

DISEÑO EMOCIONAL Y UX

Donald Norman

Cómo las emociones definen nuestra experiencia de usuario

Docentes: De Cicco, Vera.



Donald Norman

(EEUU, 1935)

Es ingeniero, informático teórico, psicólogo, escritor, docente en Ciencias Cognitivas y Ciencias de la Computación.

Trabaja principalmente con la ciencia cognitiva en el dominio de la ingeniería de la usabilidad.



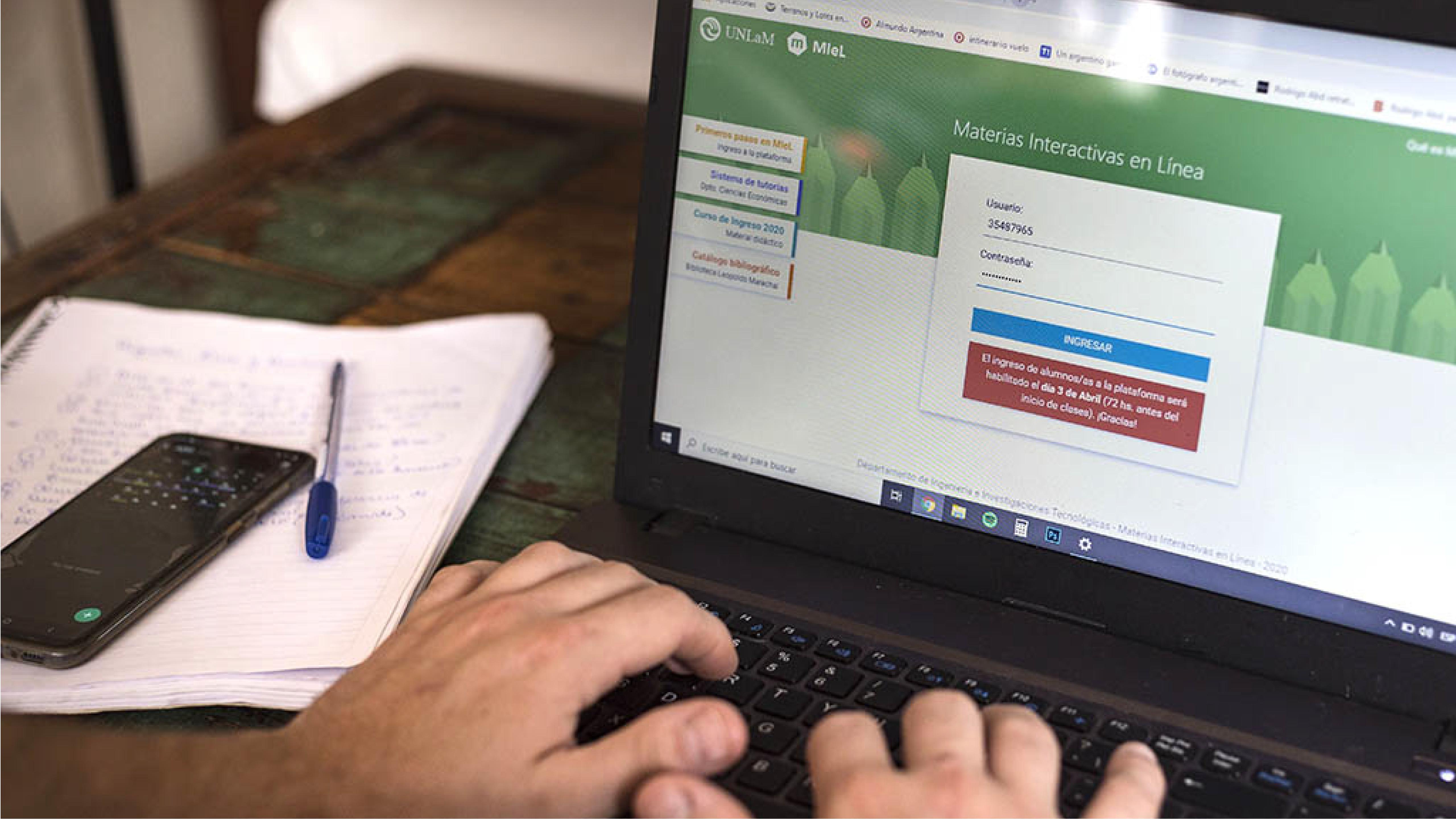
“Es hora de pasar de diseñar cosas prácticas a diseñar productos y servicios que se disfruten, con los que se sienta placer y diversión”



Vidas más
placenteras

*¿Cómo nos relacionamos con
los objetos que usamos
todos los días?*





Materias Interactivas en Línea

Usuario:
35497965

Contraseña:

INGRESAR

El ingreso de alumnos/as a la plataforma será
habilitado el día 3 de Abril (72 hs. antes del
inicio de clases). ¡Gracias!

