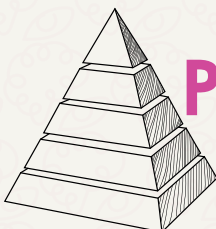




POSITIVA MENTE

SEIS DIMENSIONES DEL
BIENESTAR PSICOLÓGICO



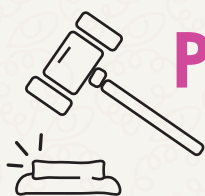
POSITIVA MENTE

JERARQUÍA
DE NECESIDADES DE
MASLOW



POSITIVA MENTE

HEDONISMO - EUDAIMONIA



POSITIVA MENTE

VIRTUDES Y FORTALEZAS
DEL CARÁCTER



POSITIVA MENTE

TRES NIVELES DEL
DISEÑO EMOCIONAL



POSITIVA MENTE

MODELO CIRCUMPLEXO
DEL AFECTO



POSITIVA MENTE

TEORÍA DE LA
VALORACIÓN



POSITIVA MENTE

TEORIA DEL BIENESTAR
(PERMA)



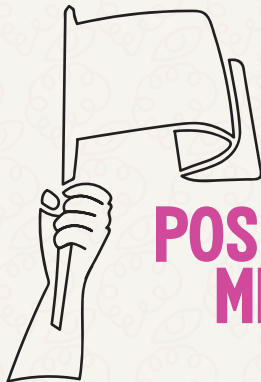
POSITIVA MENTE

FLUIR



POSITIVA MENTE

MARCO CONCEPTUAL DE LA
EXPERIENCIA CON EL PRODUCTO



POSITIVA MENTE

AUTO
DETERMINACIÓN



POSITIVA MENTE

DETERMINANTES
DE LA FELICIDAD



En el bienestar humano existen dos amplias perspectivas diferentes pero muy relacionadas cómo:

Hedonismo: La búsqueda del placer y la comodidad del cuerpo y la mente, evitando el dolor o el afecto negativo.

Eudaimonia: Enfocado al desarrollo personal y búsqueda del sentido de la vida. Persigue las metas significativas.

La jerarquía de necesidades de Maslow es una teoría psicológica que organiza las motivaciones humanas en niveles: desde las necesidades básicas (alimentación, refugio hasta la autorrealización desarrollo personal y creatividad. Sirve para entender qué impulsa a las personas a actuar y cómo satisfacer estas necesidades ayuda a alcanzar un bienestar completo.

Modelo de Bienestar psicológico de carol, propone seis dimensiones claves para un funcionamiento positivo.

Autoaceptación: Aceptar defectos y virtudes
Relaciones positivas: Empatía en los vínculos
Autonomía: Decisiones propias.
Dominio del entorno: Manejo de la vida, control personal.
Propósito en la vida: sentido, metas claras y dirección.
Crecimiento personal: Desarrollo potencial.

El modelo circuplejo del afecto explica que nuestras experiencias emocionales varían en dos dimensiones: si son agradables o desagradables valencia y si nos activan o desactivan activación. Siempre experimentamos algún nivel de afecto, lo que nos permite organizar cómo nos sentimos hacia algo, como un producto, en términos de estas dos dimensiones.

El diseño emocional tiene tres niveles: el visceral, que apela a los sentidos y genera una reacción inmediata; el conductual, que se enfoca en la funcionalidad y la facilidad de uso; y el reflexivo, que conecta con la identidad y el significado personal. Juntos crean experiencias que son atractivas, útiles y emocionalmente memorables.

Las virtudes y fortalezas del carácter son cualidades positivas que promueven el bienestar individual y colectivo. Según Peterson y Seligman, existen 6 virtudes principales, cada una compuesta por diversas fortalezas como la empatía, la creatividad o la valentía. Estas fortalezas son universales y se pueden desarrollar en cualquier persona. Su estudio tiene una base científica sólida y permite aplicarse en diferentes contextos y culturas.

Estado de inmersión total en una actividad, donde la persona está enfocada, motivada y satisfecha. Ocurre cuando los retos y habilidades están equilibrados: demasiados retos generan ansiedad, y pocos, aburrimiento. Se caracteriza por concentración, control, pérdida de la noción del tiempo y satisfacción. Suele darse con actividades como el deporte, la música, los juegos, el baile, el arte otras actividades similares.

La teoría del bienestar estudia lo que hace que las personas tengan vidas satisfactorias y significativas. Se enfoca en factores como la felicidad, la salud mental, la satisfacción personal, las relaciones sociales y la realización de metas. Estas teorías pueden ser psicológicas, sociales o económicas, y buscan entender cómo maximizar el bienestar individual y colectivo.

