

El valor del *contrabriefing*: interpretaciones
del análisis de información del proyecto de
diseño interior

Aarón Alberto Ruiz Esparza Gutiérrez



Resumen

La licenciatura de Diseño de Interiores de la Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA) manifiesta en su estructura metodológica una etapa dedicada a la recopilación y análisis de información. Es ahí donde podemos encontrar el concepto del *contrabriefing*, como la parte que define y sintetiza esa información por medio de conclusiones e interpretaciones de diseño que serán aplicadas a un entorno habitable a resolver.

Bajo esta premisa, se presenta cómo el *contrabriefing*, a través de una serie de pasos estructurados, se revela generando conclusiones de la información recabada de un paso previo (*briefing*). Y, como este concepto, se puede desarrollar de diferentes maneras en el ejercicio académico a través de la exposición de cuatro casos con temas y alcances diferentes, dejando evidencia de varios grados de aplicación y complejidad, pero determinando interpretaciones de diseño fundamentadas y que obedezcan a la naturaleza de cada proyecto. De esta forma, se involucra el proceso creativo, que se manifiesta dependiendo de la experiencia y nivel académico del alumno, con la participación activa del docente en un desarrollo idóneo de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la disciplina, denotando así el valor de este concepto dentro del proceso de generación de cualquier problema de diseño del espacio interior.

Palabras clave

Síntesis, conclusiones, interpretaciones, proceso creativo.

Abstract

The Interior Design program from the Autonomous University of Aguascalientes (UAA) manifests a stage dedicated to the collection and analysis of information in its methodological structure. That is where we can find the concept of counterbriefing as the part that defines and synthesizes the information through conclusions and design interpretations that will be applied to a habitable environment to be solved.

Under this premise, this text presents how the counterbrief is revealed through a series of structured steps, generating conclusions from the information collected in a previous step (briefing). As this concept, counterbriefing can be developed in different ways in the academic exercise through the exposition of four cases with different themes and scopes, leaving evidence of various degrees of application and complexity, but determining well-founded design interpretations that obey the nature of each project. Thus, it involves the creative process, which manifests itself depending on the experience and academic level of the student, with the active participation of the teacher in a suitable development of the teaching and learning processes of the discipline, denoting the value of this concept within the process of generating any interior space design problem.

Keywords

Synthesis, conclusions, interpretations, creative process.

Desarrollo del tema

La propuesta de soluciones de un proyecto de diseño debe basarse en un análisis correcto y detallado de los elementos que lo delimitan, ya sean tangibles o intangibles. Para ello, en esta estructura de desarrollo del proyecto de diseño interior de la UAA se plantea la elaboración de un *contrabriefing* como parte de las estrategias de diseño en un proyecto, con la finalidad de generar conclusiones que ayudan a perfilar mejores interpretaciones y establecer una definición clara del problema lo que ayuda al desarrollo subsecuente del proyecto. Para esto se deben tomar en cuenta pasos o una estructura base para su elaboración. A continuación, se plantea en una primera parte su manifestación, desarrollo y, posteriormente, sus posibles representaciones a partir de la imaginación de quienes lo desarrollaron en ejemplos prácticos.

Manifestación y desarrollo del contrabriefing

A través de la metodología de generación del proyecto interior se pone de manifiesto cómo es que, en el *contrabriefing*, seguir una estructura es recomendable para su elaboración. Dicha estructura considera tres momentos principales: analizar los antecedentes, sintetizar puntos clave y, por último, catalogar las amenazas y oportunidades, permitiendo así tener una estructura ordenada de pasos a considerar en la elaboración de una contrapropuesta de la información (Dorst, 2017).

Analizar los antecedentes o el *background* nos proporciona la información de la situación o contexto actual en el que se encuentra el proyecto de diseño, que se retoma de las lecturas de los elementos tangibles e intangibles de las preexistencias del espacio interior habitable y se consigue gracias a la elaboración de la etapa del *briefing*. Una vez analizados estos elementos, el segundo paso es sintetizar los puntos clave o *key facts*, ordenarlos y catalogarlos es importante para establecer las posturas de diseño del proyecto (Ramirez,

2019). Por último, catalogar la información a través de elementos positivos y negativos permite establecer interpretaciones claras y fundamentadas hacia donde se orientará la solución del proyecto. En la figura 1 se plantea una herramienta base para catalogar la información, estableciendo parámetros que permitan generar conclusiones claras para atacar posteriormente el desarrollo del proyecto.

