

Treball de Final de Grau

Disseny i Creacions Digitals

Proposta SOS Design
Festival de Disseny Sostenible

 Cristina Bosch
UOC 2019-2020

ÍNDEX

1. Introducció	03
Quin paper desenvolupa el disseny?	03
1.1 Disseny i sostenibilitat	04
1.2 Principis de Hannover	04
1.3 Responsabilitat sostenible	06
1.4 Proposta	07
1.5 Presentació	07
1.6 Planificació	07
1.7 Metodologia	08
1.8 Material i recursos	08
2. Investigació estratègica	09
2.1 Entrevistes	10
2.2 Formació en disseny sostenible	11
2.3 Benchmarking	12
3. Anàlisi investigació	15
3.1 Anàlisi entrevistes	15
3.2 Anàlisi benchmarking	17
3.3. Desk reserch	18
3.3 Dafo	19
4. Definició	20
4.1 Briefing	20
4.1.1 Briefing de disseny	20
4.2 Concept board	21
4.3 Mood board	22
4.4 Target/Públic objectiu	23
4.5 Proposta de valor	23
4.6 Objectius	24
4.7 Estratègia de comunicació	24
4.8 Dates	25
4.9 Espai	25
4.10 SOS Design	26
4.11 Filosofia de marca	26
4.12 Naming	26
4.13 Programació	27
5. Generació i disseny	30
Brand Book Visual	30
5.1 Logotip	32
5.2 Construcció i anatomia del logotip	33
5.3.Àrea de respecte i grandària mínima	34
5.4 Gama cromàtica	34
5.5 Positiu i negatiu	36
5.6 Tipografia	35
5.7 Tipografia jerarquia	38
5.8 Usos	39
6. Aplicacions	40
7. Avaluació	
7.1 Conclusions	49
8. Bibliografia i Webgrafia	50

1. INTRODUCCIÓ

La cultura de consum està devorant els recursos del planeta i alterant l'equilibri dels ecosistemes. Els residus s'acumulen com a part del procés de contaminació i desgast, i tot i que cada vegada l'activisme mediambiental i socioeconòmic està més present, hi ha una falta de conscienciació sobre l'impacte que té la intervenció humana en l'ordre i l'equilibri de la mateixa existència.

L'augment de CO² ha registrat els valors més alts de la història, provocant un creixement des de 1958 fins a l'actualitat, del 30% dels gasos hivernacle[1] responsables de l'escalfament de la terra. Aquest augment progressiu de la temperatura del planeta té un efecte directe en el canvi climàtic, responsable de la pèrdua de biodiversitat, l'extinció d'espècies o la virulència dels desastres naturals.

El problema no acaba aquí, augmenten les desigualtats socials i emergeixen nombrosos problemes establerts en el sistema econòmic lineal, que a la vegada està connectat amb els grans problemes de la humanitat; el control dels recursos, la desforestació, l'explotació de persones, per citar alguns exemples.

En aquest context, és necessari promoure un canvi per a millorar el nostre present i futur, assumint responsabilitats i actuant com agents transformadors de la realitat.

QUIN PAPER DESENVOLUPA EL DISSENY?

Des dels estris més primitius fins als dispositius tecnològics d'última generació han estat dissenyats per a satisfer diferents necessitats, el disseny està present en tot el que ens envolta. És per tot el que abasteix, que hem d'entendre que la responsabilitat de qui dissenya va més enllà de satisfer al consumidor, ja que els dissenyadors són responsables de l'elecció dels materials i les tècniques que intervenen en la fabricació dels béns de consum. Per tot això, és necessari incorporar la consciència sostenible i ecològica al procés de disseny.

Hi ha molts factors a tenir en compte i és imprescindible adoptar noves dinàmiques envers aquesta gran responsabilitat. Per a produir aquest canvi els professionals han de tenir coneixements, estar informats i disposar d'eines útils per a desenvolupar un moviment sostenible des de la mateixa concepció del disseny com a responsabilitat social i mediambiental per a respondre eficientment a l'actual situació.

[1] Fundación aquae. Article. [Data de consulta: 15 Octubre 2019]

<<https://www.fundacionaquae.org/salaprensa/contra-al-aumento-de-co2-en-2019-sembrado-o2/>>

1.1 DISSENY I SOSTENIBILITAT

Factors com la industrialització, el capitalisme i la globalització han configurat un sistema de consum basat en l'excés, una cultura de consum profundament arrelada en el nostre estil de vida. És necessari donar impuls a un futur sostenible mitjançant un model de disseny que tingui en compte valors econòmics, mediambientals i socials en la producció, cicles de vida i elecció de materials. Dissenyar des d'una perspectiva sostenible té una part molt visible, i és l'impacte mediambiental, però també té un fort efecte en l'àmbit socioeconòmic que té a veure amb promoure pràctiques laborals justes i comerç participatiu i de proximitat. Referents del disseny com Tim Brown, Bruce Mau o Edwin Datschefski aporten valor al disseny des d'un punt de vista on es prioritza la sostenibilitat com a matriu del mateix disseny.

Tim Brown, dissenyador i creador de la metodologia Design Thinking, proposa l'adopció de la filosofia de l'economia circular implementada al disseny com a mesura per a la reducció de l'impacte mediambiental i com a mitjà de recerca de rendibilitat econòmica donant valor al disseny al marge de la funcionalitat i l'estètica [2].

Bruce Mau és dissenyador i creador de Massive Change [3], un projecte col·laboratiu amb caràcter divulgatiu, en el que manifesta la convicció de que el disseny és una eina de construcció de futur per configurar nous estils de vida, relacions socials i models de consum ètics i responsables.

Edwin Datschefski dissenyador i autor del llibre "Productes sostenibles" afirma que en el disseny és necessari pensar més enllà de l'aspecte i la funcionalitat, i s'ha de començar abordant qüestions com el procés de fabricació i que es que ocurrirà quan acabi la vida útil del producte dissenyat. Datschefski declara que és absolutament necessària que tots els productes i processos industrials siguin sostenibles, és a dir, beneficiosos per a la societat, l'economia i el medi ambient. [4]

1.2 PRINCIPIS DE HANNOVER. METODOLOGIA DEL DISSENY SOSTENIBLE

Fa dues dècades, a la ciutat alemanya de Hannover es va celebrar EXPO 2000, una gran exposició mundial sota el lema "Humanitat, natura i tecnologia", en la que es va abordar com s'havia de definir la sostenibilitat futura, redefinint factors i fomentant una nova filosofia de disseny. William McDonough i Michael Braungart van rebre l'encàrrec de redactar "Els principis de Hannover". Actualment són la base per a la comprensió i el desenvolupament de la metodologia del disseny sostenible, tenen implícit un fonament essencial i és la concepció de la humanitat com a part del cicle de la natura.

[2] Tim Brown. <https://www.ted.com/talks/tim_brown_urges_designers_to_think_big>

[3] Bruce Mau. Massive Change. <<https://www.brucemaudesign.com/work/massive-change>>

[4] Productos sustentables. El re-diseño de productos. Autor: Edwin Datschefski. Editorial: McGraw Hill.

“EL DISSENY SOSTENIBLE ÉS LA CONCEPCIÓ I LA REALITZACIÓ RESPONSABLE AMB EL MEDI AMBIENT COM A MATRIU DE L'EVOLUCIÓ DE LA NATURA.” WILLIAM MCDONOUGH 2000.

1_

INSISTIR EN ELS DRETS

de la humanitat i la natura per coexistir de forma saludable, solidària, diversa i sostenible.

2_

RECONÉIXER

la interdependència. Els elements del disseny humà interactuen i depenen del món natural. Ampliar les consideracions del disseny a curt i llarg termini.

3_

RESPECTAR LES RELACIONS

entre esperit i matèria, considerant tots els aspectes de l'assentament humà incloent a la comunitat, l'habitatge, la indústria i l'alimentació.

4_

ACCEPTAR LA RESPONSABILITAT

de les conseqüències de les decisions de disseny sobre el benestar humà, la viabilitat dels sistemes naturals i el seu dret a coexistir.

5_

CREAR OBJECTES SEGURS

i de valor a llarg termini. No carregar a les generacions futures a causa de la creació implacable de productes, processos o estàndards.

6_

ELIMINAR

el concepte de residus. Avaluar i optimitzar el cicle de vida complet de productes i processos, per apropar-nos a l'estat dels sistemes naturals, en què no hi ha residus.

7_

CONFIAR

en els fluxos d'energia natural. Incorporar l'energia solar de manera eficient i segura per a un ús responsable.

8_

COMPRENDRE LES LIMITACIONS

del disseny. Cap creació humana no dura per sempre i el disseny no resol un problema. Els que creen i planifiquen han de practicar la humilitat davant de la natura. Tractar la natura com a model i mentor, no com a inconvenient que es pot evitar o controlar.

9_

BUSCAR MILLORES

constants mitjançant l'intercanvi de coneixement. Fomentar la comunicació directa i oberta entre col·legues, mecenes, fabricants i usuaris per enllaçar consideracions sostenibles a llarg termini responsabilitat ètica i restablir la relació integral entre processos naturals i humans.

1.3 RESPONSABILITAT SOSTENIBLE

“Sostenibilitat és satisfer les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les generacions futures per satisfer les pròpies necessitats”. Brundtland (1987).

En el context actual és imprescindible aplicar els principis de disseny sostenible, com una estratègia de disseny amb l'objectiu per a modificar les tendències de consum. Establir un fonament de disseny circular com a estratègia matriu en els processos de generació, és fonamental per a un canvi en la manera en la que creem i consumim.

No podem transferir la responsabilitat al consumidor o usuari, com a dissenyadors hem d'entendre que som una part molt important de la maquinària que idea, crea i genera els productes, en determina els seus usos i per tant la seva vida útil.

1.4 PROPOSTA

L'enfocament d'aquest Treball de Final de Grau és professionalitzador. L'objectiu és plantejar un briefing real per desenvolupar un art final en resposta a la necessitat de cobrir un espai dins dels esdeveniments de disseny. L'especialització en matèria de sostenibilitat és el que permet fer una major divulgació i notorietat del SOS Design. La proposta és crear un punt de trobada per a la difusió del coneixement, un espai de pensament crític, de co-creació, de sinergies positives per a la innovació i l'avanç a un disseny més ecològic, ètic i compromès amb la societat en general.

