

## DOCUMENTOS: PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO PROJETUAL (PDP)

- PDP: Estudo de como chegar à solução.
- Público-alvo deste documento: o cliente. O PDP permite que se “finalize” a concepção do projeto junto ao cliente.
- Formato: diagramado e impresso.
- Como diagramar e imprimir: oficinas específicas para estes temas.

### ESTRUTURA DO PDP

Item		O que é?	Fonte da informação
	(Nome do Projeto)	Nome comercial do Projeto. Na capa	
	Proposta de Desenvolvimento Projetual	Título do documento, na capa.	
	(membros da equipe)	Não precisa ser na capa.	
	Sumário	Fazer um sumário.	
1	<b>Apresentação</b>	Apresentação da proposta, inclui contexto <b>da proposta</b>	Síntese de diferentes itens do Briefing.
1.1	Problema	Descrição do problema a ser resolvido, do ponto de vista do que foi verificado junto ao cliente.	Briefing.
1.2	Objetivo	Formato: <b>problema a resolver</b> , eventualmente com informação de produto a ser entregue	Briefing.
1.3	Público-alvo	Informar cliente, usuário, outros interessados, em termos de seus comportamentos	Briefing.
		Incluir personas e cenários de problema	IHC.
1.4	Linguagem de categoria	Como os produtos da mesma categoria se comunicam com seus usuários?	Pesq. iconográfica, aspectos da concorrência.
2	<b>Solução</b>		
2.1	Estratégia de design	Diagrama contendo a relação entre os valores do projeto e solução (as principais decisões tomadas/diretrizes) <sup>1</sup> .	Diagramar o conteúdo da atividade “Modelo Conceitual: valores e diretrizes”.
2.2	Conceito de Criação	Conceito de Criação/Comunicação do projeto	Avançar na atividade “Modelo Conceitual: conceito de criação”.
2.3	Produto	Informar qual a solução de design para o problema apontado, na forma de Conceito de produto <sup>2</sup> . Observação: Descrever o produto/serviço <b>por suas funções</b> .	Briefing.
3	<b>Descrição da Solução</b>		
Itens básicos:			
3.1	Marca	Marca/identidade visual: cores da marca (paleta), símbolo gráfico, logotipia. Incluir “Tamanho mínimo” (1,5 cm).	Elaborar.

<sup>1</sup> Ver ilustração mais adiante neste documento.

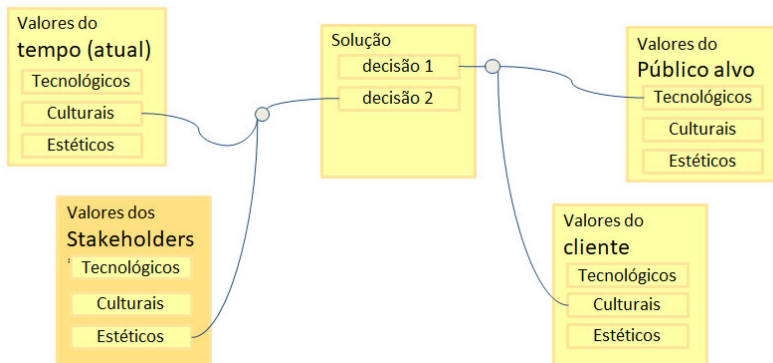
<sup>2</sup> Ver orientação sobre o formato do texto de conceito de produto mais adiante neste documento, logo abaixo do diagrama da estratégia de design.

3.2	Paleta de cores	<p>Paleta <u>do projeto</u> com justificativa que inclua:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• a função da cor no projeto e;</li> <li>• a informações sobre harmonia cromática<sup>3</sup>.</li> </ul> <p>Observações:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cores da marca ≠ cores projeto.</li> <li>• Em geral: 4 a 6 cores que, derivando-as, se consegue garantir a integridade de todo o projeto.</li> <li>• Exemplos de critérios/argumentos para justificativas: claro/escuro, legibilidade, contraste, capacidade de dar discernimento que possibilite legibilidade e comunicabilidade.</li> </ul>	<p>Tomar decisões a partir das referências encontradas com a pesquisa iconográfica.</p> <p>Repetir, melhorar ou inovar em relação ao que foi encontrado nas pesquisas!</p>
3.3	Tipografia	<p>Tipografia: comunicação pelo que está escrito. Incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• fonte primária e, quando for o caso, fonte secundária.</li> <li>• amostra com minúsculo, maiúsculo, pontuação, alguns símbolos.</li> </ul> <p>Exemplos de critérios: peso da forma e valor estético</p>	Tomar decisões a partir da pesquisa iconográfica.
3.4	Elementos Visuais	Linguagem gráfica. (ícones, fotografia...)	Elaborar.
3.*	....	(sons, cheiros, ...)	Elaborar.
Projetos específicos:			
3.5	Projeto de informação	<p>Ideia chave: Informar!</p> <p>Diagrama com categorias de informações.</p>	Elaborar.
3.6	Projeto de interface	<p>Ideia chave: exhibir!</p> <p>Descrever as principais funções/atividades do público-alvo relacionadas à resolução do problema.</p>	Elaborar.
3.7	Projeto de navegação	<p>Ideia chave: se descolar!</p> <p>Diagrama.</p>	Elaborar.
3.8	Projeto de interação	<p>Ideia chave: despertar sensações!</p> <p>Formatos: storyboard, animações para interações, vídeo conceitual.</p>	Elaborar.
3.*	(outros itens que forem necessários para o projeto específico)		
4	<b>Materiais e Tecnologias</b>		
	(informações gerais)	<p>Texto descrevendo o resultado das experimentações de materiais.</p> <p>Tomar decisões a partir dos registros da Análise de Concorrência. Documentar este estudo na forma de “Pesquisa de Materiais e Tecnologias”.</p>	Reelaboração.
5	<b>Plano de Divulgação</b>		
	(estratégia de comunicação)	Breve descrição de como o projeto será divulgado: peças e estratégia de comunicação. Utilizaremos, pelo menos: cartaz (A3), banner digital, vídeo conceitual.	Elaborar.

<sup>3</sup> Sobre harmonia cromática (relação harmoniosa entre as cores), ver: PEDROSA, Israel. Da cor à cor inexistente. 10. ed. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2009. 254 p. ISBN 9788574582672 (broch.). N.Chamada 752 P414d 10. Ver em especial a parte final do livro.

## Estratégia de Design

- Um diagrama que responda: qual o fundamento para as decisões de cada aspecto da proposta?
- Procedimento: a partir dos valores já identificados, que representam diretrizes esperadas, se chega à seleção das diretrizes para a solução. Cada decisão, parte de pelo menos dois diferentes valores.



A partir da Solução, chega-se ao CONCEITO DE PRODUTO, assim descrito:

- uma oração que descreva **produto, cliente e usuário**
- opcionalmente, antes ou depois: informações complementares.