

Desenvolupament d'un projecte

Direcció i producció Multimedia
4rt Comunicació Audiovisual

Gemma San Cornelio Esquerdo

Procés de disseny

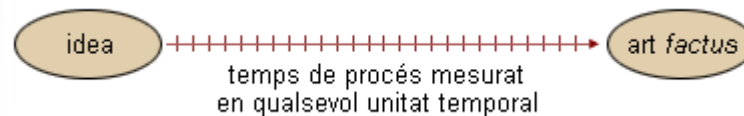
Les activitats de disseny tenen un caràcter processual, es duen a terme en el temps des d'una idea o moment inicial, fins a assolir, en fases successives, un artefacte o producte final.

Es constitueixen la idea o el conjunt d'idees inicials, i també la condició prèvia de possibilitat per a aconseguir un artefacte final.

Procés de disseny

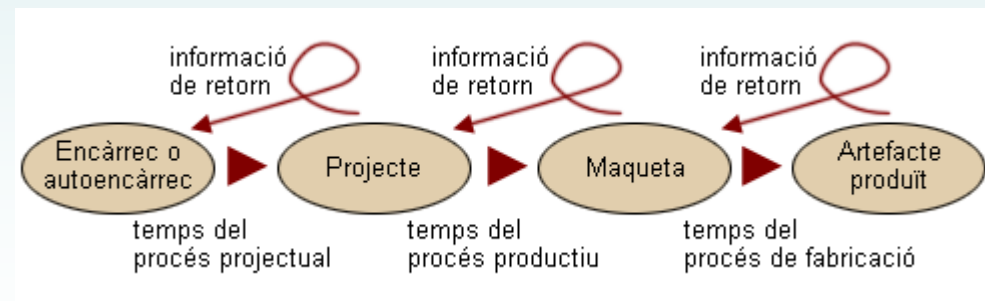
El desenvolupament de tota activitat de disseny s'anomena genèricament procés de disseny o procés projectual.

Parteix sempre d'un moment inicial (encàrrec o autoencàrrec, informació prèvia, hipòtesis inicials de treball), fins a assolir com a meta un moment final que consisteix en l'objecte, producte o artefacte ja acabat, a punt per a comunicar-lo públicament.



Procés de disseny

Un model del procés de disseny presenta un conjunt d'activitats en una successió ordenada, que parteix de situacions inicials inestables fins a assolir-ne d'altres de més estabilitat en el mateix procés.

