

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Arquitectura y Diseño, Mexicali; y Facultad de Ciencias de la Ingeniería y la Tecnología, Valle de las Palmas.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Diseño Industrial
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Ciencias Sociales y Diseño
- 5. Clave:** 40170
- 6. HC:** 03 **HT:** 00 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 03 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA

Brenda Elizabeth González Leos
Melina Amao Cenicerros
Virginia Karina Rosas Burgos

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Daniela Mercedes Martínez Plata
Paloma Rodríguez Valenzuela

Fecha: 02 de marzo de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Ciencias Sociales y Diseño tiene como finalidad brindar las herramientas teóricas y metodológicas que permitan al estudiante analizar la relación sujeto-objeto en sus dimensiones simbólica, fenomenológica y pragmática, examinando su impacto sociocultural y ambiental para favorecer la adquisición de un pensamiento complejo en torno a su praxis profesional como diseñador industrial, con perspectiva transdisciplinaria en diálogo con las Ciencias Sociales, mediante la aplicación de la metodología etnográfica. Se encuentra en la etapa disciplinaria del plan de estudios, es de carácter obligatorio, pertenece al área de conocimiento de Investigación y no precisa requisitos previos para cursarla, sin embargo, se recomienda haber aprobado los cursos de Teoría e Historia del Diseño Industrial, Metodología para el Diseño Industrial, Métodos de Diseño Centrado en el Usuario y Metodologías de Diseño Sustentable.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar la relación sujeto-objeto, su impacto sociocultural y ambiental en sus dimensiones simbólica, fenomenológica y pragmática, mediante la aplicación de la teoría social y los métodos cualitativos, con el fin de comprender la transdisciplinaria en el Diseño Industrial desde el campo de las Ciencias Sociales, que sume a la adquisición de un pensamiento complejo que repercute positivamente en su praxis profesional como diseñador, con una actitud analítica, crítica y reflexiva.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Análisis escritos en cada unidad de contenido del curso, haciendo referencia a la relación sujeto-objeto a partir de las dimensiones simbólica, fenomenológica y pragmática empleando la investigación documental y etnográfica para ser aplicados al diseño de un objeto o servicio industrial; consciente de su impacto sociocultural y ambiental.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Cultura, sociedad y símbolos

Competencia:

Distinguir los conceptos básicos del análisis sociocultural vinculados a los significados de los objetos y los artefactos en diversas sociedades, mediante una revisión histórica de sus procesos de significación, para comprender el papel de la cultura en la simbolización, usos sociales y diseño de los objetos, con actitud reflexiva y socialmente comprometida.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 1.1. Conceptos de cultura y sociedad y su relevancia dentro de las ciencias sociales
- 1.2. La cultura material como elemento identitario y simbólico
 - 1.2.1. Producción y reproducción de la cultura
 - 1.2.1.1. Transmisión cultural y Endoculturación
 - 1.2.1.2. Etnocentrismo e Identidades
 - 1.2.1.3. Apropiación cultural
 - 1.2.1.4. Aculturación y Colonialismo
 - 1.2.1.5. Sincretismos
- 1.3. El objeto como reflejo de la cultura
- 1.4. Los objetos y su significación sociocultural
 - 1.4.1. Diversos usos sociales de los objetos: aspectos ideológicos, rituales, de poder, status.
 - 1.4.2. Los “objetos culturales” según Giddens y su significación, interpretación y contextualidad

UNIDAD II. Los objetos desde la experiencia

Competencia:

Examinar la complejidad de la relación sujeto-objeto desde la experiencia de los usuarios, a través de una revisión teórica en torno a la fenomenología, a fin de problematizar el impacto del diseño de objetos en la vida cotidiana de las personas, con una actitud analítica respetando los valores de la inclusión y la tolerancia.

Contenido:

Duración: 9 horas

- 2.1. Fenomenología de los objetos
 - 2.1.1. Lo relacional
 - 2.1.2. Lo contextual
 - 2.1.3. Lo espacial
 - 2.1.4. Lo interseccional
- 2.2. Sociología de los objetos
 - 2.2.1. Memoria biográfica e historicidad
 - 2.2.2. El sentido de lo cotidiano
 - 2.2.3. Significación y resignificación
- 2.3. Emocionalidades
 - 2.3.1. Objetos/accesorios de la identidad
 - 2.3.2. Las filias y las fobias
 - 2.3.3. Consumo, moda y adaptación

UNIDAD III. La dimensión pragmática de los objetos

Competencia:

Debatir la importancia del diseño de objetos con sus usos, narrativas, funciones y prácticas sociales, mediante una revisión de productos culturales como el cine, la música y la literatura, así como una reflexión en torno a los hábitos y límites de consumo, para generar un análisis sociocultural de los objetos, de manera proactiva, creativa y respetuosa.

