

Estratègia de disseny per impulsar el creixement del Social Fest BCN

Memòria

Grau de Disseny i Creació Digitals

TFG-Ad hoc - Juny 2024

Lídia Serrat Consuegra

Responsable de l'àrea de TFG: Elena Bartomeu Magaña

Tutor: Alain Jaimez Fuentes

Agraïments

Quan vaig decidir fer aquest grau, no m'imaginava que aquesta aventura es convertiria en una carrera de fons, una autèntica marató. Durant aquests anys han passat moltes coses, algunes de molt maques i altres de dolentes, és clar. Però en tot aquest temps sempre hi ha hagut una persona amb qui he pogut comptar, m'ha fet costat i ha empatitzat amb mi en els moments més difícils, m'ha donat un cop de mà i, sobretot, m'ha donat una empenta per no llençar la tovallola. Aquesta persona és la meva tutora del grau, la Maika Sangüesa. No puc deixar d'agrair també a tots i totes les professores que m'han acompanyat en aquest viatge i que han mantingut sempre vives, la meva inquietud i les ganes d'explorar, i en especial a l'Alain Jaimez, el meu tutor del TFG per la seva paciència infinita.

Agraeixo a la UOC l'oportunitat que ens ofereix de cursar aquests estudis en condicions flexibles i per encoratjar-nos a continuar estudiant.

Per descomptat, agraeixo moltíssim el recolzament que he tingut per part de la meva família i, sobretot,

la paciència que han tingut amb mi; sense aquest suport, no hauria aconseguit arribar fins aquí.

Em sento molt feliç de poder comptar amb els meus companys i companyes de feina, que sempre s'han interessat pels meus avenços i m'han donat un cop de mà sempre que han pogut. Especialment l'Anna Sanahuja i el Jordi Pi en aquest treball final.

També vull agrair a l'equip del Social Fest BCN, la Maria Paz i el Frank María, per la predisposició i l'ajuda que m'han ofert en tot moment durant tot el procés del TFG. A tots els grups motors que, com ells, són per mi una font d'inspiració que m'ajuda a entendre per què m'he volgut dedicar a això.

Resum

El present TFG aborda el desplegament d'una estratègia de disseny per impulsar el Social Fest BCN. Aquest festival fomenta el diàleg i l'acció cap a un futur més just i sostenible combinant l'art i el disseny amb els àmbits socials i mediambientals. Crea sinergies i solucions col·lectives col·laborant amb diversos professionals, empreses i organismes, incentivant valors com la diversitat, la inclusió i el respecte.

Aquest treball se centra en les possibilitats del disseny com a eina essencial per a la comunicació entre les persones, fent especial èmfasi en el rol del dissenyador com a estratègia i en el seu paper com a agent de transformació social. La metodologia utilitzada es focalitza en l'usuari i en la creació col·laborativa interdisciplinària per abordar problemes complexos.

La fase inicial es centra en una investigació i anàlisi de la situació actual: anàlisi DAFO, enquestes a usuaris i un *benchmarking* de festivals similars. Aquestes accions permeten identificar les necessitats, preferències i comportaments del públic objectiu, així com les àrees de millora en la comunicació i l'estructura del festival.

A continuació, es defineixen els objectius: millorar la coherència visual i narrativa del festival, crear una plataforma digital que connecti comunitats, oferir pautes gràfiques i organitzar i documentar el possible material generat.

Per aportar dinamisme i coherència a la identitat visual del festival, es realitza una adaptació del logotip existent, es tria una tipografia adequada per la seva llegibilitat i versatilitat, i es defineix una gamma cromàtica per identificar les temàtiques del festival.

Com a artefacte principal, es proposa una plataforma digital, dissenyada per millorar l'experiència de l'usuari i fomentar la interacció. Inclou funcionalitats com un fòrum de discussió, un repositori de projectes i la integració de serveis externs com podcasts i vídeos. El disseny de la seva estructura es basa en un *sitemap* clar i accessible, optimitzat per a diferents dispositius.

Aquesta estratègia no només millora la visibilitat i participació, sinó que també facilita l'obtenció de fons i la col·laboració amb noves entitats i comunitats.

Paraules clau: Disseny participatiu, codisseny, ecodisseny, estratègia de disseny, transformació social.

Abstract

This Final Degree Project deals with the deployment of a design strategy to promote the Social Fest BCN festival. This festival encourages dialogue and action towards a more just and sustainable future, combining art and design with social and environmental issues. It creates synergies and collective solutions by collaborating with different professionals, companies and organisations, encouraging values such as diversity, inclusion and respect.

This project focuses on the possibilities of design as an essential tool for communication between people, with special emphasis on the role of the designer as strategist and his or her role as an agent of social transformation. The methodology used focuses on the user and interdisciplinary collaborative creation to address complex problems.

Throughout its formalisation and implementation, eco-design is highlighted as a fundamental principle, ensuring that every aspect of the process reflects a commitment to environmental preservation.

The initial phase focuses on research and analysis of the current situation: a SWOT analysis, user surveys and benchmarking of similar festivals. These actions allow us to identify the needs, preferences and behaviors of the target audience, as well as areas for improvement in the communication and structure of the festival.

The objectives are defined as follows: to improve the visual and narrative coherence of the festival, to create a digital platform that connects communities, to provide graphic guidelines and to organise and document the possible material generated.

To bring dynamism and coherence to the visual identity of the festival, an adaptation of the existing logo is created, a suitable typography is chosen for its legibility and versatility, and a chromatic range is defined to identify the different themes within the festival.

As the main tool, a digital platform is proposed, one which is designed to improve the user experience and encourage interaction. It includes functionalities such as a discussion forum, a project repository and the integration of external services such as podcasts and videos. The design of its structure is based on a clear and accessible sitemap, optimised for different devices.

This strategy not only improves visibility and participation, but also facilitates fundraising and collaboration with new entities and communities.

Keywords: Participatory design, co-design, eco-design, design strategy, social transformation.

Índex

1. Prefaci	5	7. Estratègia de disseny del SFB	40
2. Descripció / Definició / Hipòtesi	6	7.1. Introducció	41
3. Objectius	9	7.2. Definició de la proposta	42
4. Metodologia	10	7.2.1. Adaptació del logotip	45
5. Planificació	11	7.2.2. Lema	50
6. Investigació i anàlisi	13	7.2.3. Gamma cromàtica	52
6.1. Briefing	14	7.2.4. Tipografia	54
6.2. Brainstorming	15	7.2.5. La plataforma digital	57
6.3. Benchmarking	18	8. Conclusions	65
6.4. Missió, visió, valors i objectius	25	9. Bibliografia i Webgrafia	67
6.5. Qüestionari i anàlisi de dades	26	10. Annex	70
6.6. DAFO	30	10.1. Qüestionari	71
6.7. Públic objectiu	31		
6.8. Identitat de marca	34		
6.8.1. Ecosistema SFB	35		
6.8.2. Logotip	37		
6.8.3. Web	38		

1. Prefaci

«El diseño ya no puede ser solo una forma de vender más, debe ser una forma de habitar el mundo, que puede hacer que vivir sea posible o no.»

(Guayabero O. 2021)

Ens trobem immersos en un temps de grans desafiaments socials i ambientals, on és imprescindible que ens adrecem cap a una profunda reflexió sobre les problemàtiques que afecten la nostra societat. La crisi climàtica, la desigualtat econòmica, els drets socials i tot el que convergeix en els Objectius de Desenvolupament Sostenible per a l'any 2030 són temes ineludibles que reclamen l'atenció i l'acció de tots els actors socials, empresarials i governamentals.

És en aquest context complex i interconnectat que el Social Film Festival emergeix com una resposta proactiva i transformadora. A través de la convergència entre els àmbits mediambiental, audiovisual, artístic i creatiu, aquest festival proporciona un espai de diàleg i acció que aborda les múltiples dimensions dels desafiaments actuals. Així, no només busca sensibilitzar sobre les problemàtiques que ens envolten, sinó també fomentar la cohesió social, promoure la innovació i inspirar canvis concrets cap a un futur més just i sostenible.

En aquest sentit, el Social Film Festival no només és una plataforma de projecció cinematogràfica, sinó un catalitzador de consciència i acció. En reunir professionals, empreses i organismes de diferents àrees, el festival facilita la creació de sinergies i la generació de solucions col·lectives. A més, mitjançant la seva col·laboració amb diverses entitats i col·lectius, promou valors com la diversitat, la inclusió i el respecte, contribuint a la construcció d'una societat més cohesionada i equitativa. Partint d'aquesta re-

flexió, a partir de la segona edició, el festival es divideix en dues branques: el Social Film Festival, on es tractaran projectes més relacionats amb l'audiovisual i el Social Fest BCN que passarà a ser la denominació principal.

Així, en aquesta era de reptes crítics i urgents, el Social Fest BCN emergeix com una llum d'esperança i possibilitat, recordant-nos que, tot i els obstacles, la col·laboració i la creativitat poden obrir camins cap a un futur millor per a tots. Amb això, no només s'aborda la crisi climàtica, sinó que també es promouen aliances per a l'assoliment d'objectius com la sostenibilitat urbana i la inclusió social, consolidant el festival com un agent de canvi cap a un món més equitatiu, sostenible i pròsper.



