *The Design Journal*, 6(2), 60-62. <https://doi.org/10.2752/146069203789355444>
- NUSSBAUM, M. C. (2013). *Political Emotions: Why Love Matters for Justice*. The Belknap Press of Harvard University Press.

- OVERBEEKE, C. J., & HEKKERT, P. (Eds.). (1999). *Proceedings of the First International Conference on Design & Emotion*. Delft University of Technology.
- REZAI, M., & KHAZAEI, M. (2017). The Challenge of Being Activist-Designer. An attempt to Understand the New Role of Designer in the Social Change Based on Current Experiences. *The Design Journal*, 20(sup1), S3516-S3535. <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352855>
- ROSALDO, M. Z. (1980). *Knowledge and Passion: Ilongot Notions of Self & Social Life*. Cambridge University Press.
- ROSENWEIN, B. H. (2010). *Passions in Context—Problems and Methods in the History of Emotions*. <https://www.passionsincontext.de/index.php/?id=557>
- SMYTH, T., & DIMOND, J. (2014). Anti-oppressive Design. *Interactions*, 21(6), 68–71. <https://doi.org/10.1145/2668969>
- TURNER, J. H. (2009). The Sociology of Emotions: Basic Theoretical Arguments. *Emotion Review*, 1(4), 340-354. <https://doi.org/10.1177/1754073909338305>