

ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS PROYECTUALES UTILIZADAS EN LAS ESCUELAS SUPERIORES DE DISEÑO

AN ANALYSIS OF PROJECT METHODOLOGIES IN HIGHER EDUCATION DESIGN SCHOOLS

Isabel María Jiménez Gutiérrez

Inspectora de educación. València.

Comunidad Valenciana.

ORCID: 0009-0004-9008-2640

Resumen

El aprendizaje basado en proyectos constituye una metodología innovadora en educación, aunque su aplicación en las Escuelas de Diseño se remonta a décadas atrás. Esta investigación se orienta a comprender las metodologías proyectuales empleadas en las Escuela Superior de Diseño, focalizando el análisis en la asignatura "Trabajo Final de Título" en cada especialidad.

Para ello se adoptó un enfoque cualitativo mediante entrevistas semiestructuradas a docentes y estudiantes, complementadas con observación directa en el aula. El objetivo fue identificar las fases del proceso proyectual y las particularidades metodológicas en la resolución de problemas de diseño.

El análisis revela que todas las especialidades comparten un protocolo común para abordar problemas de diseño. Sin embargo, cada área adapta este esquema a sus necesidades específicas, incorporando herramientas y estrategias propias que optimizan el desarrollo del proyecto según su naturaleza.

Estos hallazgos confirman la coexistencia de un marco metodológico general y variaciones particulares que enriquecen la práctica proyectual. Se destaca la flexibilidad como elemento clave para garantizar soluciones coherentes y creativas, lo que refuerza la pertinencia del aprendizaje basado en proyectos en la formación en diseño.

Palabras clave: *metodología de proyectos, Escuela Superior de Diseño de Valencia, proyectos, especialidades, gráfico, producto, moda, interiores.*

Abstract

To achieve this, a qualitative approach was adopted through semi-structured interviews with teachers and students, complemented by direct classroom observation. The objective was to identify the phases of the project process and the methodological particularities in solving design problems.

The analysis reveals that all specialties share a common protocol for addressing design problems. However, each area adapts this framework to its specific needs, incorporating tools and strategies that optimize project development according to its nature.

These findings confirm the coexistence of a general methodological framework and particular variations that enhance project practice. Flexibility stands out as a key element to ensure logical and creative solutions, reinforcing the relevance of project-based learning in design education.

Keywords: *project methodology, Higher School of Design of Valencia, projects, specialties, graphic, product, fashion, interiors.*

INTRODUCCIÓN

El aprendizaje basado en proyectos se ha consolidado como una metodología innovadora en el ámbito educativo, favoreciendo la adquisición de competencias mediante la práctica y la resolución de problemas reales. Aunque su incorporación en las aulas es reciente, esta metodología ha estado presente desde hace décadas en las Escuelas de Diseño, lo que despierta el interés por analizar su aplicación en este contexto específico.

La presente investigación se centra en las Enseñanzas Artísticas Superiores, concretamente en la formación de diseñadores en la Escuela de Arte y Superior de Diseño de València (EASDValència).

El propósito es comprender cómo cada especialidad adapta la metodología proyectual a sus propias necesidades, buscando optimizar el proceso y potenciar la creatividad. Este análisis permitirá identificar buenas prácticas y generar una herramienta útil que contribuya a la mejora continua del proceso proyectual en la enseñanza del diseño.

OBJETIVO

Los objetivos generales de esta investigación son :

Identificar las fases que conforman el proceso proyectual, mediante el análisis de los diferentes Trabajos Finales de Título (TFT) realizados en la EASD València.

Examinar la aplicación de la metodología proyectual en las especialidades de Diseño Gráfico, Moda, Interiores y Producto, considerando su desarrollo en el contexto del aula.

Comparar los métodos utilizados en cada especialidad para detectar similitudes, diferencias y oportunidades de mejora en el proceso proyectual.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

1. EL DISEÑO

1.1. EL CONCEPTO DE DISEÑO

El diseño trasciende la mera estética para constituirse como un proceso creativo e interdisciplinar orientado a la resolución de problemas y la innovación. Más allá de su definición académica o institucional, se sintetiza como una estrategia adaptativa y de transformación que integra creatividad, funcionalidad y estética. Su propósito fundamental es optimizar productos existentes o concebir soluciones nuevas que respondan eficazmente a las necesidades humanas.

1.2. METODOLOGÍA PROYECTUAL EN DISEÑO

Como disciplina proyectual, el diseño opera mediante procesos estructurados orientados a generar soluciones coherentes y funcionales (Vilchis, 2002). Teóricos de referencia como Bonsiepe, Munari, Jones, Papanek y Costa han desarrollado metodologías que, si bien son flexibles, comparten una estructura lógica basada en cuatro constantes metodológicas esenciales:

1. Información e investigación: recopilación y organización del material vinculado al problema.
2. Análisis: descomposición del contexto en demandas, requerimientos y condicionantes.
3. Síntesis: formulación de criterios para estructurar una respuesta coherente.
4. Evaluación: verificación y contraste de la solución con la realidad.

Dentro de estos enfoques, destaca la propuesta de Bruno Munari (1983) por su carácter sistemático y flexible. Su método plantea una secuencia lógica de operaciones destinada a lograr el máximo resultado con el mínimo esfuerzo. Este proceso abarca desde la definición del problema y el desglose de sus elementos, pasando por la investigación de datos y la experimentación material, hasta la validación de modelos con usuarios y la posterior elaboración de los dibujos

constructivos finales, garantizando así la coherencia del proyecto sin coartar la innovación.

2. ESCUELA DE ARTE Y SUPERIOR DE DISEÑO DE VALÈNCIA

Las Escuelas de Artes y Oficios en España evolucionaron desde la formación artística aplicada a la industria en el siglo XVII hacia la profesionalización del diseño impulsada por la Revolución Industrial. En València, esta trayectoria se consolidó a través del Plan 63 y se estructuró en 1986 con la oferta de cinco especialidades: Interiores, Gráfico, Producto, Moda e Imagen.

Posteriormente, la LOGSE (1990) otorgó el rango superior a las Enseñanzas Artísticas, equiparándolas a los títulos universitarios, lo que derivó en la creación oficial de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de València (a partir de ahora EASD València) en 2002. En la actualidad, el centro imparte Ciclos Formativos, Títulos de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño y posgrados. Esta investigación se acota específicamente a los proyectos desarrollados en sus Estudios Superiores de Diseño, los cuales se enmarcan en las Enseñanzas de Régimen Especial y se rigen bajo el marco normativo actual de la Ley 1/2024, de 7 de junio.