2. Descripció / Definició / Hipòtesi

«La co-creación es una forma específica de colaboración y participación activa de las partes interesadas para explorar y crear valor y estrategia en el proceso de innovación.»

(Voorberg, W.H. 2015)

L'art, la cultura i l'educació ens han aportat eines al llarg de la història per donar suport al nostre pensament vers el món, per transformar-lo i per intentar millorar-lo. Òbviament, això no ha estat sempre possible i fins i tot moltes vegades ha generat controvèrsia. Tanmateix, l'art i la cultura, amb les seves diferents expressions, són béns que devem preservar i fomentar. La cultura ens ajuda a tenir una millor comprensió del món, ens ajuda a formar el nostre pensament crític i ens apropa a altres individus i societats amb qui poder compartir incerteses i desitjos d'un futur millor.

Sempre he estat molt interessada en propostes, projectes o accions en les quals artistes, músics, intel·lectuals, científics, escriptors, etc., treballen en diferents perspectives sobre problemàtiques socials i mediambientals que criden a la reflexió. I és precisament en aquest context que vaig tenir l'oportunitat de col·laborar amb el Social Film Fest, un esdeveniment que es presenta com un altaveu i una plataforma per donar visibilitat i veu a temàtiques de gènere, salut, medi ambient, educació, alimentació, etc., des de diferents disciplines com el cinema, la pintura, l'arquitectura, la literatura, el disseny, la ciència, l'artesanía, la performance, la fotografia, i d'altres.

Trobo molt interessant l'objectiu del festival per connectar diferents col·lectius, universitats, entitats, organitzacions i artistes a través de taules rodones, tallers, entrevistes, visionat de curtmetratges, etc. generant accions que criden a la reflexió i que generen un augment de la participació cultural,

reforçant el teixit associatiu i cultural de proximitat. Un projecte clau per aprofundir en la intersecció entre art, cultura, i problemàtiques socials i mediambientals, així com per contribuir a la creació d'una plataforma de diàleg i acció que promogui el canvi i la consciència col·lectiva.

A continuació una petita mostra d'algunes de les activitats organitzades pel festival en el Santa Mònica:

Autofabricantes

Presentació i taula rodona sobre el projecte de recerca per a la creació de pròtesis innovadores en impressió 3D, a baix cost i de manera col·laborativa i altres productes de suport amb els propis usuaris al centre del procés, basat en el codisseny i l'apoderament a partir de les seves pròpies solucions.



Autofabricantes. Imatge: M. Paz Montecinos/SFBCN

2. Descripció / Definició / Hipòtesi

Upcycling i mar

Presentació dels resultats del projecte de col·laboració realitzat entre el Social Festival Barcelona, Plataforma Vértices i Bau Centre Universitari d'Arts Disseny de Barcelona. Partint de veles de vaixell, els estudiants de moda del Grau en Disseny de Bau proposen unes interessants peces de *upcycling* que travessen diferents formes de reutilització, com jaquetes, pantalons i complements com barrets i bosses.

Passarel·la i presentació dels processos creatius de les diferents propostes.



Upcycling i mar. Imatge: BAU/SFBCN

Reflexa't

Presentació i debat sobre el projecte artístic de creació fotogràfica realitzat per persones que han patit exclusió perquè no tenen una llar, un sostre o un domicili. A través d'uns tallers de formació sobre expressió fotogràfica i teoria urbana, els participants han projectat una mirada subjectiva sobre la gent i la ciutat que habiten: Barcelona.



Reflexa't. Imatge: M. Paz Montecinos/SFBCN

Les nostres imatges. Cine per a dones trans

Presentació del projecte comunitari de cinema i vídeo per a dones trans, multidisciplinari, plural i inclusiu, basat en escoltar i respectar les diferents maneres de pensar de dones que comparteixen un trànsit en la seva identitat de gènere però que tracen individualment el camí cap a la seva pròpia identitat personal.

Durant les 5 edicions de vida del festival, s'ha apreciat un increment progressiu en l'assistència de públic i en l'interès mostrat per la programació.

Paradoxalment, aquesta evolució planteja una sèrie de problemàtiques que s'haurien d'abordar per part de l'associació per impulsar el creixement del festival i evitar l'estancament.



Les nostres imatges. Imatge: M. Paz Montecinos/SFBCN

2. Descripció / Definició / Hipòtesi

Problemes a resoldre:

- Emmagatzematge, catalogació i presentació del material audiovisual, gràfic i textual en cada edició.
- Dificultats per connectar i generar xarxa amb els diferents col·lectius, organismes i professionals interessats a formar part de la comunitat.
- Manca de seguiment de les connexions establertes amb aquests col·lectius.
- Arribar al públic que no pot assistir presencialment.

Per tant, la pregunta és la següent:

¿Podria la implementació d'una plataforma digital centralitzada i interactiva per a la gestió del contingut del festival, abordar els problemes d'emmagatzematge, connectivitat i seguiment, i facilitar una major participació de la comunitat, tot evitant l'estancament en el creixement del Social Fest BCN?

Per arribar a les possibles solucions, posarem especial atenció al públic objectiu del festival, incloent tant la pròpia associació com la comunitat participant i la comunitat futura.

Per determinar quin pot ser l'artefacte final, caldrà analitzar el context, la problemàtica, l'abast del projecte i els recursos i agents involucrats. Considerant tot l'exposat fins ara, sembla necessari **plantejar una estratègia de disseny** de la qual puguin sorgir les peces necessàries, com un prototip web per a una presència digital eficaç, un dossier de presen-

tació per a una presència física impactant i un kit de recursos divulgatius per a una difusió efectiva.

Haurem de ser realistes i prioritzar les accions que puguin tenir un major impacte. És possible que, a causa de la manca de recursos personals i de la pròpia associació, no es puguin realitzar prototips de totes les peces que sorgeixin de la proposta de l'estratègia de disseny. Per tant, caldrà exercir un judici prudent i decidir quines accions són prioritàries i més viables en aquest context. Tot i això, s'hauria de potenciar que el projecte sigui flexible i col·laboratiu, involucrant totes les parts interessades per proposar una solució final atractiva i viable.

Paraules clau:

codisseny, coneixement, cooperació, xarxa.



3.Objectius

Analitzant la definició i la hipòtesi del projecte plantejarem els següents objectius:

Principals

Analitzar, conèixer i difondre els valors i personalitats del festival per dotar tots els missatges d'una major coherència, tant visual com narrativa.

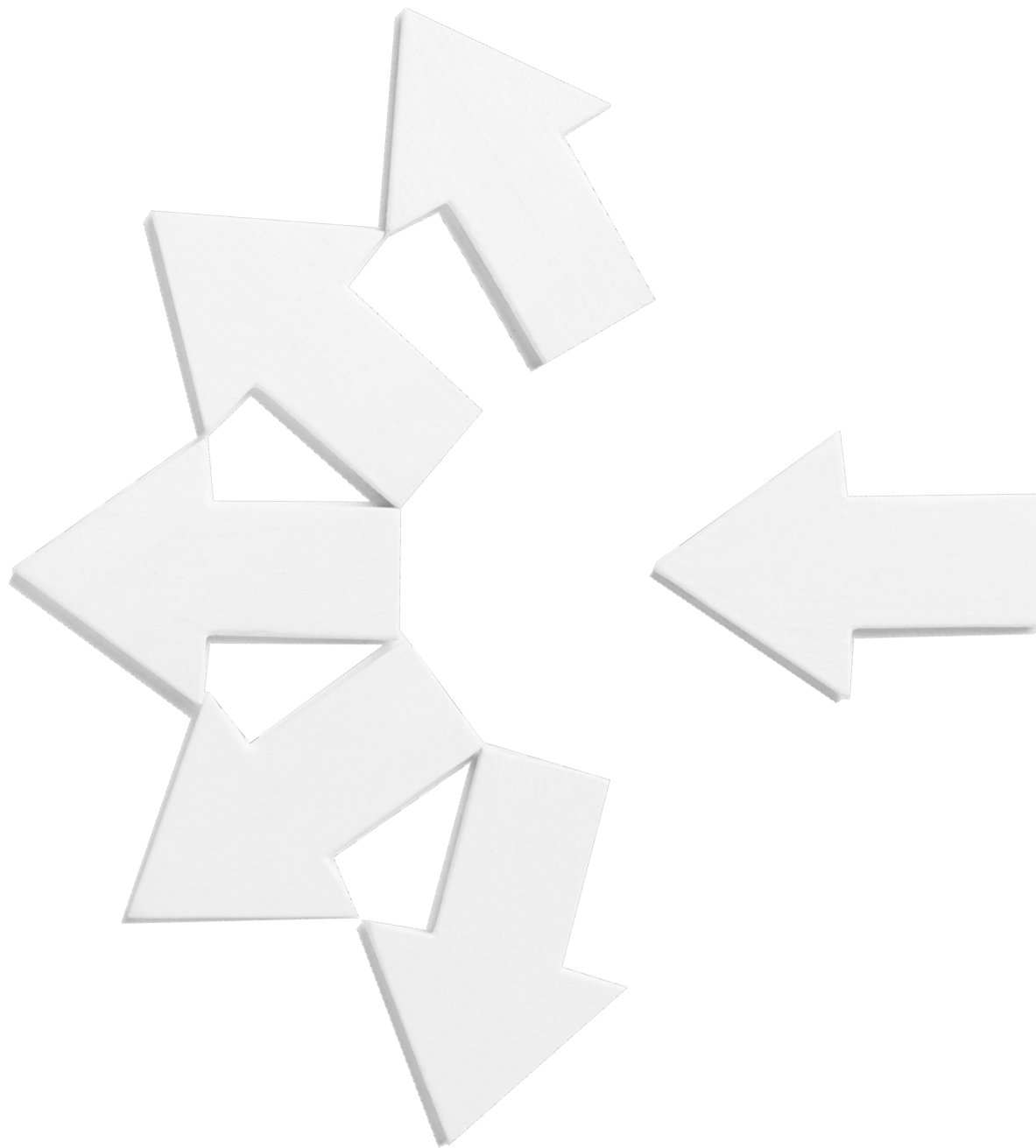
Generar una eina que ens serveixi de plataforma per connectar comunitats.