La idea parteix de l'estratègia escollida per al disseny del portfoli, enfocat al disseny sostenible. Durant el procés d'investigació vaig observar que pocs estudis de disseny inclouen de manera explícita aquest enfocament en el desenvolupament del procés de disseny.

La motivació que ha dut a l'elecció de la sostenibilitat com a temàtica, i al desenvolupament d'un esdeveniment enfocat a la seva divulgació, és per emfatitzar en la necessitat de crear un espai de democratització dels principis de sostenibilitat i la importància que té en la construcció d'un millor futur.

El projecte és potencial ampli, donat que permet implementar molts coneixements i tècniques adquirides durant el grau, a la vegada que la seva envergadura és també plàstica, perquè permet desenvolupar des de la seva identitat de marca com també, aplicacions diverses, editorial, digital, app entre d'altres.

Les assignatures que tenen una implicació en el desenvolupament estructural d'estratègia i contingut teòric són principalment; ètica i sostenibilitat del disseny, gestió del disseny, cultura visual i nous mitjans i projecte de marca. Per al desenvolupament de les diferents aplicacions també ho són producció i publicació digital, projecte editorial i disseny d'interfícies. D'una manera indirecta, el projecte serveix també per implementar els coneixements adquirits en les assignatures basades en el fonament del disseny, tipografia, color, i composició i forma. En resum, la finalitat és desplegar els diversos i amplis coneixements adquirits durant el grau, d'una manera transversal i homogènia.

1.5 PRESENTACIÓ

- Memòria projecte.
- Brandbook visual.
- Aplicacions de marca.

1.6. PLANIFICACIÓ

Trello: gestor de tasques.

<https://trello.com/b/2QpPV1ek/tfg-sos-design>

1.7. METODOLOGIA

Investigació. En el procés d'investigació es realitzarà un estudi i anàlisi de:

- Públic objectiu a través d'entrevistes per entendre les seves motivacions i necessitats.
- Investigació i anàlisi a partir de la recerca de festivals de disseny d'àmbit nacional. Benchmarking.
- Desk research sobre disseny sostenible. Estudis de disseny, empreses, projectes, activistes noves tecnologies, etc.
- Anàlisi de la proposta de valor a través de DAFO.

Definició

- Elaboració del briefing a partir de les conclusions estretes del procés d'investigació i anàlisi.
- Definició del públic objectiu al que es dirigeix el projecte.
- Definició de l'arquitectura de la informació, l'estructura dels continguts i el to comunicatiu del projecte.
- Definició de estil gràfic a partir del key concept i el key visual.

Generació

- Disseny programació.
- Creació i disseny marca, brand book.
- Aplicacions de marca.

Avaluació

- Anàlisi del disseny generat, compliment dels diferents objectius.
 - Conclusions procés de treball, expectatives, objectius i consecució de resultats.
-

1.8 MATERIAL I RECURSOS

Drive: redacció contingut. https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1_ovvsWo1LCn4E3jHBqiA0mSxnxW58LD

Trello: gestor de tasques. <https://trello.com/b/2QpPV1ek/tfg-sos-design>

List.ly: recopilació de webgrafia. <https://list.ly/l/3Rgc>

Pinterest: inspiració moodboard per a la creació d'identitat gràfica.

<https://www.pinterest.es/Cristinaboschvi/tfg-disseny-i-creacions-digitals/>

Design toolking : recopilació de mètodes, models i principis de disseny.

<http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/>

Programari



2. INVESTIGACIÓ ESTRATÈGICA

Per a poder treballar la proposta, s'ha dut a terme una investigació estratègica per a identificar el públic objectiu, també, un procés de benchmarking per a conèixer el context que envoltarà la nostra proposta. Addicionalment, s'han investigat les escoles de disseny per saber com tenen integrada la sostenibilitat en el seu projecte educatiu. Finalment s'ha establert un DAFO per a identificar les Debilitats, Amenaces, Febleses i Oportunitats de SOS Design.

2.1 ENTREVISTES

Les entrevistes són un mètode qualitatiu amb usuaris, i té de caràcter exploratori. Mitjançant l'anàlisi, obtindrem informació respecte a aquells aspectes en que ens volem enfocar, a la vegada que ens permetrà entendre millor les necessitats i preferències del públic objectiu.

L'estructura de l'entrevista vol abordar diferents aspectes:

- **Coneixement i conscienciació sobre sostenibilitat**
- **Implementació metodologia sostenible**
- **Interès en un esdeveniment sobre disseny sostenible**

El perfil de les persones entrevistades són professionals i estudiants de disseny d'edats compreses entre els 20-50 anys amb residència a la ciutat de Barcelona o rodalies.

ENTREVISTES

Coneixement i conscienciació sobre sostenibilitat

1. Què entens per disseny sostenible?
2. Quins principis creus que ha de tenir un disseny per a ser sostenible?
3. Podries dir-nos algun estudi o dissenyador que segons el teu criteri representi els valors de disseny sostenible?
4. Quin paper creus que ha de desenvolupar els dissenyadors envers el canvi climàtic?

Implementació metodologia sostenible

5. Quina importància creus que tenen les decisions de disseny en l'impacte final del producte?
6. En el procés de disseny et plantejes quina serà la vida que tindrà el teu disseny? Com es tractarà com a residu?
7. Et mantens actualitzat en innovació tecnològica, materials i/o processos de producció?

Interès en l'esdeveniment

8. Creus que obtenir nous coneixements sobre sostenibilitat t'ajudaria a aplicar al teu treball la seva filosofia?

Molt Bastant Ni molt, ni poc Poc Gens

9. Has assistit alguna vegada a alguna fira/mostra/festival de disseny? Quin?

10. Estaries interessat a assistir a un esdeveniment enfocat al disseny sostenible?

Molt Bastant Ni molt, ni poc Poc Gens

11. Quins aspectes o activitats t'interessen més ?

Workshops Taules de debat Networking Ponències
 Documentals Innovacions Exposicions Documentals

2.2 FORMACIÓ EN DISSENY SOSTENIBLE

En aquest punt s'ha fet una recerca dels plans docents que estan enfocats en matèria de sostenibilitat aplicada al disseny. Això ens permet configurar un mapa contextual de quin espai ocupa aquesta formació, i quina rellevància té actualment a l'hora de formar a les noves generacions de dissenyadors.

IED BARCELONA - Màster universitari en disseny sostenible. Aquest màster està dirigit a dissenyadors des d'una perspectiva d'innovació i creativitat sostenible.

La multi direccionalitat i la integració d'una estratègia 360° és la convenció que desenvolupa un pla docent on l'objectiu és crear models de negoci fonamentats en la sostenibilitat.

<<<https://iedbarcelona.es/cursos-info/master-diseno-sostenible-producto/>>>

BAU - Màster universitari en investigació i experimentació en disseny

Bau ofereix aquest màster per a disseny de projectes orientats al benestar i la transformació social, des d'una perspectiva científica, crítica i sostenible, i basats en l'experimentació material, tecnològica i conceptual.

<<<https://www.baued.es/ca/estudis/masters-i-postgraus/master-universitari-en-investigacio-i-experimentacio-en-disseny>>>

ELISAVA - Màster en Disseny mitjançant Nous Materials. Màster en Disseny per a Futurs Emergents

Elisava ofereix dos màsters enfocats a la sostenibilitat diferenciats per un enfocament més específic. Nous materials està dirigit a la creació de béns de consum i productes diversos, centrats en l'exploració de nous materials més responsables i eficients. Mentre que, el màster en disseny per Futurs emergents té un clar component innovador enfocat al desenvolupament tecnològic i el ventall de possibilitats que té implementar la sostenibilitat emmarcada en la tecnològització.

<<<https://www.elisava.net/masters-postgraus/master-en-disseny-mitjancant-nous-materials>>>

<<<https://www.elisava.net/masters-postgraus/master-en-disseny-futurs-emergents>>>

El concepte de sostenibilitat només té dues dècades, i veiem que efectivament hi ha un recent interès a cobrir aquest paradigma de disseny sostenible des de la formació de nous professionals, però són poques les universitats que actualment ofereixen formació especialitzada en aquesta matèria.

2.3 BENCHMARKING

Blanc Festival

Dates/ 22-23-24 octubre 2020. 12ª Edició.

Espai/ Museu del Disseny de Barcelona

Duració/ Blanc Festival té una durada de tres dies. El primer està dedicat en exclusiva a la impartició de workshops. En el segon i tercer dia el programa es completa amb ponències de diferents professionals.

Horari/ 10:00 a 21:00

Tarifes/ Conferències: 110 euros / Pack masterclass+ Conferències: 190 euros

Activitats/ Informació edició 2019

Blanc compta amb un variat programa d'activitats, un festival divergent i molt dinàmic, que es caracteritza per la música en directe, sortejos i diferents espais dedicats a professionals tant consolidats amb una llarga trajectòria com professionals emergents.

Ponències. Blanc programa un equilibrat cartell, en el que inclou ponents nacionals i internacionals de llarga trajectòria, com és el cas d'Oscar Mariné o la il·lustradora francesa Malika Favré, a la vegada que es dona un espai a talents emergents com la productora Codea.

Masterclass. La passada edició es van realitzar quatre masterclass, Packaging per Enric Aguilera, gestió de projectes per Dolors Soriano, Branding per Sandra Garía i Design Thinking.

Workshops. Els workshops estan comisariats per escoles de disseny; ESDesign, Seeway i OrquestaaAPP juntament amb estudis de disseny com Lo Siento o Pi Design.

Les varietés. És un format de ponència però està fora del que estrictament seria el disseny, acostant temes com el minimalisme o la gestió del temps.

Brut. És un espai on es pot observar a artistes i dissenyadors treballant, aprendre dels processos creatius inclús col·laborar-hi.