MARCO APLICADO

1. ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS POR ESPECIALIDAD

Este apartado examina cómo se implementa la metodología proyectual en las aulas de las diferentes especialidades de la EASDValència. Para identificar las estrategias y particularidades de cada disciplina, la investigación se fundamentó en entrevistas a docentes y observación directa de las sesiones de trabajo.

1.1. DISEÑO GRÁFICO

El diseñador gráfico es un creador cuya actividad tiene por objeto la utilización del lenguaje gráfico para generar mensajes y comunicar contenidos de naturaleza diversa con diferentes medios y para los distintos canales de comunicación. (RD

633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
BRIEFING <i>Briefing, target, cliente, detalles de objetivos</i>	■										
CONCRETAR PROYECTO <i>Definir contenidos y establecer límites prácticos</i>	■	■	■								
REFERENTES Y ANTECEDENTES <i>Búsqueda y análisis</i>				■	■	■	■	■	■		
DISEÑO				■	■	■	■	■			
CORRECCIONES /TALLER					■	■	■	■			
ARTES FINALES <i>Preparación de las piezas para producción</i>								■	■		
PRODUCCIÓN <i>Grabaciones, impresiones y montajes de las maquetas</i>									■	■	
DOCUMENTACIÓN MATERIALES <i>Definir contenidos y establecer límites prácticos</i>				■	■	■	■	■			
MEMORIA <i>Presupuestos, conclusiones, bibliografía</i>									■	■	
PRESENTACIÓN <i>Definir contenidos y establecer límites prácticos</i>											■

1.1.1. METODOLOGÍA PROYECTUAL UTILIZADA EN DISEÑO GRÁFICO

Definición del problema

- *El Brief:* Es el punto de partida de todos los proyectos de diseño y debería contener toda la información necesaria para planificar, investigar y completar con éxito el proyecto. En proyectos reales se elabora mediante entrevistas y encuestas con el cliente para conocer sus necesidades. En el contexto pedagógico, dado que abundan los proyectos ficticios, el estudiante suele iniciar con un *brief* abierto que se define tras investigar.

- Planificación, organización y gestión. Cronograma

Será una línea de tiempo visual que funciona como guía organizativa para delimitar la duración de cada fase según la tipología del proyecto.

Figura 1. Ejemplo de cronograma. Recuperado del TFT "Biodegradable", de Parralejo, J., año 2016, p.18, Valencia, España: EASDValència.

Fase de información. Análisis.

Consiste en la investigación exhaustiva del problema (producto, objetivos funcionales y público), del cliente (identidad y recursos) y del entorno (competencia y referentes estéticos). Esta fase concluye con:

- *Matriz DAFO*: es una metodología de estudio de la situación estratégica de una empresa o en este caso del proyecto, que analiza sus características internas (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades) en una matriz cuadrada. (Gasca & Zaragoza, 2014, p. 40)

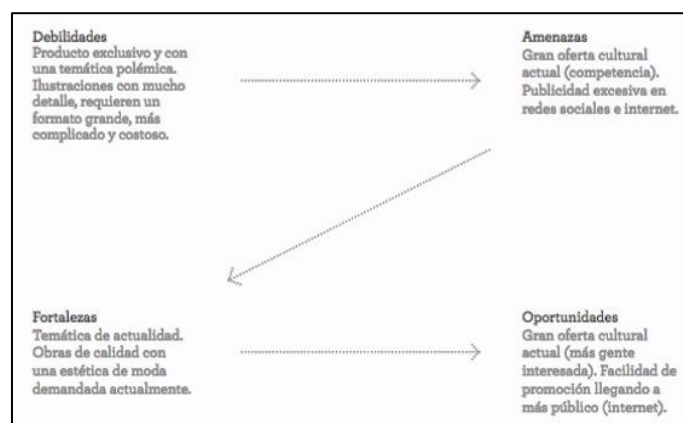


Figura 2. Ejemplo de análisis DAFO. Recuperado del TFT "Las páginas salmón", de Asín, S., año 2014, p.16, Valencia, España: EASDValencia.

- *Contrabrief*: Documento de corrección y ajuste del encargo inicial fundamentado en la investigación previa, indispensable en proyectos académicos para suplir la falta de datos del cliente real.

Fase conceptualización (ideación)

Conceptualizar es elaborar los conceptos o estrategia conceptual a partir de los cuales se desarrollará la solución gráfica y que están fundamentados en las conclusiones de la "fase de análisis".

Los conceptos son palabras (en general adjetivos) que definen de manera sintetizada las características que tendrá la solución gráfica.

El alumno en definitiva en esta fase tiene que dar respuesta a la pregunta: "¿Qué es lo que tiene que transmitir lo que yo haga?"



Figura 3. Ejemplo de conceptualización. Recuperado del TFT "Pilota valenciana. Guia per a despistats", de Cerdà, N., año 2016, p.46, Valencia, España: EASDValencia.

Las técnicas que el alumno suele utilizar en esta fase son:

- Investigación y documentación visual: El estudiante analiza el posicionamiento y la identidad visual de una marca (logotipos, lenguaje, colores). Tras identificar patrones y tendencias en el sector, extrae conclusiones críticas basadas en la visualización de datos.
- Storyboard: Secuencia gráfica de dibujos que narra de forma cronológica una idea (aplicada a proyectos audiovisuales, editoriales o de *apps*). Su valor pedagógico radica en que facilita la comprensión de la propuesta al plasmar matices que se perderían de forma oral.

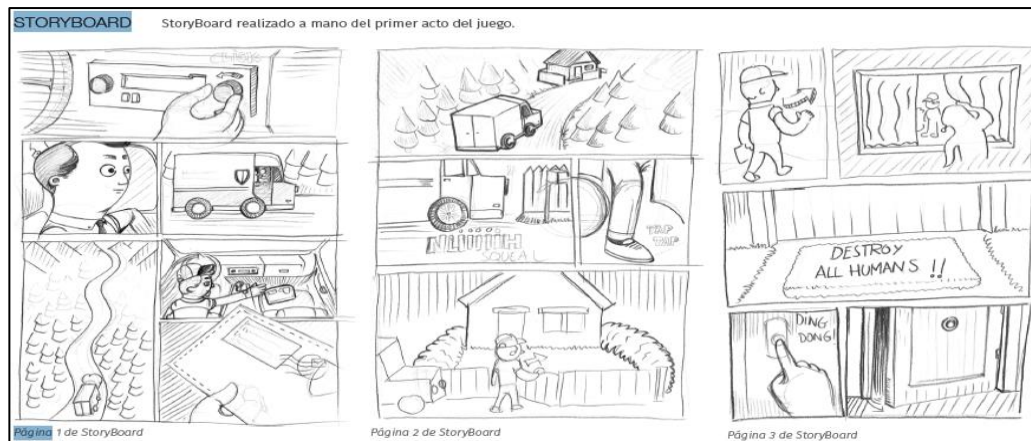


Figura 4. Ejemplo de story board. Recuperado del TFT "New point &click app", de García, N., año 2015, p.52, Valencia, España: EASDValència.

