

INICIACIÓN AO DESEÑO



Os **obxectos** son o resultado da aplicación dun conxunto integrado de factores: a **necesidade** que cobren, a súa **forma**, a súa **función**, os **materiais** que os compoñen e a súa **estética**.

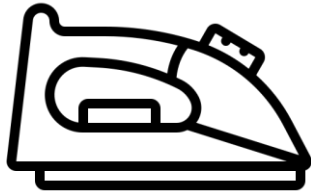
Analizando os obxectos podemos adquirir criterios razoados para valorar a multiplicidade de produtos deseñados que hai na nosa contorna.

Para entender un obxecto hai que examinalo baixo todos os aspectos posibles, como por exemplo a funcionalidade, o material co que foi construído, a manexabilidade, etc... e sempre pensando se o que se está analizando resulta acertado ou equivocado segundo criterios obxectivos.



PROCESO DE ANÁLISE

O proceso de análise e lectura pódese organizar coma unha guía ordenada de observacións agrupadas en tres grandes bloques aos que podemos chamar: **identificación, descrición e valoración.**



Identificación e documentación.
Antecedentes



Descrición.
Como é o obxecto?
Como funciona?



Valoración

IDENTIFICACIÓN

Identificación e documentación: identificar o produto e dicir para que serve, situalo no tempo, saber quen o deseñou e fabricou... Isto permítenos contextualizalo e comparalo con outros que teñen a mesma función. Documentarse é o primeiro paso.



Obxecto: prancha

Fabricante, marca: Philips

Modelo: Azur 8000 Series

Deseño: Philips (non especificado equipo)

Ano: 2024

Necesidade que cubre: eliminar as engurras da roupa

Antecedentes: para chegar a coñecer ben este obxecto temos que comprobar os seus antecedentes: ver cando apareceu por primeira vez un obxecto cunha función similar e como foi evolucionando co paso do tempo. Iso permitiranos comparar e comprobar que elementos se foron incorporando ou desaparecendo e entender o porqué destes cambios



