

Keywords: Design - Morphogenesis - Systems - Perception - Methodology - Gestalt.

Resumo: Dado o objectivo de alcançar uma abordagem holística com base em níveis de observação para distinguir causa e efeito entre os indivíduos e todo o sistema e, assim, para planejar o método adequado para a concepção de objectos; Neste trabalho abordamos a individualidade que ocorre em seres humanos e como, em semelhança com ele, surge um “coletivo” em uma sociedade devido às interações dadas entre as pessoas e tentar entender por que as diferenças e semelhanças entre os elementos envolvidos no processo de design.

Palavras chave: Desenho - Morfogênese - Sistemas - Percepção - Metodologia - Gestalt.

(*) **Marta Nydia Molina González.** Diseñadora Industrial (Universidad Autónoma de Nuevo León, México), Master en Diseño y Desarrollo de Productos (Universidad de Guadalajara, Méx.). Premio al Saber otorgado por la Sociedad de Ingenieros y Técnicos de Monterrey, N.L.

México. Experiencia profesional en diseño de empaques, mobiliario y espacios interiores. Desarrollo docente en la UANL, la Universidad de Monterrey y el Tec de Monterrey en México. Profesora de Diseño Industrial de tiempo completo desde 2002, Coordinadora del Área de Proyección de Diseño, Asesora de Tesis, Investigadora en diseño centrado en el usuario y cursa estudios de nivel Ph. D. con orientación en Arquitectura y Asuntos Urbanos. **Liliana Beatriz Sosa Compeán.** Doctorada en Filosofía con Orientación en Arquitectura y Asuntos Urbanos (Universidad Autónoma de Nuevo León). Master en Diseño y Desarrollo de Productos, (Universidad De Guadalajara), Licenciada En Diseño Industrial, (UANL). Profesora Investigadora Titular de tiempo completo. Actual Jefa Del Departamento de Teorías Humanidades y Gestión del Diseño en la Facultad Arquitectura UANL). Cuenta con publicaciones académicas en diversas revistas y libros. Ponente nacional e Internacional en numerosos eventos académicos. Con líneas de investigación en Diseño basado en sistemas complejos adaptativos y antropología del diseño. Reconocida por el Sistema Nacional de Investigadores (México).

Metodología simbólica, para el desarrollo intuitivo de perfiles de consumidores, basados en comportamientos arquetípicos

Actas de Diseño (2019, diciembre),
Vol. 29, pp. 250-254. ISSSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2016
Fecha de aceptación: febrero 2017
Versión final: diciembre 2019

Sergio Donoso y Mitzi Vielma (*)

Resumen: Habitualmente se recurre al marketing y a la psicología para perfilar a un usuario o un consumidor. Sin embargo, cuando se usan los mismos instrumentos para observar los mismos fenómenos, se tiende a llegar a soluciones análogas. Hemos pensado, que es posible combinar técnicas alternativas, intuitivas y más expresivas, que apoyadas en simbologías, ayuden a los diseñadores a construir perfiles de usuarios y los escenarios donde se desenvuelven. Esta investigación, en progreso, se basa en la teoría de la personalidad de Carl Jung y al estudio de los símbolos, arquetipos e inconsciente colectivo, para desarrollar una metodología pre proyectual.

Palabras clave: Metodología - Comportamiento - Usuarios - Tendencias - Creatividad - Imaginación - Intuición.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 254]

Introducción

Al momento de escribir este artículo de una investigación en progreso, se ha elaborado el marco teórico que sustentará la fase siguiente, que tiene un carácter empírico y que será desarrollado con alumnos tesis, de la carrera de Diseño industrial de la Universidad de Chile. Aún no hay evidencia de campo sistemáticas, pero por los resultados de trabajos anteriores y otros actualmente en curso, nos parece posible elaborar un método para crear perfiles de usuarios de manera intuitiva y creativa. Presentamos, los avances preliminares y las consideraciones teóricas que hemos verificado hasta ahora.