Secundaris

Oferir pautes gràfiques per aplicar en els esdeveniments promoguts o realitzats pel Festival.

Generar una experiència comunicativa i visual potent.

Endreçar i documentar el material generat.



4. Metodologia

«La mejor manera que nuestro diseño con responsabilidad social sea efectivo es codiseñando con los destinatarios finales. [...] El diseñador ha de diseñar para y con el usuario siempre que sea posible.»

(Guayabero, O. 2021)

Diagramar, classificar la informació o dibuixar propostes forma part de la metodologia del disseny centrat en l'usuari que ens pot ajudar a arribar a solucions òptimes pel nostre objectiu.

A continuació enumeraré els diferents mètodes que utilitzaré en cadascuna de les següents etapes: Investigació, definició, generació i avaluació.

F1. Fase investigació

Briefing:

- Informació i valors sobre el festival i la marca. Identificació d'oportunitats.
- Identificar el públic objectiu
- Descripció dels objectius i abast del projecte

Brainstorming: Generació espontània d'idees vers el problema. Treball col·laboratiu

Benchmarking: Anàlisi de la competència.

Construcció dels *buyer persona* amb la finalitat d'identificar el nostre públic objectiu.

F2. Fase de definició

Organització de les idees, conceptes i connexions. Ens serà d'ajuda per estructurar la informació i obtenir conclusions. Aquestes conclusions juntament amb els resultats dels *buyer persona* ens serviran per construir els escenaris.

Utilitzaré Miro o similar.

F3. Fase de generació

El treball d'arquitectura de la informació es realitzarà amb eines de generació d'arbres de contingut tipus Miro i haurà de ser col·laborativa. Haurà de correspondre al model mental i característiques dels usuaris als quals s'orienta.

En aquesta fase hauríem de poder prototipar el nostre artefacte que es podrà estendre fins a la fase d'avaluació.

Per prototipar es farà servir la tècnica dels esbossos per poder fer iteracions ràpides i el *wireframe* per representar l'estructura.

Aquesta fase és molt important, ja que el prototipatge ens pot servir molt per facilitar la comunicació i el treball col·laboratiu.

F4. Fase d'avaluació

En aquesta fase hauríem d'enllestir la proposta de disseny del nostre prototip. En una fase posterior es podrà fer un test amb usuaris i amb els resultats podrem iterar i proposar millores fins que arribem a un objectiu òptim.

En aquesta fase haurem de tenir en compte de cara a la planificació, la preparació de la documentació lliurable i la defensa del treball final.

5. Planificació

Un cop definides les fases del projecte, les distribuïm en un planificador que ens ajudarà a determinar les dates clau de cadascuna d'elles.



5. Planificació

<input type="checkbox"/>	Tarea	Responsable	Fecha	Estado ⓘ	Casi...	Cronograma ⓘ	Notas	Dependencia ⓘ
<input type="checkbox"/>	▼ F1 INVESTIGACIÓ 6 ⊕		28 feb. - 4 abr.	Fet		! 4 abr.	[Ejemplo] Eleme...	-
<input type="checkbox"/>	Subelemento	Assignat	Dates	Estado 1	Veri...	Cronograma	Notas	Dependencia ⓘ
<input type="checkbox"/>	Metodologia ⊕			Fet		28 feb. - 1 mar.		-
<input type="checkbox"/>	Planificació ⊕			Fet		2 - 5 mar.		-
<input type="checkbox"/>	Briefing ⊕			Fet		6 - 14 mar.		-
<input type="checkbox"/>	Brainstorming ⊕			Fet		15 - 21 mar.		-
<input type="checkbox"/>	Benchmarking ⊕			Fet		22 - 26 mar.		Brainstorming
<input type="checkbox"/>	Cosntrucció buyer persona ⊕			Fet		27 mar. - 4 abr.		-

<input type="checkbox"/>	▼ F2 DEFINICIÓ 3 ⊕		5 - 19 abr.	Fet		! 19 abr.		F1 INVESTIGAC...
<input type="checkbox"/>	Subelemento	Assignat	Dates	Estado 1	Veri...	Cronograma	Notas	Dependencia ⓘ
<input type="checkbox"/>	Organització idees i conc... ⊕			Fet		5 - 9 abr.		-
<input type="checkbox"/>	Anàlisi de dades ⊕			Fet		10 - 14 abr.		-
<input type="checkbox"/>	Estructuració informació ⊕			Fet		15 - 19 abr.		-

<input type="checkbox"/>	▼ F3 GENERACIÓ 4 ⊕		20 abr. - 9 may.	Fet		! 9 may.		F2 DEFINICIÓ
<input type="checkbox"/>	Subelemento	Assignat	Dates	Estado 1	Veri...	Cronograma	Notas	Dependencia ⓘ
<input type="checkbox"/>	Arquitectura de la informa... ⊕			Fet		20 - 23 abr.		-
<input type="checkbox"/>	Anàlisi de marca ⊕			Fet		24 - 27 abr.		-
<input type="checkbox"/>	Definició de la proposta ⊕			Fet		27 abr. - 7 may.		-
<input type="checkbox"/>	Inici F1 prototip artefacte ⊕			Fet		7 - 9 may.		-

<input type="checkbox"/>	▼ F4 AVALUACIÓ I LLI... 4 ⊕		13 may. - 6 jun.	En curs		18 jun.		F3 GENERACIÓ
<input type="checkbox"/>	Subelemento	Assignat	Dates	Estado 1	Veri...	Cronograma	Notas	Dependencia ⓘ
<input type="checkbox"/>	F2 prototip artefacte ⊕			Fet		12 - 29 may.		-
<input type="checkbox"/>	Esmenes i ajustos ⊕			Fet		30 may. - 3 jun.		-
<input type="checkbox"/>	Revisió final i lliurables ⊕			Fet		4 - 6 jun.		-
<input type="checkbox"/>	Defensa (preparació i lliur... ⊕			No iniciat		8 - 18 jun.		-

6. Investigació i anàlisi

6.1. Briefing

«Entre los retos futuros cabe destacar la necesaria progresividad del grado de implicación de las áreas de la institución pública, así como de las empresas y entidades sociales.»

(San Salvador del Valle, R. 2023)

La cultura constitueix una amalgama de característiques espirituals, materials, intel·lectuals i emocionals que defineixen una societat o un grup social. Aquesta no només inclou les arts i la literatura, sinó que també abraça maneres de viure, formes d'interacció social, sistemes de valors, tradicions i creences.

En el context actual, la cultura ocupa un lloc preminent en les discussions sobre identitat, cohesió social i l'avanç cap a una economia del coneixement.

La diversitat cultural, juntament amb la tolerància, el diàleg i la cooperació en un ambient de confiança i entesa mútua, són fonamentals per assegurar la pau i la seguretat a nivell global. (Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, 2001).

A més, en un esforç per promoure el desenvolupament sostenible global, l'Assemblea General de l'ONU ha adoptat l'Agenda 2030. Aquest pla d'acció s'orienta cap a l'enfortiment de la pau universal i l'accés a la justícia, alhora que busca garantir un futur sostenible i resilient per a tots, basant-se en la cooperació internacional i el compromís amb la diversitat cultural i el respecte mutu.

Els festivals i esdeveniments culturals, com el Social Fest BCN, juguen un paper crucial en la sensibilització i educació sobre qüestions socials i mediambientals. Proporcionen una plataforma fonamental per la mobilització i la generació de canvi social i ambiental, mitjançant l'adopció de fórmules innovadores i creatives que capturen l'atenció del públic. Aquesta captació sovint inclou l'ús de noves tecnologies, la col·laboració amb artistes i creadors, i el desenvolupament d'experiències interactives i educatives.