Identitat visual/

Fins a la darrera edició Blanc havia tingut una identitat itinerant que ha anat transitant per diferents autors i estudis de disseny. Actualment la seva identitat es converteix en fixa però en una versió amb múltiples formes. El branding de marca ha estat realitzat per Practica.



Ecosistema comunicatiu/

WEB - <https://blancfestival.com/ca/>

facebook | twitter | instagram | youtube

2.3 BENCHMARKING

Barcelona Design week

Dates/ 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 i 18 de juny de 2020 . 15ª Edició

Espai/ Museu del Disseny de Barcelona

Duració/ El Barcelona Design Week és un consolidat esdeveniment a nivell europeu. Té una durada d'una setmana. Organitzat per BCD Barcelona Centre de Disseny i la FAD, presenta el disseny i la innovació aplicada al disseny de manera propera.

Tarifes/ la majoria d'activitats i propostes són gratuïtes.

Activitats/ Informació edició 2019

Barcelona Design Week programa més de 100 activitats en diferents localitzacions de la ciutat, aquesta deslocalització la fa més accessible i popular. El seu ampli programa inclou conferències, documentals, exposicions, inauguracions, mercats, premis, presentacions, tallers i portes obertes. En la passada edició BDW 2019 i sota el lema "transicions" l'objectiu era acostar el disseny a la ciutadania per mobilitzar al sector a compartir més enllà de l'àmbit professional la importància social i econòmica del disseny com a agent de valor estratègic. La seva aposta transversal, fa de Barcelona Design Week un esdeveniment de gran rellevància.

Identitat visual/

la identitat visual de Barcelona Design Week destaca per una línia senzilla i minimalista, Disseny pur en la seva essència més funcional.



Ecosistema comunicatiu/

WEB - <https://www.barcelonadesignweek.com/es/>

facebook | twitter | instagram | youtube

2.3 BENCHMARKING

OFFF Barcelona

Dates/ 23-24-25 abril 2020

Espai/ Museu del Disseny de Barcelona

Duració/ Blanc Festival té una durada de tres dies. El primer està dedicat en exclusiva a la impartició de workshops. En el segon i tercer dia el programa es completa amb ponències de diferents professionals.

Horari/ 11:30 h - 20:00 h

Tarifes/ Regular ticket 164 €. No inclou workshops

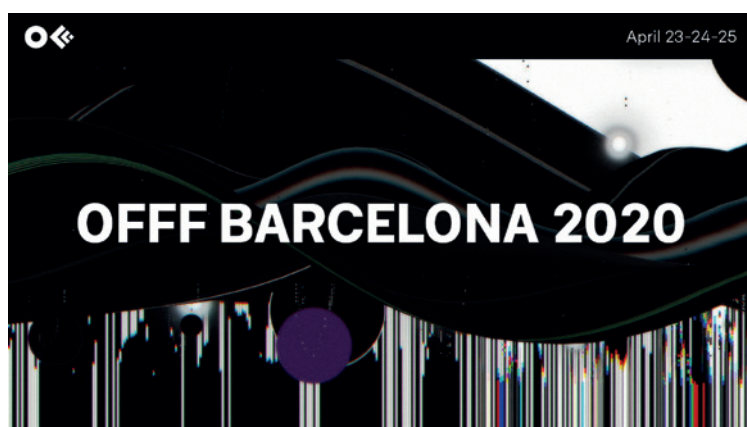
Activitats/

OFFF Barcelona és el Festival Internacional de Disseny, enfocat en el disseny, disseny digital, art i cultura. La seva programació compta amb activitats diverses, des de tallers, fins a conferències per ponents de talla internacional com Stefan Sagmeister. En la pròxima edició 2020, hi ha programades 60 conferències i acollirà a més de 100 artistes i creadores que participaran també en interessants workshops. Aquesta edició té un especial accent en el disseny digital. El seu desenvolupament és més formal que el que proposa el Blanc. OFFF ha itinerant per diverses ciutats com Tel Aviv, Viena, Milà, Sevilla o Moscou, fet que ha contribuït notablement a la seva internacionalització i consolidació com a referent.

Identitat visual/

OFFF Barcelona té un estil gràfic molt relacionat amb el disseny digital i generatiu. Una proposta líquida que està basada en la creació de textures i formes abstractes fet molt evident en el teaser de la pròxima edició.

`<iframe title="vimeo-player" src="https://player.vimeo.com/video/379949367" width="640" height="360" frameborder="0" allowfulls-creen">/iframe>`



Ecosistema comunicatiu/

<https://offf.barcelona/>

facebook | twitter | instagram | youtube

3. ANÀLISI INVESTIGACIÓ

3.1 ANÀLISI ENTREVISTES

Perfils de les persones entrevistades

S'han realitzat un total de trenta-tres entrevistes. El 36,4% dels entrevistats tenen edats compreses entre els 20- 28, un 27,3% en el rang de 29 a 36, 27,3% entre els 37 i els 45 i un 9,1% majors de 45 anys. La proporció dels estudiants és del 21,2%, la resta d'entrevistats tenen formació en disseny però actualment només s'hi dediquen el 48,5%, mentre que un 30,3% tenen altres professions envers diferents sectors; agricultura, fotografia, il·lustració, disseny de platós. Pel que fa als anys d'experiència, el 38,7% té més de 10 anys dins del sector, un 22,6% entre 5-10 anys, i el 38,7% entre 1 i 5 anys.

Coneixement i conscienciació sobre sostenibilitat

Pel que fa als coneixements sobre el disseny sostenible i els principis que aquest ha de tenir. El 47% dels entrevistats defineix de manera global i encertada, definint els diferents aspectes que engloba, ètic, social i mediambiental. Com un procés que té un abast més ampli i no es limita a l'ús de materials. El 34% ha definit amb conceptes com ecodisseny, disseny ecològic i ha fet referència només a l'impacte mediambiental. El 13% no ha explicat de manera clara que significa ni quins principis concrets ha de tenir el disseny sostenible, donant respostes poc clares i generalistes sense concretar sobre un aspecte concret. Un 7% dels entrevistats ha contestat que no sap definir, ni identifica els conceptes del disseny sostenible. Amb aquestes dades observem que una mica menys dels enquestats coneix i entén el significat i els valors i principis que ha de tenir un disseny sostenible. Aquestes respostes es corresponen en la seva majoria a perfils de 29-36, que treballen actualment en disseny. En general podem extreure que hi ha certa confusió sobre l'ecodisseny i disseny sostenible, i tot i que estan intrínsecament relacionats, el disseny sostenible, té com a factor rellevant, un compromís social en el qual es consideren la procedència de les matèries, que no es promogui tractes laborals infrahumans, etc.

De manera general, s'expressa una relació directa del paper del dissenyador com a cocreador per una societat més justa i la reducció de l'impacte mediambiental. A través de diverses afirmacions podem concloure que hi ha una consciència extensa i rotunda, sobre la rellevància que té i que hauria de tenir el disseny.

"Actuar amb principis i ser molt conscients amb el medi ambient"

"Són els principals responsables de dissenyar productes que siguin sostenibles. Diria que gairebé estant obligats a estar al corrent de les noves ecotecnologies i artefactes, per poder millorar dia a dia".

"Ells són el començament del producte"

"És important que la sostenibilitat es tingui en compte des del principi en el desenvolupament de les coses. Els dissenyadors han d'estar preparats per afrontar aquest repte."

"Els dissenyadors haurien de ser una de les puntes de llança del moviment i utilitzar el seu poder i influència per marcar una nova línia pel que fa a la sostenibilitat"

"Tenir en compte tots aquests factors i actuar de guia perquè les empreses ho arribin a fer."

Implementació metodologia sostenible

En referència a la importància que tenen les decisions de disseny en l'impacte final del producte el 85% dels entrevistats creu que n'és important o molt important. Mentre que només el 15% a respost que la importància que té és neutral.

Només el 63,6% ha manifestat que es manté actualitzat sobre innovacions tecnològiques i processos de producció, i que principalment aquestes informacions les adquireixen mitjançant publicacions i xarxes socials. Només un 9,1% ha contestat estudis reglats.

Interès en l'esdeveniment

El 85% de les persones entrevistades ha manifestat que obtenir nous coneixements sobre sostenibilitat, els ajudaria a obtenir millores en el seu treball. Pel que podem afirmar que el seu interès de manera general és alt o molt alt. El 76% ha afirmat que estaria interessat a assistir a un esdeveniment enfocat al disseny gràfic. De les activitats o aspectes proposats, els que han obtingut millor resposta són Innovacions del mercat (28,1%), ponències (25%); conèixer a altres professionals (18,8%), exposicions (12,5%), workshops (9,4%), les taules de debat i documentals han estat les proposades amb menys acceptació amb només un 3,1%. A la pregunta si s'ha assistit alguna vegada algun esdeveniment relacionat amb disseny, el 48,5% ha contestat afirmativament, i els festivals amb major assistència han estat BLANC (50%), Graphispag (20%) i OFFF Festival (20%), altres (10%).

76% ha afirmat que estaria interessat en assistir a un esdeveniment enfocat al disseny gràfic.

3.2 ANÀLISI BENCHMARKING

Els festivals analitzats, especialment OFFF Barcelona i Blanc posen el focus en el disseny des de dues perspectives diferents, el primer més formal, i el segon, amb una proposta més festiva, però en ambdós casos, segueixen la mateixa línia; un format de conferències i workshops molt dirigits a persones que es dediquen al disseny gràfic. Podem observar que les seves tarifes són elevades (160€ i 190€ respectivament), pel que necessàriament, el públic al qual es dirigeix ha de sentir un valor percebut que justifiqui el seu alt cost. Per aquest mateix motiu són dos festivals que poden resultar poc accessibles econòmicament, això representa una condició en el que principalment només es convida a assistir a les elits del disseny. Pel que fa a la programació de conferències el Blanc té una proposta més informal en el que es dona igual rellevància a nous talents com a professionals consagrats, aquesta estratègia fa sentir a l'assistent no només un espectador, sinó que forma part de l'acte de manera activa.