1. Problema para el Diseño industrial

En la actualidad, da la impresión de que existe una cierta obsesión por los procesos innovativos, incluso a nivel del Estado, que se han reflejado en las políticas de innovación y en las de incentivo tributario e incluso en la búsqueda de modelos extranjeros para fomentarla. Sin embargo, pareciera que no queda claro que ésta, es el resultado de un proceso que se inicia con la imaginación y la intuición (Lupton, 2012), que en su conjunto son capaces de generar las conjeturas, con las que puede iniciarse un trabajo de investigación.

La innovación es paramétrica, por cuanto es patentable, sin embargo se aborda habitualmente desde un punto de vista “económico - tecnológico” (Hoyer, 2015), cuando

la realidad del proceso, es mucho más compleja y en el caso del Diseño en particular, opera bajo la lógica de la creatividad. En el caso del estudio de las personas, se recurre a métodos más bien técnicos, sean de las ciencias sociales o de las ciencias naturales aplicadas (Laurel, 2003); unos permiten predecir y los otros comprender. Sin embargo, también se aplican métodos de las humanidades, que facilitan el “sentir”. La imaginación, permite elaborar “mundos”, que el resto del proceso proyectual, orientará a la solución de problemas. Ambos elementos basales del proceso (De bono, 2006), “la intuición” y “la imaginación”, son los ejes de este proyecto de investigación, aún en proceso.

En el trabajo diario de un diseñador, se debe dar respuesta a requerimientos del cliente, que en el caso de las empresas más pequeñas o Mipyme (Mipyme; micro, pequeña y mediana empresa), no tiene mayor sustento que la experiencia del empresario. Sin embargo, el diseñador desconoce esa experiencia y a la interacción entre los productos de la empresa y sus usuarios. Es posible que el diseñador tenga a mano un estudio de mercado muy general o información de libre uso, ya que a empresas de este tamaño, se les dificulta financiar estudios de este tipo. En este caso, el diseñador debe recurrir a su experiencia (Press, 2009), a las intuiciones (Mielczarek, 2013) que derivan de ella, junto al poco trabajo de campo que pueda realizar, en un período muy corto; esta situación se agrava aún más, cuando se deben dar respuestas a usuarios de otras localidades e incluso otros países, mediante pequeñas exportaciones.

La pregunta que da origen a este estudio, es si será posible elaborar un método que permita conocer el comportamiento de las personas, de manera muy general, que se complemente con el poco trabajo de campo que es posible realizar durante un proyecto de diseño de baja complejidad (Milton, 2013). Pensamos que es posible y pretendemos desarrollar un método alternativo, que permita construir perfiles de consumidores, basado en comportamientos arquetípicos, a fin de poder pronosticar el desempeño en un cierto escenario o nicho de mercado. Creemos que el resultado será un método “íntimo”, pre proyectual, que consideramos como una vía alternativa a los métodos econométricos con que usualmente se definen las categorías humanas, en un proyecto de diseño.

2. Marco teórico

Existen miedos o comportamientos aparentemente irracionales, que manifiestan las personas, incluso desde bebés. El miedo a los insectos, al fuego, a la oscuridad, entre otros, no debiesen existir en personas que conceptualmente no entienden los peligros que pueden implicar, pero sin embargo ocurre. Por otra parte, existen comportamientos o circunstancias que se repiten, sin tener relación alguna con la cultura, de ninguna parte ni tiempo. Esta situación, observada por Carl Jung en sus viajes, lo llevó a pensar que estos comportamientos tenían un origen ancestral, incluso posiblemente anteriores a la existencia de la condición humana; a este conjunto de conocimientos, les llamó inconsciente colectivo (Jung, 1970). Pero lo común no solamente se refería a los com-

portamientos, sino también a los mitos fundacionales y creencias, que resultaron ser más o menos similares en distintos lugares, más aún existían símbolos similares que significaban cosas parecidas (Jung, 1984). Ahora, su postulado y que ha dado origen a la psicología analítica, dice que estas imágenes ancestrales, surgen en los sueños a través de símbolos y que de su estudio, se puede comprender en profundidad a la persona.