En l'actual context, el Social Fest BCN està col·laborant amb varietat d'organitzacions, empreses i institucions educatives. Aquests esforços estan orientats a abordar desafiaments socials i ambientals des

d'una perspectiva multidisciplinària i integral, tot i que la profunditat i l'abast d'aquestes col·laboracions poden variar. Aquestes col·laboracions amplien l'impacte dels festivals i permeten promoure un canvi tangible tant a nivell comunitari com global. Els festivals es converteixen en espais d'aliança entre diferents entitats: organitzacions governamentals i no governamentals, col·lectius, associacions, comunitats locals i individus. Aquestes aliances són vitals per abordar els reptes complexos dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) i identificar oportunitats de millora.

Per mantenir la coherència amb els principis de sostenibilitat, és crucial que els esdeveniments siguin respectuosos amb el medi ambient. Això comporta que els festivals considerin la seva petjada ecològica i adoptin mesures per minimitzar el seu impacte ambiental. Entre aquestes mesures es troben l'ús de materials reciclats, la promoció del transport públic i la reducció dels residus generats.

Mitjançant eines com la sensibilització social, que fomenta accions individuals i col·lectives, els festivals i altres esdeveniments que aborden qüestions socials i ambientals es poden convertir en plataformes essencials per a la mobilització de la comunitat. Potenciant aquests espais amb estratègies efectives de disseny i comunicació, és possible inspirar l'audiència, promoure el compromís i generar canvis reals en benefici del nostre planeta i les comunitats que l'habiten.

6.2. Brainstorming



«Organitzat i liderat adequadament, un grup pot ser una mina d'or d'idees.»

(Osborn, Alex. Applied Imagination. 1954.)

El brainstorming, la pluja d'idees, el pensament lliure o la ideació creativa és una tècnica de pensament creatiu per aportar noves idees i resoldre problemes.

Fomenta la creativitat, la col·laboració i creació d'equips, i estableix diferents perspectives.

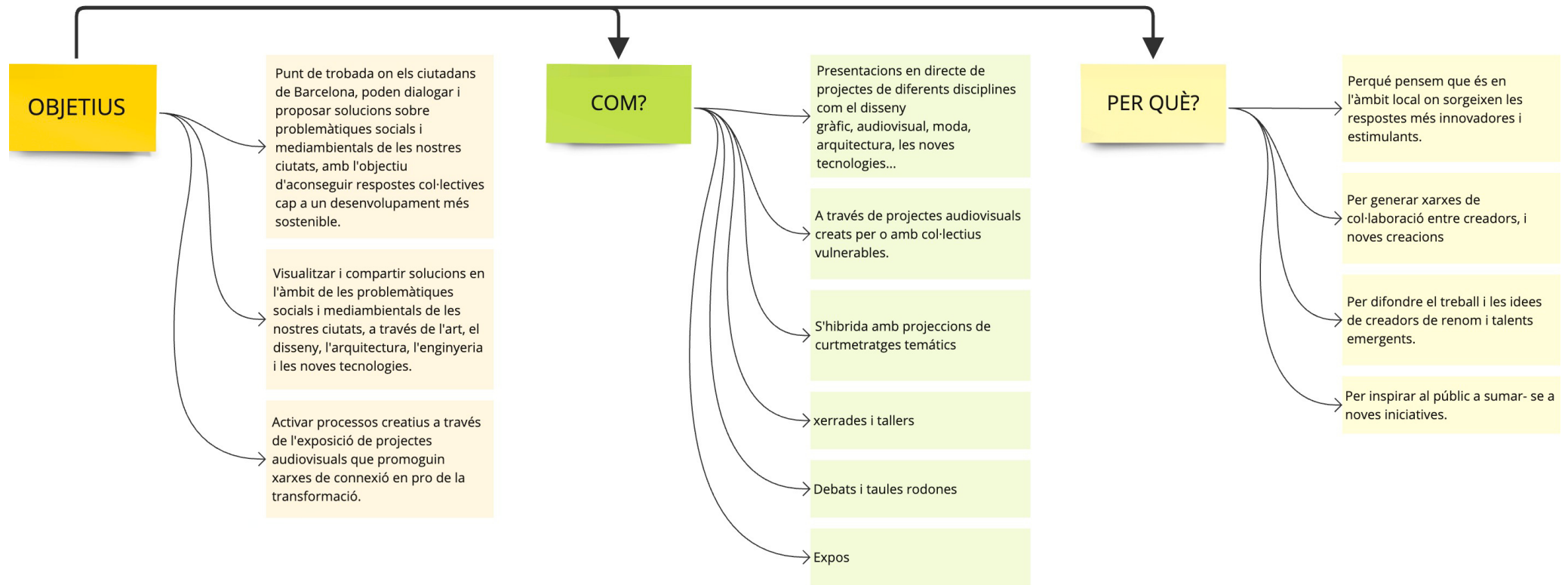
Ens hem pogut reunir presencialment per aquesta fase de preparació del *brainstorming* i del *briefing*, tot i que dos de les persones de l'associació estaven amb grip. Haig d'agradir la bona predisposició del Riccardo, la Maria Paz i en Frank.

Hem pogut recuperar i revisar alguna de les idees que ja s'havien treballat prèviament i les hem adaptat, primer ho hem treballat en paper i després ho hem passat al Miro.

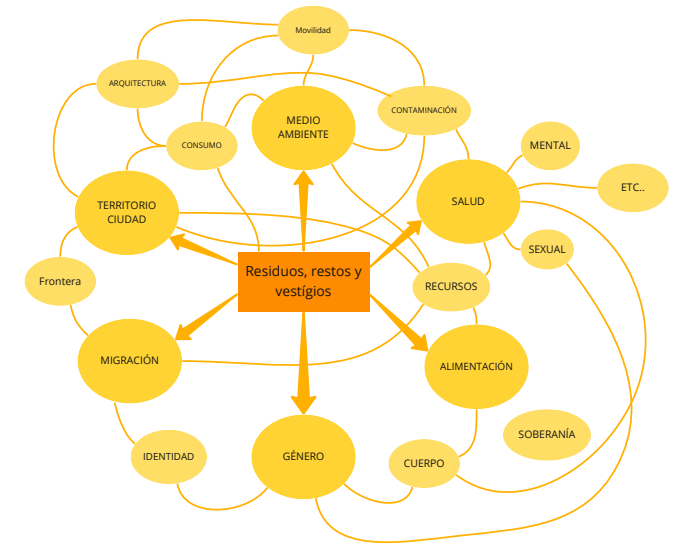
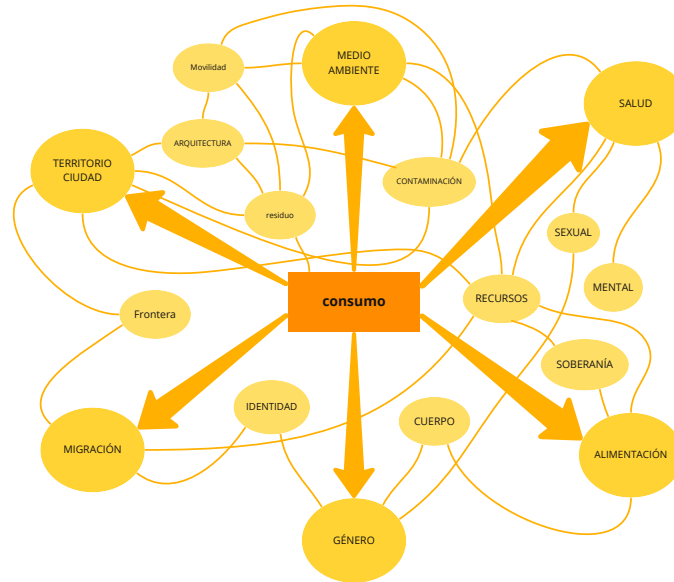
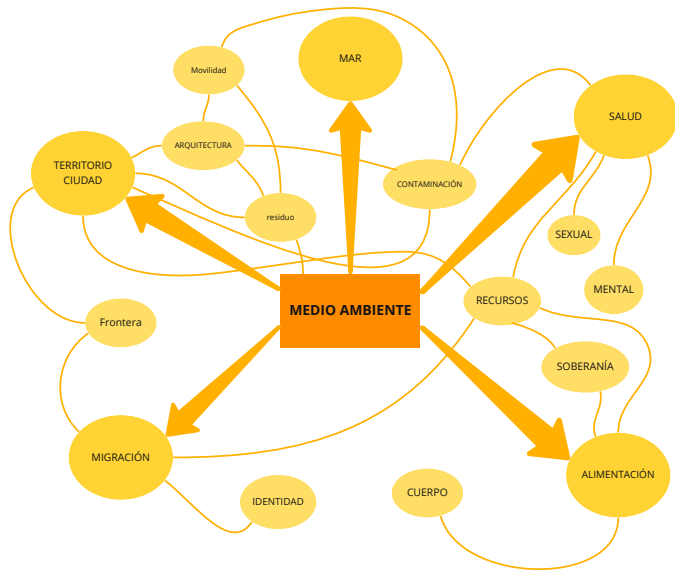
A les pàgines següents podem veure els resultats un cop endreçats.