- Lluvia de ideas (Brainstorming): Técnica de generación de ideas que exige delimitar previamente el problema para mantener un foco de diseño claro y conciso.
- Mapas mentales: Recurso de exploración rápida para entender el alcance de un problema. Al ramificar visualmente conceptos y subcategorías cromáticas alrededor de una palabra central, el alumno conecta ideas de forma ágil e intuitiva.

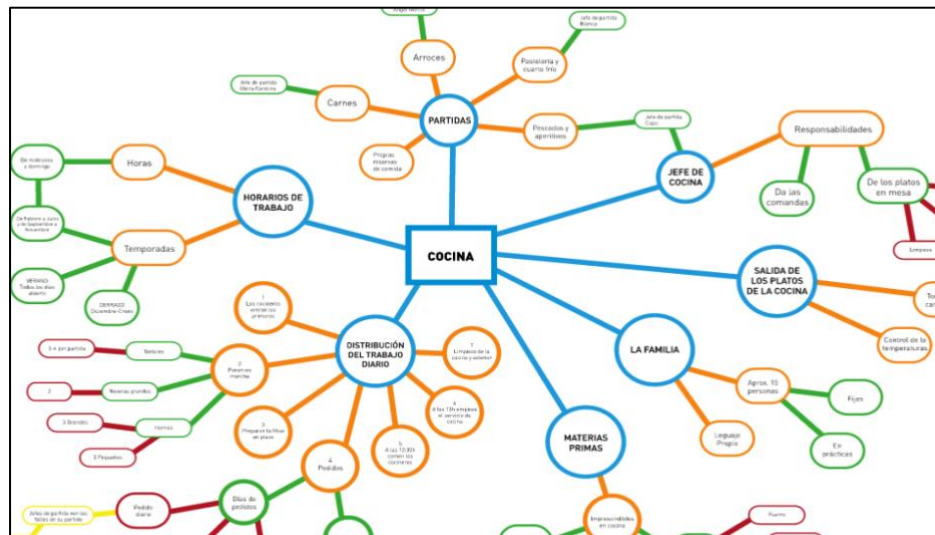


Figura 5. Ejemplo de mapa mental. Recuperado del TFT "Procesos de trabajo QDR", de Viso, I., año 2016, p.42, Valencia, España: EASDValència.

- La figura retórica: Estrategia metodológica que traslada recursos literarios (metáfora, hipérbole, antítesis) al lenguaje visual. Ayuda al estudiante a combinar imágenes y palabras de forma inesperada en proyectos tipográficos o publicitarios para sorprender al espectador.

Fase de formalización gráfica

Es la traducción del concepto a soluciones visuales (composición, tipografía, color). En proyectos ficticios, el docente asume el rol de validador técnico y material. Las dinámicas de aula en esta fase incluyen:

- Esprintar (Sprint): Ejercicios de diseño rápido bajo presión de tiempo para forzar la originalidad.
- Bocetado: Dibujo manual de aproximaciones sucesivas sin borrar errores.
- Maquetas de papel: Simulaciones físicas aplicadas a proyectos editoriales



Figura 6. Ejemplo de maqueta. Recuperado del TFT "Biodegradable", de Parralejo, J., año 2016, p.128, Valencia, España: EASDValència.

- Test de usuario: Prototipos interactivos evaluados con usuarios reales (clave en entornos web y apps).



Figura 7. Ejemplo de prototipo de interfaz de usuario. Recuperado del TFT "New point &click app", de García, N., año 2015, p.74, Valencia, España: EASDValencia

Una vez el alumno ya tiene la solución gráfica definitiva y ha desarrollado los distintos soportes necesarios para culminar el proyecto, para resolver el problema (la campaña de comunicación, el manual de identidad, una app, etc), debe justificar el resultado en función de los objetivos establecidos en el *brief* (y la fase de análisis)

Fase viabilidad productiva y económica

Análisis crítico que garantiza la factibilidad del proyecto. La *viabilidad económica* calcula minuciosamente los costes internos y externos del proyecto (donde el profesor suele actuar como cliente exigente en cuanto a presupuesto); la *viabilidad productiva* asegura, mediante criterios tecnológicos, que la solución gráfica sea perfectamente reproducible por la industria actual.

Evaluación/conclusión

Cierre pedagógico del proceso donde el alumno realiza un ejercicio de **autoevaluación**. En él contrasta de forma crítica el resultado final con los objetivos del *brief/contrabrief* para identificar las fortalezas y debilidades de su propuesta.

1.2. DISEÑO DE PRODUCTO

El diseñador de producto es un profesional capaz de proyectar, analizar, investigar y determinar las propiedades y cualidades físicas, así como los valores simbólicos y comunicativos que han de caracterizar sus producciones, definiendo la forma, la configuración, la calidad, el funcionamiento, el valor y la significación estética, social y medioambiental de las mismas. (RD 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño)

1.2.1. METODOLOGÍA PROYECTUAL UTILIZADA EN DISEÑO DE PRODUCTO

Origen del proyecto: Identificación del problema

En la fase inicial del proyecto de diseño, el estudiante se enfoca en detectar el problema o necesidad que su propuesta buscará resolver. Existen dos vías principales para abordar este punto de partida:

- Por encargo o concurso: El alumno se adapta a un marco preestablecido. Desarrolla un *brief* inicial y, tras una fase de investigación, define un *contrabrief* definitivo.
- Por iniciativa propia (Detección de necesidades): El estudiante busca un problema de forma autónoma. Tras una investigación preliminar, analiza si el mercado ya ofrece soluciones:
 - Si existen soluciones, evalúa sus deficiencias para proponer mejoras.
 - Si no existen, delimita las áreas de estudio para formular un *brief* innovador. En esta modalidad no se elabora un *contrabrief*.

