



APUNTES ENTORNO A LA CALIDAD EN EL DISEÑO

MTRA. Rebeca Isadora Lozano Castro

MTRA. Xochitl Marissa Dávila Ordoñez

LDG. Michelle Cházaro Mendoza

Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo

Universidad Autónoma de Tamaulipas

rebecadylan@hotmail.com



Resumen

Definir y comprender el diseño como actividad no ha sido tarea sencilla, así como tampoco lo ha sido el establecer parámetros precisos para evaluar los productos diseñados, más si se tiene en cuenta que la actividad de diseñar está formada por diferentes áreas, diversos métodos y, por supuesto, también diversas piezas que resultan de cada actividad.

Preguntas cómo: ¿se puede evaluar la calidad en un diseño?, y si es así ¿cuáles son los parámetros que se deben tener en cuenta? Son las que, de manera general, se abordan en el siguiente artículo.

Palabras clave

Calidad, Evaluación, Metodología, Proceso, Producto.



La calidad en el diseño

Primeramente, cabe mencionar el significado de “diseño” –Lo cual no es fácil ni absoluto–, esta palabra procede del italiano disegnare la cual deriva del latín designare que significa marcar, dibujar y designar. Se entiende también como “designar” a elegir, singularizar algo de entre lo variado o lo mucho, asignando a lo elegido, a lo singularizado, el cumplimiento de una finalidad, precisamente en virtud de la designación (Zimmermann, 2002, p.111).

Quien hace diseño se le denomina “diseñador” y será el encargado entonces, de hacer las elecciones atinadas para la producción del diseño que se este desarrollando, por ejemplo el material con el que será fabricado o, en el caso de un producto impreso, sobre qué material se va a reproducir, etc.; cada decisión tomada, formará parte de ese desafío. En conjunto, todas las elecciones que se hagan darán como resultado una serie de propiedades específicas las cuales serán las bases que permitirán juzgar el valor de ese diseño, es decir, su calidad.

El producto final es necesario que responda a una serie de factores previamente establecidos, Joan Costa (1994) en La imagen global, los enlista como: una necesidad de comunicación de un cliente, seguida por un proceso de codificación por parte del diseñador, mediado por el formato elegido para, finalmente, impactar al consumidor con el mensaje terminado. Dicho proceso no es rígido, y varía dependiendo de cada diseñador y de cada proyecto. Por ello, medir y evaluar la calidad, no es tan fácil, ni tan claro como lo sería en otras actividades.

El diseño abarca muchas categorías, todas ellas distintas, pero siempre compartiendo algo en común: El acto de diseñar. Así, por ejemplo, se pueden mencionar disciplinas encargadas de Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Diseño Arquitectónico, etc.; y, dentro de cada disciplina, se pueden encontrar también especializaciones, en Diseño gráfico existen, así mismo, diseñadores especializados en diseño editorial y otros en diseño de animación 3D por mencionar algunos, ambos son diseñadores gráficos, pero sus productos finales son completamente distintos, así como también lo serán los procesos o metodología de diseño que siguen sus creadores.



Los procesos o metodologías de diseño son de gran apoyo en cuestión de organización de tiempo y planeación en general, misma que ayuda a tener una mayor conciencia y control en la toma de decisiones y resultados finales. No se puede hablar de un único proceso para hacer diseño, puesto que no hay una única disciplina dedicada a esa actividad, ni tampoco un único producto que diseñar. Al contrario, los objetos de diseño son muchos y las disciplinas encargadas de realizarlos también.

En seguida, se muestran algunos procesos o metodologías que plantean algunos autores:

· Metodología clásica del diseño “ *La investigación sistemática de la primera generación*” por: Horst Rittel, año 1973. (Bürdek pág.156).

