

INDICE

1	INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	CUESTIÓN A INVESTIGAR.....	1
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
2	JUSTIFICACIÓN.....	9
3	MARCO DE REFERENCIA.....	13
3.1	MARCO CONCEPTUAL.....	13
3.1.1	La respuesta cognitiva.....	18
3.1.1.1	Impresión Estética.....	19
3.1.1.2	Interpretación Semántica.....	24
3.1.1.3	Asociación Simbólica.....	28

3.1.2	La respuesta afectiva.....	30
3.1.3	La respuesta conductual.....	39
3.1.4	La respuesta frente al uso.....	39
3.2	MÉTODOS Y TÉCNICAS.....	41
4	OBJETIVOS.....	47
5	HIPÓTESIS.....	49
5.1	INTRODUCCIÓN.....	49
5.2	FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.....	50
5.3	DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERATIVA DE LAS HIPÓTESIS.....	51
6	METODOLOGÍA GENERAL.....	55
6.1	CONFIGURACIÓN DEL UNIVERSO SEMÁNTICO.....	56
6.1.1	Establecimiento del escenario.....	57
6.1.2	Búsqueda de palabras.....	57
6.1.3	Obtención del Universo Semántico Reducido...	58
6.2	ESTRUCTURACIÓN DEL ESPACIO SEMÁNTICO.....	58
6.2.1	Selección de la muestra de productos.....	59
6.2.2	Captación de la voz del usuario.....	59
6.2.3	Tratamiento y análisis de resultados. Identificación de los ejes semánticos.....	60
6.3	EVALUACIÓN DE PROPUESTAS EN FUNCIÓN DE LOS CONCEPTOS DEL ESPACIO SEMÁNTICO.....	61
6.4	REPRESENTACIÓN DEL PERFIL SEMÁNTICO.....	61
6.4.1	Perfil semántico individual.....	62
6.4.2	Perfil semántico comparado.....	64

7	RESUMEN DE LAS PUBLICACIONES.....	67
8	DISCUSIÓN.....	71
8.1	ASPECTOS DE CARÁCTER GENERAL.....	71
8.2	LA SEMÁNTICA DIFERENCIAL EN EL MARCO DEL DISEÑO DE PRODUCTO ORIENTADO AL USUARIO.....	75
9	CONCLUSIONES.....	81
10	TRABAJOS FUTUROS.....	87
11	REFERENCIAS.....	91
12	ANEXO I.....	109