Departamento de Recursos e Investigaciones Tecnológicas - Materias Interactivas en Línea - 2020





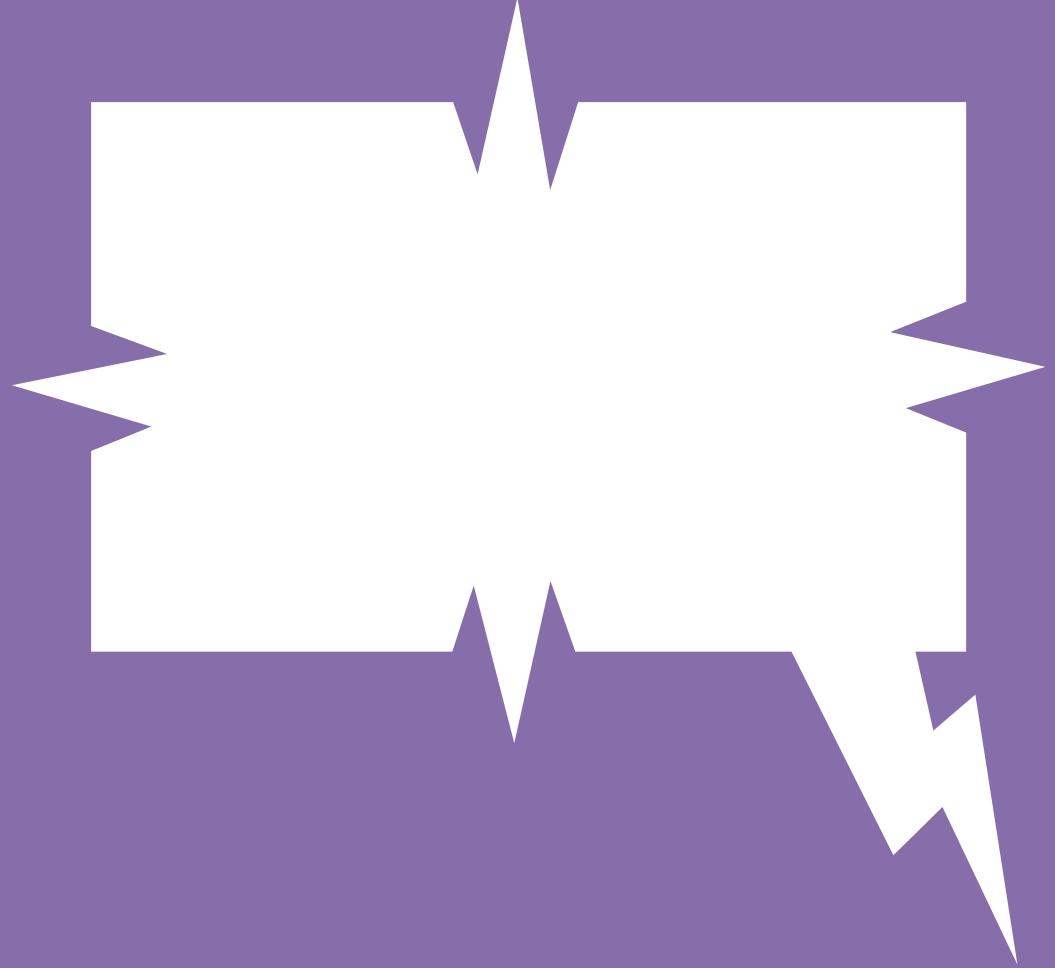
**Mayor apego
hacia los
objetos**

El papel de la estética, en el diseño de productos, es el de los hacer a los objetos atractivos lo cual ayuda a sentirnos mejor.



Mayor
creatividad

*“Las cosas atractivas
funcionan mejor”*







Las cosas atractivas y divertidas hacen que pensemos de manera más creativa y optimista.