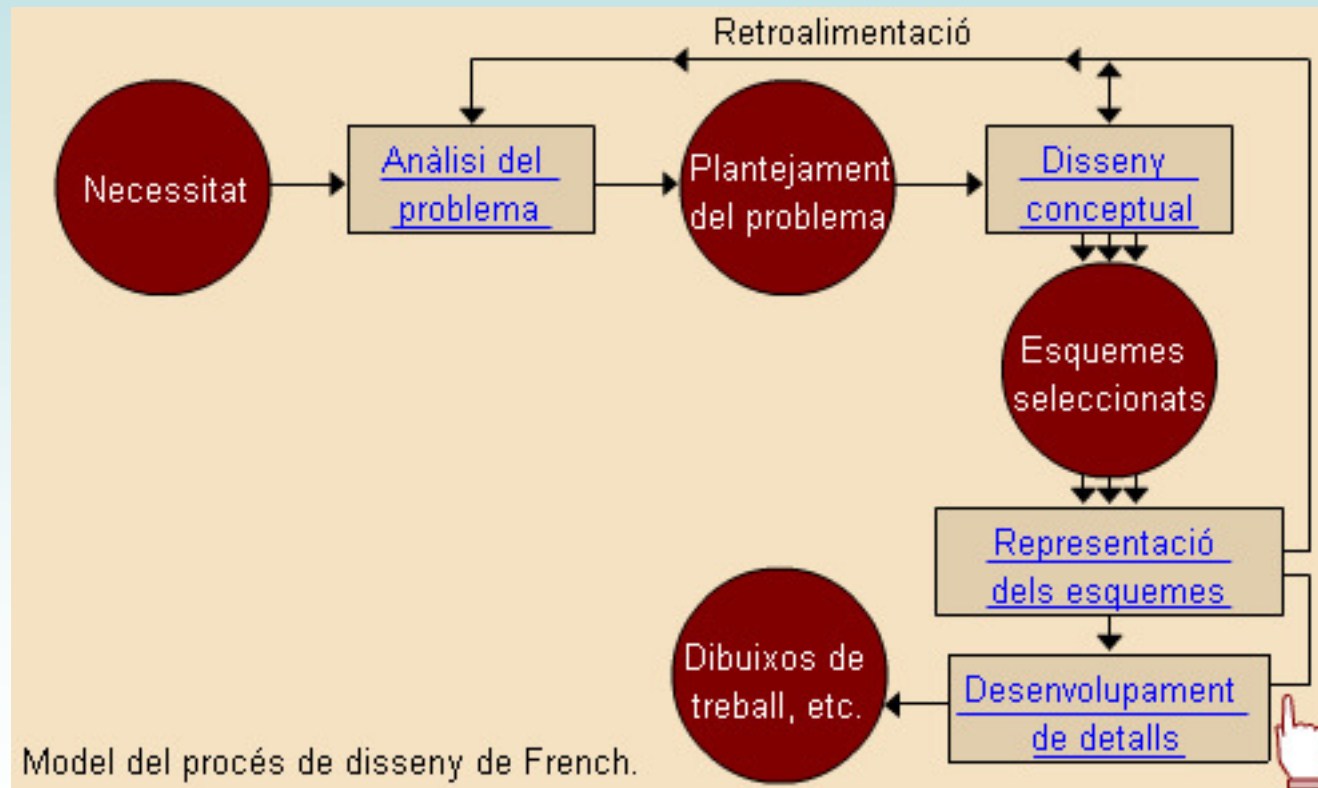


Models processuals descriptius

Els models processuals descriptius utilitzen l'experiència prèvia de dissenyadors, estableixen guies de treball generals i regles pràctiques per conduir el dissenyador cap al camí de l'èxit projectual.

Un exemple molt clar, és el model de French. A partir de la forma d'un diagrama de flux, French presenta un model processual basat en quatre activitats diferents: anàlisi del problema, disseny conceptual, formalització d'esquemes i desenvolupament de detalls.