Para empatizar con el usuario y descubrir oportunidades de diseño, el alumnado puede emplear diversas herramientas metodológicas (Milton & Rodgers, 2013):

- Etnografía: Observación de usuarios en su entorno cotidiano para descubrir usos no planificados de los objetos.
- Un día en la vida de...: Seguimiento y registro fotográfico diario de un sujeto para detectar necesidades latentes de las que ni él mismo es consciente.
- El foto-diario: Registro visual y escrito realizado por un tercero sobre una actividad concreta durante un tiempo determinado.
- Efectos personales: Análisis de los objetos que la gente más valora para entender sus deseos, simbolismos y conexiones emocionales, más allá de sus necesidades básicas.
- Identificación de tendencias: Análisis de ferias, prensa de diseño y estudios de referencia para hallar oportunidades de mercado futuras.

- Autopsia de productos: Desmontaje y análisis de un producto existente para comprender sus decisiones de material, embalaje y diseño estructural.
- Análisis de la competencia: Evaluación comparativa de productos rivales en el mercado para identificar sus fortalezas y debilidades.
- Inténtelo usted mismo: Experimentación en primera persona por parte del alumno, actuando como un usuario real del producto.
- Crowdsourcing: Convocatorias abiertas en entornos digitales (como redes sociales) para recopilar datos e imágenes masivas de los usuarios de forma rápida.
- Otras herramientas: Bocetos rápidos (para iterar ideas), mapas mentales, entrevistas, búsquedas bibliográficas e intuición.

Una vez identificado el problema central, el alumno traza un cronograma (*planning*) de trabajo y realiza una **investigación dirigida y específica** según la tipología de la necesidad, lo que le permitirá consolidar de manera definitiva el *brief* del proyecto.

Definición del problema o encargo (brief)

Para articular un *brief* sólido y eficaz, el estudiante debe analizar y dar respuesta a dos grandes pilares conceptuales que guiarán el desarrollo de su proyecto (García Uceda, 1997):

a) El público objetivo

Consiste en definir con precisión el colectivo al que se dirige el producto. Según la naturaleza del proyecto, el alumno deberá concretar:

- Factores externos: El entorno social y cultural del usuario, como su clase social, nivel educativo, tipo de estructura familiar y sus grupos de pertenencia o comunidades afines (ej. deportistas, profesionales sanitarios).

- Factores internos: Tanto las características demográficas personales (edad, sexo, ocupación, ingresos) como las variables psicológicas (estilo de vida, motivaciones, personalidad, actitudes y procesos de aprendizaje).

b) Los atributos del producto.

Cuando se definen los atributos del producto en el *brief*, este contemplará unas cosas u otras dependiendo de las necesidades que muestre el problema/necesidad.

- Atributos físicos: Las cualidades formales y tangibles del objeto que se aprecian visual y táctilmente (peso, dimensiones, acabados, geometría o materiales).
- Características ergonómicas: La adaptación funcional y anatómica del producto a las necesidades de uso específicas del destinatario (por ejemplo, la habitabilidad de un vehículo adaptada al transporte de mascotas).
- Características psicológicas: Los valores intangibles, la carga emocional y los mensajes que el producto y la identidad de marca deben transmitir al usuario.

Con toda esta información, en función del problema a resolver, el alumno genera el *brief* para afrontar su proyecto.

Anteproyecto (ideación): Métodos creativos y racionales en la búsqueda de soluciones

En esta etapa del proceso de aprendizaje, el alumnado transita de la definición del problema a la generación de soluciones. Para evitar el bloqueo mental y estructurar el pensamiento, el proceso se apoya en dos grandes tipologías metodológicas (Vidal, Gallardo & Ramos, 1999):

a) Los métodos creativos o de caja negra.

Orientados a estimular el pensamiento lateral, eliminar barreras cognitivas y expandir el campo de búsqueda de soluciones. Entre los más utilizados destacan:

- Brainstorming (ya se ha explicado con anterioridad)
- Sinestesia o sinéctica: Búsqueda de soluciones a través de cuatro tipos de analogías: *directas* (inspiradas en la biología), *personales* (empatía corporal con el objeto), *simbólicas* (metáforas lingüísticas) y *fantásticas* (escenarios irreales o absurdos).
- Wild Card: Selección de la idea más absurda de un *brainstorming* para transformarla en una propuesta positiva y viable.
- Estímulo aleatorio: Relación forzada entre el problema y una palabra u objeto elegido al azar.
- Transformación: Uso de sinónimos para redefinir el enunciado del problema desde otras perspectivas.
- Técnica del «¿Por qué?»: Cuestionamiento sucesivo y en cascada sobre el problema para llegar a su raíz funcional.
- Bocetado

b) Los métodos racionales o de caja transparente.

Estos métodos permiten una aproximación sistemática del diseño, es decir, explorar la estructura del diseño para obtener nuevas soluciones.

- Árbol de funciones: Herramienta clave para el rediseño que descompone el producto en funciones esenciales y secundarias, abstrayendo sus componentes físicos. Permite evaluar el impacto de cualquier cambio en la estructura global del objeto.
- Innovación por cambio de límites: Consiste en replantear un problema aparentemente irresoluble mediante la redefinición de sus límites, identificando conflictos latentes e incorporando nuevos recursos para transformar el sistema.
- Innovación funcional: Enfoque orientado a la creación de productos totalmente disruptivos que generen nuevos hábitos de consumo. El alumno analiza

las funciones de un objeto existente, aísla la función esencial, propone variaciones beneficiosas y reasigna componentes físicos factibles.

La fase concluye cuando el estudiante plasma la totalidad de sus ideas y, bajo la tutorización del docente, selecciona la propuesta definitiva. Para facilitar esta toma de decisiones, el alumnado recurre de manera habitual a dos herramientas de evaluación: un DAFO y una maqueta conceptual

Tras este cribado, la idea abstracta se materializa en un objeto conceptual listo para su desarrollo técnico en las fases posteriores.



Figura 8. Ejemplo de maquetas conceptuales de sillas. Fotografía de Pedro Ochando. (Estudio PerezOchando, 2015)

Proyecto (desarrollo)

Una vez seleccionada la idea, el alumno define su propuesta técnica a través de tres subfases:

1. Definición formal: Se precisa la geometría y funcionamiento del objeto utilizando bocetos detallados, planos escala 1:1, *renders* 3D y maquetas formales/funcionales para validar y comunicar el diseño.

2. Viabilidad técnica: El estudiante determina los materiales, acabados y procesos de producción. Para comprobar su viabilidad real, investiga productos similares en el mercado o consulta directamente con empresas del sector.