SELECCIONE EL TIPO DE
OPERACION QUE DESEA EFECTUAR

TRANSFERENCIAS/
-----DEPOSITOS

EXTRACCIONES/
ADELANTOS----->

PRESTAMOS/
-----INVERSIONES

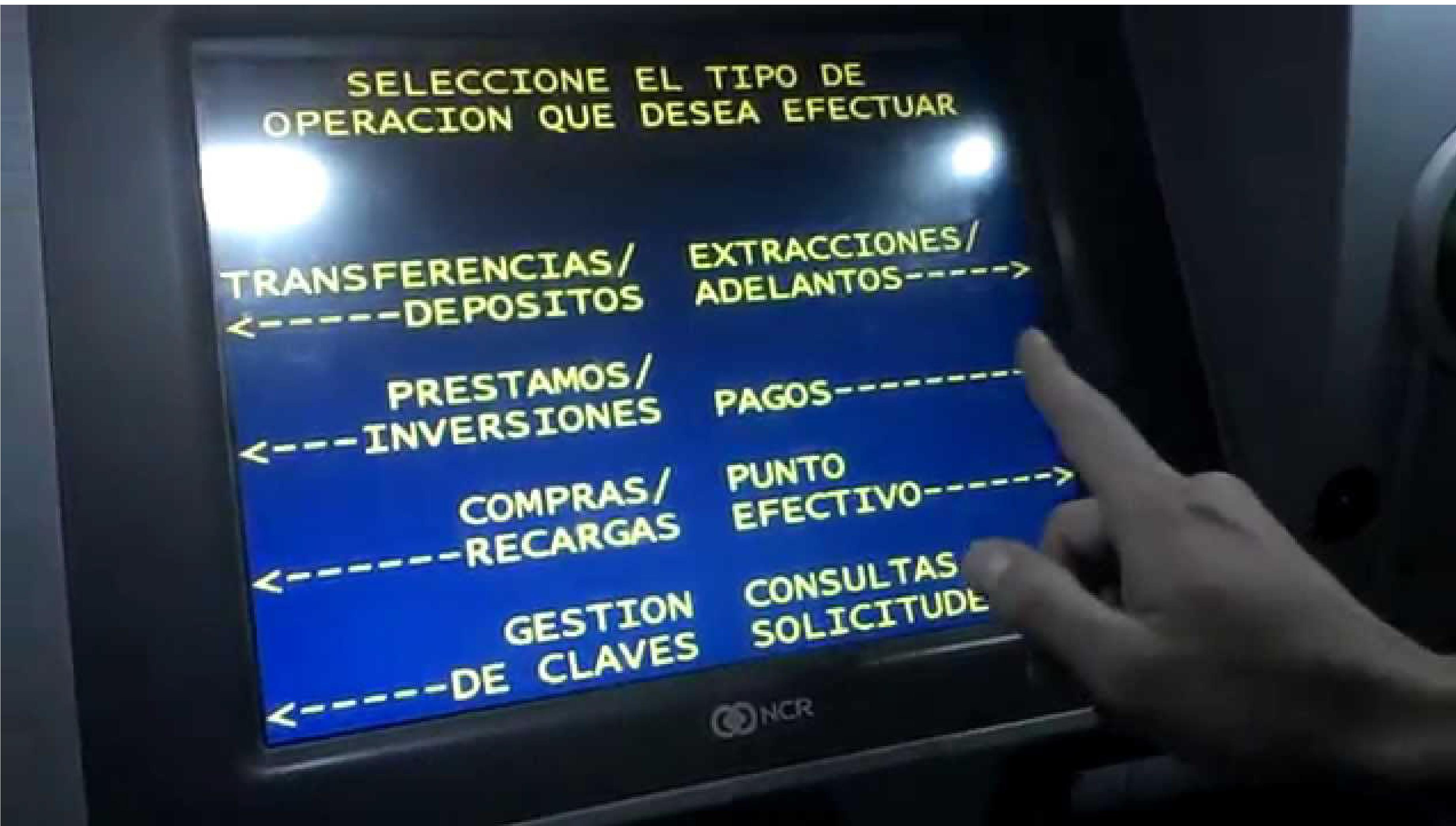
PAGOS----->

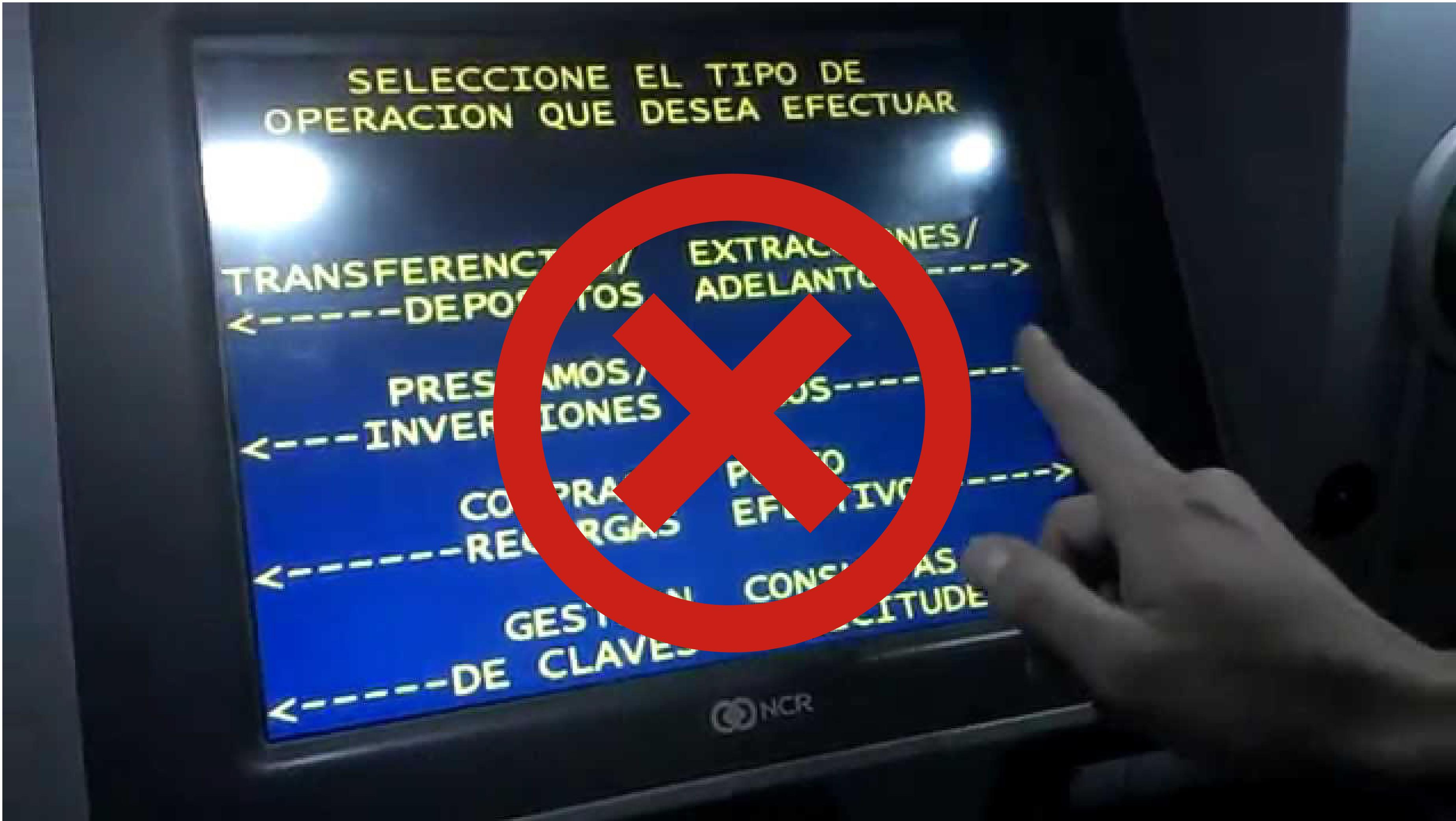