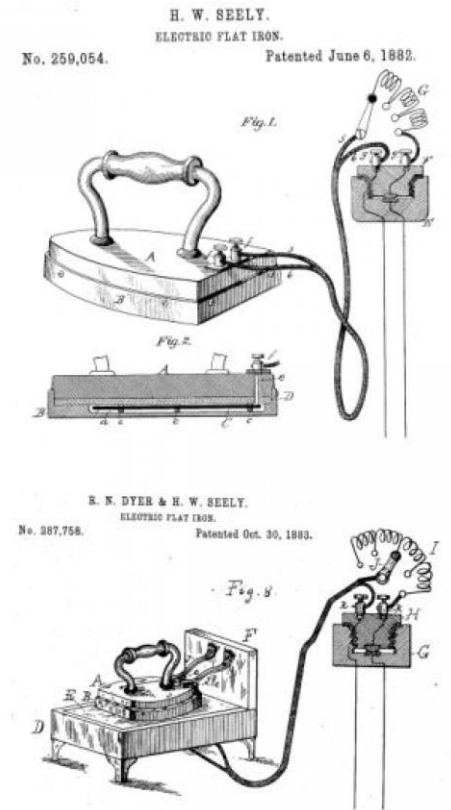
Prancha grega s.IV a.C



Prancha china s.II



Prancha china s.XVIII

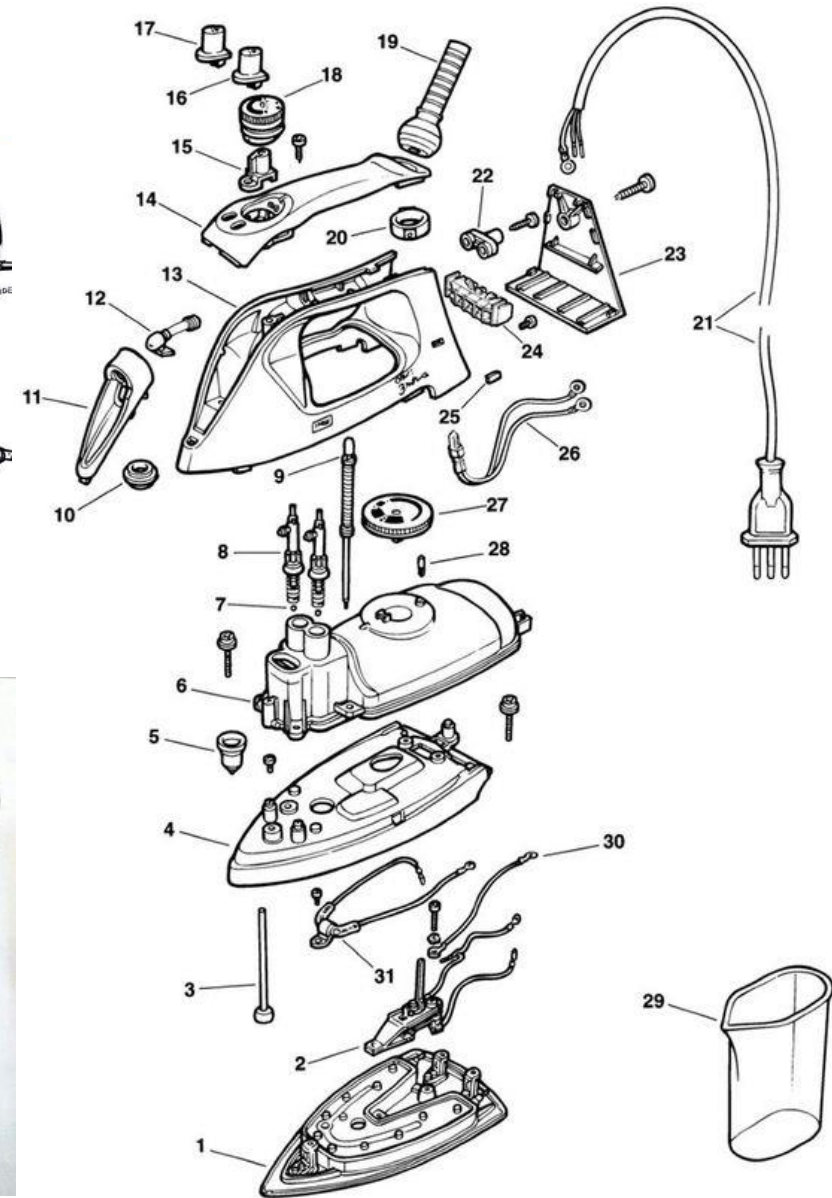
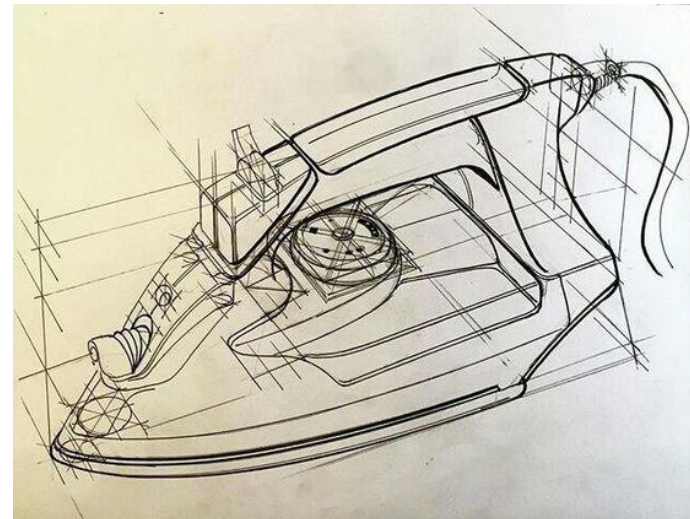
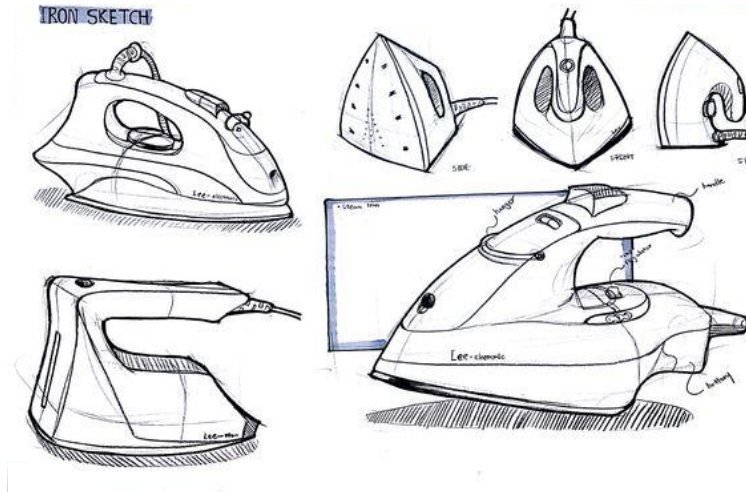