En relació amb el disseny sostenible, no hi ha un accent en la temàtica, com si ho fa el Barcelona Design Week. En aquest, la seva gratuïtat i el seu enfocament transversal en diferents espais de la ciutat contribueix a democratitzar el disseny de manera que involucra no només a professionals, sinó que practica una divulgació general i el seu target va més enllà de professionals fent molt més ampli el seu públic objectiu. De manera general podem concloure que dels tres festivals més rellevants que se celebren a Barcelona, el que té un caràcter més popular i conscient en sostenibilitat és Barcelona Design Week.

Les propostes gràfiques dels 3 festivals tenen una personalitat pròpia, sent el Blanc la proposta més excèntrica e innovadora. La imatge de OFFF Barcelona està fortament influenciada per la tecnològització. I és el Barcelona Week Design la que presenta una imatge més austera formalment, amb un disseny més neutre. És aquest últim per diferents motius, tant de producció com d'imatge, el que més ens interessa com a referent per a SOS Design.

Amb relació a les dates en què se celebren, el SOS Design està previst per una setmana abans que l'OFFF Barcelona, per aquest motiu es deslocalitzarà del Museu del Disseny, fet que també condiona el públic al qual es dirigeix. Traslladant el festival al CCCB es pretén també fer-lo més accessible. SOS Design serà completament gratuït.

3.3 DESK RESEARCH

Bruce Maus. És un dissenyador gràfic que amb el seu projecte Massive Change ha esdevingut un divulgador sobre com dissenyar en el futur.
<https://www.brucemaudesign.com/>

Vivienne Westwood. La dissenyadora britànica és la gran referència de la moda sostenible i una activista que ha col·laborat junt amb greenpeace i altres ONG, proclamant una moda subversiva.
<https://www.viviennewestwood.com/en/>

Curro Claret. Dissenyador industrial ha estat guardonat pels seus dissenys de caràcter social i reivindicatiu, on a través del seu enginy construeix noves realitats a partir d'objectes o materials diversos. <https://www.curroclaret.com/>

Isidro Ferrer. És un dissenyador i artista que experimenta amb tècniques manuals. Els seu estil destaca una austeritat formal i un potent missatge social, a partir de la representació gràfica de idees potents. isidroferrer.com

Emiliano Godoy. Dissenyador mexicà que fonamenta el seu treball en el desenvolupament social i mediambiental, optimitzant els recursos i cercan la millor manera de crear. <http://www.emilianogodoy.com/>

Fernando y Humberto Campana. Germans i dissenyadors de mobiliari, ja en els anys 80 van començar a interessar-se pels materials reciclables. El seu treball traspasa la funcionalitat per esdevenir una declaració. <https://campanas.com.br/>

George Bosnas. Especialitzat en disseny de producte, el seu innovador disseny biopack, és un revolucionari enfocament de com els materials renovables han de ser el futur packaging. <https://georgebosnas.com/>

Núria Vila. Dissenyadora i activista, defineix el seu disseny basat en el compromís amb el medi ambient, amb la voluntat d'aplicar el sentit comú a cada projecte i treballant d'una forma més sostenible i ètica. <http://www.nuriavila.net/>

Noelia Rueda. Nono Rueda. Els seus dissenys i les aplicacions d'aquesta han estat pensats i fets de manera que no influeixen negativament en cap de les parts responsables de crear el producte. I a més, preocupant-se pel consum local. <https://nonorueda.com/>

Ecoalf és una empresa fundada per Javier Goyeneche al 2009, l'objectiu de l'empresa és generar productes de moda realitzats amb materials reciclats. <https://ecoalf.com/es/>

EcoLAB Can Nova. EcoLAB CANNOVA és una empresa que promou i promociona construccions sostenibles, aplicant una filosofia basada en la bio-construcció. <https://www.cannova.net/>

Closca. És un estudi de disseny Valencià fundat per Carlos Ferrando, la seva filosofia està clarament inspirada en un disseny atemporal, respectuós i auster. L'objectiu de Closca és inspirar canvi d'hàbits i la relació amb el medi ambient. <https://closca.com/>

Native Shoes. Creadors de la sabata plant shoe, un calçat 100% degradable, realitzat en exclusiva amb components vegetals. <https://www.nativeshoes.com/the-plant-shoe/the-plant-shoe.html>

Pela Case. És una marca compromesa, no només per crear fundes de mòbil sense residus, sinó per l'impacte positiu dels beneficis en accions de millora mediambiental. <https://pelacase.com/>

Kokoklim. Empresa tèxtil que només utilitza tèxtils orgànics naturals i ecològics, de manera artesanal lliure de químics. <https://www.kokoklim.com/>

Wado. No només fabrica les seves sabatilles de manera sostenible, a més per la venda de cada parell planta dos arbres, el seu projecte de reforestació es tradueix en 33.000 arbres plantats. <https://www.wearewado.com/>

Citysens. Són un exemple de sostenibilitat des de la mateixa concepció del producte, el seu material és 100% reciclat, a la seva producció, que és manufactura amb la Fundació Santa Teresa. <https://www.citysens.com/es/>

Ana Villagordo. És una consultora especialitzada en projectes de comunicació i direcció de projectes ambientals, estratègia creativa i disseny sostenible. <https://anavillagordo.com/>

3.4 DAFO

ANÀLISI INTERNA

Fortaleses Internes

- Especialització
- Aportació de innovació
- Imatge de marca moderna
- Divulgació de valors essencials i positius
- Trencament en la concepció tradicional de la sostenibilitat ambiental

Febleses Internes

- Posicionament en el sector
- Rendibilitat econòmica
- Costos de producció de l'esdeveniment
- Fons de finançament
- Preu elevat

Estratègia

L'especialització és la fortalesa essencial del projecte, a partir d'aquí es crearà una comunicació de dins enfora per transmetre els valors de l'esdeveniment i de la mateixa marca, trencant amb la idea preconcebuda de la sostenibilitat representada iconicament amb plantes, colors verds, etc. Apostar per una imatge actual, moderna i innovadora com a forma de sostenibilitat adaptada a l'actualitat.

Estratègia

Cercar fons de finançament, patrocinis i col.laboracions per fer un esdeveniment accessible economicament. La democratització del coneixement també inclou fer-ho assumible mitjançant unes tarifes assequibles promovent l'assistència de públic.

ANÀLISI EXTERNA

Oportunitats externes

- Omplir un nínxol de mercat
- Atendre una necessitat específica del sector
- Espai de posicionament per marques del sector

Estratègia

Fer un estudi de mercat dels esdeveniments de disseny d'àmbit nacional, investigar dates, espais i activitats, així com preus, to comunicatiu, ecosistema comunicatiu. Això ens permetrà encaixar en el panorama actual. Reforçar el nínxol de mercat i crear un espai especialitzat.

Amenaces externes

- Canvi en les necessitats
- Falta d'interès en matèria de sostenibilitat

Estratègia

Cercar fons de finançament, patrocinis i col.laboracions per fer un esdeveniment accessible economicament. La democratització del coneixement també inclou fer-ho assumible mitjançant unes tarifes assequibles promovent l'assistència de públic.

4. DEFINICIÓ

4.1 BRIEFING

SOS Design proposa la producció d'un esdeveniment en el qual es reuneixi a diferents professionals i activitats entorn del disseny sostenible. El format consisteix a crear un espai multidisciplinari vinculat al disseny i les seves diferents disciplines subjacents, disseny de producte, senyalística, disseny digital, disseny de moda i d'altres, per crear un diàleg crític sobre la implicació que han de tenir els creatius del present per configurar el futur. El seu caràcter transversal permet definir el disseny com una categoria que abasta diferents dimensions, i com totes elles tenen un impacte en l'entorn, no només mediambiental, sinó social i econòmic.

4.1.1 BRIEFING DE DISSENY

El codi visual de SOS Design ha d'estar emmarcat en un concepte innovador basat en el minimalisme estètic i funcional. S'ha d'evitar redundar en els recursos gràfics associats comunament a la sostenibilitat com la natura, el kraft, etc. La imatge a projectar ha de comunicar una sostenibilitat contextualitzada en una realitat actual per a ser entesa com a sostenibilitat pràctica i real. Sí que es valora que el disseny sigui orgànic però no fent referència a estereotips i tòpics pre concebuts. La imatge ha de ser avantguardista, funcional i ha de mantenir una austeritat formal.

4.2 CONCEPT BOARD

Paraules clau que defineixen l'essència de la marca i els valors que vol transmetre.

**MODERN
MINIMALISTA
FUNCIONAL
DINAMIC
CONSTRUCTIVISTA**

4.3 MOOD BOARD



Bauhaus és un evident referent conceptual, pel que en la construcció de la identitat gràfica de SOS Design, es tindrà en valor les seves formes, colors i composicions.

Des de el seu origen, Bauhaus [5] representa la fundació del disseny. El seu caràcter reformista en l'aprenentatge de les arts va sorgir per a transformar la societat. Aspiraven a provocar una renovació radical de la cultura i la societat dissenyant nous camins pel que fa a la creació. Ens trobem en un context en el que cal replantejar al servei de qui ha d'estar el disseny.

També hi ha una interessant influència del treball "Swissted" projecte del dissenyador Mike Joyce, en el que hi ha un treball tipogràfic conceptual i minimalista molts interessant, on predomina una austeritat formal tant en l'ús de la forma com en l'ús del color.

[5] Bauhaus

<http://www.cultier.es/bauhaus-la-primera-escuela-de-diseno-del-siglo-xx/>

4.4 TARGET / PÚBLIC OBJECTIU

El públic objectiu al qual es dirigeix l'esdeveniment és principalment a dissenyadors professionals de diferents disciplines, estudiants i persones interessades en un nou paradigma de disseny sostenible. L'esdeveniment està enfocat a persones residents a Barcelona i l'àrea metropolitana. Posant especial èmfasi en l'assistència d'escoles de disseny de referència en la ciutat. El públic al qual es dirigeix també engloba a productors, proveïdors, empreses i especialment marques sostenibles.

QUÈ VOLEM ACONSEGUIR?