Los arquetipos, con su naturaleza “trascendente” e independiente de la cultura y tiempo, permiten que un modelo basado en ellos, sea capaz de facilitar la realización de pronósticos, debido a que sus comportamientos son conocidos y están tipificados. A modo de ejemplo y como referente, el Tarot es un sistema gráfico-simbólico (Nichols, 2015), que también se basa en arquetipos y son estos los que permiten construir historias y perfiles de manera intuitiva.

La “observación de diseño”, aunque se parece bastante a una hipótesis, es un proceso abductivo que tiene su origen en una intuición (Marqués, 2006), que a su vez lleva a elaborar algunas conjeturas originales, las que finalmente han permitido formular dicha hipótesis. Situamos entonces a la intuición, a la base de cualquier proyecto de diseño, por cuanto entendemos que para iniciar un proyecto, deben existir algunas ideas o conjeturas preliminares, acerca de las personas, como sujetos de estudio y su interacción con las “cosas”. La fantasía, la imaginación y la intuición, son temas recurrentes en las artes y las humanidades, en donde está radicado el Diseño, según la UNESCO, pero que no son tratados tan habitualmente como la creatividad y la innovación, que son procesos posteriores.

En el oficio del Diseño, se crean formas a partir de un concepto, pero también se puede hacer el proceso inverso, es decir, crear conceptos a partir de las formas. Un sistema simbólico, permite la creación de historias, hasta en sus más mínimos detalles. La influencia de Jung, permite definir un sistema, a partir del cual es posible construir escenarios como circunstancias hipotéticas (que luego llamaremos nichos de mercado) y perfilar o construir personalidades, que podrían ser considerados como usuarios (y más adelante, consumidores).

La discusión acerca del fenómeno de la intuición, según el enfoque de este proyecto, se relaciona con el concepto de abducción, de Peirce (Rincones de Castagnetti, 2004) y a su vez la hemos limitado por las condiciones que establece Bunge (Bunge, 2005), dada la necesidad de enmarcarla en un sistema de observación aplicada, con fines proyectuales. Este sistema, tiene que ser a la vez sensible, pero razonable, ya que el producto final, es un proyecto de Diseño paramétrico. Fijando y jugando en los límites epistémicos, creemos que es posible elaborar conjeturas razonables, que permitan procesos posteriores de investigación “científica”.

3. Hipótesis y objetivos

El proyecto de investigación, se encuentra en la etapa experimental y para seguir adelante, se ha formulado el siguiente marco lógico;

• **Hipótesis:**

El fortalecimiento de la intuición, a través de sistemas interpretativos y métodos basados en simbolismos, facilitaría la formulación de abducciones e hipótesis proyectuales, al establecer conjeturas acerca del comportamiento de los usuarios, en relación a diversos escenarios.

• **Objetivo general:** “Fortalecer la intuición de los diseñadores, para la creación innovadora de perfiles de comportamiento de usuarios y sus escenarios de interacción, mediante el desarrollo de sistemas simbólicos”.

• **Objetivos específicos**

1. Tipificar actividades capaces de fortalecer de la intuición, para la formulación de conjeturas, orientadas a la innovación radical.

2. Elaborar criterios para la definición de perfiles de comportamiento y escenarios, a fin de elaborar un sistema de reglas combinatorias, para la sistematización de un método creativo, al Identificar elementos emocionales de la percepción simbólica.

3. Formular criterios para el diseño y construcción de sistemas simbólicos, orientados al estudio general de los usuarios, que permitan sustentar procesos sistemáticos de investigación.