6.2. Brainstorming



6.2. Brainstorming



Els gràfics que hem elaborat al Miro són el resultat de la nostra sessió de *brainstorming*, on vam plasmar les nostres idees en una pissarra entre tots quatre. Aquest procés ha generat una xarxa de conceptes interrelacionats que estan estretament vinculats amb les temàtiques que el Festival treballa o vol abordar.

Com es pot veure en els gràfics, pràcticament tot es relaciona i es complementa. En aquest ecosistema de temes, cada sessió se centra en un tema principal. Els altres temes passen a un segon terme i es relacionen amb aquest de manera holística, integrant-se per proporcionar una visió completa i interconnectada.

Aquesta manera de conceptualitzar les temàtiques s'alineja amb la visió expressada pel gestor cultural Ronald Grätz sobre la cultura com un sistema d'orien-

tació social o un mapa mental que representa els valors, normes, estils de vida i formes de coneixement compartits socialment. Segons Grätz, aquestes idees s'assimilen a través de la socialització. (Grätz, Ronald. 2017).

Aquesta mateixa idea es pot traslladar als continguts i activitats que conformen el Social Fest BCN. Mitjançant activitats, tallers, taules rodones, i altres formats similars, es promou la interacció entre els participants, sorgeix l'empatia i es fomenta la reflexió, l'activisme i el canvi social.

6.3. Benchmarking

Amb l'objectiu d'analitzar i avaluar els competidors potencials o aquells amb una funcionalitat similar en el nostre camp d'actuació, ens valdrem del mètode del *benchmarking*.

Aquesta estratègia ens permetrà investigar i comparar detalladament projectes semblants al Social Fest BCN, tant en termes de missió i visió com en els canals de comunicació i les campanyes de sensibilització que utilitzen.

També ens servirà per analitzar qüestions específiques com, per exemple, l'aspecte visual dels productes comparats. Aquesta fase del *benchmarking* és una de les parts més importants per conèixer a fons la base del projecte.

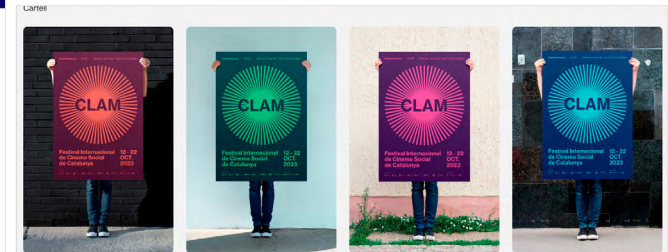
Els resultats obtinguts ens proporcionaran una comprensió de les tendències en el nostre context específic i dels factors que poden influir en una experiència positiva per als usuaris, ajudant-nos a definir millor la nostra estratègia de disseny per al Social Fest BCN.

No ha resultat senzill trobar projectes similars al festival, hem hagut d'ampliar la recerca i incloure algunes opcions que no havíem contemplat anteriorment.

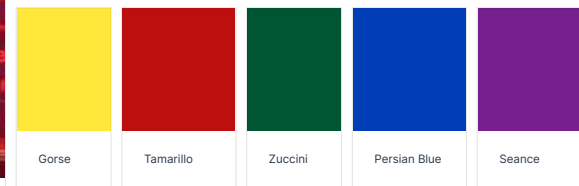


6.3. Benchmarking

6.3. Benchmarking



<https://youtu.be/mqYleuq8lGo?t=1>
[Resum del Festival CLAM 2023](#)

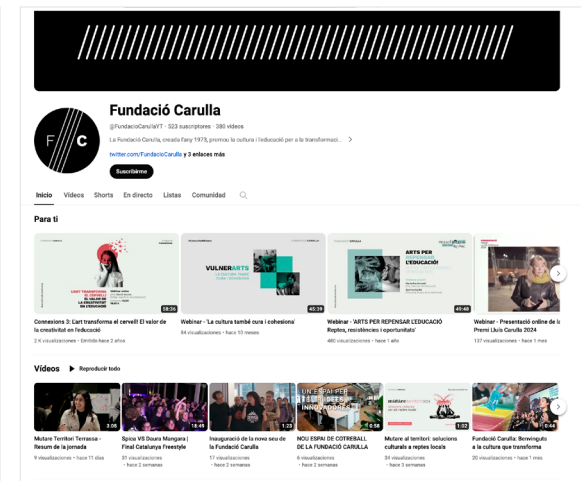
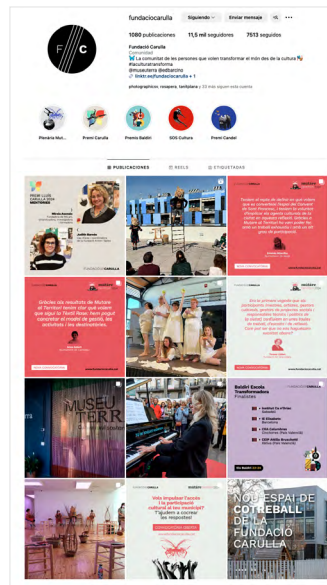
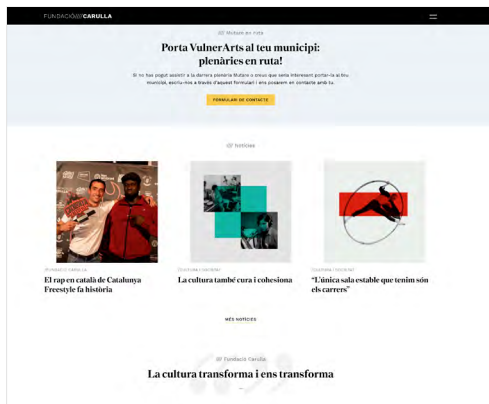
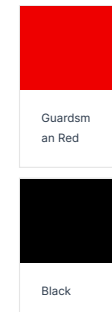
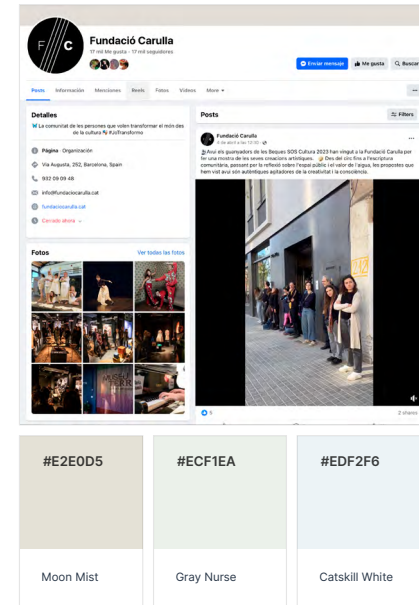
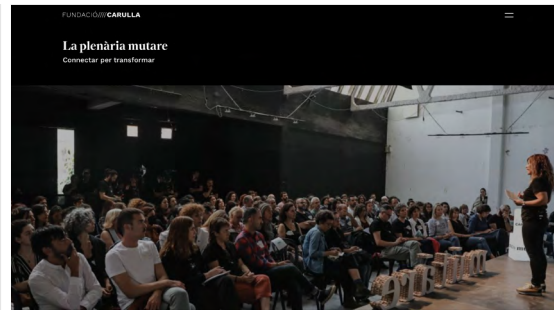
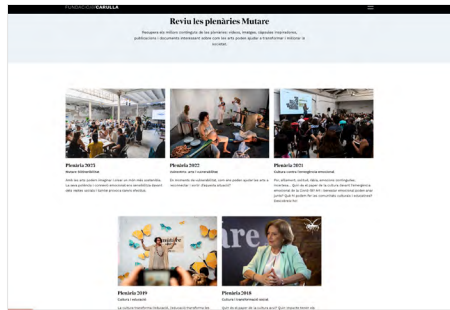


6.3. Benchmarking

The collage features the following elements:

- Website Header:** 'Abacus and HABILIS present: Fixing the Future 2023'. Navigation links: 'Proyectos 2023', 'Epis', 'Edicions anteriors', 'Newsletter'. Language: 'CAT ENG'. Date: '25 i 26 d'octubre 2024 DHUB Barcelona'.
- Social Media:**
 - Twitter profile for @FixingFutureBCN with bio: 'Future-curious? Sign up for weekly news...'. Location: 'Barcelona and London'. 3,516 following, 7,411 seguidores.
 - Twitter post: 'Tanquem les taules rodones d'aquest #FixingtheFuture23 amb una conversa entre AI Viviam Vilafala Izquierdo i Magdalena Machaca Mendietta, dues GUARDIANS OF THE PLANET. #OpenInnovation'.
 - LinkedIn post: '#REDISCOVERING OUR RESOURCES Through local projects that they impact our community, we'll be able to set an examples for people from other countries who will know, better than us, how apply these ideas in their territory.'
- Video Thumbnail:** 'Abacus and HABILIS present: Fixing the Future 2023'. Shows a group of people on a stage with a large screen displaying 'Guardians of the planet'.
- Event Photos:** A grid of photos from the event, including '2 DAYS LEFT', 'TICKETS SOLD OUT', and 'DISCOVER THE PROGRAMME'.
- Color Swatches:**
 - Starship (Yellow): #F0E33E
 - Cerise (Pink): #C793AF
 - Conifer (Green): #28D7CF
 - Viola (Purple): #C793AF
 - Turquoise (Teal): #28D7CF

6.3. Benchmarking



6.3. Benchmarking

Tot i la dificultat a l'hora de triar, finalment prenem aquestes tres propostes com a punt de partida, per poder comparar la capacitat comunicativa de cadascuna i l'impacte que ens genera a nivell gràfic. Totes tres opcions recullen continguts, que tot i sent diferents, ens ofereixen un escenari que ens pot servir com a referència a l'hora de replantejar la línia estratègica de comunicació i disseny del Social Fest BCN.

