

Proyecto de Diseño

El Diseño dentro de su actuar se ha inscrito dentro de la planificación cuidadosa, la aplicación de la inteligencia y el conocimiento de la técnica para el desarrollo de sus proyectos.

El Diseño hace que las estrategias de creación y composición vayan enfocadas a la solución de problemas mediante la innovación, en donde forma y contenido son consecuencia de un proceso racional.

Información

Proveerse de suficiente y significativa información proveniente del sujeto, objeto o situación que expone el problema.

La información está referida a patrones de comportamiento y al sistema de valores que rige al propio mensaje.

Público

El mensaje debe contener elementos que sean identificables y reconocibles por parte del público a que se dirige.

Propósito

El diseño gráfico se aplica a diversos campos, cada uno de ellos cuenta con un claro objetivo de comunicación que es aplicado en los diferentes medios que se usen para transmitir el mensaje.

Método

Permite obtener una visualización de la idea a partir de la obtención y el procesamiento de la información, luego hay un impulso intuitivo entre la información obtenida y su interpretación visual que es el que genera la idea creativa.





Proyecto de Diseño

Etapas

1. Definición del Problema.

El problema, así se puede denominar esta necesidad comunicacional del cliente, se soluciona con la producción de una idea innovadora que permita la elaboración de un mensaje efectivo.

2. Recolección, análisis e interpretación de la información.

Se compilan todos los datos relacionados con el cliente, el producto, el público, el contexto, etc., y se establecen las condiciones o restricciones que se deben de tener al momento de crear la idea y el mensaje visual.

3. Determinación de Objetivos.

El enfoque de los objetivos va a determinar el pensamiento creativo pues le dará, sin restringirlo, un campo de acción.

4. Visualización.

Se genera una imagen real de lo que ésta representa, se debe establecer la forma, el código y el tema del mensaje de acuerdo a los presupuestos en comunicación visual que se tienen.

5. Desarrollo del Proyecto Gráfico.

Creación de la pieza de comunicación visual, la propuesta gráfica en sí.

6. Producción e Implementación.

Hacer tangible la comunicación, darle un sustrato e insertarla en el medio seleccionado al cual está expuesto el público objetivo o perceptor del mensaje.

7. Evaluación.

Valoración de los resultados, tanto de forma cuantitativa como cualitativa, de acuerdo a los objetivos que se tengan.