COMPRAS/
-----RECARGAS

PUNTO
EFECTIVO----->

GESTION
-----DE CLAVES

CONSULTAS
SOLICITUD----->





3 Funciones cognitivas en el proceso emocional:

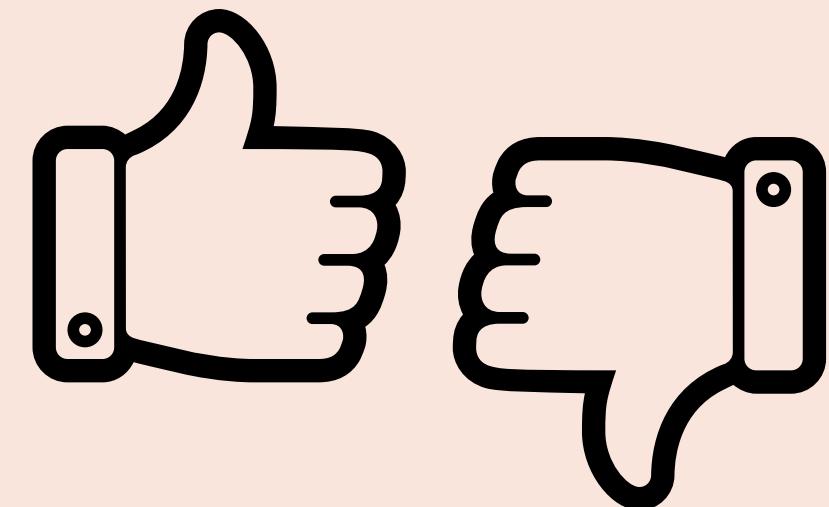
1. Visceral:

