



Y en Diseño, ¿Quién decide?





Y en Diseño, ¿Quién decide?



21.04.16

Alfonso Llerena Polo

Cuando se habla de proyectos de diseño se piensa en primer instancia en los elementos básicos que lo acompañan, entonces miramos, el color, la composición, la tipografía la proporción, el equilibrio, el balance, el mensaje, el contexto, las imágenes, el usuario etc. Muchos de estos factores nos llevan a la toma de decisiones bien sea por la experiencia o el conocimiento y cuyo objetivo final es lograr un buen resultado.

Pero vamos más allá y pensemos en otros elementos esenciales en la toma de decisiones, el primer factor de decisión debe ser la comunicación directa con el cliente ya que es quien conoce el problema a solucionar, conoce el producto y sabe lo que necesita. Esto en muchos casos no es tan cierto. EL diseñador debe ayudar al cliente a materializar sus objetivos y entender ¿Qué es lo que quiere? y ¿Para qué lo quiere?

Desde el punto de vista cliente las respuestas casi siempre son las mismas, ganar más dinero, captar mayor audiencia, vender un producto, conseguir más visibilidad, responder a la competencia, estos son básicamente Objetivos de Negocio segundo factor en la toma de decisiones.

El tercer elemento son los objetivos del producto, que es un paso importante que el cliente muchas veces no entiende, hablamos del producto o artefacto de diseño que se piensa proponer para responder a las necesidades y objetivos del cliente. Para ello, crear listas es de gran ayuda ya que permitirá al diseñador, identificarlos y al mismo tiempo jerarquizarlos en una escala clara y limitada ya que un producto que pretenda cumplir con muchos objetivos acabará siendo complejo, confuso y finalmente un intento fallido en la toma de decisiones.

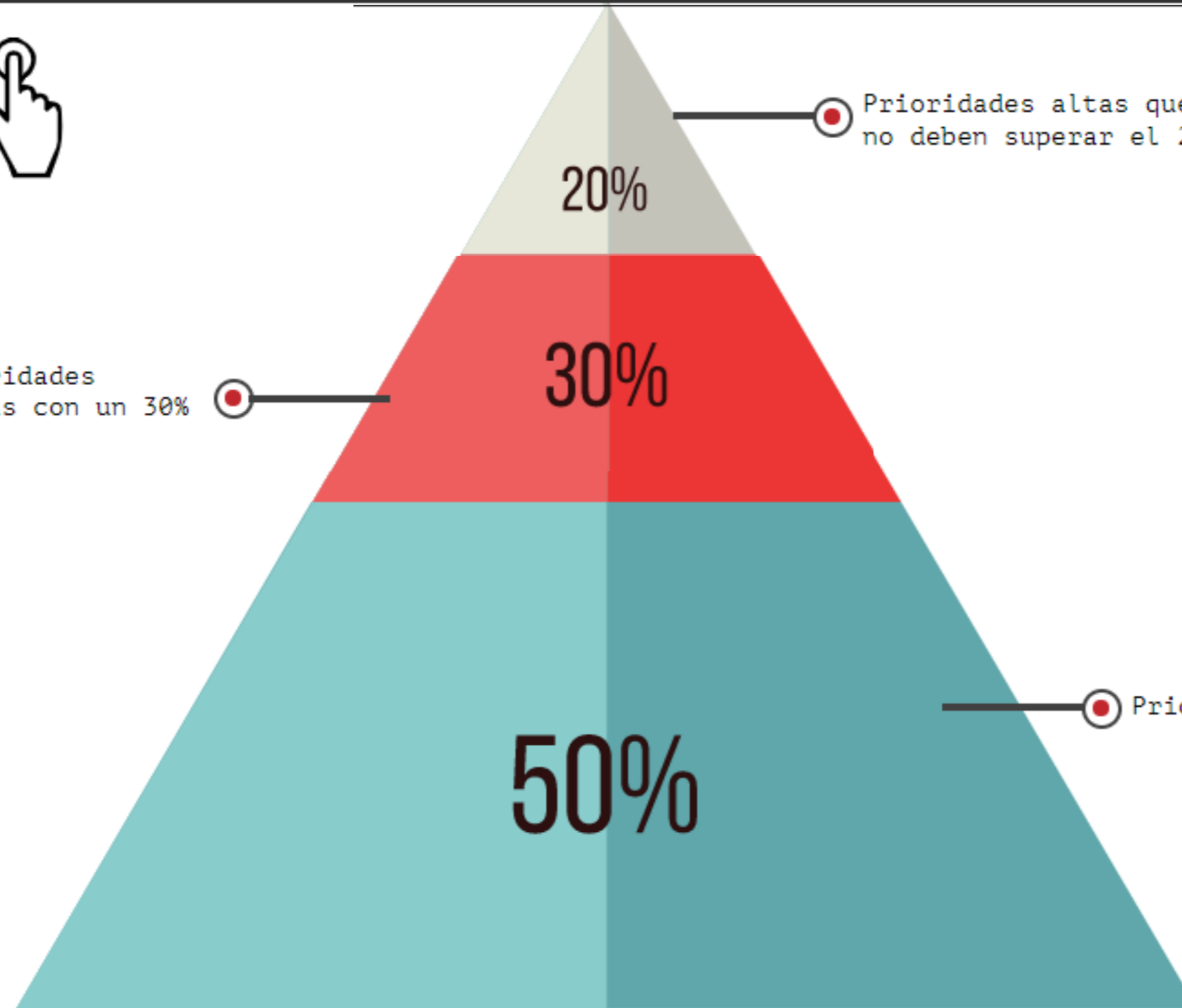
Dibujar una pirámide de prioridades donde se visualicen los objetivos y su jerarquía ayuda a tener una visión clara y a consensuar posiciones entre el cliente y el diseñador. Se sugiere dividirla en tres partes donde la parte superior contiene las prioridades altas que no deben superar el 20%, la parte central o prioridades medias con un 30% y finalmente la parte baja con un 50%.