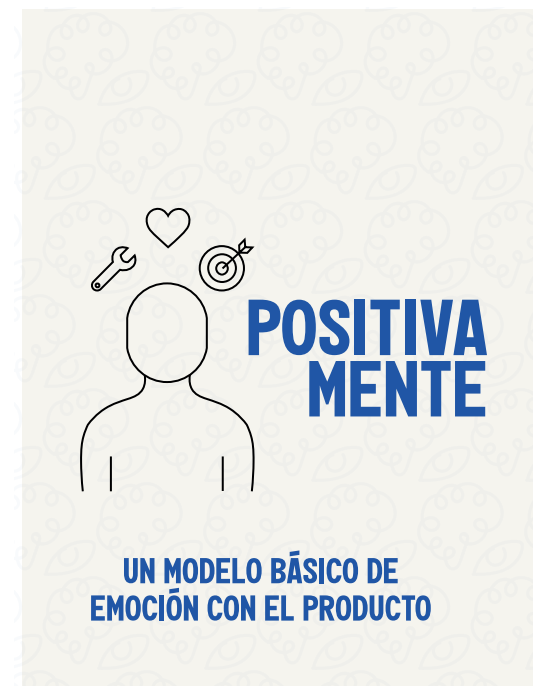
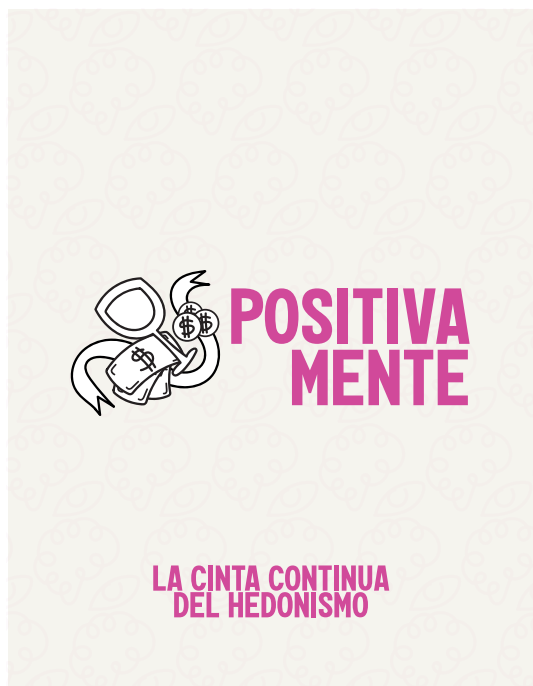
Las emociones no surgen directamente por los eventos, sino por la valoración que hace la persona de esos eventos, es decir, el significado que les da y cómo estos afectan su bienestar. Este proceso evaluativo permite identificar si una situación es relevante o no para la persona, y qué tipo de respuesta emocional es adecuada.

La felicidad depende en un cincuenta por ciento de nuestra genética, un diez por ciento de nuestras circunstancias como el dinero o el entorno; y un cuarenta por ciento de nuestras actividades deliberadas, es decir, lo que hacemos conscientemente cada día como agradecer, ayudar o conectar con otros. La clave está en nuestras acciones.

La teoría de la autodeterminación habla de dos factores de motivación: la motivación intrínseca, que se refiere a cuando tu motivación proviene de deseos personales y sentimientos profundos, como el anhelo de ser alguien en la vida; y la motivación extrínseca, que se da cuando la motivación surge de factores externos, como las calificaciones o algún sistema de recompensas.

El marco de Desmet y Hekkert describe la experiencia con productos en tres niveles: estética al placer sensorial, significado simbólico y respuestas afectivas. Estas dimensiones se interrelacionan y reflejan la complejidad de cómo los usuarios perciben y sienten los productos.





Es la capacidad para identificar y etiquetar con precisión las emociones. En vez decir “me siento mal”, una persona con alta granularidad dice “estoy frustrado”, “me siento solo” o “estoy ansioso”.

Es importante porque ayuda a regular mejor las emociones, reduce la impulsividad y mejora la toma de decisiones. Mejora el bienestar mental y las relaciones personales.

Explora los conceptos clave del **Diseño Positivo**, cada una explicando ideas como **la Resiliencia, el Propósito y la Conexión Social**. Cada carta presenta una breve descripción, sirviendo como una herramienta inspiradora **para diseñadores, educadores** y cualquier persona interesada en crear un mundo más positivo y significativo.

Habla del placer o displacer realcionado con todas las modalidades sensoriales. Efecto máximo con medios mínimos
Unidad en la variedad
Mas Avanzado sin embargo Aceptable (MAYA)
Combinación óptima

Es un ciclo infinito en el que la búsqueda constante de placer y la evitación del dolor nunca llevan a una satisfacción duradera, ya que cada deseo cumplido genera nuevos anhelos. Este concepto, vinculado al hedonismo filosófico, refleja cómo los seres humanos tienden a adaptarse a los placeres, necesitando siempre más para mantener la misma sensación de felicidad.

El placer en el diseño surge de la interacción entre persona y producto, no solo del objeto en sí. Este placer puede ser sensorial, al estimular nuestros sentidos; social, al conectar con otros; psicológico, al ofrecernos una experiencia clara y lógica; o ideológico, al alinearse con nuestros valores.

“Diseñar con placer es crear experiencias que dejan huella”

El modelo explica que las emociones surgen cuando valoran un producto según los intereses personales: metas, estándares y actitudes. Si el producto como objeto, actividad o parte de nuestra identidad satisface esos intereses, genera emociones positivas; si los frustra, genera negativas. Por eso, diseñar para emocionar es alinear el diseño con lo que valoran los usuarios y las personas.

El diseño de experiencias valiosas busca generar emociones significativas que transformen la actitud, mediante estímulos seguros, reinterpretación de emociones negativas y marcos que protegen al usuario.