Es la primera reacción instintiva que tenemos

Nos gusta - No nos gusta

Nos encanta - Nos enoja

Nos da miedo - Nos da calma



DISEÑO ERGONÓMICO

PRÁCTICO Y ELEGANTE
PARA USAR EN TODO MOMENTO



tamaño
de pulsera

12 a 20 cm



**MODO DE
CARGA USB**





Cuando un diseño es bello por
pura apariencia: “Entra por los ojos”
Es agradable a la vista como puede
serlo el sabor de una golosina al paladar



- > Primera impresión que nos transmite un diseño
- > Cómo vemos, escuchamos, olemos, cómo nos resulta al tacto un determinado diseño
- > Impulso sensorial que se produce en nosotrxs por ver, escuchar, tocar, escuchar un diseño.

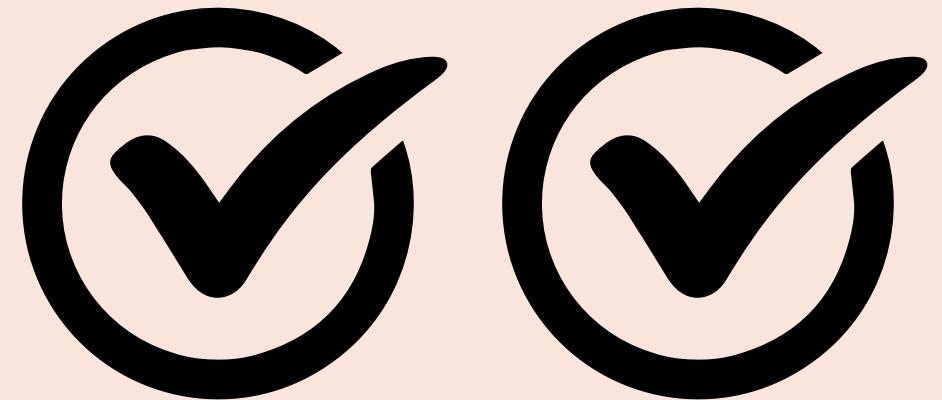
1. Visceral:

Es importante que la primera impresión de nuestro diseño sea potente, que de una ***buenas impresión***. Esta es la instancia donde aparece el deseo desde los sentidos en relación a la idea de querer tener un producto.

2. *Conductual*

Es la reacción que se produce por del placer de usar un objeto de forma eficiente

Comprobamos que algo anda bien





- > Segunda impresión que nos transmite un producto cuando lo usamos
- > Cómo funcionan los diseños. Cuál es el grado de usabilidad. Cómo interactuamos con ese diseño. ¿Es intuitivo?
- > Placer y efectividad al usar

FÁCIL DE USAR



**FÁCIL
DE QUITAR
Y LAVAR.**



Extractor
de jugos
centrífuga



HUROM
MÉXICO

En el diseño conductual todo se basa en el uso. Es importante el rendimiento, la comprensibilidad, la usabilidad y la sensación física, que será la razón de ser del producto.

2. Conductual:

Es importante que la segunda impresión de nuestro diseño sea buena, que el usuario compruebe que nuestro producto es usable (intuitivo y fácil de usar) Esta es la instancia donde aparece la necesidad de tener un producto.

3. Reflexiva:

Es la respuesta que se produce a largo plazo

**Sensaciones, evocaciones,
sentimientos, recuerdos**









El diseño reflexivo se centra en el mensaje, en la cultura y en el significado de un producto o su uso. El valor reflexivo recae en satisfacer las necesidades emocionales de las personas en establecer la propia autoimagen y el lugar que uno ocupa en el mundo.

- > Tercera impresión que nos transmite un producto cuando nos evoca un sentimiento, nos recuerda a algo, nos da sentido de pertenencia.
- > Satisfacción personal
- > Placer y apego hacia los objetos

2. Reflexiva:

Es importante que la tercera impresión de nuestro diseño sea de alta conexión emocional, que el usuario se enamore y sienta apego por nuestro producto. Esta es la instancia donde aparece la confianza por un producto y el usuario se vuelve agente promotor del mismo.