Figura 1. Ejemplo de herramienta para catalogar información.

| MATRIZ DE ANÁLISIS DE DATOS FODA | | | | |
|----------------------------------|---------------|-------------|----------|--------------------|
| INTANGIBLES | | | | ESPACIO/FOTOGRAFIA |
| Fortalezas | Oportunidades | Debilidades | Amenazas | |
| | | | | |

Nota: Herramienta matriz de análisis FODA para síntesis de información del espacio habitable preexistente. Fuente: Aarón Alberto Ruiz Esparza Gutiérrez (2021).

Se debe tomar en cuenta que la manifestación del *contrabriefing* no solamente contempla la evaluación de información dura, ya que la capaci-

dad creativa es también parte esencial para exponer los resultados que se arrojen. A través del ejercicio y la experiencia académica de la disciplina de diseño de interiores en los talleres de diseño de proyectos interiores es donde se denota esta cualidad creativa, pues no únicamente se trata de presentar una síntesis de lo que se recolectó previamente, sino que se debe de hacer un proceso cognitivo para establecer conclusiones y después presentarlas por medio de lenguajes escritos y / o visuales, que dependerán del nivel académico y proceso creativo del alumno (en este caso) y del nivel de complejidad del mismo proyecto.

Aplicación y proceso creativo en el desarrollo del contrabriefing

A continuación, se ejemplifican los resultados de los procesos mencionados para exponer un *contrabriefing*, representados a través de imágenes que son producto de la interacción en entorno académico entre el alumno(s) y el profesor. Estos son resultados de diferentes semestres de la carrera de Diseño de Interiores, constando así que esta etapa metodológica puede y debe realizarse en cualquier nivel, tomando siempre en cuenta el nivel académico y la complejidad que el mismo proyecto demande.

La figura 2 representa un ejercicio de 4.º semestre, una matriz en la que se catalogan los factores de configuración de un proyecto de espacios comerciales. En estos, por medio del análisis de factores, se sintetiza la información recabada por medio de la etapa del *briefing*. Esta información se contrasta en la misma tabla a través de indicadores como el *branding*, los consumidores, el entorno mediato e inmediato, entre otros, por medio de una contrapropuesta o diagnóstico (*contrabriefing*), apoyando esta síntesis de conceptos con imágenes de referencia para su interpretación en las etapas siguientes de la metodología.

Figura 2. Ejemplo de contrabriefing a través de matriz de factores de configuración.

FACTORES DE CONFIGURACIÓN

| FACTOR | INDICADOR | BREVES HALLAZGOS | DESCRIPCIÓN Propiedad de solución | CONTRIBUCIONES Imagen de referencia |
|--------------|------------------------|---|---|---|
| ESTRUC-TURAL | Branding | • Crear identidad de la marca en el punto de contacto con el consumidor. • Crear un ambiente de acogida, bienvenida, un ambiente que permita al consumidor de explorar y descubrir. • Crear un espacio con un ambiente que invite a explorar y descubrir. | • Definir un área que invite a explorar y descubrir. • Definir un área que invite a explorar y descubrir. • Definir un área que invite a explorar y descubrir. |  |
| | Exposiciones | • Las partes (muebles) exponen con los consumidores. • No mostrar un espacio estático. • No ser una experiencia tradicional. | • Tener un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Tener un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| | Exposiciones (staff) | • La calidad es algo que siempre se respeta. • La calidad de diseño que permita que sea visible al público. | • Tener un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Tener un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| ESTRUC-TURAL | Exposiciones (muebles) | • Crear un espacio de exposición con los consumidores. • No mostrar un espacio estático. • No mostrar un espacio estático. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| | ESTRUC-TURAL | A. Tamaño y forma del establecimiento | • Definir las dimensiones que permitan que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir las dimensiones que permitan que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |

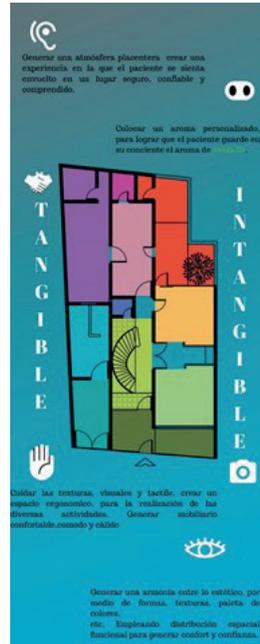
| FACTOR | INDICADOR | BREVES HALLAZGOS | DESCRIPCIÓN Propiedad de solución | CONTRIBUCIONES Imagen de referencia |
|--------------|-----------|--|--|---|
| ESTRUC-TURAL | Visual | • Tener una iluminación que invite a explorar y descubrir. • Tener una iluminación que invite a explorar y descubrir. • Tener una iluminación que invite a explorar y descubrir. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| | Audible | • Que se escuchan los sonidos que invite a explorar y descubrir. • Que se escuchan los sonidos que invite a explorar y descubrir. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| | Olfativa | • Que se huelen los olores que invite a explorar y descubrir. • Que se huelen los olores que invite a explorar y descubrir. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| ESTRUC-TURAL | Tactil | • Que se toquen los objetos que invite a explorar y descubrir. • Que se toquen los objetos que invite a explorar y descubrir. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |

| FACTOR | INDICADOR | BREVES HALLAZGOS | DESCRIPCIÓN Propiedad de solución | CONTRIBUCIONES Imagen de referencia |
|--------------|-----------------------------|--|--|---|
| ESTRUC-TURAL | El Local | • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| | 2. Ambiente | • Ambientar para la cantidad de productos y servicios. • Definir un espacio físico de diseño. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| | 3. Producto | • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| | 4. Experiencia (consumidor) | • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |

| FACTOR | INDICADOR | BREVES HALLAZGOS | DESCRIPCIÓN Propiedad de solución | CONTRIBUCIONES Imagen de referencia |
|--------------|-----------------------------|--|--|---|
| ESTRUC-TURAL | A. Etiqueta de distribución | • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| | B. Accesorios (muebles) | • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| | C. Sustentabilidad | • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |
| | D. Experiencia (consumidor) | • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. • Definir un espacio físico de diseño. | • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. • Definir un área de display visible para que los consumidores puedan explorar y descubrir. |  |

Nota: Proyecto Tienda comercial Ocelote. Alumnas: Fernanda González de Lara, Damaris Ismerai Palacios Marín y Ángela Marian Calderón Ponce. Docente(s): Óscar Alberto Castellanos Bernal y Aarón Alberto Ruiz Esparza Gutiérrez (2021). Diseño de Interiores, 4.º semestre. Materia: Taller de espacios comerciales y de entretenimiento. Fuente: González de L. Palacios, M., y Calderón, P (2021).

Figura 3 Ejemplos de contrabriefing expresados por medio de infografías de resultados de análisis e interpretación de información.



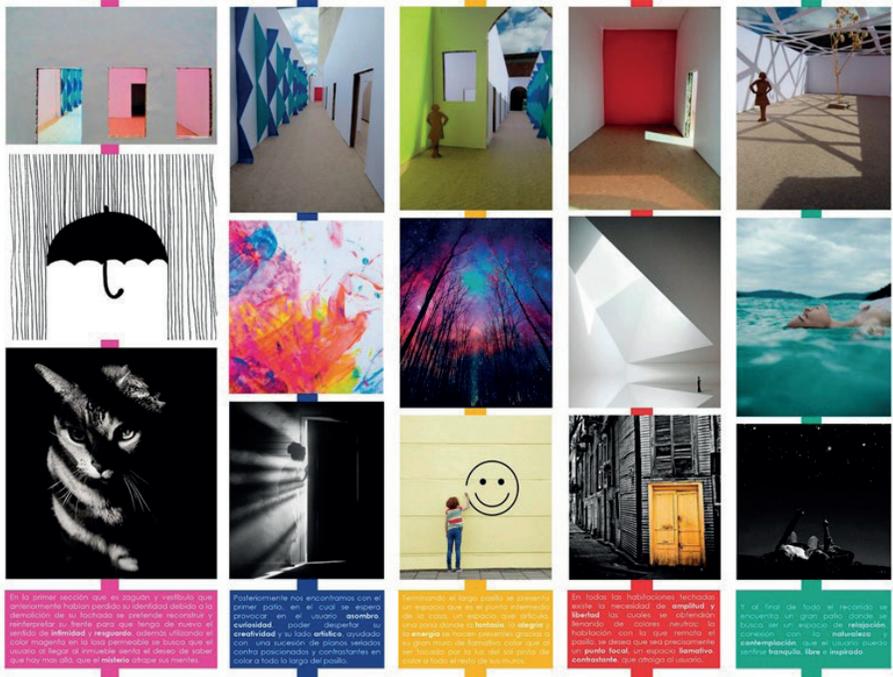
Nota: Proyecto Consultorio Holístico Vida Fit. Alumnos: Josejuan Mercado Collazo y Gisela Patrón Valdés. Docente(s): Víctor Luis Martínez Delgado y Aarón Alberto Ruiz Esparza Gutiérrez (2019). Diseño de Interiores, 6.º semestre. Materia: Taller de espacios laborales y de servicio. Fuente: Mercado, C., y Patrón, V. (2019).