CLAM Festival Internacional de Cinema Social de Catalunya

El Clam és un projecte de promoció i divulgació cinematogràfica centrat en la solidaritat i els drets humans.

web: <https://clamfestival.org/>

IG: @clamfestival_cinema

x: @festivalclam

Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCzutS_2Pj-QncCBnJs2Y_EdQ/about

Està present a Facebook, X, Instagram i YouTube

Facebook: 3.461 seguidors,

X: 1.271 seguidors, 3.138 posts

Instagram: 1.973 seguidors, 224 publicacions

Youtube: 39 subscriptors, 69 vídeos

Fixing the Future

Trobada anual de projectes internacionals que presenta un programa de conferències i ponències,

tallers educatius adreçats a mestres i educadors, taules de debat, projeccions i workshops pensats per a totes les persones preocupades pel demà.

L'esdeveniment, organitzat per Habilis, la plataforma de continguts educatius d'Abacus, se celebrarà al Disseny HUB Barcelona.

web: <https://fixingthefuture.atlasofthefuture.org/ca/>

IG: @fixingthefuturebcn

X: @FixingFutureBCN

Facebook: <https://www.facebook.com/fixingthefuturebcn>

Youtube: <https://www.youtube.com/@FixingtheFutureBCN/featured>

Està present a Instagram, X, Facebook, YouTube i LinkedIn

Instagram: 6.527 seguidors, 1.227 publicacions

Facebook: 5.865 seguidors

X: 7.417 seguidors, 14.600 posts

Youtube: 901 subscriptors, 169 vídeos

LinkedIn: 3.490 seguidors

Fundació Carulla:

Treballen per transformar les persones i la societat a través de la cultura i les arts, liderant, impulsant i connectant projectes culturals i educatius que donin resposta als reptes que planteja la societat.

També gestionen el Museu Terra de l'Espluga de Francolí, un equipament cultural de referència que des de la mirada del món rural projecta futurs més sostenibles.

web: <https://fundaciocarulla.cat/>

IG: @fundaciocarulla

X: @FundacioCarulla

Facebook: <https://www.facebook.com/fundaciocarulla>

Youtube: <https://www.youtube.com/FundacioCarullaYT>

Està present a Instagram, X, Facebook i YouTube

Instagram: 11.500 seguidors, 1080 publicacions

Facebook: 17.000 seguidors

X: 10.600 seguidors, 8.127 posts

Youtube: 523 subscriptors, 380 vídeos

Comparativa web

Clam Festival:

Comunicació: El lloc web del Clam Festival utilitza una comunicació molt directa i visualment atractiva. Destaca pel seu ús d'imatges de gran format i de colors vibrants, els quals captiven l'atenció de l'usuari de manera immediata.

Disseny gràfic: El disseny gràfic del lloc web és modern i fresc. Utilitza fonts sans-serif. Les seccions estan ben organitzades i la maquetació dels elements visuals és agradable i coherent.

Fixing the Future:

Comunicació: Aquest lloc web se centra en temes de futur i innovació, cosa que es reflecteix en el seu to comunicatiu. Utilitza un llenguatge més seriós i professional per presentar els continguts. La comunicació és clara i informativa, destinada a un públic interessat en el canvi social i tecnològic.

6.3. Benchmarking

Disseny gràfic: El disseny gràfic és minimalista i net. Utilitza una paleta de colors més sobria, amb tons neutres i un ús moderat d'imatges. Les fonts utilitzades són sans-serif.

Fundació Carulla:

Comunicació: Aquest lloc web transmet una imatge d'autoritat i fiabilitat. La comunicació és clara i formal, dirigida a un públic interessat en les activitats i projectes de la fundació. S'utilitzen termes tècnics i un to més institucional.

Disseny gràfic: El disseny gràfic és elegant i conservador. S'utilitza una combinació de colors tradicionals i imatges institucionals. Les fonts són serioses i fàcils de llegir, reflectint la naturalesa formal de la fundació.

Cada lloc web té el seu propi estil de comunicació i disseny gràfic que s'adapta al seu públic objectiu i missió institucional.

Comparativa xarxes socials

Clam Festival:

El Clam Festival té una presència activa a les principals plataformes de xarxes socials com Facebook, Twitter i Instagram. Utilitza aquestes plataformes per compartir informació sobre els artistes, les actuacions i les activitats del festival. També promou la participació del públic a través de concursos i enquestes. Les publicacions solen ser visuals i dinàmiques, reflectint l'esperit del festival.

Fixing the Future:

Fixing the Future també manté una presència a les xarxes socials, especialment a Twitter i LinkedIn. Les seves publicacions es centren en compartir articles i recursos sobre innovació, sostenibilitat i canvi social. Utilitzen les xarxes socials com a plataforma per a la difusió de contingut i per connectar amb professionals i organitzacions interessades en aquests temes.

Fundació Carulla:

Xarxes socials: La Fundació Carulla també és present a les xarxes socials com Twitter i LinkedIn, on comparteix informació sobre els seus projectes, iniciatives i esdeveniments relacionats amb l'educació i la cultura. Les publicacions tendeixen a ser més institucionals i informatives, destinades a un públic interessat en la seva missió i accions.

En general, cadascuna d'aquestes entitats utilitza les xarxes socials com a canal per comunicar-se amb el seu públic, tot adaptant el seu contingut i estil al seu públic objectiu i missió. Mentre que el **Clam Festival** opta per una comunicació més vibrant i visual, **Fixing the Future** i **la Fundació Carulla** adopten un to més informatiu i institucional.

En la comparativa, sembla que el **Clam Festival** té més potencial a nivell comunicatiu pel seu enfocament vibrant i visual a les xarxes socials. Les seves publicacions reflecteixen l'esperit animat i emocionant del festival, utilitzant imatges i vídeos per

captar l'atenció del públic. A més, el Clam Festival fomenta la participació dels seguidors a través de concursos i enquestes, creant una relació més directa i interactiva amb el seu públic.

D'altra banda, Fixing the Future i la Fundació Carulla opten per un enfocament més informatiu i institucional a les xarxes socials, compartint articles, recursos i informació sobre els seus projectes i iniciatives. Tot i que aquest enfocament pot ser útil per aprofundir en els temes que tracten, potser té menys impacte emocional i capacitat de captació de l'atenció del públic en comparació amb l'enfocament més dinàmic del Clam Festival.

6.4. Missió, visió, valors i objectius

En comparar el **Social Fest BCN** amb el **Clam Festival**, **Fixing the Future** i la **Fundació Carulla**, podem fer una anàlisi basada en diversos factors:

Missió i visió: Cada festival pot tenir una missió i una visió específiques centrades en temes socials i mediambientals. A través de les seves pàgines web i les seves comunicacions, s'espera que transmetin clarament aquestes declaracions de missió i visió per alinear-se amb el seu públic objectiu.

Les entitats poden diferir en el tipus de contingut que comparteixen a través dels seus llocs web i les seves xarxes socials. Mentre algunes poden centrar-se en la promoció d'activitats i esdeveniments específics, altres poden optar per compartir informació educativa i recursos rellevants sobre els temes que tracten.

La presentació visual i l'experiència d'usuari dels llocs web i les plataformes de xarxes socials també poden influir en la seva eficàcia comunicativa. Un disseny atractiu i una navegació intuïtiva poden fer que sigui més fàcil per al públic trobar la informació que busca i connectar-se amb els continguts del festival.

Interacció amb el públic (es pot vincular a l'UX):

La capacitat de les entitats per interactuar amb el seu públic també és important. Això pot incloure la resposta a preguntes i comentaris, la promoció de la participació dels seguidors en els esdeveniments i iniciatives del festival, i la creació d'una comunitat en línia activa i compromesa.

Els resultats de la comparativa anterior ens indiquen que és el moment de reflexionar sobre la missió, visió i valors del Social Fest BCN. Junts amb el grup motor de l'associació, necessitem assegurar-nos que estem alineats i prenent les mesures adequades.