1. ¡Conoce y define “la misión”! (la tarea.) Esto debe realizarse con mucho esmero y es la condición previa para todo lo posterior.
2. ¡Reúne información! En esta fase se busca información sobre el estado real, las posibilidades técnicas y similares.
3. ¡Analiza la información adquirida! Se extraen conclusiones al tiempo que se comparan con “la misión”, con el estado previsto.
4. ¡Crea soluciones alternativas! En este punto son frecuentes los momentos de frustración y a veces pueden aflorar crisis creativas. De todas maneras, esta fase debería llegar a término sólo cuando se haya ideado al menos una solución y se haya comprobado su viabilidad.
5. ¡Juzga (los pros y los contras de las alternativas) decídete por una o varias soluciones! Esta fase puede venir acompañada de todo tipo de procesos complicados, por ejemplo, de simulaciones que han de proporcionar al investigador sistemático una imagen de la validez de ésta o aquélla solución.
6. ¡Haz una prueba y ponla en práctica! Se prueban las soluciones y se ofrecen al responsable de la decisión. Tras estos preparativos, a éste le compete la elección entre las alternativas ofertadas y dispone su puesta en práctica.

· Pensamiento estratégico, “ *Su estructura básica a partir de cuatro conceptos rectores*” por: Zimmermann (2002, pág 163)

El fin/designio: El conocimiento completo de una situación dada permite concretar el designio y desarrollar el conjunto de acciones, la estrategia, que harán posible su consecución.

El proyecto/diseño: Para que el anterior punto sea factible, se elabora un proyecto/diseño basado en los medios disponibles.

Los medios: Las características de estos medios y el uso que se hace de ellos, viene, en lo esencial, determinado por el fin que se persigue, por el concepto rector que guía y mueve (acción).

La acción: Es el proyecto hacia su realización.

La utilidad del pensamiento estratégico se basa en que no está construido sobre la belleza sino sobre la eficacia, lo cual significa que la elección (o el diseño) de todas las piezas que integran el todo de un proyecto se consideran bajo ese parámetro. «O sea, el diseñador-estratega no debe preguntarse si lo que hace "es estético" sino: ¿es eficaz el diseño de esta forma, de este signo, la elección de este material, de este color para el fin que se pretende conseguir? [...] Cuando un objeto ha sido diseñado bajo el parámetro de eficacia y, en el proceso de su proyectación, se han integrado de manera armónica, será entonces un objeto bello.» Zimmermann (2002, págs. 165-166).

· **Secuencia de proceso de diseño por: Frascara (2006, Pág. 96).**

1. Encargo del proyecto: primera definición del problema por parte del cliente. Definición de los tiempos y del presupuesto.
2. Recolección de información. Sobre el cliente, el producto, la competencia (si existe) y el público.
3. Segunda definición del problema. Análisis, interpretación y organización de la información obtenida. Definición de objetivos.
4. Especificación del desempeño del diseño: Definición del canal (cómo llegar físicamente al público); estudio de alcance, contextos y mensaje. Definición de los argumentos (cómo llegar cognitivamente al público). Estudio preliminar de implementación.
5. Tercera definición del problema: Especificaciones para la producción, definiendo el problema en términos de diseño y producción. Desarrollo del programa de diseño y producción.
6. Desarrollo del anteproyecto: Consideraciones de forma, contenido, canal y tecnología.
7. Presentación a cliente: (un acto informativo y persuasivo. Un problema de diseño).
8. Organización de la producción. Preparación del original final, físico o electrónico, para la producción final, con especificaciones técnicas completas.
9. Supervisión de implementación. Supervisión de producción industrial, difusión o instalación.
10. Evaluación. Monitoreo del grado en que los objetivos establecidos alcanzados. Ajustes eventuales basados en la evaluación. Implementación del diseño modificado y subsecuente evaluación.

Un desarrollo de este proceso puede aclarar sus pasos.



Modelo de proceso de diseño “El juego del ir y venir”, sugerido para estudiantes de diseño, guiados por un Docente: Vázquez (2006 pag 29).

1. INICIO. Planteamiento del problema: Nombre y descripción del ejercicio, objetivos (intención comunicativa) y limitantes, constantes y variables.

2. SEMANTIZACIÓN Y DEFINICIÓN. Interpretación y análisis: A partir de términos lingüísticos buscar definiciones:

- Saber enciclopédico (común)
- Saber científico
- Sinónimos y antónimos (por lo que es y lo que no es); asociación de ideas (“lluvia de ideas”); por escrito, “diagnóstico”.

Este paso y el anterior (Inicio), determinan el “Qué y Para qué” del proceso.