De la misma manera, se puede ver por medio de las figuras 3, 4 y 5 una representación de este concepto metodológico de otra forma. Aun así, cumple con la finalidad del *contrabriefing* al mostrar los datos que surgen de la interpretación del estado actual del proyecto a trabajar. En este caso, se trata de una clínica de salud holística, y en este ejemplo la interpretación de la información analizada y sintetizada previamente se manifiesta por medio de infografías.

Por último, se presentan los resultados de dos proyectos diferentes pero correspondientes al mismo nivel académico, en los cuales se muestra cómo las contrapropuestas de los datos del estado actual de los proyectos se pueden representar de forma diferente y aun así servir su propósito. Esto resalta que el proceso creativo de exponer interpretaciones del análisis de la información no debe limitarse a una sola forma de hacerlo si siempre se trata de respetar los alcances y características del *contrabriefing*.

En la figura 6 se muestra cómo a través del uso de imágenes de una maqueta conceptual (parte superior), acompañado de imágenes que hacen referencia de forma abstracta a las intenciones espaciales, se pueden plantear interpretaciones en forma de texto. De esta manera, se logra expresar no únicamente la organización de las conclusiones, sino resaltar las virtudes de la propuesta por medios visuales como apoyo a quien vayan dirigidos. En contraparte, en la figura 7 se expone una matriz de análisis en la que se catalogan los espacios a diseñar y las conclusiones derivadas del *briefing*; de esto se genera una síntesis de las conclusiones principales y generales a tomar en cuenta para, posteriormente, definir los alcances de las nuevas propuestas de diseño, las cuales se pulirán en las siguientes etapas metodológicas.

Figura 6. Ejemplo de *contrabriefing* expresado por *collage* de imágenes de maquetas experimentales, imágenes de referencia e interpretaciones particulares.



Nota: Proyecto Taller de fotografía experimental. Alumna: Mónica Guadalupe Castro Castro.
 Docente(s): Mario Ernesto Esparza Díaz de León y Aarón Alberto Ruiz Esparza Gutiérrez (2017).
 Diseño de Interiores, 8.º semestre. Materia: Proyecto integral de diseño de interiores I. Fuente:
 Castro, C. (2017).

Figura 7. Ejemplo de *contrabriefing* por medio de matriz de análisis de información y conclusiones particulares y generales.