3. Cálculo de costes (Escandallo): Se estiman los costes de fabricación de la forma más realista posible. Al ser un entorno académico, esto supone un reto pedagógico donde el alumno debe investigar de forma autónoma a través de catálogos y PYMES.



Figura 9, 10, 11. Composición de imágenes donde en la primera (empezando por la izquierda) se ve el objeto dibujado a escala 1:1, la segunda es un ejemplo de maquete funcional y la tercera es el *render*. Recuperado del TFT "Grow", de Jareño, P., año 2015, pp.131,135,151, Valencia, España: EASDValència.

Fase de comunicación (planimetría y gráfica)

Esta etapa, que suele solaparse con la de desarrollo para facilitar el cálculo de costes y viabilidad, se centra en la codificación técnica y presentación del producto.

El alumno genera dos tipos de recursos para transmitir eficazmente el valor de su propuesta:

- Documentación técnica: Planimetría final y despieces (*explosionados*).
- Material divulgativo: *Renders* de contexto, fotografía, vídeo, paneles expositivos y prototipos.



Figura 12. Ejemplo de fotografía del prototipo. Recuperado del TFT "Grow", de Jareño, P., año 2015, p. 167, Valencia, España: EASDValencia.

Conclusión

El proyecto finaliza con un ejercicio de evaluación donde el alumno analiza críticamente su propuesta y justifica razonadamente cómo el diseño final responde al *brief* y cumple con los objetivos marcados.

1.3. DISEÑO DE INTERIORES

El diseñador de interiores es un profesional capaz de analizar, investigar y proyectar, dirigir equipos de proyectos y de ejecución de obras de diseño de interiores, así como actuar como interlocutor directo ante las administraciones públicas en el ámbito de su profesión. (RD 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño)

1.3.1. METODOLOGÍA PROYECTUAL UTILIZADA EN DISEÑO DE INTERIORES

Análisis

El proyecto comienza con la definición del espacio de intervención. El alumno debe elegir entre dos «programas» (el equivalente al *brief* o encargo) mediante los siguientes pasos:

1. Análisis del entorno: Investiga el espacio a nivel macro (barrio/localidad) y micro (características físicas), apoyándose en información docente.
2. Toma de decisiones: Utiliza herramientas como el DAFO para evaluar qué programa se adapta mejor al lugar.
3. Justificación: Elige el programa definitivo argumentando críticamente su elección.

Proyecto

Esta etapa comprende el proceso de diseño secuencial a través de cuatro pasos:

1. Programa de necesidades: El alumno lista y describe detalladamente los elementos, usos y espacios requeridos.

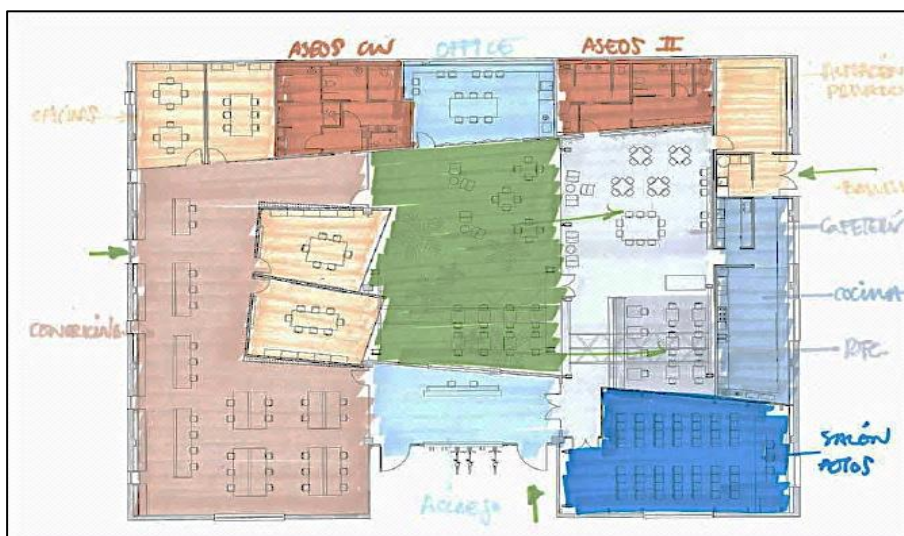


Figura 13. Ejemplo de programa de necesidades. Recuperado del TFT "El trueque", de Steban, C., año 2015, p. 17.
Valencia, España: EASDValència.

2. Concepto: Busca referentes en libros, revistas e Internet (especialmente Pinterest) para definir la idea central y las sensaciones que quiere transmitir.
3. Propuestas y debate: Realiza bocetos en planta integrando lugar, uso, cliente y normativa. Estas opciones se exponen ante el profesorado, generando un debate crítico sobre su viabilidad antes de que el alumno tome la decisión final.



Figura 14. Ejemplo de boceto de propuesta. Recuperado del TFT "El trueque", de Steban, C., año 2015, p. 23, Valencia, España: EASDValencia.

4. **Solución definitiva:** El estudiante desarrolla y justifica la propuesta analizando tendencias actuales para decidir y argumentar la estética, los materiales, la iluminación y el mobiliario de forma coherente.



Figura 15. Ejemplo de render de solución final. Recuperado del TFT "El trueque", de Steban, C., año 2015, p. 25, Valencia, España: EASDValència.

Proyecto de ejecución

En esta fase final, el alumno traduce su diseño en un documento ejecutivo real a través de tres apartados:

- Memoria constructiva: Detalla todos los elementos técnicos e instalaciones para la obra (demoliciones, carpintería, electricidad, acabados, etc.).
- Normativa: Justifica documentalmente el cumplimiento de las leyes y códigos vigentes (como el CTE, DB-SI o DB-SUA).
- Mediciones y presupuestos: Calcula el coste del proyecto desglosándolo en dos partidas: el presupuesto de ejecución de la obra y los honorarios del diseñador.

Comunicación

Esta etapa se centra en la transmisión del proyecto mediante dos recursos clave:

- Renders 3D: Herramientas fotorrealistas integradas en la propuesta para describir visualmente la atmósfera y el resultado final del espacio.
- Planimetría: Documentación técnica que codifica de forma precisa la solución constructiva.

El uso de maquetas físicas está en desuso en esta especialidad debido a la potencia y realismo que ofrecen las herramientas digitales actuales.

