



**PRUEBA DE ACCESO A LOS ESTUDIOS
SUPERIORES DE DISEÑO/ SEPTIEMBRE 2015**

PRIMERA PARTE

40 % calificación

Media aritmética del ejercicio 1.1. y 1.2.

Imprescindible al menos un cinco en la 1ª Parte para
hacer media con la 2ª Parte

Ejercicio 1.1.:

Comentario de un texto

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Ejercicio: 1.1.

Capacidad de relacionar los contenidos del texto. Claridad y orden en la argumentación. Profundidad en el conocimiento del contexto cultural e histórico. Corrección ortográfica y sintáctica. (imprescindible al menos un cuatro para hacer media)

Fecha y horario:

21 de septiembre de 2015

9:00 – 10:30 horas

Máximo 90 minutos

Nombre: _____

1.- Realiza un breve resumen del texto proporcionado.

2.- Interpretación del texto aportando tu opinión personal.

TEXTO:

El efecto de la estética en la utilidad

Los diseños estéticos parecen más fáciles de utilizar que los diseños poco estéticos

El efecto de la estética en la utilidad describe un fenómeno según el cual los diseños más estéticos nos parecen más fáciles de manejar que los menos estéticos (aunque, en realidad, no sea así). Este efecto se ha observado mediante varios experimentos y presenta significativas implicaciones en la aceptación, el empleo y los resultados de un diseño.

Los diseños estéticos parecen más sencillos de utilizar y tienen más probabilidades de ser empleados, aunque en realidad su manejo no resulte más fácil. En cambio, los diseños más utilizables, pero menos estéticos, pueden sufrir una falta de aceptación que pone en entredicho los principios de utilidad. Estas percepciones influyen en las interacciones subsiguientes y son difíciles de modificar. Por ejemplo, en un estudio sobre el modo en que utilizamos el ordenador, los investigadores descubrieron que las primeras impresiones influyen en las actitudes sobre su calidad y utilización a largo plazo. Asimismo, existen estudios sobre un fenómeno similar en el caso del atractivo humano: las primeras impresiones de las personas influyen en la formación de actitudes y afectan al modo en que percibimos y tratamos a los demás.

La estética desempeña un papel importante en el modo en que se utiliza un diseño. Los diseños estéticos fomentan actitudes más positivas que los diseños no estéticos, además de lograr que las personas se muestren más tolerantes con los problemas del diseño. Por ejemplo, se tiende a nombrar y a desarrollar sentimientos hacia aquellos diseños que han provocado actitudes positivas (es el caso de gente que "bautiza" a su automóvil); pero, en cambio, es muy raro que alguien haga lo mismo con diseños que han fomentado actitudes negativas. Estas relaciones personales y positivas con un diseño sugieren sentimientos de cariño, lealtad y paciencia, factores significativos en la utilidad a largo plazo y en el éxito global de un diseño. Estas relaciones positivas poseen implicaciones en lo que se refiere a la eficacia de las interacciones entre las personas y los diseños. Las relaciones positivas con un diseño resultan en una interacción que ayuda a catalizar el pensamiento creativo y la resolución de problemas. Por el contrario, las relaciones negativas provocan una interacción que estrecha el pensamiento y paraliza la creatividad. Esto resulta especialmente importante en los ambientes estresantes, puesto que el estrés aumenta la fatiga y reduce el rendimiento.

"Principios universales de diseño"

William Lidwell, Kritina Holden y Jill Butler