| | | MATRIZ DE ANALISIS | | | | | | |
|--|----------------|--|--|---|--------------------|--|--|--|
| UBICACIÓN | ESPACIO | CONCLUSIONES | | UBICACIÓN | ESPACIO | CONCLUSIONES | | CONCLUSIONES GENERALES |
| P L A N T A B A J A | COCHERA | Posibilidad de ampliación en modificar ángulos del funcionamiento. Respetar la presencia de seguridad y protección para la generación de ambientes. Fomentar la distribución de zonas naturales al interior de la casa creando ambientes. | | P L A N T A R E C A M A R A P R I N C I P A L | ESCALERA | Espacio de tránsito con ambiente espacial. Aprovechar entrada de iluminación natural para solucionar problemas de seguridad por la falta de iluminación de estancias pequeñas que ocasiona accidentes. Respetar iluminación artificial con el apoyo de escalera por seguridad. Generar protección de zonación. | | Solucionar problemas de ergonomía e iluminación espacial en diferentes ambientes de estudio y comparación de los mismos. Conocer base de inteligibilidad de ambientes sencillos, repetidos, cotidianos, cotidianos, cotidianos. Aprovechar los espacios para contrabriefing la entrada y distribución de iluminación natural de estancias. Considerar los movimientos de naturaleza que hay en el espacio y cómo la iluminación de los mismos genera espacios que sean más sencillos, cotidianos, sencillos. Comprobar que hay en todos los espacios de estos espacios. Investigar contacto con el entorno de colores y estilos. Considerar una foto de los usuarios por seguridad por actividades y movimientos en los espacios. Aplicación de los espacios por el uso no por los elementos que los componen como elementos (funciones, elementos decorativos, etc.). Necesidad de ampliar en los espacios que se encuentran en los espacios. Solucionar problemas de organización en los espacios correspondientes. Respetar gusto de los usuarios en la necesidad de seguir y la naturaleza de estos otros espacios, solo si es conveniente, para poder controlar los espacios integrados de los espacios de esta casa de habitación, para la vivienda y los actividades que se hacen. Aprovechar espacios y actividades. Solucionar problemas de participación de la estructura física que el espacio donde se encuentran y la necesidad de análisis de la casa en base al concepto contrabriefing en lugar de tener un concepto de organización. Comprobar en la elección de materiales y respetar la existencia de los espacios para tener una casa de habitación de impacto y orden. Propone espacio destinado a la gestión de elementos y necesidades. Respetar esta necesidad. Investigación de materiales que se relacionen y respetabilidad. Que sean de los materiales que se relacionen y respetabilidad. Comprobar la presencia de estos materiales en los espacios. Comprobar en la elección de materiales y respetar la existencia de los espacios para tener una casa de habitación de impacto y orden. |
| | RECIBIDOR | Cuidar la implementación de colores y texturas para evitar que el espacio se sienta opaco. Posibilidad de ampliación para facilitar la circulación. Respetar el espacio en tiempo de ingreso de González. Solucionar problemas de seguridad y definir iluminación artificial. Sentido de bienvenida y acogimiento. | | | BANIO | Por seguridad respetar texturas, colorimetrías. Personalizar entrada de iluminación natural y ventilación, solucionar problemas de iluminación artificial tipo de luminarias, temperatura, ubicación. Solucionar distribución de muebles fijos orientados por cuestiones ergonomías que requieren los usuarios. Personalizar el espacio de los usuarios vermes. | | |
| | BANIO | Reservar distribución y uso del espacio para eficientarlo, tener los colores de diseño por comodidad e higiene. Fortalecer el sentido de acogimiento y sentido del espacio. Hacer estudio antropométrico por accesibilidad de todos los usuarios. Mantener efecto de iluminación natural y reducir problemas de iluminación artificial tipo de luminarias, temperatura y ubicación. | | | RECAMARA PRINCIPAL | Proponer distribución de mobiliario que permita el aprovechamiento de espacio frente a la presencia de estancias en el espacio debido a la estructura física. Organizar espacios de guardado. Solucionar problema de luz en estancias para tener una vida de confortabilidad, tener hábitos, prioridades. Generar ambiente adecuado al material. Establecer un espacio reservado para su comunicación y la gestión de elementos que sea cómodo y adecuado para la actividad. Solucionar problemas de circulación en el uso del espacio. Evitar instalaciones dentro de la casa al baño. Solucionar problemas para que el espacio sea cómodo, acogedor y máximo. Solucionar problemas de temperatura por orientación. | | |
| | SALA | Reservar distribución para solucionar problemas de circulación. Selección de materiales de acuerdo a dimensiones del espacio y a función. Mantener siempre presente el sentido de privacidad y acogimiento. Usar colores, hacer orden en su uso. Personalizar entrada de iluminación natural y controlado con el estilo. Analizar ergonomía de actividades de los usos del euro diverso (estructura, función, entorno). | | | BANIO | Aprovechar espacios sencillos para generar ambientes diferentes. Proponer un espacio acogedor que no caiga en la saturación de un color. Considerar que evita la distribución de iluminación natural. Comprobar la posibilidad de ampliar el espacio para solucionar problemas ergonomías de los usuarios. Mantener orden y respeto en el espacio. Reservar espacio de iluminación natural y controlado con el estilo. Analizar ergonomía de actividades de los usos del euro diverso (estructura, función, entorno). | | |
| | COMEDOR | Espacio acoso que a pesar de la existencia de ventanas hacia el exterior no permite la correcta distribución de la iluminación natural. Mobiliario reducida para dar control de espacio que lo haga duradero. Usar pocas actividades que se realicen en el tiempo. Acciones de más de 10 usuarios. Personalizar la protección de la conexión con la cocina y la circulación hacia el baño. Hacer uso de la vista que puede tener el espacio hacia el exterior. Espacio destinado a la convivencia, socialización y diversión. | | | RECAMARA 1 | Solucionar problema de entrada de iluminación natural, circulación y distribución que permita la estructura física del espacio. Organizar espacios de guardado por orden y estética. Personalizar el espacio para los usuarios. Personalizar iluminación artificial adecuada para las actividades. Adquirir espacio del escritorio o la actividad específica y el entorno. Establecer espacios por cada objeto y sentido de orden. Habitación más cómoda de la casa. | | |
| | COCINA | Distribución práctica para la secuencia de actividades realizadas manteniendo contacto con el exterior y aprovechando. La distribución de los colores según acciones que el espacio de trabajo sea seguro en momentos que se realicen en el tiempo. Espacio está distribuido en (1) y los espacios personalizar este espacio. Frente la entrada de iluminación desde por ventanas de orientación. Analizar cuestiones ergonomías para tener personal (estructura del sentido). Tener cosas fijas al sentido (hogar) y, organización del espacio. | | | RECAMARA 2 | Personalizar orientación no que tiene una excelente entrada de iluminación natural por los colores en un espacio general y funcional. Escoger de mobiliario adecuado a las dimensiones del espacio sin cubrir las actividades que se hacen o cosas. Considerar posibilidad de ampliación y sentido de un baño personal por la necesidad de privacidad e independencia, así como comodidad y privacidad. Estética del espacio sencilla, que a la vez permita. Personalizar aspectos integrados de ergonomía y vitalidad que tiene el espacio. Posibilidad de cambios en la habitación debido a crecimiento o cambios de espacio de la vida del usuario. | | |
| | ANTECOMEDOR | Personalizar ubicación con la cocina y aprovechar vitalidad de exterior por estética, temperatura y iluminación. Espacio pequeño que permite grande que genera distribución en las circulaciones, además de que es un mobiliario más grande para los usuarios que le gustan. Reservar espacio para evitar movimientos accidentales y molestias para ver la televisión, fomentar la convivencia y comunicación familiar. Sentido de recepción y bienvenida, acogido. | | | | | | |
| | RATTO | Solucionar distribución de actividades para personalizar el espacio y darle uso uno que se permite a lo más sea acogedor al espacio habitable. Formar en cuanto la posibilidad de tener un punto de salidas de que en ningún momento del día llega lo más directamente. Interacción del espacio por colores, estructura que tiene materiales. | | | | | | |
| | BOVEDA | Propone distribución formal ergonomía para el usuario principal. Aprovechar el espacio para proteger económicamente el agua y la higiene. Personalizar entrada de iluminación natural y ventilación. Respetar acueducto de actividades (diversión de esp). | | | | | | |
| | SALA DE JUEGOS | Seleccionar mobiliario del espacio adecuado para las actividades que se realizan y promover zonación de multifuncionalidad. Generar orden en la distribución del espacio. Solucionar situación acústica para desarrollo de actividades sociales. Laborar distribución y ergonomía requeridos en su recepción. Evitar entrada de iluminación natural y ventilación. Mantener conexión con el exterior. | | | | | | |

