PROGRAMA DE CURSO			
CARRERA	DISEÑO	CODIGO	AUD6I007
1. Nombre de la actividad curricular <i>Diseño de productos y servicios basado en la experiencia y las emociones</i>			
Nombre de la actividad curricular en inglés <i>Product and Service Design driven by experience and emotions</i>			
2. Palabras Clave <i>Diseño y emociones; diseño para la experiencia; Diseño de productos; Diseño de Servicios; Diseño Positivo</i>			
3. Unidad Académica <i>Escuela de Pregrado FAU, Carrera de Diseño</i>			
4. Ámbito <i>ÁREA DE INTEGRACIÓN: PROYECTO, ÁMBITOS: EVALUAR, CREAR, GESTIONAR</i>			
5. Número de Créditos SCT - Chile 3	Horas directas (presencial)	Horas indirectas (no presencial)	
	3	3	
6. Requisitos <i>CICLO I completo (recomendado)</i>			
7. Propósito formativo Entrega a los estudiantes los fundamentos y métodos más recientes del Diseño basado en los aspectos afectivos del ser humano como las emociones, los estados de ánimo, la percepción y la experiencia. Se introducen diversas perspectivas de este ámbito, tales como el enfoque experiencial de los materiales, diseño emocionalmente duradero, diseño positivo, para el bienestar, la felicidad y el florecimiento humano entre otros. Posteriormente se aplica en la práctica lo aprendido a través del uso de herramientas específicas para la creación, desarrollo y validación de propuestas de diseño de baja complejidad y			

afectivamente significativas para las personas.

8. Competencias y subcompetencias a las que contribuye el curso

COMPETENCIAS

- I.2 Valora y mide la interacción del ser humano con su entorno físico y cultural.
- I.3 Emite juicios críticos sobre instancias de mediación entre las ciudadanías y sus contextos.
- II.2 Proyecta mediaciones para intervenir procesos relacionales entre las ciudadanías y el entorno artificial.
- II.3 Produce objetos de mediación que impacten social, económica y culturalmente en las ciudadanías y el entorno.
- III.1 Administra recursos, medios e información aplicando criterios pertinentes con el contexto específico.
- III.3 Concibe y diseña estrategias de intervención de acuerdo al contexto para la formulación e implementación de proyectos e iniciativas de emprendimiento.
- IV.2 Analiza actores, situaciones y contextos para identificar oportunidades de intervención.

SUBCOMPETENCIAS

- I.2.a Examina contextos de mediación entre sujetos y entornos.
- I.2.c Visualiza las interacciones posibles entre las ciudadanías, las comunidades, las personas, las industrias y los gobiernos.
- I.3.a Reflexiona sobre fenómenos de mediación entre las ciudadanías, las comunidades, las personas y sus contextos.
- I.3.c Valida proyectos de mediación mediante testeos de procesos productivos sustentables, productos, servicios o experiencias.
- II.2.c Interviene distintos entornos y en diferentes escalas de complejidad mediante proyectos de mediación.
- II.3.a Incorpora distintos oficios en su dimensión proyectual, técnica y productiva.
- II.3.b Integra distintas tecnologías en el marco productivo, de la transferencia de información y de las interfaces.
- III.1.c Implementa planes de acción en función de su impacto social, económico, cultural y medioambiental para el entorno.
- III.3.b Selecciona medios y procedimientos disciplinares para distintos entornos y escalas.
- III.3.c Organiza creativamente el desarrollo de proyectos de mediación en el ámbito de la academia y las industrias.
- III.3.d Implementa procesos básicos de control acorde a los recursos que el proyecto requiera.
- IV.2.c Formula argumentos y sustenta discursos en torno a fenómenos de mediación y problemas de investigación.