"Desde el punto de vista cliente (...) ganar más dinero, captar mayor audiencia, vender un producto, conseguir más visibilidad, responder a la competencia"

La idea es pedir al cliente que escriba sus objetivos y los pegue en la pirámide usando post-its, estos facilitan el trabajo ya que se pueden reordenar, eliminar y cambiar rápidamente. El cliente siempre querrá poner todos los objetivos en la parte superior. Estos objetivos se deben alinear con los objetivos del producto generado un gráfico claro que ayuda a responder, conocer y entender lo que el cliente quiere este es el primer paso para tomar decisiones acertadas en el desarrollo de un producto realmente efectivo.



Prioridades medias con un 30%



Prioridades altas que no deben superar el 20%

Prioridades bajas

Otro punto y quizás el más importante en la toma de decisiones, depende de “El gran desconocido” para el diseñador, el usuario. En un mundo ideal el primer contacto con él es el cliente, quien a menudo tiene información clara de quienes son su recurso más importante. Las bases de datos con información demográfica y etnográfica son de gran ayuda en este punto el cliente debe aclarar dudas sencillas como ¿Quién es el usuario?, ¿Qué le interesa?, ¿A qué se dedica? ¿Qué condición social y económica tiene? o ¿Cuál es su entorno?

Los resultados de estos datos diversos ayudan a conocer ciertos aspectos del usuario o usuarios, ya que se puede dar el caso de que un mismo producto sirva a varios grupos. Se recomienda diseñar para todos, esto le da a los productos un carácter incluyente y una posición más cómoda para Cliente y diseñador, ya que el resultado “sirve para cualquier persona”. Para esto se sugiere recurrir a los 7 principios del diseño universal o diseño para todos que se resumen así:

LOS SIETE PRINCIPIOS DEL DISEÑO UNIVERSAL

LOS SIETE PRINCIPIOS DEL DISEÑO UNIVERSAL

1

Uso Equiparable

El diseño es útil y vendible incluyendo a personas con discapacidades. Debe evitar la segregación o estigmatización, debe ser atractivo a todos los usuarios y en la posible disponible a todos.

2

Uso Flexible

El diseño se acomoda a un amplio rango de preferencias y habilidades. Es decir que ofrezca posibilidades de elección en la manera de usarlo, que facilite su uso con exactitud y precisión según las necesidades del usuario.



Simple e Intuitivo


3

El uso del diseño es fácil de entender, atiende a la experiencia, conocimientos y habilidades actuales del usuario. Esto hace referencia a la eliminación de procesos complejos, que brinde información relevante, con métodos de respuesta efectivos en la finalización de tareas.

Información Perceptible

4

El diseño comunica eficazmente la información al usuario, atendiendo las condiciones ambientales o a las capacidades sensoriales del mismo. Aquí el diseñador debe usar diferentes modos de presentar la información, gráfica, verbal, o táctil. Productos con buen contraste, legibles y que proporcione información a personas con limitaciones sensoriales.

- 
- 5 Tolerancia al error**

El diseño minimiza los riesgos y las consecuencias adversas, acciones involuntarias o accidentales. Se deben minimizar errores para lograr objetos más accesibles, que adviertan sobre peligro y desalienten al usuario a realizar acciones inconscientes que necesiten vigilancia.
 - 6 Poco esfuerzo físico**

El diseño debe ser usado de manera eficaz y confortable con el mínimo de fatiga. El producto permite mantener una posición corporal cómoda, que no requiera acciones repetitivas minimizando el esfuerzo físico.
 - 7 Tamaño y espacio para el acceso y uso**

El diseño es útil y vendible incluyendo a personas con discapacidades. Debe evitar la segregación o estigmatización, debe ser atractivo a todos los usuarios y en la posible disponible a todos.

Estos principios dan una visión general sobre aspectos que se deben tener en cuenta ya que pueden modificar algunas decisiones tomadas anteriormente o tomar nuevas si se considera pertinente.

Es claro que el diseño está presente en cada una de las actividades de nuestra vida y debería hacerse pensando en todos, cumpliendo con los objetivos del producto y las necesidades de los usuarios que es a quienes va dirigido. Estas Interrelaciones determinan la toma de decisiones de manera consciente.