Nota: Proyecto Casa habitación unifamiliar. Alumna: Mónica Valeria Bass García. Docente(s): Mario Ernesto Esparza Díaz de León y Aarón Alberto Ruiz Esparza Gutiérrez (2017). Diseño de Interiores, 8.º semestre. Materia: Proyecto integral de diseño de interiores I. Fuente: Bass, G. (2017).

Finalmente, se resalta cómo el proceso creativo del diseñador es un enorme complemento en el desarrollo de este concepto metodológico (*contrabriefing*), ya que dependerá no solo de una capacidad de análisis y síntesis de datos, sino de la habilidad de expresar la información para darle una lectura entendible y concisa.

Conclusiones

Sobre la interacción alumno-profesor

En un aspecto académico es importante una actitud de apertura, considerando que en los intercambios de ideas de las propuestas de diseño se pueden presentar diferentes interpretaciones cognitivas por parte de profesores y estudiantes. Además, es importante considerar el nivel académico y complejidad del proyecto para evitar desgaste (físico, cognitivo y emocional) y una falta de atención y compromiso.

Sobre la pertinencia del concepto y sus aplicaciones en el diseño de interiores

Este concepto, que complementa la parte II de esta metodología, es fundamental en el desarrollo no solo del proyecto de diseño interior, sino del propio diseñador como herramienta en la comprensión e interpretación de información a través de procesos cognitivos, favoreciendo siempre la creatividad en proponer soluciones con un fundamento sólido, dándole así valor al resultado de cualquier problema de diseño.

Fuentes de consulta

- Dorst, K. (2017). *How Creative Practice Works*. Ámsterdam: BIS Publishers.
- Ramírez, A. (2019). ¿Qué es el contrabriefing?. *Revista InformaBTL*. Recuperado de: <<https://www.informabtl.com/que-es-el-contrabriefing/>>.