En quant a la **missió**, ens preguntem què farem i si la nostra proposta contribueix a oferir alguna solució als problemes identificats. Per tal d'impulsar la marca del festival, ampliarem la cobertura comunicativa dels continguts que oferim i buscarem col·laboradors compromesos amb el projecte.

Pel que fa a la **visió**, aspirem a posicionar el Social Fest BCN com a un referent en la divulgació cultural i a construir una plataforma d'intercanvi de coneixement. Volem fomentar l'esperit crític dels assistents al festival i convertir-los en *prosumers*.

Els **valors** que volem transmetre són la transparència, la integritat i l'honestedat.

Definició dels objectius

La sensibilització social és clau per impulsar canvis significatius tant a nivell individual com col·lectiu. A través de l'ús d'una adequada estratègia de disseny i comunicació, podem mobilitzar l'audiència i generar un compromís profund amb les qüestions mediambientals i socials. És essencial establir una missió clara, una visió inspiradora i valors fonamentals que guïïn el nostre camí cap a un futur més sostenible. Però tot això només té sentit si els nostres missatges són difosos adequadament. Si no es comuniquen de

manera eficaç, els resultats no estaran a l'alçada dels esforços invertits.

A l'hora d'avaluar els objectius, hem de ser realistes i assegurar-nos que són assolibles i que podem mesurar la seva efectivitat.

Considerant que l'associació actualment no compta amb els recursos econòmics ni humans necessaris per afrontar projectes de gran envergadura, hem de considerar la possibilitat de sol·licitar subvencions públiques.



6.5. Qüestionari i anàlisi de dades

Segons Elizabeth Sanders (investigadora en pre-disseny i fundadora de MakeTools) i Pieter Jan Stappers (professor a la Facultat d'enginyeria de disseny industrial de Delft), la recerca d'usuaris ha estat considerada massa radical o poc pràctica fins a la relativament recent «revolució de l'usuari». Es considerava irrellevant involucrar els usuaris en el procés de disseny, ja que se'ls veia simplement com a «usuaris finals» amb un paper secundari al final del procés. En el seu article «Co-creation and the new landscapes of design», Sanders i Stappers argumenten que hi ha hagut un canvi fonamental en la naturalesa i el propòsit del disseny, col·locant les persones i les seves necessitats al centre. Per als dissenyadors, això significa un canvi en «què dissenyem, com ho fem i qui dissenya». (Sanders i Stappers, pàgines 5-18).

Seguint aquest raonament, ens concentrem en intentar que els usuaris formin part de tot el procés estratègic de disseny des dels inicis.

Per recollir informació específica, hem dissenyat un conjunt de preguntes que, a través d'un qüestionari, ens permetran obtenir dades tant quantitatives com qualitatives. En el disseny d'aquestes preguntes, hem tingut en compte l'objectiu de la investigació, la informació que necessitem obtenir i quines dades són més rellevants, així com les dades complementàries que podrien ser útils.

Tot i que el qüestionari principalment s'utilitza per a la recollida de dades quantitatives, hem inclòs preguntes obertes que també podrien formular-se

en forma d'entrevista. Aquestes preguntes obertes ens permetran obtenir informació qualitativa, especialment relativa a les experiències i expectatives dels usuaris.

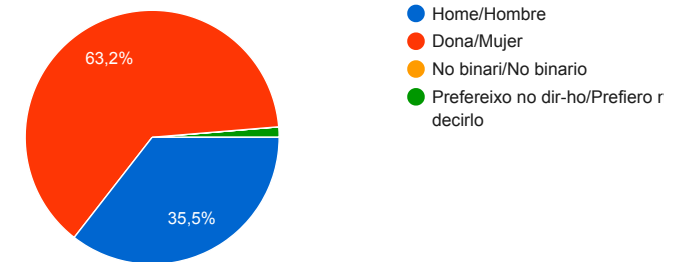
A més, juntament amb les preguntes obertes, hem incorporat preguntes en bateria, d'avaluació i algunes basades en el mètode Likert.

Inicialment, plantejem preguntes de caràcter general per situar l'usuari en l'àmbit d'interès, i més endavant anem dirigint les preguntes cap a les hipòtesis que volem explorar.

Per a la realització del qüestionari, hem optat per utilitzar l'eina Google Forms, ja que ofereix una integració amb fulls de càlcul i ens proporciona una representació gràfica clara i comprensible de les dades obtingudes.

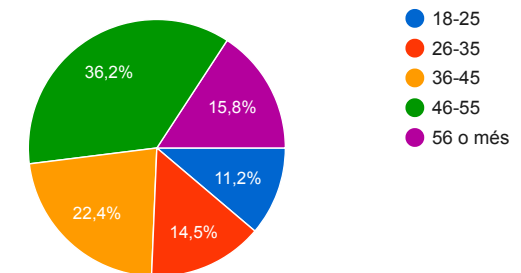
Gènere/Género

152 respuestas



Edat/Edad

152 respuestas

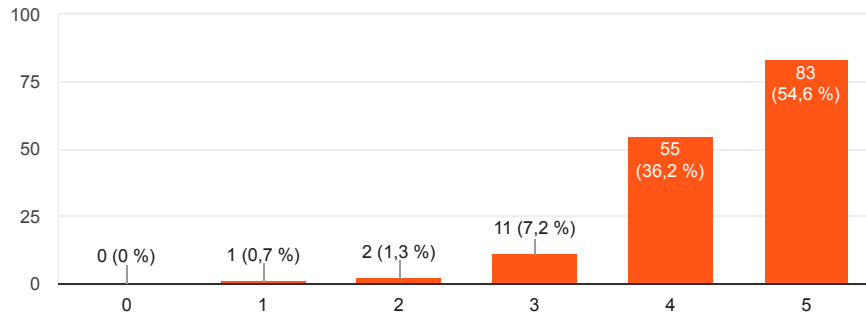


Iniciem el qüestionari amb preguntes relacionades amb l'edat i el gènere dels enquestats. S'ha exclòs la possibilitat de comptar amb la participació de menors de 18 anys ja que el públic objectiu del festival és major d'aquesta edat. Com es pot observar han respost el qüestionari més dones que homes, tot i que hem intentat distribuir-ho aproximadament a parts iguals. Per altra banda, veiem que el barem d'edats es força variat.

6.5. Qüestionari i anàlisi de dades

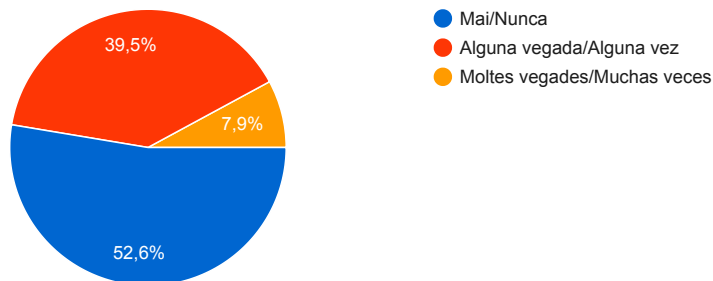
Quina importància li dones als temes socials i mediambientals?
(valora-ho del 0 al 5) / ¿Qué importancia le das a los temas sociales y medioambientales? (valora del 0 al 5)

152 respuestas



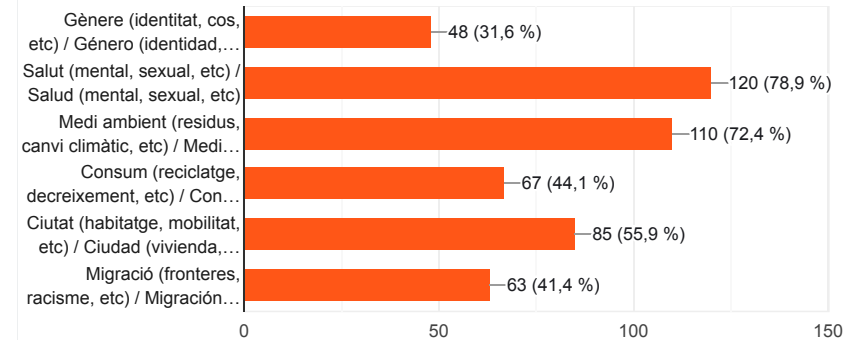
Has assistit a algun festival, fòrum o esdeveniment relacionat amb aquests temes? (pot ser com a part d'altre festival) / ¿Has asistido a algún festival, fórum o evento relacionado con estos temas? (puede ser como parte de otro festival)

152 respuestas



Quins d'aquest temes et semblen més interessants? / ¿Cuáles de estos temas te parecen más interesantes?

152 respuestas



Anem introduint a l'usuari en la temàtica que ens ocupa i obtenim resultats quantitatius amb relació als coneixements de la matèria i a les preferències dels enquestats.

Incorporem temes resultants del *brainstorming* i el *briefing* realitzat amb els membres de l'associació per comprovar quins d'aquests generen un interès major.

En els gràfics superiors podem apreciar com les temàtiques socials i mediambientals importen força o molt als enquestats i que les temàtiques que els hi resulten més interessants són les relacionades amb salut i medi ambient.