1.4. DISEÑO DE MODA

El diseñador de moda es un profesional capaz de configurar material y formalmente los productos de diseño textil y de la indumentaria en distintos ámbitos, atendiendo las necesidades y las tendencias del mercado, de creatividad, de innovación y su viabilidad técnico-productiva, económica, medio-ambiental y

sociocultural. (RD 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño)

1.4.1. METODOLOGÍA PROYECTUAL UTILIZADA EN DISEÑO DE MODA

Introducción. Estudio de la metodología de trabajo

En esta etapa, el estudiante define la hoja de ruta del proyecto mediante tres acciones:

- Estructura y cronograma: Planifica las fases del trabajo y sus tiempos.
- Justificación: Argumenta la relevancia del proyecto y su valor añadido.
- Objetivos: Formula las metas que guiarán toda la investigación.

Documentación y/o análisis del contexto actual

Esta fase establece los cimientos conceptuales del proyecto para fundamentar la propuesta. El alumno investiga las tendencias emergentes (tecnológicas, medioambientales, socioculturales y políticas) como fuente de inspiración, adaptando la metodología según la tipología de proyecto, por ejemplo:

- Proyecto de "Moda de marca": Se centra en la identidad corporativa, el *target*, los códigos estilísticos y la competencia, sintetizando la información mediante una matriz DAFO.
- Proyecto de "Indumentaria escénica": Dirige la investigación hacia la obra (teatro, danza, cine) y su contexto histórico, partiendo obligatoriamente de un *brief* muy definido para captar la esencia de lo que se quiere transmitir.

Fase conceptual

- ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN EN DISEÑO: BÚSQUEDA DE LA IDENTIDAD CREATIVA

Esta parte sólo está presente en los proyectos de colección de autor.

En los proyectos de colección de autor, la fase conceptual se aleja de las ciencias sociales cuantitativas para centrarse en una búsqueda empática e intuitiva de la identidad. Esta se construye mediante dos ejes:

- Perfil del consumidor: No se analiza de forma estadística, sino que el alumno "se mete en su piel" creando un personaje imaginario (basado en sus propias inquietudes). Para definirlo y estructurarlo, se utilizan tres técnicas esenciales:
 - Character portrait y musa: Ficha que organiza los valores, estilo de vida y psicología del personaje, acompañada de una imagen que lo personifica, la musa.



Figura 16. Ejemplo de *Character Portrait* y *Musa*. Recuperado del TFT "Aurora", de Gil, R., año 2015, p. 26. Valencia, España: EASDValència.

- Storytelling: Narración detallada de la vida del personaje para profundizar en su personalidad y extraer anécdotas inspiradoras.



Figura 17. Fragmento de un story telling. Recuperado del TFT "Aurora", de Gil, R., año 2015, p. 28, Valencia, España: EASDValencia.

- Moodboard: Collage visual que plasma la atmósfera y la historia previamente definida.



Figura 18. Ejemplo de Moodboard. Fotografía de elaboración propia. (Aula moda en la EASDValència, 2017)

- Estudio de referentes y códigos estilísticos: Se analiza el entorno que influye al personaje (música, arte, fotografía), que funciona como una proyección del propio alumno. De este análisis se extraen los códigos estilísticos permanentes que traducen el mensaje conceptual en un lenguaje de moda, cubriendo tres funciones básicas: estética (forma/color), práctica (ocasión de uso) y simbólica (emociones).



Figura 19. Ejemplo de códigos estilísticos permanentes. Recuperado del TFT "Aurora", de Gil, R., año 2015, p. 39. Valencia, España: EASDValencia.

- **DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN: ESTUDIO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO DE MODA**

Con la identidad clara, el alumno define el tema de inspiración de su colección. En esta fase, la metodología se unifica para todas las especialidades de moda:

- El «Libro Nido»: Es una libreta de notas donde el estudiante conecta referentes, textos y texturas para definir los códigos estilísticos estacionales (siluetas, colores, estampados) que se plasmarán en los paneles finales.

Un mismo perfil puede generar infinitas colecciones según el concepto. En el caso de *moda de marca*, este concepto debe vincularse obligatoriamente con la identidad de la empresa.

Definición de la propuesta de diseño

Con toda la información anterior, el alumno empieza a bocetar o a hacer moulage para generar ideas.

- Moulage: Es una técnica que consiste en realizar modelos directamente sobre el maniquí sin necesidad de patrón.

Se les exige un mínimo de 40 bocetos/modelos, de los cuales luego el alumno con la ayuda del profesor/profesores debe elegir de 10 a 20 para componer lo que se conoce como el *lookbook* de la colección, donde los bocetos son plasmados en figurines ya acabados, que pueden exponerse mediante el hilo conductor de una narrativa, esto sucede sobre todo en colecciones grandes, de 20 a 30 figurines.



Figura 20. Ejemplo de *lookbook*. Recuperado del TFT "Aurora", de Gil, R., año 2015, p. 86, Valencia, España: EASDValencia.

Fase técnico-creativa

En esta fase el alumno desarrolla las fichas técnicas de los tejidos y de producción de 5 looks completos, incluidas las de los prototipos

Realiza los patrones, construye los prototipos, hace el escandallo para obtener el presupuesto de fabricación y por último el presupuesto de diseño sin tener en cuenta la producción. Al igual que en el resto de especialidades



- DESCRIPCIÓN
Camiseta de punto con escote barco y pinzas en el pecho. La prenda corta por debajo de la cintura y lleva fibras de lana superpuestas y entrelazadas entre ellas cosidas a mano.

- TALLA
38

- COLOR
Azul y morado.

- ACABADOS
La camiseta ha sido teñida con índigo ecológico.

- OBSERVACIONES
El tejido y el hilo con el que está confeccionado la camiseta es de algodón ecológico con certificado GOTS (Global Organic Textile Standard).



COLECCIÓN: Aurora	TEMPORADA/AÑO: 2015/2016	MODELO: Frustración 11
DISEÑADORA: Rocio Zoraa		
Trabajo Final de Título, Rocio Zoraa. EASD Valencia. Calle del Pintor Domingo 20, 46001 Valencia		





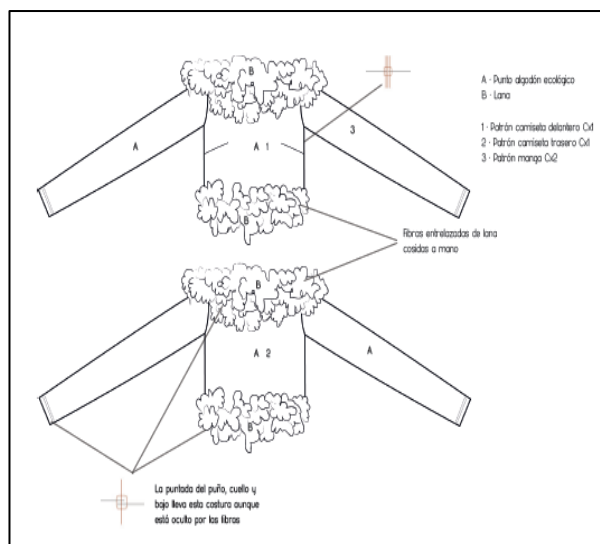


Figura 21 y 22. Ejemplo de ficha técnica. Recuperado del TFT "Aurora", de Gil, R., año 2015, pp. 92-93, Valencia, España: EASDValència.