9. Resultados de Aprendizaje.

1. *Identifica y comprende las características, orígenes, fundamentos y actualidad de las perspectivas del diseño basadas en aspectos afectivos y experienciales desde su fundamentación teórica, académica y práctica.*
2. *Comprende los procesos psicofisiológicos de la sensación, la percepción y la afectividad y sus roles en los procesos de interacción entre aquello diseñado y las personas.*
3. *Conoce y utiliza, con mirada crítica y ética, métodos y herramientas propios de estos enfoques que permiten su integración a los procesos de diseño y desarrollo de productos y/o servicios.*
4. *Diseña productos y/o servicios innovadores y significativos para sus usuarios a través de la incorporación de los aspectos afectivos y experienciales en las diferentes etapas del proyecto.*

Saberes fundamentales / Contenidos

Unidad 1. Introducción al Diseño basado en la experiencia y las emociones.

- *El “giro semántico”*
- *Ergonomía, factores humanos, usabilidad, Diseño centrado en el usuario*
- *Más allá de la función práctica de los productos.*
- *Propuestas fundacionales*
 - *Los tres niveles del diseño emocional (Norman)*
 - *Los cuatro placeres que se obtienen de los productos (Jordan)*
 - *Diseñando emociones (Desmet)*
- *Desde la Design & Emotion Society hasta el DIOPD TU Delft y el contexto actual del enfoque afectivo experiencial en la enseñanza y la práctica del Diseño.*

Unidad 2. Fundamentos de la percepción y la afectividad humana y su relación con el Diseño.

- *Los procesos psicofisiológicos de la sensación la percepción y la afectividad*
- *Teorías sobre las emociones, la afectividad y la experiencia*
- *Cuantificación de los procesos de la experiencia y la afectividad*
- *La Cosa y Yo. Las Relaciones emocionales con los productos.*
- *La Vinculación y el apego emocional con los productos.*

Unidad 3. Enfoques del Diseño basado en la experiencia y las emociones.

- *Diseño para las emociones (positivas y negativas)*
- *La personalidad del producto*
- *Material Experience*
- *Diseño emocionalmente duradero, diseño después del diseño*
- *Diseño positivo y valórico*

- *Diseño para el bienestar y la felicidad*
- *Diseño basado en dilemas*
- *Diseño para el florecimiento humano*
- *Análisis crítico y ético del Diseño basado en la experiencia y las emociones.*

Unidad 4. Métodos y herramientas del Diseño basado en la experiencia y las emociones.

- *PrEmo, versión Excel*
- *MA2E4 Toolkit*
- *Design with dilemmas toolkit*
- *Diferencial semántico enfocado en la percepción y las emociones*
- *Software Imotions módulos facereading y EEG*
- *Diseño a partir de los roles de los productos y expectativas de los usuarios*
- *Los eventos de interacción entre personas y productos.*

Unidad 5. Propuestas de diseño basadas en la experiencia y las emociones.

- *Desarrollo de propuestas conceptuales a partir de la aplicación de métodos y herramientas revisados previamente integrados a la metodología proyectual del Diseño de productos y servicios.*

10. Metodología

La asignatura se define como introductoria y teórica, con un componente proyectual en su etapa final que se mantendrá a nivel de propuesta de concepto, sin llegar a prototipos funcionales.

Se consideran clases lectivas con apoyo audiovisual y lectura de material específico, especialmente en sus primeras etapas.

Otro método de enseñanza corresponde a la implementación de debates sobre las temáticas introducidas a través de lecturas o clases, de manera tal que se estimule la visión analítica y crítica del estudiante.

La investigación del contexto proyectual y los usuarios se hará prioritariamente a

través de trabajo de campo obteniendo información desde primeras fuentes y por observación directa aplicando los métodos entregados en clases.

11. Evaluación (En relación con los resultados de aprendizaje)

1.1 Describe la ruta disciplinar histórica que dio origen a los enfoques experienciales y afectivos del Diseño y las características principales de estas, logrando relacionarlas con los ámbitos académico y profesional.

2.1 Enumera las principales etapas del proceso de sensación-percepción humano en relación con los procesos de interacción persona-producto/servicio, realizando un análisis crítico y personal al respecto.