Models processuals descriptius

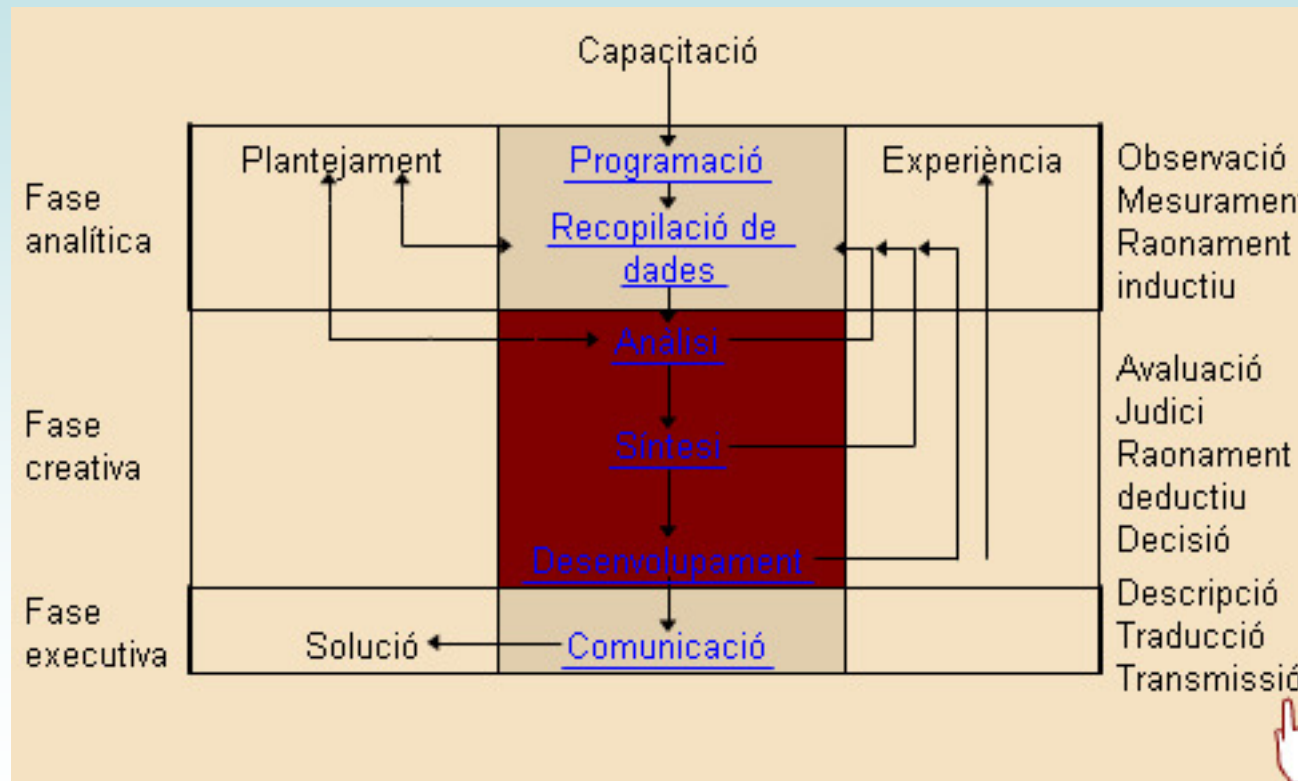


Models processuals prescriptius

Els models processuals prescriptius intenten persuadir els dissenyadors per adoptar determinades formes i estratègies de treball, i ofereixen una metodologia de disseny específica.

Un dels models emblemàtics en aquest sentit l'ofereix L. B. Archer. Aquest model estableix tres àmplies fases, analítica, creativa i executiva, que engloben sis tipus d'activitat diferents: programació, recopilació de dades, anàlisi, síntesi, desenvolupament i comunicació.

Models processuals prescriptius



Informació prèvia i preproducció

El moment inicial, de generació de les idees inicials, de recerca o domini d'una informació prèvia i de reconeixement dels condicionants de l'encàrrec pot arribar a determinar els resultats finals més clarament.

Del domini de la informació prèvia i els condicionants de l'encàrrec deriven directament les hipòtesis inicials de treball; en definitiva, l'exploració o no de la línia i la direcció de tot el treball de disseny posterior.

Fonts d'informació

Estratègies inicials de caràcter informatiu:

1. Anàlisi detallada de l'encàrrec.
2. Exigències de més informació a qui fa l'encàrrec, si cal.
3. Anàlisi detallada del conjunt de la informació acumulada, expressada en els dos punts anteriors.
4. Detecció de fonts d'informació pertinents, tant centrals com complementàries o perifèriques.
5. Ordenació, classificació i valoració de tota la informació recopilada, de manera que sigui possible seleccionar la que sigui pertinent per al projecte.
6. Construcció de models preliminars que ajudin a sistematitzar i racionalitzar el caos informatiu que sorgeix inevitablement en els moments inicials del procés de disseny.

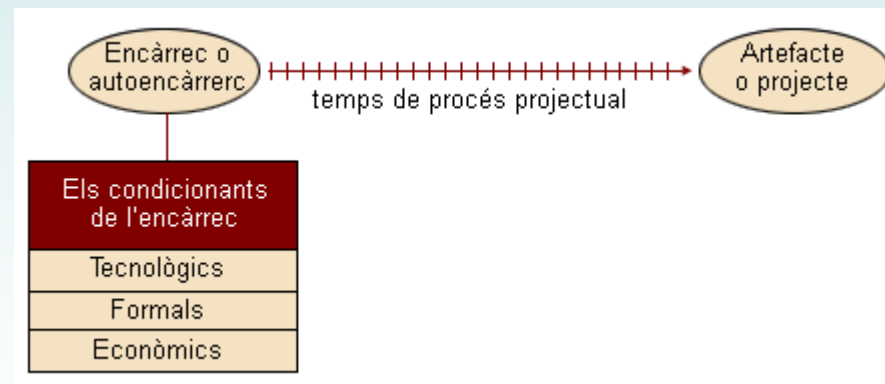
Fonts d'informació

En un moment inicial de disseny es tracta de desenvolupar una sèrie d'estratègies de caràcter informatiu.

La primera d'aquestes informacions la representa el mateix encàrrec o descripció del projecte que s'ha de dur a terme i que aporta el client.

Condicionants de l'encàrrec

El disseny no consisteix en una activitat lliure, incondicionada, sinó precisament al contrari, en una activitat condicionada i limitada.



El brífing

El brífing és un document que conté tota la informació bàsica que el dissenyador o l'agència de disseny han de tenir abans d'elaborar un projecte.

L'elaboració del brífing correspon al departament de màrqueting del client o empresa que fa l'encàrrec. Tot i que s'utilitza en totes les activitats de disseny, el seu origen i especialització corresponen a l'àmbit publicitari.