Contenido:

Duración: 12 horas

3.1. Los objetos relatados

3.1.1. El objeto como protagonista en el cine, la música, la literatura.

3.2. La obsolescencia programada

3.3. Análisis sociocultural de los objetos

3.4. Problemas perversos y pensamiento complejo

UNIDAD IV. Etnografía aplicada al diseño industrial

Competencia:

Aplicar la metodología antropológica al diseño, a través del empleo de los distintos métodos, a fin de interpretar información empírica para su posterior integración en el proceso del diseño industrial, con actitud crítica, analítica y respetuosa.

Contenido:

Duración: 15 horas

- 4.1. Investigación cualitativa, etnografía y etnología
 - 4.1.1. Investigación cuantitativa y cualitativa
 - 4.1.2. La etnografía como texto, enfoque y metodología
 - 4.1.3. Documentación e interpretación: etnografía y etnología
- 4.2. Los enfoques Emic y Etic y su relevancia para la etnografía
- 4.3. Observación participante y descripción densa (Geertz)
- 4.4. Metodologías etnográficas para el diseño industrial:
 - 4.4.1. Etnografía rápida
 - 4.4.2. Etnografía intensiva
 - 4.4.3. Etnografía virtual
- 4.5 Posibilidades de aplicación de la etnografía al diseño industrial
- 4.6 Ejercicios de aplicación de la etnografía como metodología

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva.
- Debates.
- Investigación documental.
- Estudios de caso.
- Técnicas etnográficas de investigación.
- Proyecto final.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigaciones documentales.
- Exposiciones.
- Participación en foros y debates.
- Reportes de revisión de material.
- Análisis escritos.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	20%
- Exposiciones individuales y en equipo:.....	20%
- Diarios de campo.....	10%
- Etnografías digitales	10%
- Análisis escritos por unidad	40%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Airey, D. (2019). <i>Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding</i>. Rockport Publishers.</p> <p>Appadurai, J. (Ed) (1986). <i>The social life of things. Commodities in cultural perspective</i>. Unites States of America: Cambridge University Press. [clásica]</p> <p>Baudrillard, J. (1968) <i>El sistema de los objetos</i>. (Traducido por Francisco González Aramburu Siglo XXI, México, 1969). París: Éditions Gallimard. [clásica]</p> <p>Burke, P. (2007) <i>Historia y teoría social</i>. Argentina: Amorrortu editores. [clásica]</p> <p>Callejo, J. (2017). Bruno Latour: Lecciones de Sociología de las Ciencias. Barcelona. <i>Empiria. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales</i>, (38),179-181. Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2971/297152673008</p> <p>Geertz, Clifford (1973) <i>La interpretación de las culturas</i>. España: Editorial Gedisa. [clásica]</p> <p>Giddens, A; Turner, J; et al. (2006) <i>La teoría social, hoy</i>. España: Alianza Editorial. [clásica]</p> <p>Guber, R. (2015) <i>La etnografía: método, campo y reflexividad</i>. México: Siglo XXI Editores.</p>	<p>Aguilar-Cera, F. et. al. (2019). Análisis de la identidad mexicana en el diseño de mobiliario mexicano. Recuperado de http://dx.doi.org/10.31644/IMASD.19.2019.a03</p> <p>Albrecht, H. (2014). <i>La vida poco común de los objetos en la vida diaria</i>. Hamburg: Universität Hamburg.</p> <p>Baraglia, R. (s/f). Sobre la ontología orientada a objetos. Una introducción a la filosofía de Graham Harman. <i>Luthor</i>, 20, 25-37.</p> <p>Colobrans, J. (2018). El método usearcher. Living Labing. Technoanthropology for technoculture. Recuperado de https://livinglabing.com/2018/02/10/el-metodo-usearcher/</p> <p>Conejera, O., K. Vega y C. Villaroel (2005). Diseño Emocional. Definición, metodología y aplicaciones Recuperado de https://www.academia.edu/34159865/Dise%C3%B1o_Emocional_Definici%C3%B3n_metodolog%C3%ADa_y_aplicaciones</p> <p>Di Nella, J. I. (2014). <i>Diseño emocional y experiencia de usuario</i>. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62697/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p> <p>Farhan K. (2019). <i>Of Greater Dignity Than Riches: Austerity and Housing Design in India</i>. University of Pittsburgh Press.</p>

Gunn, W; Otto, T; Smith, R. (2015) *Design anthropology. Theory and practice*. Inglaterra: Bloomsbury Academic.

