Design *in* Translation

CHEN, Mei-Hsin, Experiencia Estética en el Diseño de Producto

Catalina Sarmiento Guevara

CHEN, Mei-Hsin, *Experiencia Estética en el Diseño de Producto,* Pamplona, EUNSA Ediciones Universidad de Navarra, Apuntes, 2019.

CHEN, Mei-Hsin*, L'expérience esthétique dans le design de produits* (Proposition de traduction)

Dans *Experiencia estética en el diseño de producto*, Mei-Hsin Chen interroge la manière dont la notion d'esthétique d'un produit industriel tend à être régulièrement liée à son apparence, en ne prenant en compte que son style et ses formes. Dans le cadre de cette problématique, l'auteure mentionne que l'esthétique qu'elle conçoit est « holistique », c'est-à-dire qu'elle est principalement liée à l'expérience sensorielle de l'utilisateur, et qu'il est également nécessaire de prendre en compte des aspects qui impliquent notre environnement social, culturel et environnemental.

À partir de cette idée, elle défend le fait qu'une « expérience esthétique » qui naît de l'interaction physique et sensorielle avec un objet matériel, et qui est présente dans notre vie quotidienne, influence profondément notre psyché.

L'auteure aborde cette approche à travers trois étapes principales d'argumentation, d'où émergent des sous-catégories telles que « une esthétique holistique inspirée par la nature », « design et expériences sensorielles », ainsi que « l'expérience esthétique dans la vie quotidienne ». Ces sous-catégories fonctionnent comme un processus d'observation et d'analyse, dans lequel elle expose le travail de différents designers, et la manière dont leurs créations ont contribué à fournir l'expérience esthétique holistique et sensorielle susmentionnée.

Dans la première étape, nous trouvons une notion d'esthétique directement liée à des aspects tels que « la forme, la fonctionnalité, le matériau, la couleur, la bonne finition, la facilité d'utilisation et la durabilité » des produits industriels. L'auteure a nommé l'assemblage de ces concepts « L'Ensemble FfmCAUS », ce nom ayant été pensé à partir de l'union des premières lettres qui font partie des mêmes concepts déjà mentionnés, mais en espagnol. Elle explique que l'intérêt de l'appeler de cette façon émerge d'une « similitude entre le processus de conception et l'interprétation musicale, comme l'ont fait d'autres auteurs tels qu'Oliver King et Birgit Mager ». Il convient de mentionner que cette première étape intègre également la notion de « raffinement esthétique holistique, dans le sens où la forme, la fonctionnalité, le matériau, la couleur et la finition ne sont pas seulement évoqués comme des fragments isolés, mais forment tous une unité organique fondée sur les principes de convivialité et de durabilité[1] », où l'expérience esthétique ne se réduit plus à l'interaction de l'utilisateur avec la

© Design in Translation
téléchargé le 2025-09-03 19:37:01, depuis le 216.73.216.96

surface du produit.

Les deux autres étapes principales de l'argumentation correspondent à deux concepts clés que l'auteure propose pour comprendre l'expérience esthétique dans le design de produits. D'une part, nous trouvons « l'expérience esthétique sensorielle » qui se réfère à la façon dont nous percevons et nous nous rapportons aux objets à travers nos sens. L'auteure considère que cette expérience sensorielle est pertinente car elle « peut être bénéfique pour notre vie et notre comportement d'un point de vue psychosomatique[2] ». Ensuite, nous rencontrons un autre concept qu'elle a nommé « expérience esthétique multi sensorielle[3] ». À ce stade, l'auteur partage une série de réflexions qui font référence au design multi sensoriel, en partant d'un processus d'observation vers le design architectural où, dans ce cas, l'expérience esthétique se manifeste par une interaction corporelle et sensorielle envers un espace, ainsi qu'avec les différents matériaux et propriétés qui le composent. À travers cette réflexion, elle postule que cette idée « pourrait servir de référence aux designers de produits industriels intéressés à fournir une expérience esthétique multi sensorielle à l'utilisateur », d'où peuvent émerger de nouveaux modes de relation aux objets.

Sur la base de ce qui précède, il est important de reconnaître que l'approche de cet ouvrage est originale, dans la mesure où la notion d'esthétique dans le design de produits est exposée sous différents aspects. D'une part, l'auteure présente cette notion à travers d'une expérience sensorielle qui va influencer, comme elle l'a nommée, notre « sphère psychosomatique » qui est « étroitement liée à nos perceptions sensorielles à travers les sens externes et internes[4] ». D'autre part, elle affirme que l'esthétique de la fonction d'un objet « prend en compte sa contribution et son impact possibles sur les êtres vivants, la vie quotidienne, la société, la culture et l'écologie ». À partir de ces idées, il est possible de reconnaître les approches d'auteurs tels que Victor Papanek, qui, dans son ouvrage *Design pour un monde réel : Ecologie humaine et changement social*[5], exprime sa conviction de réaliser des projets « éthiquement soutenables », qui contribuent au bien-être social et écologique. De même, nous pouvons trouver un lien avec le positionnement de Jacques Vienot dans son texte qui correspond aux *Lois de l'esthétique industrielle*[6], qui s'appuie sur un plan moral, en promouvant une esthétique « au service de nos besoins vitaux et symboliques », où à travers les caractéristiques physiques d'un objet et le contact avec celui-ci, tous nos sens vont intervenir, nous offrant une sorte d'expérience pluri sensorielle du produit. Cette idée est directement liée à la *Loi de satisfaction*, présentée en huitième position dans ce texte de Jacques Viénot, dans laquelle l'apparence, l'utilité et les multiples propriétés d'un produit telles que la matière, la texture, l'odeur, le son, la qualité, entre autres, nous permettent d'expérimenter une esthétique industrielle liée à nos sens.

Catalina SARMIENTO GUEVARA, Master 1 « Design, Arts, Médias », Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2022-2023.

---

1. CHEN, Mei-Hsin, *Experiencia Estética en el Diseño de Producto,* Pamplona, EUNSA Ediciones Universidad de Navarra, Apuntes, 2019, p. 60.
2. CHEN, Mei-Hsin, *Experiencia Estética en el Diseño de Producto, op. cit.* p.101.
3. *Ibidem*, p. 145-146.
4. *Ibid*., p. 12.
5. PAPANEK, Victor,
6. « Lois de l'

© Design in Translation
téléchargé le 2025-09-03 19:37:01, depuis le 216.73.216.96