3. HIPÓTESIS GRÁFICA. Traducción: Intercambio de lenguaje en términos lingüísticos por lenguaje en términos gráficos (de lo verbal a lo visual). Cuestionamiento:

- ¿Qué tipo de plano básico?
- ¿Formato? ¿proporciones?
- ¿Qué tipo de composición y por qué?
- ¿Cómo relacionar un elemento con otro?
- ¿Qué estructura sustenta dichas relaciones?
- ¿Equilibrio entre espacios ocupados y espacios vacíos?
- ¿Qué formas usar? ¿Qué texturas? ¿Qué colores?

Bocetaje: (Vasto y variado) Verbalizar razones, aplicar teoría.

4. PRODUCCIÓN GRÁFICA. Solución física: Confrontación entre materiales y habilidades gráficas y plásticas. Equilibrio entre claridad expresiva y calidad de trazo y presentación.

Los pasos tres y cuatro determinan el “Cómo” del proceso.

5. CONCLUSIÓN. Comprobación: Con base en dinámica grupal, se evalúa el resultado en cuanto a claridad y precisión del mensaje.

Confrontación con el planteamiento inicial. Por medio de la revisión del proceso ¿El problema fue solucionado?, ¿Por qué sí?, ¿Por qué no?

“Todo lo anterior desde un juego cíclico de ida y vuelta en donde se vale retroceder” Vázquez (2006).

Como se mencionó al principio de este apartado, uno de los conceptos de diseño tiene que ver con “elegir, singularizar algo de entre lo variado o lo mucho”, y que es el diseñador el encargado de realizar



esa serie de elecciones las cuales deberán de ser las más adecuadas para que el producto que se esté desarrollando cumpla con su finalidad, el uso de algún proceso ayudará a tener mejor control en las elecciones que se tomen, mismas que al final darán la pauta para valorar la calidad del producto. Por lo tanto, si se pretende alcanzar la calidad como tal, es preciso que durante todo el proceso se tenga presente, plantearla incluso, como una ideología inmersa en cada proyecto de diseño que se realice.

La calidad y sus parámetros

La calidad se define como la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor (RAE, 2013). De la definición anterior podemos destacar algunas palabras y frases claves: Conjunto de propiedades inherentes: la generación objetos, sean tangibles, como los productos, o intangibles, como los servicios, conllevan en todos los casos de un proceso, una serie de pasos a seguir. Dichos procesos se repiten con el objetivo de lograr siempre el mismo resultado, o bien, se modifican y ajustan para obtener diferentes resultados. En el caso del diseño, no es solo el proceso llevado a cabo, sino las propiedades formativas elegidas: elementos gráficos, tipografías, colores, cuya sintaxis específica, resultan en un significado global final.

Juzgar: consiste en emitir una opinión basándose en la comparación del objeto contra otro de igual categoría y de valor comprobado.

Valor: este punto habla sobre la utilidad para que el producto o servicio analizado, satisfaga las necesidades del mercado para el cual fue producido.

Gran parte de la importancia de medir la calidad, radica en el hecho de que habitamos un mundo globalizado y mediatizado, en donde todos somos partícipes, al menos como consumidores; esperamos obtener la mejor calidad por el recurso invertido, no importa si se gasta un peso o millones de dólares. Un sello de "calidad" nos garantiza de alguna manera que el objeto o servicio adquirido siguió normas y parámetros para destacarse entre sus competidores, por lo tanto, nos ofrece más "valor".

Para lograr el aseguramiento de la calidad, se han creado organismos, nacionales, e internacionales que una vez auditado el proceso, le otorgan un certificado o acreditación.

Según la revista del consumidor española Consumer.es, se pueden clasificar en base a la función del objeto de la certificación, en: empresas, productos, servicios, procesos, personas y modelos de gestión, donde la certificación es válida para el objeto, servicio, o proceso sobre el cual se expide. En otras palabras, si una empresa tiene certificado un producto no quiere decir que tenga certificada su gestión o viceversa.