Handwerker, W. P. (2001) *Quick ethnography*. Inglaterra/ EU: Altamira Press. [clásica]

Hebdige, D. (2002) [1979]. *Subculture. The meaning of style*. Londres y NY: Taylor & Francis. [clásica]

Hennion, A. (2017) *De una sociología de la mediación a una pragmática de las vinculaciones. Retrospectiva de un recorrido sociológico dentro del CSI*. Recuperado de <https://hal-mines-paristech.archives-ouvertes.fr/hal-01667571/document>

Heskett, J. (2002). *El diseño en la vida cotidiana*. España: Editorial Gustavo Gili. [clásica].

Heskett, J. (2003). *Desing. A Very Short Introduction*. EU: Oxford University Press. [clásica]

Kottak, C. P. (2018) *Window on humanity: a concise introduction to anthropology*. EU: McGraw Hill Education.

Martín, F. (2002). *Contribuciones para una antropología del diseño*. Gedisa Editorial. [clásica]

Matus, M; Colobrans, J; Serra, H. (2019) *Etnógrafos y diseñadores culturales en la era de la alta tecnología*. Cultura, diseño y tecnología: Ensayos de tecnoantropología. México: El Colegio de la Frontera

Fraga, J., Khafash, L. y Córdoba, J. (2015). Turismo y ocio: mercantilización y consumo de espacios, lugares, objetos y emociones. En *Turismo y ocio. Reflexiones sobre el Caribe Mexicano* (pp. 25-44). El Sauzal Tenerife, España: Pasos.

Koleva, B., et. al (2020). Designing Hybrid Gifts. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction, ACM Journals*, 27(5), 1–33. <https://libcon.rec.uabc.mx:4440/10.1145/3398193>

Liu, X. (2020). Design of Creative Products for Marine Tourism Culture. *Journal of Coastal Research*, 110, 60–63. <https://libcon.rec.uabc.mx:4440/10.2112/JCR-SI110-015.1>

Margolin, S. y Margolin, V. (2003). Un modelo social del diseño. Cuestiones de práctica e investigación. *Revista Encuadre*. Octubre-Abril. S/L. [clásica]

Sage Journals (2020) *Journal of material culture*. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/home/mcu>

Vergara, M. y S. Mondragón (2008). Ingeniería Kansei. Una potente metodología aplicada al diseño emocional. *Faz*, (2), 46-59.

Norte.

Nova, N. (2016). *Beyond design ethnography: How designers practice ethnographic research*. Alemania: SHS Publishing/ Provinces Press.

Papanek, V. (1977). *Diseñar para el mundo real. Ecología Humana y cambio social*. Madrid: H. Blume Ediciones. [clásica]

Rosas, V., Becerril, V. y Murga, A. (2019) Diseño de un objeto: de lo simple a lo complejo. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0Bx7kvGvzKcPSZExaYU5jRmdmZXZZYmpaWXIHeG9OemFldWI3/view>

Rossmann, J., Duerden. M. (2019). *Designing Experiences*. Columbia Business School Publishing.

Serrano, A (1994). El hogar y sus objetos: Un análisis semio-sociológico. *Política y sociedad*, 16, 225-331. [clásica]

Tirado, F. (2002). Los objetos y el acontecimiento. Teoría de la socialidad mínima. *Athenea Digital, Revista de Pensamiento E Investigación Social*, 1(1). Doi: <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v1n1.41>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Ciencias Sociales y Diseño debe contar con formación en Ciencias Sociales en las áreas de Sociología, Antropología, Comunicación, Filosofía o área afín, con conocimientos avanzados en investigación cualitativa y etnográfica; con estudios de maestría y dos años de experiencia docente. Debe ser proactivo, analítico y empático.