Estrategia de comunicación y presentación

El alumno de moda en esta fase hace lo que se conoce como *photoshooting*, esto es la puesta en escena de lo creado anteriormente. Se busca un lugar concreto, que tendrá relación con los valores del proyecto, las modelos tendrán también una estética en relación, incluso el físico de los/las modelos tendrá su porqué. Todo ello para comunicar la idea.

Con esta última fase se concluye el proyecto de la especialidad de Diseño de Moda.

2. ANÁLISIS DE LAS DIFERENTES METODOLOGÍAS

A partir del análisis comparativo de los planes de estudio y de las metodologías empleadas en las distintas especialidades de Diseño, se evidencia la existencia de una matriz procesual común. Independientemente del área, el itinerario proyectual del alumnado se articula en torno a cinco fases fundamentales: Investigación, Creación, Producción, Verificación y Comunicación.

Sin embargo, para dar respuesta a la naturaleza de cada disciplina, cada especialidad activa sus propias variantes y herramientas pedagógicas.

Las principales diferencias se concentran en las fases iniciales. En diseño de producto, especialmente en proyectos sin encargo, se prioriza la identificación del problema, mientras que en diseño gráfico y moda (en contextos académicos) se parte de una definición previa de objetivos. En proyectos reales, el proceso comienza generalmente a partir de un *brief* externo, circunstancia que también se observa en interiores. Asimismo, la planificación temporal mediante cronograma es habitual, salvo en esta última especialidad.

En diseño gráfico y de producto, el desarrollo metodológico presenta una alta convergencia: tras una fase de documentación, se procede a la definición del problema (contrabrief en gráfico) y a la ideación, mediante herramientas específicas de cada disciplina. La posterior formalización de la propuesta implica, en gráfico, su concreción visual, y en producto, la definición técnica (materiales, procesos y costes), incluyendo en este caso la evaluación temprana de viabilidad. Ambas especialidades culminan con fases de comunicación y reflexión final sobre el proceso.

El diseño de moda, particularmente en proyectos de colección de autor, introduce un enfoque diferencial al enfatizar la investigación contextual **y la** construcción de una identidad creativa. Este proceso implica la definición de códigos estilísticos a partir de referentes conceptuales, que guían el desarrollo posterior de la colección. A partir de esta fase, el procedimiento converge con el de otras disciplinas en términos de definición, desarrollo técnico y comunicación, destacando el *photoshooting* como instrumento de presentación.

Por su parte, el diseño de interiores se caracteriza por un mayor peso técnico y normativo, lo que condiciona el desarrollo del proyecto. Aunque incorpora una

dimensión conceptual en la fase de *Proyecto*, el proceso se orienta hacia la concreción técnica en el *Proyecto de ejecución*, donde adquieren relevancia aspectos como la normativa, las mediciones y la memoria constructiva, en línea con los criterios arquitectónicos.

En conjunto, se concluye que las metodologías proyectuales, aun compartiendo una base estructural común, presentan adaptaciones específicas que responden a las particularidades disciplinares, evidenciando la diversidad operativa del campo del diseño.

Tabla 1. Comparativa de las diferentes metodologías proyectuales utilizadas. Elaboración propia a partir de la información recabada durante la investigación.

DISEÑO GRÁFICO	DISEÑO DE PRODUCTO	DISEÑO DE INTERIORES	DISEÑO DE MODA
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA - Brief : requerimientos del cliente para el trabajo - Cronograma	1. ORIGEN DEL PROYECTO. - Búsqueda del problema/necesidad. Para proyectos que no tienen un cliente real - Cronograma	1. ANALISIS - Investigación para elegir programa	1. ESTUDIO METODOLOGÍA DE TRABAJO - Justificación del TFT - Se define objetivos, fases del proyecto y metodología - Cronograma
2. FASE DE INFORMACIÓN. ANALISIS - Recopilación información. - Contrabrief	2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O ENCARGO (Brief) - Debe dar respuesta a: - Público objetivo - Atributos del producto	2. PROYECTO - Requisitos y programa de necesidades. Descripción - Concepto: ¿qué quiero transmitir? - Propuesta - Solución: desarrollo de la propuesta elegida	2. DOCUMENTACIÓN Y/O ANALISIS DEL CONTEXTO ACTUAL - Estudio del marco teórico: - Análisis de tendencias emergentes o - Análisis empresa /obra
3. FASE CONCEPTUALIZACIÓN. IDEACIÓN ¿Qué es lo que tiene que transmitir mi solución? (concepto)	3. ANTEPROYECTO (IDEACIÓN) - Posibles soluciones al problema - Toma de decisión	3. PROYECTO DE EJECUCIÓN - Memoria constructiva: descripción detallada de todos los aspectos de la intervención - Normativa: justificación cumplimiento normativa - Mediciones y presupuestos	3. FASE CONCEPTUAL - Búsqueda de la identidad creativa (solo para colección autor) - Estudio perfil usuario - Estudio de referentes: ¿Qué quiero transmitir? = códigos estilísticos permanentes - Estudio de la propuesta diseño moda. Códigos estilísticos estacionales
4. FORMALIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN GRÁFICA Se pasa del concepto a la forma	4. PROYECTO (DESARROLLO) - Se concreta que forma va a tener el objeto (solución) - Se especifican: materiales, acabados, procesos y su VIABILIDAD - Costes y escandallo	4. COMUNICACIÓN - Planimetría y gráfica	4. DEFINICIÓN PROPUESTA DE DISEÑO - Se plasman las posibles soluciones - Se elige la solución
5. VIABILIDAD PRODUCTIVA Y ECONÓMICA	5. COMUNICACIÓN (PLANIMETRÍA Y GRÁFICA)		5. FASE TÉCNICO-CREATIVA - Se desarrolla la solución - Presupuesto fábrica y presupuesto diseño
6. EVALUACIÓN CONCLUSIÓN	6. CONCLUSIÓN		6. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PRESENTACIÓN

CONCLUSIONES

El primer objetivo de esta investigación consistió en identificar las fases que estructuran el proceso proyectual en la Escuela Superior de Diseño de València (EASDValència) a partir del análisis de distintos proyectos. Los resultados confirman la existencia de un patrón metodológico común a todas las especialidades, que puede sintetizarse en cinco etapas fundamentales: **investigación, creación, producción, verificación y comunicación.**

El segundo objetivo se centró en analizar la aplicación de la metodología proyectual en las especialidades de Diseño Gráfico, Moda, Interiores y Producto en el contexto del aula, a través del estudio de los Trabajos Finales de Título (TFT). El trabajo de campo —basado en entrevistas y observación directa— permitió identificar las distintas estrategias metodológicas empleadas para abordar los problemas de diseño. Estos resultados se sistematizaron en una tabla comparativa (tabla 1), que recoge y evidencia las principales diferencias entre especialidades, posteriormente desarrolladas en el apartado de análisis.