Dentro del sector de sistemas de gestión de la calidad la más reconocida mundialmente es la otorgada por la International Organization for Standardization (ISO), la cual desarrolla estándares de calidad para productos, servicios y gestiones, ayudando a hacer la industria más eficiente y efectiva. Gracias a que el desarrollo de sus estándares se logra a través de consensos internacionales, ayudando a romper las barreras de intercambio comercial entre los distintos países.

Dichos estándares aplican en procesos y gestiones los cuales suelen ser repetitivos, controlados y monitoreados durante cierto tiempo. Sin embargo, como se mencionó en el caso del diseño, esto no sucede así. Cada caso es único y, a pesar de que se pueden plantear metodologías generales, las características propias de cada caso: el mercado al que se dirige, los elementos visuales empleados, los métodos de producción elegidos, los sustratos, vuelven al producto final único y distinto de los demás.

Respecto al tema del diseño, como vimos anteriormente, existen diversas metodologías propuestas por autores expertos en diseño, las cuales pueden seguirse a la perfección durante el proceso de generación de ideas, conceptualización y producción, pero no por ello, se puede garantizar la calidad del producto terminado.

Conclusiones

Concluimos que no es posible establecer parámetros para medir la calidad del diseño, aún si cuando se cumplan puntualmente los procesos y metodologías propuestas. Se pueden evaluar, de una manera un tanto subjetiva, los resultados propios de cada etapa, pero finalmente, al ser introducido el objeto final al público para el cual fue creado, los resultados que antes nos parecían precisos, estéticos y funcionales, pueden ser variables.

Se podría afirmar, entonces, que un diseño de calidad sería aquél que cumple con su finalidad de manera correcta en todos sus aspectos, tanto de comunicación, función y producción.

En resumen, cada diseñador, de manera personal, tiene en sus manos la capacidad de autoevaluar su trabajo, de mejorar sus propios procesos, crear sus propias metodologías, implementar sistemas de mejora para lograr resultados óptimos y entregar diseños de calidad y valor a sus clientes.



Fuentes de información

- Bürdek, B. (1994). Diseño, Historia, Teoría y Práctica del Diseño. Industrial Ediciones G. Gili, S. A. De C. V. México.
- Cháves, N. (2000). Enseñar a diseñar o aprender a comunicar. Revista Tipográfica, No. 43(XIV).
- Costa, J. (1994). La imagen global: evolución del diseño de identidad. Colección: Enciclopedia del Diseño. Editorial CEAC. Barcelona, España.
- Centro de Información Empresarial del Estado de Puebla (Puebla, 2009). Organismos Acreditadores y Certificadores. Fecha de recuperación: 05 de febrero de 2013. Disponible en: <http://www.ciepuebla.com.mx/organismos.php>
- Economía Doméstica Sociedad y Consumo. Fecha de recuperación: 11 de febrero de 2013. Disponible en: http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/sociedad-y-consumo/2004/03/18/97345.php?page=2
- Erosky Consumer (2012). Certificados de calidad. Fecha de recuperación: 30 de enero de 2013. Disponible en: http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/sociedad-y-consumo/2004/03/18/97345.php?page=2
- Frascara, J. (2006). El diseño de comunicación. Ediciones Infinito. Bueno Aires, Argentina.
- International Organization for Standardization (2013). Certification, Structure, The ISO story. Fecha de recuperación: 05 de febrero de 2013. Disponible en: <http://www.iso.org/iso/home/about.htm>
- Munari, B. (2011). ¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual. Editorial Gustavo Gili. 14 va. Edición. Barcelona, España.
- Tesis: Implementación del manual de calidad según normas ISO 9002 en una empresa gráfica, por Alexis Ricardo Castañeda Barrios (2002). Metodología para implementar el Manual de Calidad. Fecha de recuperación: 01 de febrero de 2013. Disponible en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/Ingenie/Casta%3%B1eda_B_A/indice.htm
- Vázquez, A., Campos, M., Álvarez, I., Palacios, M., Castañeda, M., Torres, J., Rivera, L. (2006). Didáctica del diseño gráfico: Registro de una experiencia viva. Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico A. C. México.
- Viggiano, E. (2000). El diseño como actitud. Área Ediciones. Buenos Aires, Argentina.
- Zimmermann, I. (2002). Del diseño. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, España.