



TALLERA
Universidad de Chile
Fac. de Arquitectura y Urbanismo
Departamento de Diseño

PROFESOR:
Viviana Bravo B.
AYUDANTES:
Gerardo Saelzer C.
Manuel Pinto G.
M^a Fernanda Villalobos F.

Unidad Final: Proyecto
Paper 6

Circuito para el Desarrollo de Proyectos

María Fernanda Villalobos Fauré

1. BRIEF DEL CLIENTE O DETECCIÓN DE OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Para comenzar un proyecto debemos detectar antes que nada: un problema, una necesidad, una oportunidad o una inquietud que operen como motor de inicio.

Generalmente nos encontramos con un requerimiento de una contraparte que nos pide una cierta pieza a diseñar. Algunas veces el diseñador deberá crear algo y otras cambiar o rediseñar algo existente.

Dentro de esta etapa debemos tener cierta información para comenzar:

- Contexto de desarrollo del encargo o proyecto
- Descripción de un problema
- Objetivos que se deben cumplir
- Limitaciones del encargo o proyecto

2. BRAINSTORMING

A partir del problema planteado, se comienzan a buscar una serie de soluciones en lo que se llama brainstorming o lluvia de ideas.

Es importante no censurar ideas, ponerlas todas sobre la mesa y acompañarlas de croquis rápidos o anotaciones. Mientras más ideas, mejor, ya que tendremos varias opciones de resultados y mayores posibilidades de discusión.

3. INVESTIGACIÓN

Una vez que tenemos un número de ideas o posibles soluciones, éstas deben bajarse a tierra. Para esto es importante investigar soluciones o proyectos anteriores, informarse sobre la disciplina en que se desarrolla el encargo y su contexto.

En esta etapa ya definiremos qué tipo de pieza de diseño diseñaremos (objetos, diseño editorial, imagen corporativa, señalética, web, etc.) y también es importante investigar sobre esto para tener claro que es la alternativa que mejor responde al encargo.

4. ELECCIÓN DE LA MEJOR PROPUESTA

A pesar de que hayamos llegado a pensar varias posibilidades de solución para un problema, en esta etapa debemos quedarnos con una, que de acuerdo a la investigación, se perfila como la más completa y que resuelva mejor la problemática planteada.

Dentro de esto, es importante tomar en consideración las habilidades del diseñador, los recursos que serán necesarios para el desarrollo, el tiempo que necesita cada propuesta y los costos de ésta.



5. BRIEF DE DISEÑO (CONTRABRIEF)

Es una definición simple de lo que se desarrollará.

Se llama contra-brief porque es una respuesta más completa a lo que nos ha requerido el cliente, ya que muchas veces de corrige lo que se pidió en el primer envío.

a) ¿Qué?

Definir la pieza que se diseñará o el proyecto que se implementará.

b) ¿Por qué?

Fundamentación de la solución, que nos lleva a entender que es la más adecuada.

c) ¿Para qué?

Se define función de la pieza a diseñar. En este punto debemos resolver los objetivos planteados al inicio por el cliente.

d) ¿Para quién?

Definición de perfil de usuario o público objetivo y su experiencia de uso.

e) ¿Cómo?

Apariencia, tamaño, forma, textura. Así también se definen materiales que se utilizarán para el desarrollo.

f) Referentes

Se buscan referentes que puedan aportar al diseño.

No son necesariamente proyectos de diseño anteriores, sino que pueden ser sociales, culturales, económicos, ambientales, etc. que se puedan incorporar.

g) Impacto del proyecto

No es necesario generar un gran impacto, pero cada proyecto marca ciertos espacios y determina resultados que van a generarse dentro de un contexto por pequeño que sea.

h) Plan de acción / Carta Gantt

Cronograma de trabajo.

6. DISEÑO

Se comienza la etapa de diseño del producto, pieza o experiencia que se propone.

Notamos que las limitaciones e investigaciones previas nos ayudan a diseñar con mayor certeza y cercanía a resultados satisfactorios.

Se pueden realizar modelos de prueba, maquetas o prototipos.

Es conveniente economizar en esta etapa para poder realizar la mayor cantidad de pruebas posibles, pero en conocimiento de que hay elementos prioritarios donde no es conveniente hacerlo o otros donde sí podemos rebajar costos.

Los modelos a escala conviene realizarlos sólo en caso de que sean muy grandes o difíciles de implementar a escala natural, ya que la aproximación real es importante.

No quedarse con las vistas de pantalla, imprimir es importante, revisar los tamaños tipográficos, la optimización de interlineados y la resolución de las fotos.



7. TESTEO, EVALUACIÓN Y REDISEÑO

La mejor manera de testear es generando pruebas con el usuario y respondiendo a 3 preguntas.

- ¿Cumple bien objetivos planteados?
- ¿El resultado coincide con el brief?
- Las posibles modificaciones ¿mejoran la solución del problema?

Esta etapa puede extenderse si estas respuestas no son satisfactorias. Hay que realizar pruebas y cambios hasta quedar en un resultado favorable.

8. DISEÑO FINAL

Teniendo ya el testeo realizado y exitosamente comprobado, procedemos a llevar a cabo el diseño final, implementado con las características técnicas y materiales que inicialmente fueron planteadas.

BIBLIOGRAFÍA

TALLER LIBRE MERCADO

Patricio Pozo / José Manuel Allard
2º Semestre 2003
PUC

GUÍA PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

Consejo de la Cultura y las Artes
Gobierno de Chile
Valparaíso, 2009