2.2 Es capaz de determinar los procesos psicofisiológicos vinculados a la experiencia y las emociones presentes en un contexto de Diseño determinado a partir de su conocimiento teórico de los mismos.

3.1 Conoce diferentes métodos propios del enfoque experiencial y afectivo del Diseño y es capaz de aplicar herramientas específicas de cada uno de ellos en base a una comprensión ética y crítica del contexto.

3.2 Discrimina entre los métodos y herramientas de acuerdo al contexto proyectual presente, escogiendo las más pertinentes de acuerdo a cada caso.

4.1 Aplica métodos específicos para el desarrollo de cada una de las etapas generando productos/servicios significativos para las personas

4.2 Propone soluciones de Diseño integrando en su proceso proyectual los recursos aprendidos durante la asignatura, logrando comunicar todas sus dimensiones.

4.3 Evalúa cuantitativa y cualitativamente el impacto experiencial y afectivo de sus propuestas mediante herramientas propias de estos enfoques disciplinares.

Herramientas y situaciones de evaluación:

- 1 proyecto de Diseño y desarrollo conceptual de productos y/o servicios presentado con pitch, apoyo multimedia y prototipos frágiles o analíticos.*
- 1 debate en grupo, individuales o en plenario, donde se evalúan la participación, capacidad argumental y asimilación de los contenidos de carácter teórico de la asignatura.*
- Al menos 4 correcciones y/o presentaciones en clase, que dan testimonio de los*

avances de los proyectos.

- Actividades evaluadas para el desarrollo de contenidos específicos.

12. Requisitos de aprobación

La suma de las calificaciones: 50% Presentación final proyecto de Diseño, 20% debate y 30% otros ejercicios, debe ser superior a 4.0 (Escala 1.0 a 7.0 con un decimal). Esta ponderación se establecerá al comienzo del semestre y será conocida por los estudiantes. Asistencia superior al 70%

13. Bibliografía obligatoria (no más de 5 textos)

Chapman, J. (2005). *Emotionally Durable Design. Objects, Experiences & Empathy*. (1a). Londres, UK: Earthscan.

Jacob-Dazarola, R. (2015). *Percepción y Emoción en el Diseño de Productos. Análisis y Propuestas para su integración a las MIPYME (Tesis Doctoral)*. Universidad Politécnica de Valencia. Retrieved from <https://riUNET.upv.es/handle/10251/48551>

Jiménez, S., Pohlmeier, A. E., & Desmet, P. M. A. (2016). *Diseño Positivo. Guía de Referencia*. Bogotá, Colombia: Universidad de Los Andes.

Karana, E., Pedgley, O., & Rognoli, V. (Eds.). (2013). *Materials Experience. Fundamentals of materials and Design* (1st ed.). Butterworth Heinemann.

Van Gorp, T., & Adams, E. (2012). *Design for Emotion. Design* (1st ed.). Waltham, MA USA, USA: Morgan Kaufmann, Elsevier.

Bibliografía complementaria

Bergmann Tiest, W. M. (2010). Tactual perception of material properties. *Vision Research*, 50(24), 2775–2782. <https://doi.org/10.1016/j.visres.2010.10.005>

Camere, S., & Karana, E. (2018). *Experiential characterization of materials: Toward a toolkit*. In *Design Research Society Catalyst DRS 2018*. Limerick. <https://doi.org/10.21606/dma.2017.508>

De Francisco Vela, S., & Casais, M. (2018). *Billy Cash: Alcancía digital para promover comportamientos de ahorro con significado*. *RChD: Creación y Pensamiento*, 3(4), 1–12. <https://doi.org/10.5354/0719-837X.2018.49520>

Desmet, P. M. A., Ortíz Nicolás, J. C., & Schoormans, J. P. (2008). *Product*

personality in physical interaction. *Design Studies*, 29(5), 458–477.
<https://doi.org/10.1016/j.destud.2008.06.003>

Desmet, P. M. A. (2002). *Designing Emotions (Tesis Doctoral)*. Delft University of Technology, Delft, The Netherlands.