El tercer objetivo consistió en comparar los métodos utilizados en cada disciplina. Los resultados ponen de manifiesto que el método proyectual no constituye un sistema rígido ni cerrado, sino un marco flexible susceptible de adaptación. En línea con lo planteado por Munari (1983), se trata de un procedimiento abierto a modificaciones cuando estas contribuyen a optimizar el proceso. Esta capacidad de ajuste depende en gran medida de la intervención del proyectista, cuya práctica introduce variaciones y mejoras. En este sentido, la evolución de la EASDValència evidencia cómo la incorporación de distintos enfoques metodológicos ha enriquecido progresivamente el proceso proyectual, consolidando su carácter dinámico y adaptable.

REFERENCIAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asín, S. (2014). Análisis DAFO [Imagen]. Recuperado del TFT "Las páginas salmón". Valencia: EASDValencia.
- Bonet, J., Català, A., Cruellas, S., Esteve, A., Gracia, N., Giner, X., y otros. (2000). El disseny a L'Escola d'Art i Oficis de València. València: Escola d'Art i Oficis de València.
- Cerdà, N. (2016). Conceptualización [Imagen]. Recuperado del TFT "Guía per a despistats". Valencia: EASDValencia.
- Costa, J. (1994). Diseño, comunicación y cultura. Madrid: Fundesco.
- [Fotografía de Pedro Ochando]. (Estudio PerezOchando, 2015)
- García, N. (2015). Prototipo de interfaz de usuario [Imagen]. Recuperado del TFT "New point &click app". Valencia: EASDValencia
- García, N. (2015). Story board [Imagen]. Recuperado del TFT "New point &click app". Valencia: EASDValencia.
- García Uceda, M. (1997). Las claves de la publicidad. Madrid: ESIC Editorial.
- Gasca, J., & Zaragozá, R. (2014). Designpedia. 80 herramientas para construir tus ideas. Madrid: LID Editorial Empresarial.
- Gil, R. (2015). Character portrait y musa [Imagen]. Recuperado del TFT "Aurora". Valencia: EASDValencia.
- Gil, R. (2015). Códigos estilísticos permanentes [Imagen]. Recuperado del TFT "Aurora". Valencia: EASDValencia.
- Gil, R. (2015). Ficha técnica [Imagen]. Recuperado del TFT "Aurora". Valencia: EASDValencia.
- Gil, R. (2015). Lookbook [Imagen]. Recuperado del TFT "Aurora". Valencia: EASDValencia.

- Gil, R. (2015). Story telling [Imagen]. Recuperado del TFT "Aurora". Valencia: EASDValencia.
- Jareño, P. (2015). Dibujo escala 1:1 [Imagen]. Recuperado del TFT "Grow". Valencia: EASDValencia.
- Jareño, P. (2015). Maqueta [Imagen]. Recuperado del TFT "Grow". Valencia: EASDValencia.
- Jareño, P. (2015). Prototipo [Imagen]. Recuperado del TFT "Grow". Valencia: EASDValencia.
- Jareño, P. (2015). Render [Imagen]. Recuperado del TFT "Grow". Valencia: EASDValencia.
- Jones, J. (1982). Métodos de diseño. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lupton, E. (2012). Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking. Barcelona: Gustavo Gili.
- Milton, A., & Rodgers, P. (2013). Métodos de investigación para el diseño de producto. Barcelona: Blume.
- Monedero Busó, J. (2016). Nuevas metodologías. Nuevos proyectos. Panorama actual. (Apuntes Mater Dirección y Gestión de Centros educativos). CEU. Universidad Cardenal Herrera. Valencia
- Munari, B. (1983). ¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Munari, B. (1991). El arte como oficio. Baeclona: Editorial Labor.
- Munari Bruno. (s.f.). En Wikipedia. Recuperado el 10 de mayo de 2017 de: https://es.wikipedia.org/wiki/Bruno_Munari
- Papanek, V. (1971). Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. New York: Pantheon Books.
- Parralejo, J. (2016). Cronograma [Imagen]. Recuperado del TFT "Biodegradable". Valencia: EASDValencia.

- Parralejo, J. (2016). Maqueta [Imagen]. Recuperado del TFT "Biodegradable". Valencia: EASDValencia.
- Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española. Recuperado el 27 de 4 de 2017: <http://dle.rae.es/>
- Steban, C. (2015). Boceto de propuesta [Imagen]. Recuperado del TFT "El trueque". Valencia: EASDValencia.
- Steban, C. (2015). Programa de necesidades [Imagen]. Recuperado del TFT "El trueque". Valencia: EASDValencia.
- Steban, C. (2015). Render[Imagen]. Recuperado del TFT "El trueque". Valencia: EASDValencia.
- Vidal, M., Gallardo, A., & Ramos, J. (1999). Diseño Conceptual. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Vilchis, L. d. (2002). Metodología del diseño. Fundamentos teóricos. México DF: UNAM.
- Viso, I. (2016). Mapa mental [Imagen]. Recuperado del TFT "Procesos de trabajo QDR". Valencia: EASDValencia.

REFERENCIAS NORMATIVAS

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE). Boletín Oficial del Estado núm. 106, de 4 de mayo de 2006. Modificada por la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de Educación, BOE núm. 340, de 30 de diciembre de 2020.
- Ley 1/2024, de 7 de junio, por la que se regulan las enseñanzas artísticas superiores y se establece la organización y equivalencias de las enseñanzas artísticas profesionales, publicada en el BOE núm. 139, de 8 de junio de 2024.
- Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Boletín

Oficial del Estado núm. 17, Ministerio de Educación, Madrid, España, 5 de junio de 2010.