Prancha eléctrica s.XIX

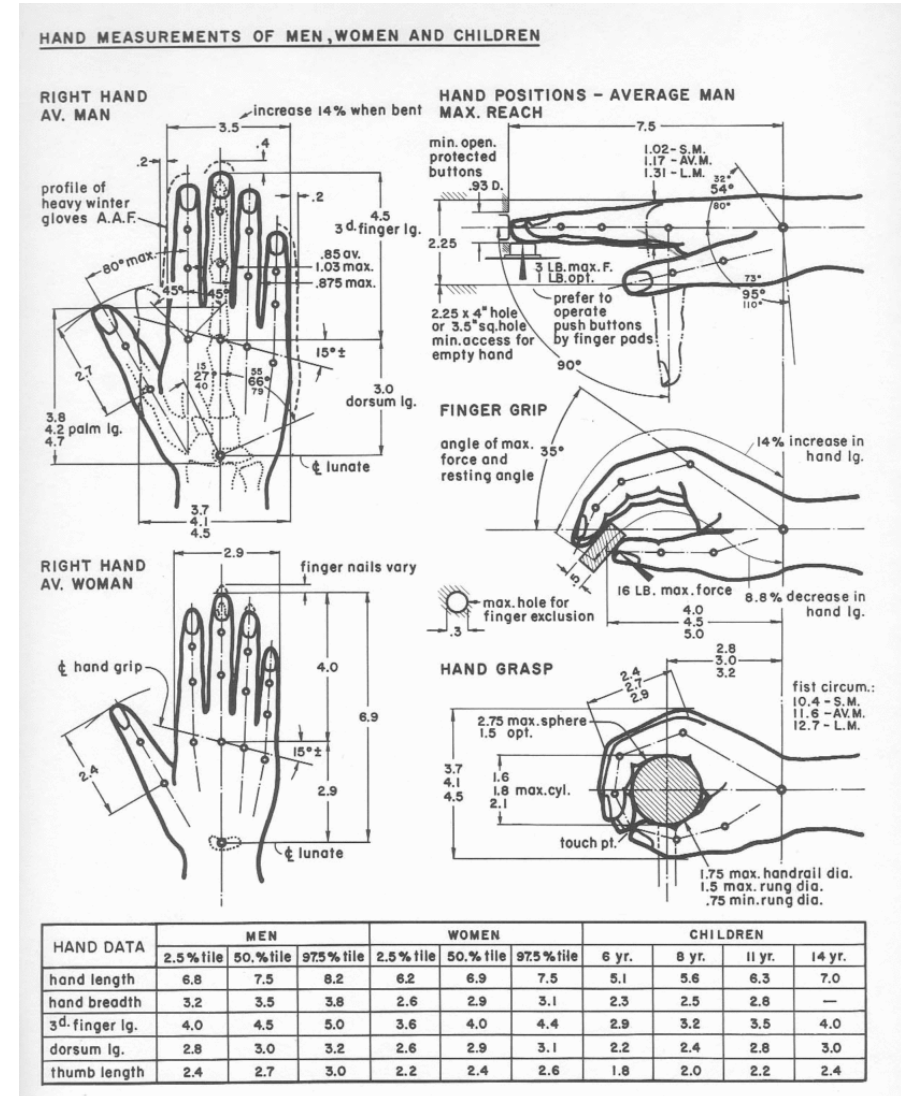
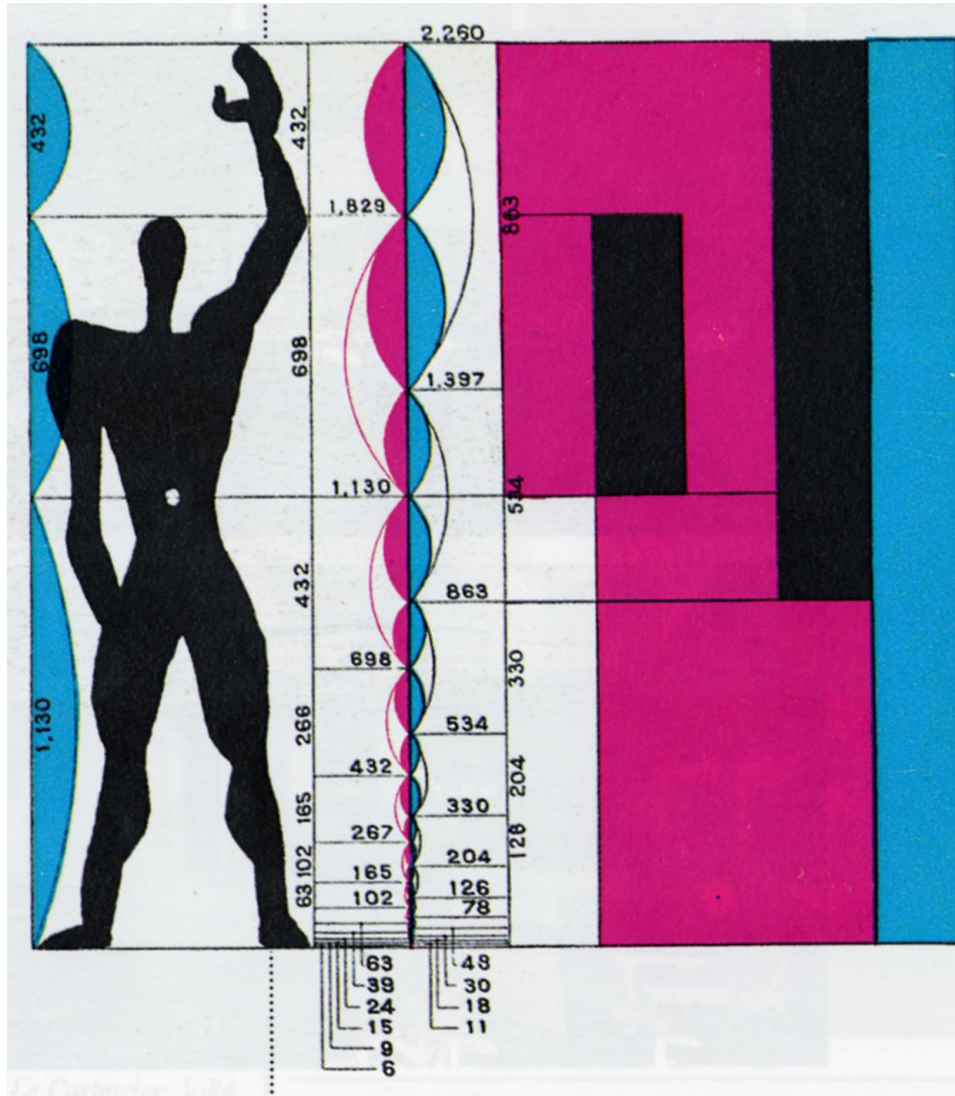
DESCRUCIÓN

Como é o obxecto? A análise descritiva estuda os elementos da linguaxe plástica e visual que o configuran e a estrutura que organiza a súa composición. Tamén consideramos o tipo de materiais, a súa calidades (visuais, ecolóxicas...), o seu peso e as técnicas de construción (artesanal, industrial...)

Unha maneira moi boa de coñecer un obxecto é facer unha descrición gráfica del, é dicir, debuxalo. Para iso nada mellor que construír as súas vistas (planta, alzado e perfil) en sistema diédrico e analizar os detalles máis significativos de forma, textura, cor, etc., mediante debuxos en perspectiva ou fotografías.