El disseny d'un esdeveniment sostenible que promogui el coneixement i la interacció, creant un espai de debat crític i diàleg constructiu per a identificar errors i proposar eines de canvi.

QUÈ VOLEM TRANSMETRE?

Volem que l'esdeveniment transmeti eficiència, modernitat, innovació, accessibilitat i sostenibilitat com a model de creació. Un concepte evolucionat del significat més relacionat amb l'ecologia.

QUÈ VOLEM QUE SENTIN?

Consciència envers la importància de les decisions que es prenen, donar envergadura i rellevància. L'efecte papallona. Qualsevol decisió forma part d'un tot i afecta la societat de manera global. Volem que se sentin part d'aquest tot com a agent de canvi i transformació de la realitat.

4.5 PROPOSTA DE VALOR

SOS Design neix amb l'anhel de ser una plataforma de difusió i coneixement d'un paradigma de disseny sostenible i democràtic, és a dir, accessible. Entenent que la seva divulgació és necessària i imprescindible per ser un agent de canvi en la comunitat de creatius.

Mitjançant l'esdeveniment anual SOS Design, i diferents accions com la publicació de contingut en xarxes i la programació d'activitats satèl·lits integrades en un calendari anual d'accions SOS Design, es vol promoure millores graduals d'un sistema intrínsecament insostenible.

4.6 OBJECTIUS

L'objectiu general és divulgar la importància del disseny, transcendent del valor funcional i estètic, i assentar bases per a modificar la base del pensament cultural en la construcció d'una societat més conscient i responsable, mitjançant la creació d'un espai de referència multidisciplinar i transversal envers el disseny sostenible per proporcionar coneixement i eines per a poder implementar una transformació positiva envers les diferents disciplines del disseny.

L'esdeveniment és també un espai d'intercanvi i diàleg sobre innovació i disseny circular, un punt de trobada per al descobriment i la co-creació de diferents perfils que intervenen en el disseny.

- ARRIBAR AL PÚBLIC OBJECTIU
- BRANDING, IMPULSAR LA MARCA SOS DESIGN
- CREAR UNA EXPERIÈNCIA D'USUARI SATISFACTÒRIA
- ESTABLIR UN ECOSISTEMA COMUNICATIU PROPER
- DIVULGACIÓ DE CONEIXEMENT I PROMOCIÓ DE PENSAMENT CRÍTIC

4.7 ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ

Generar contingut de valor a través de diferents plataformes és una estratègia que ofereix diferents avantatges que permetran una major difusió i abast del missatge. Tenint en valor el context cultural i els nous moviments socials, l'objectiu de SOS Design és unir-se al rellevant creixement exponencial de la sostenibilitat i ètica del disseny com a única via per generar un canvi transformador. L'estratègia comunicativa està basada en el branded content, on l'objectiu és comunicar el compromís i valors sostenibles i ètics.

Web. La pàgina web és essencial com element comunicatiu, des d'aquí es proporcionarà informació de valor com articles, entrevistes i informacions relacionades amb l'esdeveniment.

Instagram. Per la seva naturalesa, instagram té un alt impacte visual, l'estructuració de les publicacions s'ha de generar mitjançant una programació setmanal / mensual per generar contingut d'alta qualitat visual i cohesionat, perquè el conjunt de la galeria sigui visualment atractiu i harmònic. L'objectiu principal de l'acció de marca a Instagram és crear una comunicació bidireccional amb el consumidor

4.8 DATES I ACTIVITATS

Dates: 5 de juny 2020

La primera edició de SOS Design se celebrarà el 5 de juny del 2020, coincidint amb el Dia Mundial del Medi Ambient (World Environment Day) establert per l'ONU, en la resolució 2994 (XXVII) el 15 de desembre de 1972.

L'objectiu és emmarcar l'esdeveniment dins les jornades de sensibilització mediambiental i fomentar una implicació dels dissenyadors com a actius en el procés de transformació a pràctiques més sostenibles.

4.9 ESPAI

La proposta de SOS Design es comissariarà una exposició temporal sobre sostenibilitat al CCCB, que s'inaugurarà el 5 de juny, coincidint amb la celebració de la primera edició de SOS Design.

CCCB Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, a la ciutat de Barcelona.

Hall

Ubicació: Planta -1

Superfície: 730 m²

Capacitat: 450 persones assegudes - 500 de peu

L'espai del Hall acollirà el Pop Up Store de diferents marques sostenibles, on no només serà possible adquirir diferents productes, sinó conèixer les diferents iniciatives socials i mediambientals que proposen les diferents marques.

Sala teatre

Ubicació: Teatre CCCB, planta 2

Superfície: 400 m² aprox.

Capacitat: 330 persones assegudes - 500 persones de peu

Escenari: 8 x 5 m

En la Sala Teatre es realitzaran les diferents ponències, i també tindrà lloc la projecció del projecte audiovisual sostenible realitzat conjuntament amb escoles de disseny.

A partir del 10 de juny, el Museu de Disseny acull el Festival OFFF Barcelona, motiu pel que SOS Design se celebrarà en el CCCB.

4.10. SOS DESIGN

L'actual estil de vida consumista que ha desenvolupat la societat industrial com a model generalitzat és insostenible. Els residus i els impactes socioeconòmics generats per la societat contemporània i el consum basat en decisions banals són l'avantsala d'una crisi no només mediambiental, sinó social i econòmica greu. Per a promoure un canvi post convencional és necessari reformular idees que constitueixin noves formes de vida, mitjans de producció i sistemes econòmics. El paper que han de desenvolupar dissenyadors i empreses en la creació d'aquest nou escenari, és crucial pel desbloqueig del sistema econòmic lineal.

El disseny sostenible té un sentit circular que parteix des del mateix disseny fins a la concepció de models de negoci responsables i compromesos amb la societat. És imprescindible aplicar noves metodologies, processos de producció i materials que serveixin per a una transformació de les mentalitats. Per això, tant empreses com dissenyadors han d'involucrar-se en el desenvolupament dels seus productes i serveis des d'una perspectiva sostenible promovent així un canvi de tendències de consum, major responsabilitat i un compromís sostenible.

Durant la jornada SOS Design, diferents professionals i marques pioneres en disseny sostenible posaran a l'abast dels assistents el seu coneixement, per promoure i sensibilitzar sobre la necessitat d'adoptar noves formes de pensar, basades en el disseny circular com a model de creació. A partir de diverses activitats i diferents propostes, els usuaris també podran descobrir, experimentar i conèixer més sobre la sostenibilitat aplicada al disseny.

4.11 FILOSOFIA DE MARCA

La filosofia de marca està fonamentada en el disseny sostenible, responsable i ètic. A través de la comunicació en xarxes, l'objectiu de la plataforma SOS Design, és seguir difonent i promovent la necessitat d'implementar canvis en la manera en la que enfoquem el disseny en totes les àrees possibles. Des de la mateixa ideació i producció del disseny fins a les tendències de consum.

4.12 NAMING

SOS Design té una doble connotació. SOS és l'abreviació de sostenibilitat pel que té una relació directa amb la temàtica. Per altre banda, SOS designa una petició d'auxili reconeguda internacionalment. És un estàndard universal reconegut arreu del món. Es creu que SOS és la sigla de "si opus sit" que significa "quan sigui necessari. En el seu context d'urgència la seva interpretació és "cal socors immediat".

Completa el nom, Design que li dona context, el motiu d'utilitzar la paraula en anglès és per crear un nom més universal i accessible.

SOS Design és un exclamació sobre la urgència de respondre a una demanda, dissenyar de manera més conscientment.

6.5 PROGRAMACIÓ

Exposició temporal “Disseny sostenible, el futur del món, el futur de tots”.

Disseny sostenible, el futur del món, el futur de tots, és una exposició que vol fer reflexionar sobre la volatilitat del benestar que genera el consum a partir de l'acumulació i la massificació de residus que aquest provoca, posant l'accent en els danys col·laterals que provoca la cultura d'usar i llançar, que actualment s'ha fet extensiva a tota mena de béns.

Isidro Ferrer. La creación artesanal.

Dissenyador i artista, experimenta amb tècniques manuals. El seu estil destaca per una austeritat formal i un potent missatge social, a partir de la representació gràfica d'idees potents. Isidro Ferrer és una consagrada figura nacional que a través de la seva particular visió, ens explicarà com els elements més senzills poden construir missatges socials, en un panorama en què cada vegada és més necessari fer una mirada crítica a la societat. Serà l'encarregat d'iniciar el cicle de conferències programades per aquesta primera edició de SOS Design.

Nous materials per crear. George Bosnas.

Considerar alguna cosa més que l'aspecte i el funcionament de cada producte comença per pensar que ha ocorregut durant el procés de fabricació i que és que ocorrerà quan acabi la seva vida útil. És absolutament necessària que tots els productes i processos industrials siguin sostenibles, és a dir, beneficiosos per a la societat, l'economia i el medi ambient. George Bosnas, dissenyador gràfic d'origen grec i creador de l'envàs ecopack, ens explicarà processos creatius a partir de nous materials biodegradables i ecològics.

Sostenibilitat i disseny. Projecte audiovisual desenvolupat conjuntament amb diferents Escoles de disseny.

Com veuen la sostenibilitat les generacions actuals i futures? Aquest projecte audiovisual és una proposta perquè estudiants de disseny i audiovisuals mostrin a través de les seves idees que és la sostenibilitat.

El feminisme sostenible. Taula de debat amb joves dissenyadores i activistes. Nono Rueda, Alba Font, Nuria Vila.

Quins són els moviments socials que estan sent agents de canvi?, sense dubte el feminisme ha canviat radicalment una societat instal·lada en costums. Com es relaciona el feminisme i la sostenibilitat serà el tema de debat, en el que tres dones, Núria Vila, dissenyadora i activista, Nono Rueda, il·lustradora i activista, i Alba Font, també dissenyadora, abordaran en un espai de debat que també serà obert als espectadors.