Se contemplan estudios documentales, desarrollo de reglas combinatorias y probabilísticas, junto estudios experimentales de la percepción en categorías de usuarios. La parte cualitativa de la investigación, requiere la realización de focus group, entrevistas y aplicación de encuestas. La validación, requiere el desarrollo de prototipos. Los resultados principales son:

1. Desarrollo de dinámicas que fortalezcan la intuición.
2. Desarrollo de un método para la construcción de perfiles y escenarios.
3. Desarrollo de un sistema combinatorio para la construcción de relatos.

Formulación de criterios para la elaboración de sistemas simbólicos que ayuden a generar conjeturas trazables.

4. Metodología

Metodológicamente, el proyecto contempla estudios documentales, desarrollo de reglas combinatorias, probabilísticas, estadísticas y estudios experimentales de la percepción, por parte de usuarios, divididos en las categorías de: estudiantes y profesionales.

La parte cualitativa de la investigación, requiere la realización de focus group, entrevistas y aplicación de encuestas. La validación, requiere el desarrollo de prototipos. El proyecto considera entre sus resultados:

1. Desarrollo de dinámicas que fortalezcan la intuición.
2. Desarrollo de un método para la construcción de perfiles y escenarios.
3. Desarrollo de un sistema combinatorio para la construcción de relatos.

4. Formulación de criterios para la elaboración de sistemas simbólicos que ayuden a generar conjeturas trazables.

5. Propuesta de prototipo para evaluación.

El proyecto se divide en tres partes. La primera es descriptiva, la segunda es interpretativa y la tercera es experimental.

• **Parte 1:** levantamiento de información cualitativa y cuantitativa, acerca de la percepción de las personas, en relación a distintos sistemas simbólicos.

• **Parte 2:** desarrollo de sistemas de lecturas y combinatorias. En esta etapa, se realizará el estudio acerca de la capacidad para construir historias. Una parte de este estudio se hará con personas en ruedas de lecturas colaborativas, a fin de determinar consensos, que den indicios para formular métodos de lecturas.

• **Parte 3:** desarrollo de modelos de pruebas. En base a los criterios y condiciones definidas en precedencia, se elaborarán diversos instrumentos, junto a sus sistemas de lecturas, a fin de determinar cuáles son los más efectivos para el desarrollo intuitivo de personajes y escenarios.

La parte final de este proyecto, incluye también la realización proyectos de titulación vinculado a empresas, en donde el desarrollo de los perfiles de comportamiento y los escenarios, guíen el diseño de los productos (a nivel de prototipo), en tanto se diseña el mismo producto, recurriendo a métodos tradicionales del estudio del comportamiento. En una actividad final, se someterá a evaluación en la asignatura de “Taller de diseño industrial”, tanto la certeza del perfil creado, como el incremento en valor y grado de innovación de cada uno de los productos, en contraposición con un producto desarrollado mediante técnicas tradicionales. De manera complementaria, se debe señalar que en la actualidad existen algunos métodos metafóricos para el desarrollo intuitivo de metodologías de trabajo, como las cartas IDEO, pero no existe material metafórico, orientado a la creación de personajes, desde el Diseño industrial.

A pesar de que Husserl, valida a la intuición como la única manera de llegar a la verdad, creemos que dado el sentido proyectual del Diseño como disciplina, debiesen combinarse ambas vertientes; la intuición y la razón. Entonces la afinidad entre símbolo e intuición, puede constituirse en una diada metafórica (Bonanomi, 2009), que sustente un metalenguaje, también trascendente e independiente de la cultura. Por otra parte, el símbolo es capaz de entregar un significado instantáneo, de una manera cercana a como una intuición, puede también generar un conocimiento inmediato.

Sin embargo, por la función diagnóstica que tiene el Diseño en sus fases preliminares, donde tanto el usuario o el cliente requieren certezas, la intuición pura tiene el peligro del dogmatismo y necesariamente debe ser evaluada técnicamente.