Como funciona? Hai que comprobar se o obxecto satisfai as necesidades que levaron a deseñalo e produci-lo. Tamén hai que valorar a eficacia e comodidade do seu uso, a súa funcionalidade.



A NATUREZA COMO MODELO

Dende sempre, o ser humano, cando constrúe os seus propios obxectos, fíxase en como o fai a **natureza**. Nesta, **as formas responden sempre a unha función**. As formas orgánicas teñen unha determinada estrutura a causa da actividade que realiza cada un dos elementos que as compoñen ou cos que interactúan.

Da observación do comportamento **da natureza** pódense deducir, mediante procesos asociativos e de relación, as **solucións a problemas similares**. Por exemplo, hai unha relación formal e funcional entre as cunchas dalgúns moluscos, e os envases e embalaxes utilizados en xoiería. Por iso, os produtos da natureza poden ser descritos da mesma forma que os obxectos proxectados polos deseñadores.



A biónica é a ciencia que analiza os sistemas vivos e tenta descubrir procesos, técnicas e novos principios aplicables á tecnoloxía.



A CREATIVIDADE NON É OUTRA COUSA QUE UNHA MANEIRA DE RESOLVER NOVOS PROBLEMAS – DIANA SANTOS

No momento creativo, cando se inicia o proceso de deseño, unha mesma necesidade debe facer xurdir moitas ideas e respostas diferentes: inovadoras, orixinais... Convén evitar que, desde o principio se consolide unha idea forte, porque interrompería o proceso de investigación noutras direccións imaxinativamente máis ricas. Por iso é preciso contar con moitas ideas de partida, aínda que algunhas sexan confusas e desordenadas; na fase de análise xa se descartarán as que non se valoren como pertinentes.



TORMENTA DE IDEAS

Un recurso creativo para a xeración de ideas é a chamada “Tormenta de ideas”. Trátase de emitir ideas con rapidez e espontaneidade, sen que ningunha delas sexa reprimida ou criticada. Esta técnica creativa pódese traballar de forma oral ou con debuxos rápidos e esquemáticos, para que a esencia da idea quede esbozada sobre o papel. Estes borradores son o primeiro material de análise que achegará ao deseñador a unha solución definitiva.

Regras básicas:

1. Toda crítica está prohibida.
2. Toda idea é benvida
3. Hai que tratar de producir tantas ideas como sexa posible
4. É desexable desenvolver as idea

Mellora das ideas:

As ideas expostas nesta primeira parte da tormenta de ideas tratan de mellorarse mediante unha lista de control. Esta lista de control está baseada en verbos activos como: **ampliar, reducir, substituír, modificar, combinar...**



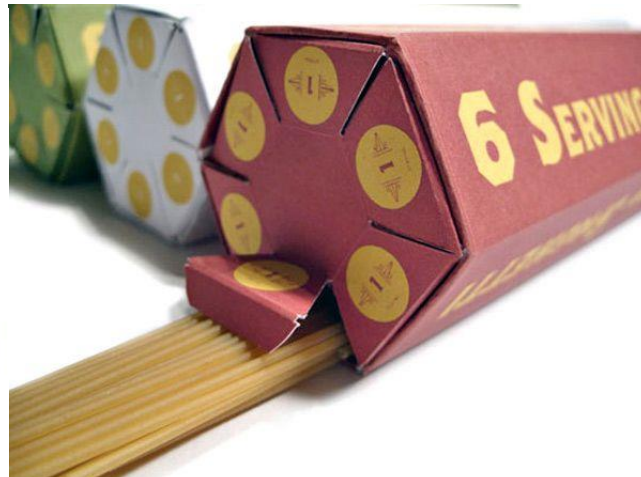
EXERCICIO DE DESEÑO

A utilización de envases e embalaxes é unha experiencia que se deriva da necesidade de conservar, presentar e transportar os produtos. Actualmente, as **embalaxes** teñen tamén unha **función publicitaria** engadida: convertéronse no último elo da cadea publicitaria.