Fernando y Humberto Campana

Germans i dissenyadors de mobiliari, ja en els anys 80 van començar a interessar-se pels materials reciclables. El seu treball traspasa la utilitat de l'objecte per esdevenir una declaració sobre el veritable significat de treballar amb materials que a priori són residus, una reflexió que ens ajudarà a entendre els cicles de vida del material i tots els agents que intervenen.

Carlos Ferrando. Dissenyant futur.

Dissenyador i fundador de la marca sostenible Closca, ens explicarà com una idea articula el procés de desenvolupament d'una marca eminentment sostenible, ètica que a més representa avantguarda de disseny. La marca té en compte el moment present i els moviments socioeconòmics i culturals, en el que existeix una sobresaturació del mercat i cada vegada més, els consumidors demanen que els productes que compren siguin coherents amb els seus valors i el seu estil de vida.

Workshop. Reduce reduce, reduce

Reduce, és la primera de les tres R que fonamenten el canvi, però és la més important, reduir el consum de residus és la millor estratègia per minimitzar l'impacte socioeconòmic sense que això impliqui un decreixement de l'economia, mitjançant aquest workshop es proporcionaran eines per reduir el consum de residus de manera intel·ligent i sostenible.

Workshop. Design Thinkgreen. Proposta de dinàmiques de creació per a un pensament sostenible.

L'eficàcia és una qualitat ecològica que redueix l'energia que s'utilitza en la fabricació, el transport o l'ús de productes. En la fabricació significa reduir la quantitat de materials que suposa realitzar un objecte. El disseny eficaç utilitza elements més simples, el que suposa una reducció de temps. En el workshop Thinkgreen aprendrem tècniques per al desenvolupament de dissenys sostenibles, com la modularitat, l'eficiència energètica, entre d'altres.

En el Hall durant tota la jornada hi haurà un Pop Up Store de marques de Disseny sostenible, on serà possible trobar diversos expositors.

Ecoalf és una empresa fundada per Javier Goyeneche al 2009, l'objectiu de l'empresa és generar productes de moda realitzats amb materials reciclats.

EcoLAB Can Nova. EcoLAB CANNOVA és una empresa que promou i promociona construccions sostenibles, aplicant una filosofia basada en la bio-construcció.

Closca. És un estudi de disseny Valencià fundat per Carlos Ferrando, la seva filosofia està clarament inspirada en un disseny atemporal, respectuós i auster. L'objectiu de Closca és inspirar canvi d'hàbits i la relació amb el medi ambient.

Native Shoes. Creadors de la sabata plant shoe, un calçat 100% degradable, realitzat en exclusiva amb components vegetals.

Pela Case. És una marca compromesa, no només per crear fundes de mòbil sense residus, sinó per l'impacte positiu dels beneficis en accions de millora mediambiental.

Kokoklim. Empresa tèxtil que només utilitza tèxtils orgànics naturals i ecològics, de manera artesanal lliure de químics.

Wado. No només fabrica les seves sabatilles de manera sostenible, a més per la venda de cada parell planta dos arbres, el seu projecte de reforestació es tradueix en 33.000 arbres plantats.

Citysens. Són un exemple de sostenibilitat des de la mateixa concepció del producte, el seu material és 100% reciclat, a la seva producció, que és manufactura amb la Fundació Santa Teresa.

	ESPAI	HORARI	ACTIVITAT
Inauguració Exposició temporal "Disseny sostenible, el futur del món, el futur de tots"	Hall	10:00h	Benvinguda
La creació artesanal. Isidro Ferrer	Sala Teatre	10:20h	Conferència
Nous materials per crear. George Bosnas.	Sala Teatre	11:30h	Conferència
Sostenibilitat i disseny	Sala Teatre	15:00h	Projecció
El feminisme sostenible	Sala Teatre	17:00h	Taula debat
Dissenyant futur. Carlos Ferrando.	Sala Teatre	18:00h	Conferència
Fernando y Humberto Campana	Sala Teatre	19:00h	Conferència
Reduce, reduce, reduce.	Hall	12:30h	WORKSHOPS
Design Thinkgreen. Proposta de dinàmiques de creació per a un pensament sostenible.	Hall	19:00h	WORKSHOPS

* La programació que figura en aquesta proposta, és una suggerència per al desenvolupament d'una possible primera edició del festival SOS Design.

Identitat gràfica SOS Design
BRAND BOOK VISUAL

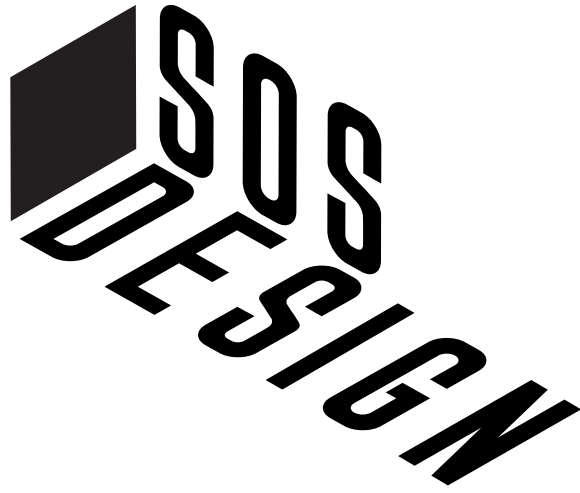
SOS DESIGN

El codi visual de SOS Design està emmarcat en un concepte innovador basat en el minimalisme estètic i funcional. La imatge que s'ha dissenyat vol projectar una sostenibilitat contextualitzada en una realitat actual moderna i visualment atractiva. La imatge té caràcter funcional, el treball de color segueix una austeritat formal.

5.1 LOGOTIP

El logotip representa una estructura en què la paraula SOS i Design formen part d'un bloc.

Es pot interpretar des de diferents posicions. La finalitat és crear un logotip dinàmic, que inclús en la seva versió estàtica tingui implícit moviment.

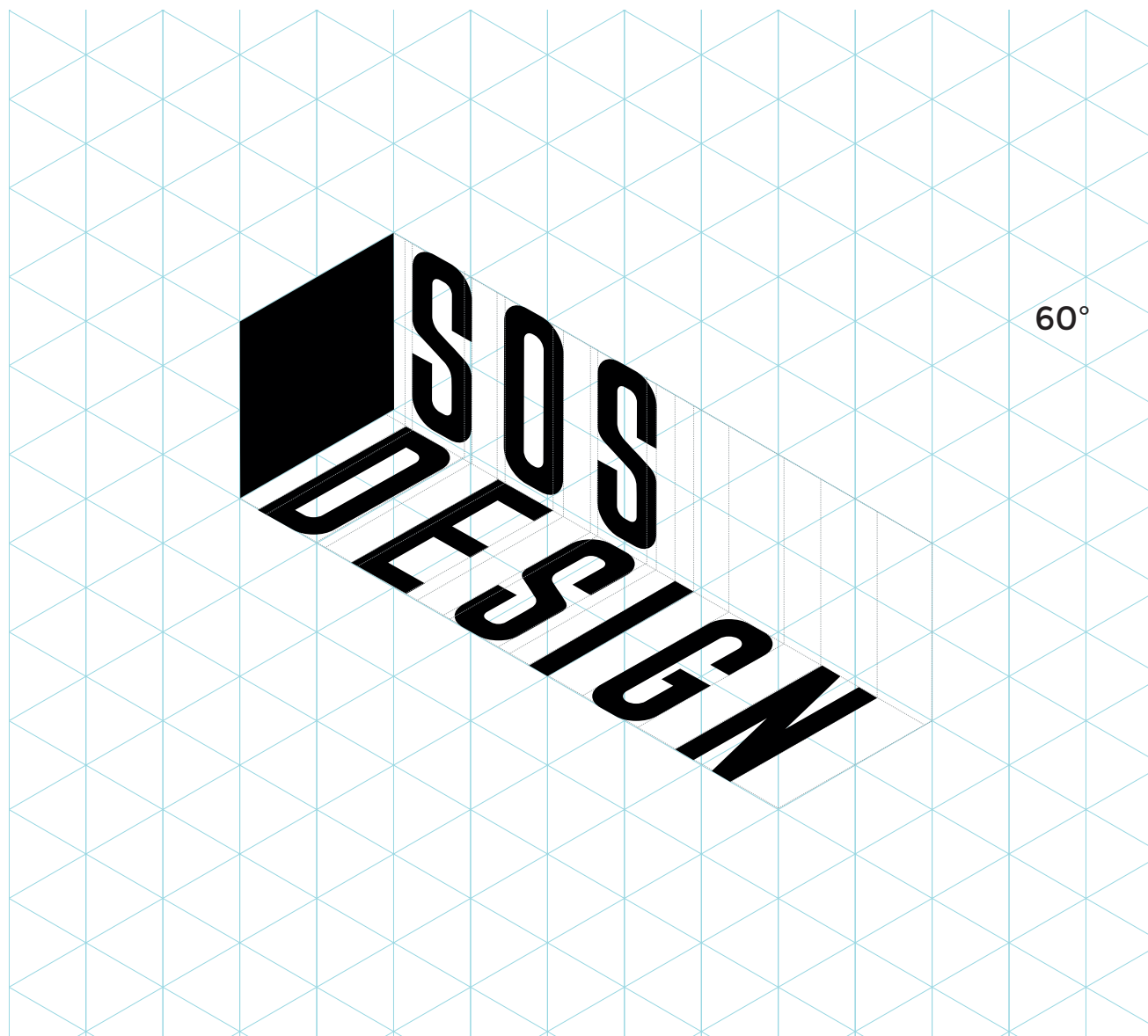


5.2 CONSTRUCCIÓ LOGOTIP

Per a la construcció del logo s'ha utilitzat un sistema de grid isomètric de 60°.