El propósito final, es proponer un sistema que permita fortalecer la intuición y la imaginación, para que un diseñador profesional, pueda elaborar perfiles de usuarios y analizar sus comportamientos en distintos escenarios, que luego podrán conformarse en mercados o nichos de

mercado. Esto con el fin de que sea capaz de elaborar conjeturas e hipótesis acerca del comportamiento de las personas, que guíen su trabajo investigativo y le permitan formular propuestas conceptuales, de preferencia orientadas hacia la innovación radical. El trabajo en desarrollo, propone construir un método y los recursos didácticos para elaborar guiones conceptuales, que faciliten intuitivamente, la interpretación de los resultados (Propp, 1970). En la parte cualitativa, también se esperan resultados medibles, que se originarán en el sistema de reglas combinatorias y estadísticas (Kerlinger, 2002), que permitan la construcción de los perfiles y escenarios, pero que también faciliten la estructuración de “historias” (Rodari, 1983), para organizar el sistema simbólico que verbalice los hallazgos y los haga útiles para los procesos proyectuales.

Se considera el estudio de los símbolos desde una perspectiva más amplia, que incluye también el desarrollo de la fantasía como un paso complementario para el desarrollo intuitivo. Eso sí, es imprescindible para la creación de cualquier método derivado de este estudio, que existan elementos de comportamiento arquetípico (Jung, 2014), a fin de poder definir las condiciones técnicas básicas que garanticen una replicabilidad y trazabilidad tal, que sea un aporte epistémico importante, en la formación y praxis disciplinaria.

Se ha optado por el enfoque “Jungiano” o de psicología analítica, por su relación con los sistemas simbólicos o gráficos, que resultan muy afines al diseño y por los conceptos de “inconsciente colectivo”, “arquetipo”, “símbolos”, “Sueños”, “perfiles”, “instintos”, “sensación”, “imaginación activa”, “proyección”, “visiones”, “intuición”, “sentimiento”, “ciclos”, “ánimo”, “introversión”, “extraversión”, “inconsciente” todos provenientes de esa línea psicológica (La psicología analítica es distinta al Psicoanálisis freudiano, de hecho Jung y Freud, si bien tuvieron un tiempo de colaboración, luego de un tiempo tuvieron profundas divergencias, que los llevó a continuar sus trabajos de manera personal), que ya son parte del discurso del diseño y están incluidos en diversos planes de estudios.

5. Resultados preliminares

El estudio de la literatura, se ha confrontado con las encuestas realizadas por los alumnos, dentro de sus proyectos de titulación, que aunque de un alcance limitado son metodológicamente correctas y se ha producido una gran concordancia entre los postulados de Jung y las percepciones de las distintas personas encuestadas. Por otra parte, el autor ha colaborado en el proyecto “Santiago 10i”, del año 2014-2015, del Fondo de innovación para la competitividad, financiado por el Gobierno de la Región Metropolitana de Santiago, ejecutado por la Universidad de Santiago de Chile, (USACH) y llamado: *“Proyecto de Innovación de Producto: agregación de valor, ampliación y profundización de la oferta de productos de PYMEs manufactureras de la Región de Metropolitana”*.

En este, se desarrolló un método, que permitía afrontar el Diseño de “Nuevos productos, para nuevos negocios”,