Unhas embalaxes moi habituais son as caixas, as bolsas e os estoxos que se fabrican en papel ou en cartón. O seu deseño está condicionado polos seguintes factores:

- As características do produto: forma, tamaño, peso...
- As características do seu almacenamento e transporte
- Os valores éticos e comunicativos

Debido a todo isto, e á imaxinación dos deseñadores, os embalaxes poden ser extraordinariamente variados.



PROCESO DE DISEÑO

Neste exercicio, o primeiro paso que debes dar é definir as necesidades do problema que se plantexa: un envoltorio para transportar unha hamburguesa dun local de comida.

Fase 1: Neste primeiro punto, trata de **entender o problema**, ter unha perspectiva sobre o mesmo. Realiza unha investigación inicial: entrevista, enquisa, grupo focal, consulta bibliográfica, mapas mentais, traballo de campo...

Fase 2: A continuación **define as condicións do traballo**. En publicidade fálase de elaborar o “brief”. Quen é o público? Cal é o problema? Cal é o contexto? Cal é a característica definitoria do produto/servizo? Que debemos evitar? Cales son os límites do proxecto?... Elaboración de “moodboards” ou mapas mentais

Fase 3: Desenvolver. **Estudar alternativas de deseño**. Podes basearte en técnicas de produción de ideas como: Brainstorming, conexións forzadas, verbos de acción (minimizar, esaxerar, reordenar, alterar, adaptar, modificar, substituír, investir, combinar...), bosquejos rápidos... Aquí deberás realizar os primeiros bosquejos, deberás debuxar diversas alternativas de formas, tipos de asas, peches e unións com debuxos rápidos, pero que che axudarán a topa solucións que poderás usar posteriormente.

Fase 4: Proposta. **Selección e refinado da proposta**. Selección de ideas, prototipado, proba, variacións ata a solución definitiva e comunicación do proxecto. Aquí deberás establecer as dimensións, cores...

EXERCICIO DE DESEÑO

Unha bocatería precisa, para a súa sección de hamburguesas, un contenedor (Caixa, bolsa, estoxo...) onde meter as hamburguesas vendidas para que os seus clientes as poidan transportar comodamente. O mesmo tempo o contenedor deberá ser atractivo e actual e facer publicidade do local.

1. Na “fase 1” usaremos un **mapa mental** para entender e desenvolver o problema.
2. Na “fase 2” define o tamaño da hamburguesa do local, o tipo de cliente que vai a ese local, precio medio do produto, cal é a característica definitoria do produto/servizo? Que debemos evitar? Preferencias do deseño (tipo de imaxes para decoralo, cores corporativas...) **Elaboración de “moodboards”**
3. Na “fase 3” **usaremos o brainstorming para xerar ideas**. Debemos evitar que, desde o principio consolídese unha idea forte, porque interrompería o proceso de investigación noutras direccións imaxinativamente máis ricas.
4. Na “fase 4” debes crear nunha folla A4, as vistas acotadas do obxecto, un prototipo do mesmo.

**Deberás entregar unha presentación dixital que inclúa: Mapa mental, moodboard, ideas xeradas no brainstorming
Ademáis entregarse o prototipo e o A4 coas vistas acotadas.**

Data de entrega 31 de maio

COUSAS A TER EN CONTA

Avalía as características do teu produto

Un empaquetado non só debe estar dirixido a un público específico, senón que ten que asegurar a integridade do produto ofertado e estar deseñado especificamente para el. Nunca é unha boa idea simplemente usar o que todos os demais utilizan, xa que os materiais do empaquetado, o seu grosor ou o seu deseño poden non ser os mellores para ti.

Pensa nun produto alimenticio. Non calquera empaquetado é bo para eles. Algúns poden afectar o sabor da comida, outros poden restarlle humidade e algúns máis mesmo acelerar o seu proceso de envellecemento ou ser perigosos para o consumo. Coñece o teu produto en detalle, avalía que cousas poden afectalo e cal é o mellor modo para mantelo protexido e listo para o consumo final.

"SE LLE PREGUNTASE AO MERCADO QUE É O QUE QUERÍA, SEGURAMENTE
RESPONDERÍAN QUE CABALOS MÁIS RÁPIDOS". —HENRY FORD