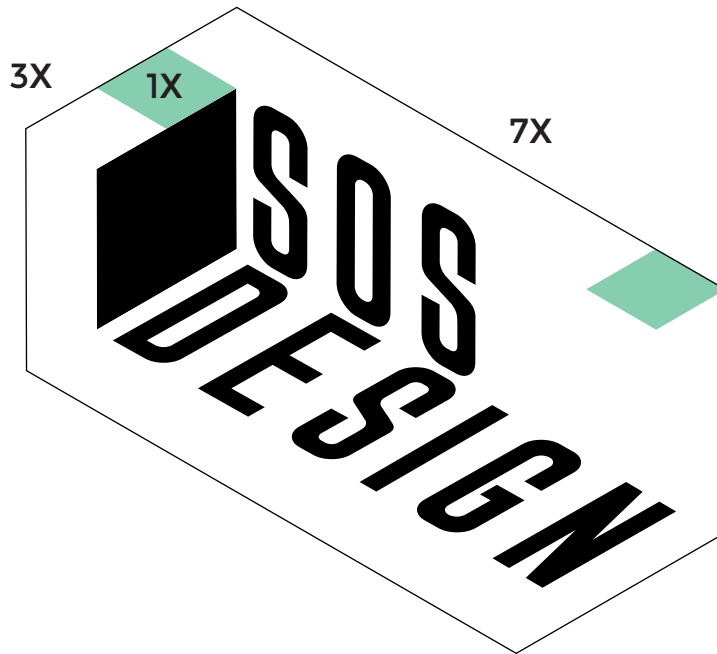
La referència per a l'àrea de respecte es correspon a un quadrat.

El Kerning entre paraules s'ha modificat manualment per mantenir el joc visual.



5.3 ÀREA DE RESPECTE I GRANDÀRIA MÍNIMA

— ÀREA DE RESPECTE



IMPRESSOS
Alçada: 20 mm



WEB
Alçada: 56 px

5.4 GAMMA CROMÀTICA

En la paleta el color dominant és el vermell. Aquest simbolitza un codi d'emergència.

El color subordinar és el negre.

Aquesta combinació de color permet utilitzar espais negatius.

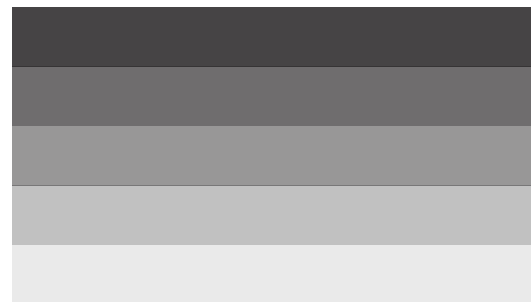
El fet de treballar amb una paleta estreta reforça el missatge d'austeritat a la vegada que es crea una combinació visualment efectiva.

Els matisos són útils en la impressió, ja que redueixen els costos sense incloure les plaques de color addicionals.

Això permet una reducció de costos i de recursos.



PANTONE P45-15U
RGB 215 72 45
CMYK 0 81 82 10



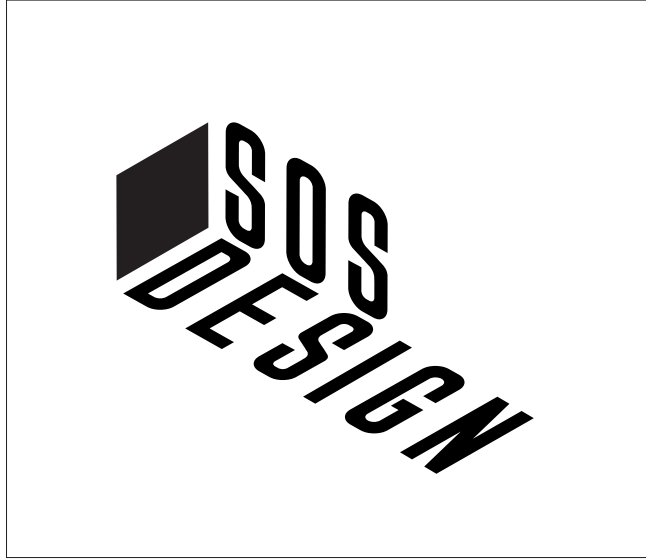
90%
70%
50%
30%
10%



PANTONE P179-15U
RGB 215 72 45
CMYK 0 81 82 10



90%
70%
50%
30%
10%



5.6 TIPOGRAFIA

TIPOGRAFIA CORPORATIVA

STOCKPORT
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

TIPOGRAFIA TEXTOS

RUBIK
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

RUBIK
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

RUBIK
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

RUBIK
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

RUBIK
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

RUBIK
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

RUBIK
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789

5.7 TIPOGRAFIA JERARQUIA

Les jerarquies tipogràfiques determinen els usos de les fonts en els textos corporatius, tant els textos que formen el cos com els titulars.

La jerarquia tipogràfica expressa el sistema d'organització de continguts, posant l'accent en algunes dades.

Thinking with Type
<http://papress.com/thinking-withtype/text/hierarchy>

Lorem Ipsum
C
RUBIK Regular
10pt Tamany / 15pt Interliniat

Lorem Ipsum
H1
RUBIK Regular
20pt Tamany / 25pt Interliniat

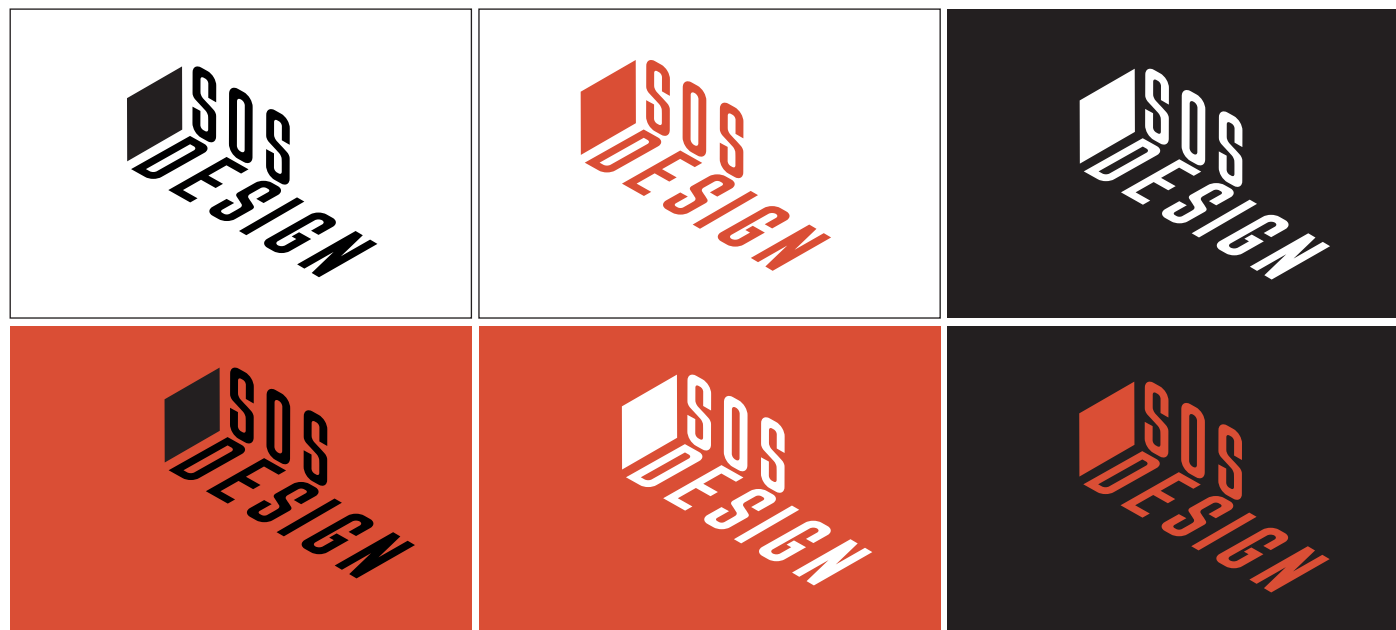
Lorem Ipsum
T5
RUBIK Regular
30PT TAMANY / 38PT INTERLINIAT

5.8 USOS

De manera preferent el logotip sempre es presentarà en la seva versió positiva (logotip negre sobre fons blanc) o en la seva versió negativa (blanc sobre fons negre).

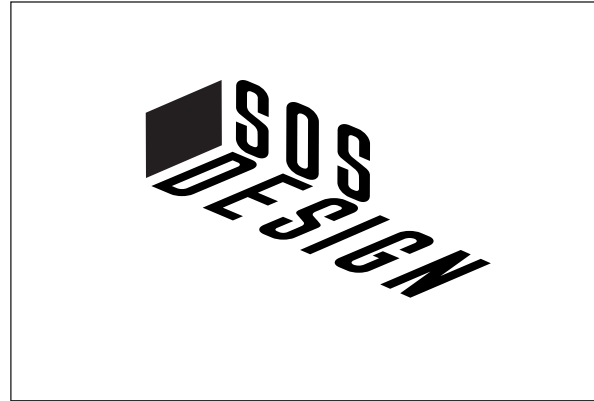
De manera adicional, el logotip també pot ser representat en blanc o negre sobre color corporatiu PANTONE P179-15U.

USOS CORRECTES



A continuació és mostren possibles alteracions del logotip no admeses en el seu ús.

