



Economía Creativa

ISSN: 2395-8200

economia.creativa@centro.edu.mx

Centro de diseño, cine y televisión

México

Editorial

Economía Creativa, núm. 8, 2017, Noviembre-, pp. 4-5

Centro de diseño, cine y televisión

Ciudad de México, México

DOI: <https://doi.org/10.46840/ec.2017.08.01>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=547569057001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Editorial

La entrega más reciente de *Economía Creativa* explora distintas perspectivas en torno a los vínculos entre afectividad y diseño. Los autores presentan resultados de sus investigaciones, profundizan en conceptos como emociones, empatía y experiencia de usuario, contribuyendo así al estado del arte del tema en cuestión.

En *Control percibido, emociones y experiencias satisfactorias*, Erika Cortés, Cindy Lozada y Juan Carlos Ortiz presentan los resultados de un estudio que considera un factor poco explorado en la experiencia del usuario: la idea de control. Los resultados indican que en situaciones específicas el control percibido media la relación que las personas sostienen con los objetos.

En *Diseño emocional, una contribución a la sostenibilidad*, Andrea Soler propone que la dimensión afectiva debe considerarse como otra variable cuando hablamos de sostenibilidad. Además, presenta alternativas concretas para incluir el componente transversal de la afectividad en las diferentes fases del ciclo de vida de producto.

Sobre la empatía y la introspección emocional en los diseñadores es un trabajo de Deyanira Bedolla que explora un proceso para estimular la empatía con base en la introspección personal, esto bajo la premisa de que para conocer a los otros es fundamental conocerse a sí mismo/a.

En *D+E: fundamentos, problemática y soluciones pedagógicas*, Jorge Maya aborda los retos que afronta la enseñanza del diseño para las emociones, para lo cual presenta estrategias y discute retos para la consolidación de planes de estudio relativos a la Economía creativa.

En la revisión *Diseño, emociones y afectividad en Latinoamérica*, Rubén Jacob presenta un mapa que identifica diversas iniciativas de investigación en el campo del diseño para las emociones en América Latina y así da cuenta de este vibrante ámbito.

En *Creative Economy at Gerona, Spain: A Potential, a Hope, and Investments to be*, Guilherme- Fráguas Nobre revisa el estado actual y expone las áreas de oportunidad para el auge de la Economía creativa en dicha ciudad.

En *El futuro de la Ciudad de México: entre la distopía y las posibilidades creativas*, Margarita Arroyo presenta los resultados de un taller de diseño de futuros para la Ciudad de México realizado con estudiantes de la especialidad en diseño del mañana de CENTRO, en el cual se exponen cuatro escenarios con retos específicos.

El número, que esperamos le ofrezca interesantes provocaciones, cierra con la reseña que Manuel Hernández realiza sobre el libro *Economía Naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina*, de la autoría de Alejandra Luzardo, Dyanis de Jesús y Michelle Pérez (BID, 2017).

Juan Carlos Ortiz, editor invitado.