El brífing

Empresa anunciant	Informació exhaustiva que permet a l'agència conèixer l'empresa anunciant: història, productes, organització interna, etc.
Producte	Informació exhaustiva de tot el que fa referència al producte que ha de protagonitzar la campanya publicitària: marca, composició, preu, etc.
Competència	Informació exhaustiva de totes les marques que són competència directa o indirecta del producte que s'ha de promocionar.
Mercat	Informació exhaustiva de tot el que fa referència al mercat en el qual ha de competir el producte protagonista de la campanya publicitària.

El brífing

Consumidor	Informació exhaustiva del consumidor del producte: característiques, costums, estil de vida, motivacions de compra, etc.
Objectius de màrqueting	Informació sobre el que l'empresa pretén aconseguir com a resultat final de la seva activitat.
Objectius de publicitat	Informació concreta sobre el que ha d'aconseguir la campanya en qüestió.
Públic objectiu	Informació sobre el grup d'individus als quals s'adreça la campanya.
Temporització i pressupost	Informació sobre el temps de què es disposa per a crear i difondre la campanya publicitària, i dels recursos econòmics per a aquest

Planificació - preproducció

En aquest apartat del procés, cal planificar molt bé qui i quan intervindrà en el projecte. Un cop decidit, s'haurà de treballar de manera avançada en el projecte per a garantir que tots els agents que formen part d'aquesta producció actuen en el moment oportú i evitar possibles futurs problemes.

En la planificació tindrem molt en compte l'aspecte tècnic, intentant esbrinar quins requeriments necessiten i contactant amb els proveïdors necessaris abans de prendre decisions irreversibles i costoses

Planificació - preproducció

Els perfils que intervenen en el procés de disseny d'un sistema multimèdia i la funció de cadascun

Disseny	Definició objectius	Pressupost	Concepció producte	Disseny interfície	Pla de producció
Client	■	■	■	■	
Director tècnic	■	■	■	■	■
Arquitecte informació	■	■	■	■	
Dissenyador interfície				■	
Especialistes continguts					
Especialistes mitjans					
Programador			■	■	
Integrador			■	■	
Publicitari			■	■	

Elements del projecte de disseny multimèdia

Malgrat que és complex establir categories i classificacions entre les parts i el tot comú, en les tasques i les activitats del disseny de productes multimèdia es poden establir tres grans grups d'elements: de contingut, d'interfície i d'interacció.

Disseny de continguts

Ideació i producció de tots els segments de text, imatge i so que integraran les unitats bàsiques de significat en el producte final.

El disseny de continguts és el moment de definició concreta d'aquestes unitats, d'establiment d'unes pautes comunes d'aspecte i presentació gràfica per a aquestes categories: animació, vídeo i contingut complementari

Disseny d'interfície

Implica el disseny del sistema de comunicació d'un programa amb l'usuari: les pantalles i els elements que informen l'usuari del que pot fer, o del que succeeix.

Representa la conceptualització i producció del conjunt d'elements gràfics, textuais i sonors que apareixen simultàniament en les diferents pantalles que s'apareixeran a l'usuari en el transcurs de la interacció amb el producte multimèdia.

Disseny d'interfície

Parteix del disseny de continguts previ i integra els diversos elements o unitats en la composició específica que tindrà cadascuna de les pantalles – interfícies– d'usuari.

Disseny d'interacció

El disseny d'interacció representa la conceptualització i producció d'elements i estratègies perquè l'usuari navegui, es mogui, interactuï i faci ús dels diferents recursos i elements que integren el producte multimèdia.

Dissenyar i produir tots els elements que trenquen amb la imatge del receptor com a instància passiva, de mera recepció d'uns continguts, per a passar a facilitar i promoure l'actuació, la implicació i l'ús actiu del producte multimèdia

Test i publicació

La fase de prova es pot presentar en dos moments diferents durant el desenvolupament de l'interactiu:

1. Si hi ha un prototip, s'ha de provar abans d'ensenyar-lo al client. Aquest prototip és la versió alfa del producte.
2. La versió beta del producte, tant si hi ha un prototip previ com si no, és la versió definitiva de l'interactiu abans de passar a la fase de prova.

Test i publicació

Quan el producte s'ha provat i s'hi han fet totes les correccions oportunes, tindrem el màster del disc compacte amb què es començarà el procés d'estampació, que acabarà amb la versió comercial del CD.

En el cas que l'interactiu sigui un lloc web, estarem davant de la versió definitiva que cal penjar en el servidor que l'hostatjarà.

Test i publicació

Cal subratllar que la fase de prova és molt important en els productes tancats que no admeten modificacions (CD-ROM, DVD, etc.), mentre que en els interactius que es poden corregir amb facilitat, com els llocs web, no és tan crítica.