USOS INCORRECTES



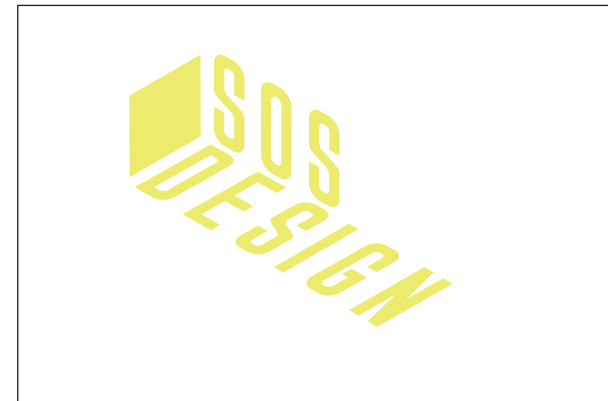
DISTORSIONAR EL LOGOTIP



GIRAR EL LOGOTIP



UTILITZAR LOGOTIP SOBRE
FONS COLOR NO CORPORATIU

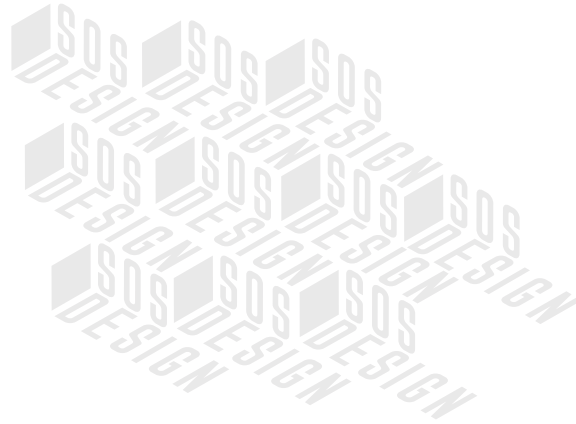


UTILITZAR LOGOTIP EN COLOR
NO CORPORATIU

5.9 ELEMENTS GRÀFICS

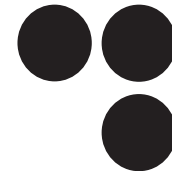
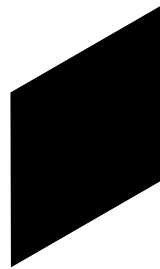
Els recursos gràfics de suport de la imatge gràfica estan basats en formes geomètriques, unitats bàsiques de disseny i creació, i la tipografia corporativa.

TRAMES A PARTIR DE LA TIPOGRAFIA



SOS
DES
IGN

RECURSOS GEOMÈTRICS



Aplicacions de marca

SOS Design

Per ser coherents amb la filosofia del festival, es minimitzarà la impressió. Per a campanya de difusió s'utilitzarà el color vermell per a generar impacte visual.

Impressions aplicacions gràfiques

De manera prioritària les impressions es faran en blanc i negre prioritzant els espais en blanc per estalviar recursos.

Aplicacions digitals

Per a la Web i l'App, l'elecció és pantalles negres. És un fet demostrat que les pantalles fosques són més eficients energèticament. [6]

[6] Jon Doucette. 2007. <http://ecoiron.blogspot.com/>

6.1. CARTELLERIA



Aplicació mockup

6.2. PROGRAMA



SOS DES IGN

SOS Design celebrarà la seva primera edició el 5 de juny del 2020. Aquest esdeveniment reuneix a diferents professionals i activitats entorn del disseny sostenible. Un espai multidisciplinari vinculat al disseny i les seves diferents disciplines subjacents, disseny de producte, senyalística, disseny digital, disseny de moda i d'altres, per crear un diàleg crític sobre la implicació que han de tenir els creatius del present per configurar el futur. El seu caràcter transversal permet definir el disseny com una categoria que abasta diferents dimensions, i com totes elles tenen un impacte en l'entorn, no només mediambiental, sinó social i econòmic.



CCCB Centre de Cultura Contemporània de Barcelona

Festival de
Disseny Sostenible

SOS DESIGN

5 juny 2020

	ESPAI	HORA	ACTIVAT
Inauguració Exposició temporal "Disseny sostenible, el futur del món, el futur de tot"	Hall	10:00h	Benvinguda
La creació artesanal. István Ferrer	Sala Teatre	10:20h	Conferència
Design Thinking Sostenibilitat. George Boiras	Sala Teatre	11:30h	Conferència
Sostenibilitat i disseny	Sala Teatre	15:00h	Projecció
El futurisme sostenible	Sala Teatre	17:00h	Taula debat
Dissenyat el futur. Carlos Ferrando	Sala Teatre	18:00h	Conferència
Fernando y Humberto Campana	Sala Teatre	19:00h	Conferència
Reduce, reduce, reduce	Hall	19:00h	WORKSHOPS
Design Thinking. Proposta de dinàmiques de treball per a un pensament sostenible.	Hall	19:00h	WORKSHOPS

PROGRAMACIÓ

6.3. WEB



6.4. MOCKUP APP





7. AVALUACIÓ

Pels requeriments del projecte hi havia molts aspectes a treballar. Des de la investigació del context, la definició de sostenibilitat, metodologia i aspectes intrínsecs, així com al disseny de la imatge de marca i les diferents aplicacions.

Per a la producció de l'esdeveniment, he realitzat un desk reserch, en el que he cercat persones relacionades amb el disseny sostenible, i empreses i marques sostenibles. Aquesta investigació ja hagués donat per a realitzar un treball en què voldria haver profunditzat més, i és que és un tema que abasta moltes disciplines de disseny i molts aspectes que són transcendents per a un canvi de mentalitat, no només en el dissenyador, sinó en el consumidor. Però amb una metodologia ben definida i estructurada, l'objectiu principal era fer una proposta general per al desenvolupament d'una primera edició de SOS Design, tenint en compte el públic al qual es dirigeix.

Pel que fa al desenvolupament del disseny de la imatge de marca, havia de complir amb unes característiques concretes, que considero haver implementat en línies generals. La imatge és de línies senzilles, el que li atorga austeritat, a la vegada que projecta una imatge sobria. Volia transmetre sostenibilitat des de una perspectiva moderna, lluny dels estereotips més relacionats amb el disseny ecològic. He procurat justificar i defensar cada decisió que he pres, des de l'elecció del naming, a l'ús del color. Per a desenvolupar les aplicacions gràfiques he aplicat també aquest criteri de sostenible i raonar cada decisió presa per a ser coherent amb la marca. Respecte a les aplicacions impreses, crec que era una prioritat minimitzar tot l'impacte residual que generen.

En general, és un treball que m'ha aportat coses molt positives i que m'agradaria continuar explorant.

7.1 CONCLUSIONS

Els objectius que havia fixat eren desenvolupar la ideació i disseny d'un festival de disseny sostenible. En procés d'investigació i anàlisi he pogut observar que no hi ha un espai enfocat exclusivament a aquest tema, i considero que és prou important per posar hi el focus i realitzar un esdeveniment d'aquestes característiques. A més, considero que hi ha una perspectiva molt enfocada a les "elits". En el benchmarking, prenent els tres festivals de referència, he vist que el preu és molt elevat, el mateix que amb els estudis.

Crec que hi ha una percepció poc definida i concreta que és el disseny ecològic i el disseny sostenible, les diferències són fonamentals per entendre que les decisions no només han d'afectar a la part visible, com els materials sinó pensar en tot el cicle, podem dissenyar un producte de fusta ecològica, però que l'obtenció d'aquesta fusta sigui mitjançant l'explotació de persones, o que el transport d'aquest material sigui altament contaminant.

Estic convençuda de què aquesta proposta és necessària per a fer una divulgació democràtica del coneixement, que a més té una rellevància transcendental en la metodologia de disseny, i és que vivim una emergència climàtica sense precedents, en el qual és absolutament necessari que tots els productes i processos industrials siguin sostenibles, és a dir, beneficiosos per a la societat, l'economia i el medi ambient, per això és necessària la divulgació del coneixement i el pensament crític.

8. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

- **Diseño Eco-Experimental.** Brower, Mallory, Olhman. Editorial GG.

Webgrafia

- **Acciona.** Video. Cómo evitar el cambio climático. [Data de consulta: 25 setembre 2019]
<<https://www.youtube.com/watch?v=3X-Z0kMfh4M#action=share>>

- **ADG-FAD.** Entrevista Bruce Mau. [Data de consulta: 25 octubre 2019]
<<https://www.adg-fad.org/es/news/el-cambio-masivo-segun-bruce-mau>>

- **Arquitectura y diseño.** Biopack. Article. [Data de consulta: 10 octubre 2019]
https://www.arquitecturaydiseno.es/pasion-eco/biopack-envase-semilla-que-puedes-plantar_2750

- **Artandseams.** Blog. [Data de consulta: 15 octubre 2019]
<https://artandseams.com/como-reconocer-buen-diseño-sostenible/>

- **Codec.** Video. Economía circular: descubre lo que es antes de que reviente el Planeta.
[Data de consulta: 25 setembre 2019] <<https://www.youtube.com/watch?v=Lc4-2cVKxp0&t=74s>>

- **El Periódico.** OFFF BARCELONA . Article. [Data de consulta: 28 setembre 2019]
<<https://www.elperiodico.com/es/onbarcelona/visitar/20190424/festival-offf-barcelona-7419131>>

- **El Referente.** Article. [Data de consulta: 10 octubre 2019]
<<https://www.elreferente.es/innovadores/wado-zapatillas-retro-ecologicas-de-moda-34224>>

- **Ellen Mac Arthur Foundation.** Web. [Data de consulta: 26 setembre 2019]
<<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>>

- **Graffica.** Article. [Data de consulta: 10 octubre 2019] <https://graffica.info/blanc-festival-2019/>

- **Grafous.** Article ;Diseño sostenible o ecodiseño? [Data de consulta: 26 setembre 2019]
<<https://www.grafous.com/diseño-sostenible-o-ecodiseño/>>

- **Hoy es el día.** Article. 2017. Sostenibilitat económica. La gran olvidada del diseño sostenible.
[Data de consulta: 28 setembre 2019]
<<https://www.hoyeseldia.es/sostenibilidad-economica-la-gran-olvidada-del-diseño-sostenible/>>

- **McDonough, William.** The Hannover Principles. [Data consulta: 29 setembre 2019]
<http://www.mcdonough.com/wp-content/uploads/2013/03/Hannover-Principles-1992.pdf>

- **Técnica Industrial.** Article. El ecodiseño en el ámbito de la ingeniería del diseño.
[Data de consulta: 26 setembre 2019]
<<http://www.tecnicaindustrial.es/TIFrontal/a-5409-el-ecodiseño-ambito-ingeniería-diseño.aspx>>

- **Timeout.** OFFF BARCELONA . Article. [Data de consulta: 28 setembre 2019]
<<https://www.timeout.es/barcelona/es/que-hacer/offf-barcelona-2019>>

- **The Circular Design Guide.** Web. <<https://www.circulardesignguide.com/>>

- **Wikipedia.** SOS.[Data de consulta: 28 setembre 2019] <<https://es.m.wikipedia.org/wiki/SOS>>

SSS DESIGN



Cristina Bosch
UOC 2019-2020