con los recursos con que contaban las distintas empresas participantes (12 empresas). Las Pymes, del área de las manufacturas, tenían dificultades para realizar investigación de campo a fin de poder identificar perfiles de consumidores y tampoco tenían los recursos como para contratar asesores externos para realizarlos. Se recurrió en la parte del estudio de campo del proyecto, y al uso experimental del Tarot (como un sistema simbólico disponible), para facilitar el desarrollo de los perfiles de usuarios, a fin de orientar el estudio etnográfico. El método, que se encuentra en las primeras etapas de desarrollo, permitió identificar seis perfiles potenciales de usuarios y cinco territorios, de los cuales, se seleccionaron cuatro perfiles de usuarios y dos territorios de consumo. El evento de clausura del proyecto, se realizó en el mes de agosto del año 2015 y la medición del promedio del aumento en la percepción de valor, fue de un 36%. Sin embargo el método, presentaba varias imperfecciones y se fue organizando en la medida que el proyecto avanzaba. En estos momentos, el autor de esta iniciativa, se encuentra colaborando en el Desarrollo “Plan de comunicaciones de Patronato” (Patronato es un barrio comercial, de la comuna de Recoleta en Santiago, que se ha especializado en confección de vestuario), a cargo del estudio de perfiles de consumidores, que ha sido encargado por la Cámara nacional de comercio, Servicios y Turismo de Chile F.G.N. y financiada por el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), del Estado de Chile. En este proyecto, adjudicado por la USACH, se aplican algunos elementos considerados en este proyecto, para la definición de perfiles de consumidor y espera aplicar nuevamente el método, pero con algunas correcciones. El presente proyecto, pretende solucionarlas y ampliar el alcance estratégico de las abducciones que se generen, incorporando otros elementos, que enriquezcan el sistema metafórico, pero que por otra parte, parametricen los resultados, a fin de que sean replicables y también trazables. Debemos insistir en que el método se orientará hacia la realización pronósticos y no previsiones, por cuanto no se trata de un método adivinatorio.

6. Conclusiones preliminares

A grandes rasgos, existen elementos de juicio, que permiten asegurar que la percepción simbólica, es similar en distintos lugares y que los comportamientos de las personas, en la misma categoría, tienden a parecerse, independientemente de su origen socio económico o socio cultural. Esto indicaría que pareciera que es posible construir un sistema simbólico que permita construir e interpretar perfiles de usuarios para conocer su comportamiento en distintos escenarios. Sin embargo, la muestra debe ser ampliada, a fin de hacerla cada vez más heterogénea, para observar si efectivamente la variedad no afecta los comportamientos, en general.

Se espera que la disponibilidad de este método mejore el desempeño profesional de los diseñadores, pero que también ayude a mejorar el nivel creativo de los estudiantes de Diseño y disciplinas afines. Por otra parte, el sistema debiera ser lo suficientemente preciso, como para abordar problemas de diseño en empresas de baja complejidad,

que se ajustan a la realidad del ejercicio profesional de una parte importante de los diseñadores, que se realiza en Mypimes o en auto emprendimientos. En cuanto a empresas de mayor tamaño, donde existe una estructura organizacional nítida, se espera que el método ayude al diseñador a ser un agente proactivo de innovación, al ser capaz de establecer aproximaciones al comportamiento de los consumidores o usuarios de manera creativa e incluso sorprendente. Sin embargo, se debe aclarar que un resultado intuitivo, necesariamente debe estar sometido a un sistema de lógica donde se evalúe su factibilidad, que en este caso se refiere al modelamiento estadístico y combinatorio, que permita, además de facilitar la elaboración de pronósticos, establecer ciertas conjeturas en el comportamiento de los usuarios.

Como un resultado colateral, también se espera que este trabajo de inicio a un estudio más complejo de la percepción simbólica, para la asociación intuitivo-creativo, capaz de generar hipótesis. Sin embargo en este paso posterior, se recurrirá necesariamente a tecnologías de *eye tracking* y captura de infrarrojos. Esto tiene como propósito, analizar las alteraciones físicas y registrar la intensidad de las emociones que provocan los estímulos visuales que emanan de los productos industriales, como una manera de parametrizar las sensaciones. Estas tecnologías son muy caras y escapan del alcance de este proyecto docente, pero estimamos que se hacen necesarias para una mejor comprensión de los fenómenos perceptuales, de los productos industriales.