Ekman, P., & Rosenberg, E. (2005). *What the face reveals. What the Face Reveals*.

Fleming, R. W. (2012). *Human perception: Visual heuristics in the perception of glossiness*. *Current Biology*, 22(20), R865–R866.
<https://doi.org/10.1016/j.cub.2012.08.030>

Fujisaki, W., Tokita, M., & Kariya, K. (2015). *Perception of the material properties of wood based on vision, audition, and touch*. *Vision Research*, 109(PB), 185–200.
<https://doi.org/10.1016/j.visres.2014.11.020>

Goldstein, E. B. (2005). *Sensación y Percepción (6th ed.)*. México D.F.: Thomson Editores.

Hekkert, P. (2008). *Product Experience*. (H. N. J. Schifferstein & P. Hekkert, Eds.) (1st ed.). Amsterdam, Holanda, USA: Elsevier.

iMotions. (2017). *Facial Expression Analysis - The Complete Pocket Guide*, 42.

Jacob-Dazarola, R. (2017). *Aquello que esperamos de las cosas. La afectividad como recurso para el diseño de productos*. In J. C. Ortíz Nicolás (Ed.), *Afectividad y Diseño (1st ed., pp. 128–167)*. Ciudad de México D.F., México: CIDI Investigación UNAM.

Jacob-Dazarola, R., Ortíz Nicolás, J. C. J. C., & Cárdenas Bayona, L. (2016). *Behavioral Measures of Emotion*. In H. Meiselman (Ed.), *Emotion Measurement (pp. 101–124)*. Amsterdam, The Netherlands: Elsevier.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-08-100508-8.00005-9>

Jacob-Dazarola, R., Martínez Torán, M., & Esteve Sendra, M. C. (2012). *Interaction for Emotion*. In *8th International Design & Emotion Conference (pp. 11–14)*.

Jordan, P. W. (2000). *Designing Pleasurable Products (1st ed.)*. Philadelphia, PA, USA: Taylor & Francis.

Krippendorff, K. (2006). *The Semantic Turn: A New Foundation for Design*. Boca Raton, FL, USA: Taylor & Francis.

Mauss, I. B., & Robinson, M. D. (2009). *Measures of emotion: A review*. *Cognition*

and Emotion, 23(2), 209–237. <https://doi.org/10.1080/02699930802204677>

Mugge, R. (2007). *Product Attachment*. (Tesis Doctoral). Delft University of Technology, Delft, Holanda.

Norman, D. A. (2004). *Emotional Design: Why We Love or Hate Everyday Things*. Basic Books.

Ortiz Nicolás, J. C. (2019). *Deconstructing Context to Understand its Impact on the User Experience*. *Revista Diseña*, (14), 184–207.
<https://doi.org/10.7764/disena.14.184-207>

Ortiz Nicolás, J. C., & Aurisicchio, M. (2011). *A Scenario of User Experience*. In *International Conference on Engineering Design Proceedings ICED11* (pp. 1–12). Kobenhavn, Denmark.

Ozkaramanli, D. (2017). *Me against myself Addressing personal dilemmas through design*. Delft University of Technology.

Ozkaramanli, D., Desmet, P. M. A., & Özcan, E. (2017). *Book of Dilemmas for Designers* (1st ed.). Delft, The Netherlands: Delft University of Technology.

Recursos web

<https://diopd.org/> web del Instituto de Diseño Positivo TU Delft

<http://www.designandemotion.org/> web de la International Design&Emotion Society

<http://mooldesign.blogspot.com/2018/> blog del Dr. Juan Carlos Ortíz Nicolás, Diseñador Industrial experto en UX

<https://jnd.org/> La web de Donald Norman, uno de los padres del Diseño emocional

<http://designforvalues.tudelft.nl/2018/design-for-happiness-card-deck-now-available-in-web-shop/> Link para descarga del juego de cartas de Diseño para la Felicidad del DIOPD TU Delft