Referencias

- Bonanomi, C. &. (2009). *Esercizi di creatività. 80 attività tratte dalle artiterapie per sviluppare le potenzialità creative*. Milano: Franco Angeli.
- Bunge, M. (2005). *Intuición y razón*. . Buenos Aires: Debolsillo.
- De bono, E. (2006). *El pensamiento lateral*. Barcelona: Paidón.
- Hoyer, W. M. (2015). *El comportamiento del Consumidor*. México: Cenage. México: Cenage.
- Jung, C. (1970). *Arquetipos es inconsiente colectivo*. Barcelona: Paidós.
- Jung, C. (1984). *El hombre y sus símbolos*. Barcelona: Luis de Caralt.
- Jung, C. (2014). *Psicología y alquimia*. Buenos Aires: Rueda.
- Kerlinger, F. &. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. México: Mc graw Hill.
- Laurel, B. (2003). *Design Research*. Massachusetts: MIT.
- Lupton, E. (2012). *INTUICION ACCION CREACION*. Barcelona: GG.
- Marqués, R. (2006). *La inteligencia intuitiva*. Barcelona: Índigo.
- Mielczareck, V. (2013). *Inteligencia intuitiva*. Barcelona: Kairós.
- Milton, A. &. (2013). *Métodos de investigación para el diseño de productos*. Barcelona: Blume.
- Nichols, S. (2015). *Jung y el Tarot, un viaje aquetípico*. Buenos Aires: Kaidós.
- Press, M. &. (2009). *El diseño como experiencia*. Barcelona: GG. Barcelona: GG.
- Propp, V. (1970). *Morfología del cuento. Fundamentos*. Barcelona: Fundamentos.
- Rincones de Castagnetti, L. R. (2004). La indagación científica desde la óptica de Peirce. *Omnia*, V10-2.
- Rodari, G. (1983). *Gramatica de la fantasía*. Barcelona: Argos.

Abstract: In design, it is usually appeals to marketing and psychology to profile a user or consumer. However, when the same instruments to observe the same phenomena are used, they tend to reach similar solutions. We thought, it is possible to combine alternative, more intuitive and expressive techniques, supported by symbolologies help designers build user profiles and scenarios where they operate. This research in progress is based on the personality theory of Carl Jung and the study of symbols, archetypes and collective unconscious, to develop a pre project methodology.

Keywords: Methodology - Behavior - User - Trends - Creativity - Imagination - Intuition.

Resumo: No projeto, é geralmente recorreu ao marketing e psicologia para o perfil de um usuário ou consumidor. No entanto, quando os mesmos instrumentos para observar o mesmo fenômeno são usados, eles tendem a alcançar soluções semelhantes. Nós pensamos, é possível combinar alternativa, as técnicas mais intuitivas e expressivas, apoiados por simbologias ajudar os designers a criar perfis de utilizador e cenários em que operam. Esta pesquisa em andamento é baseada na teoria da personalidade de Carl Jung e no estudo dos símbolos, arquétipos e inconsciente coletivo, para desenvolver uma metodologia de pré-projeto.

Palavras chave: Metodologia - Comportamento - Usuário - Tendências - Criatividade - Imaginação - Intuição.

(* **Sergio Donoso**. Doctor en Diseño Industrial por el Politécnico de Milán, Magister en Educación, por la Universidad de Barcelona y Diseñador de productos por la Universidad de Valparaíso. Actualmente se desempeña como académico, en el departamento de Diseño de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Chile. Se ha especializado en estudios cualitativos del comportamiento del consumidor y en el desarrollo de metodologías, para el desarrollo de la intuición y la imaginación. **Mitzi Vielma**. Diseñadora industrial de la Universidad de Chile. Se desempeña como docente e investigadora en el Departamento de Diseño y se ocupa del Diseño emocional, la gamificación y el estudio de las emociones mediante el análisis biométrico de las reacciones a estímulos afectivos.