En els resultats del gràfic de l'esquerra apreciem que un 43,1% d'usuaris han assistit algun cop a algun esdeveniment relacionat amb aquests temes. La veritat és que tenint en compte la diversitat de persones enquestades ens esperàvem que aquest percentatge fos més baix.

El conjunt d'aquests resultats ens mostren el grau d'interès i les preferències del nostre possible públic objectiu.

6.5. Qüestionari i anàlisi de dades

Afegiries algun més? / ¿Añadirías alguno más?
Política
Pensamiento positivo
Salut gen gran
No se cómo ponerlo, pero en estos tiempos la espiritualidad como forma de dar sentido a la existencia, al sin-sentido, para seguir adelante con la labor y el servicio. Si no corremos el riesgo de disociamos o entrar en panico.
Educació
Infancia i adolescencia
Crec que estan tots posats
Feminisme
Lluita de classes i anticapitalisme. Segons la meua manera d'entendre un canvi i com a part d'una estratègia és necessari acabar amb les desigualtats que causa el capitalisme. Tots els temes exposats són causa directa d'aquest, ja que necessita de de persones marginades ja sigui per gènere/sexe, econòmic, salut mental o d'origen (migració) per tal de poder ser seguir explorant (si no faig una feina l'ha farà algú altre discriminat de manera més barata, i necessito treballar per viure). El mateix amb el consum de recursos naturals limitats per a un suposat creixement de mercat il·limitat. L'anomenat capitalisme verd (productes eco), no és que contaminin menys, sinó que la producció d'un producte no consumeix tants recursos, però per exemple, si abans per produir algo es necessitava 2 arbres i ara ho han aconseguit mitjançant el reciclatge només amb 1, seguiran talant aquests dos arbres per tal d'augmentar vendre's a la meitat de preu de cost, i a part dient que salven el medi ambient! I ja no parlem de l'especulació d'un bé bàsic com podria ser l'habitatge per a enriquir a 4 de dalt(Ho sento pel totsón)
Sistema Educatiu
Víncles respectuosos
No
Slow life. Quizás es un concepto muy genérico y se puede vincular al decrecimiento, pero va más allá del consumo
Consum / alimentació
benestar
Redes sociales/soporte social - integración colectivos
Creixement de l'extrema dreta
Social (convivència, dinamització de barri/poble, etc)
(juntaria Consum+Mediambient) i complementaria Ciutat+Territori
Comunicació social
Treball (condicions laborals, oportunitats)
Alimentació
Formes d organització social
Comunidades de vida intergeneracional
Relacions personals / individuals / col.lectives
Educació, Treball voluntari/associatiu
Natura, fauna, flora
Bullying
Joventut
Model econòmic, redistribució riquesa, precarietat
Filosofia

Si volguessis ampliar informació o consultar documentació sobre els continguts d'aquests festivals, com ho faries? / Si quisieras ampliar información o consultar documentación sobre contenidos de estos festivales, cómo lo harías?
Fent difusió d'informació per les xarxes socials
Adreçant - me a ells
Anar a algun punt de trobada on informessin especialment
Articles relacionats
buscar su web, buscar información sobre sus organizadores (instituciones) y directores/as (personas)
buscaria cercles amb interessos afins als meus
Buscaria el web oficial del festival i, si fos necessari, contactaria amb l'organització via missatge privat d'IG o X.
Cercant plataformes O canals oficials , veïnals.
Consultaria directament a la web del festival/esdeveniment
Creant una xarxa de comunicació del barri poble, havent aconseguit prèviament un sentiment de pertinença
Demanaria informació a gent de confiança
En canales de Telegram de Ecotopias, Nocións comunes, soberanía dulce revolución
Entrant a la web
Internet o parlant amb amics
Internet y consulta a conocidos que trabajan en estos temas
Internet, xerrades
Interpel·lant a la gent segons el temaro que escolliant
Miraria documentals
Mitjançant les xarxes socials
No estava especialment interessat. M'assebento dels esdeveniments que m'interessen pel meu grup d'amics. No se m'havia acudit la possibilitat de disposar d'una xarxa social digital semblant.
Per altres persones.
Per cercadors d'internet
per internet o xarxes socials
Per la web
Personalment
Redes sociales
RRSS o webs
Visitando la página web, o investigando directamente en internet. Quizás hablaría del tema entre amigos.
Web / xarxes socials
Web, xarxes socials o correu
Xarxa+ boca-orella

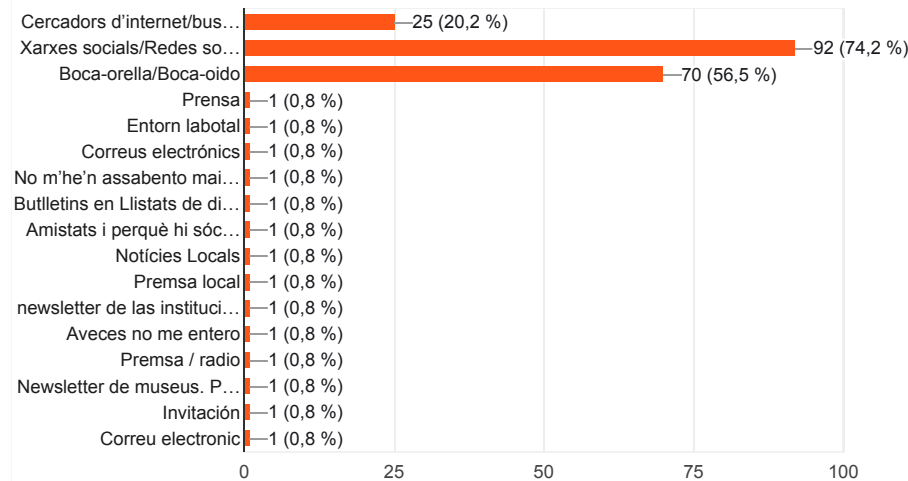
També s'han realitzat preguntes obertes, com veiem en aquests gràfics, que ens han aportat informació molt útil com per exemple aportant altres temes d'interès que no apareixien en els proposats per nosaltres o com cercar informació complementaria sobre els continguts dels esdeveniments.

*S'han eliminat les cel·les que contenien informació repetida i les que eren buides.

6.5. Qüestionari i anàlisi de dades

Com t'assabentes d'aquests festivals, esdeveniments, etc.? / ¿Cómo te enteras de estos festivales, eventos, etc.?

124 respuestas

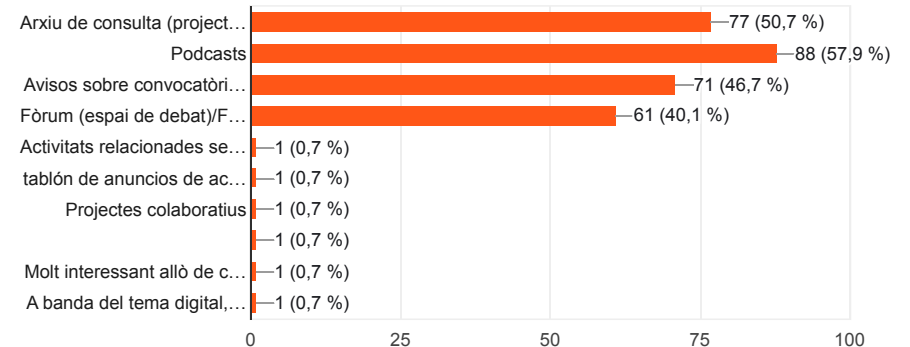


Aquestes dos infografies de barres mostren els resultats de dos de les preguntes formulades cap a la final del qüestionari.

Comprovem que la majoria d'usuaris, un 74,2%, s'informa dels festivals i esdeveniments, fòrums, etc. a través de les xarxes socials i un 56,5% ho fa a través del boca-orella. El baix percentatge del 25% en la opció dels cercadors ens fa pensar que els enquestats no fan cerques concretes sobre aquests esdeveniments o potser perquè troben millors resultats a través de les xarxes. Aquest serà un punt que el festival haurà de reforçar molt per millorar resultats i augmentar la visibilitat.

Si hi hagués una plataforma digital en la qual poguessis consultar/ampliar informació, interactuar amb altres persones, aportar continguts sobre aquests temes, etc., quines d'aquestes opcions et resultarien més útils o interessants? / ¿Si hubiera una plataforma digital a través de la cual pudieras consultar/ampliar información, interactuar con otras personas, aportar contenidos sobre estos temas, etc., ¿Cuales de estas opciones te resultarían más útiles o interesantes?

152 respuestas



En la infografia superior podem veure que els usuaris opten per la opció dels podcasts amb un 57,9% com a opció interessant amb relació a la possibilitat d'ampliar informació sobre continguts dels esdeveniments, etc. Aquesta opció és seguida de molt aprop per l'arxiu de consulta, amb un 50,7%. També és interessant veure que hi ha força interès sobre els avisos de convocatòries per presentar projectes, curts, etc. i pels espais de debat.

Es poden consultar els resultats complets de les enquestes aquí:

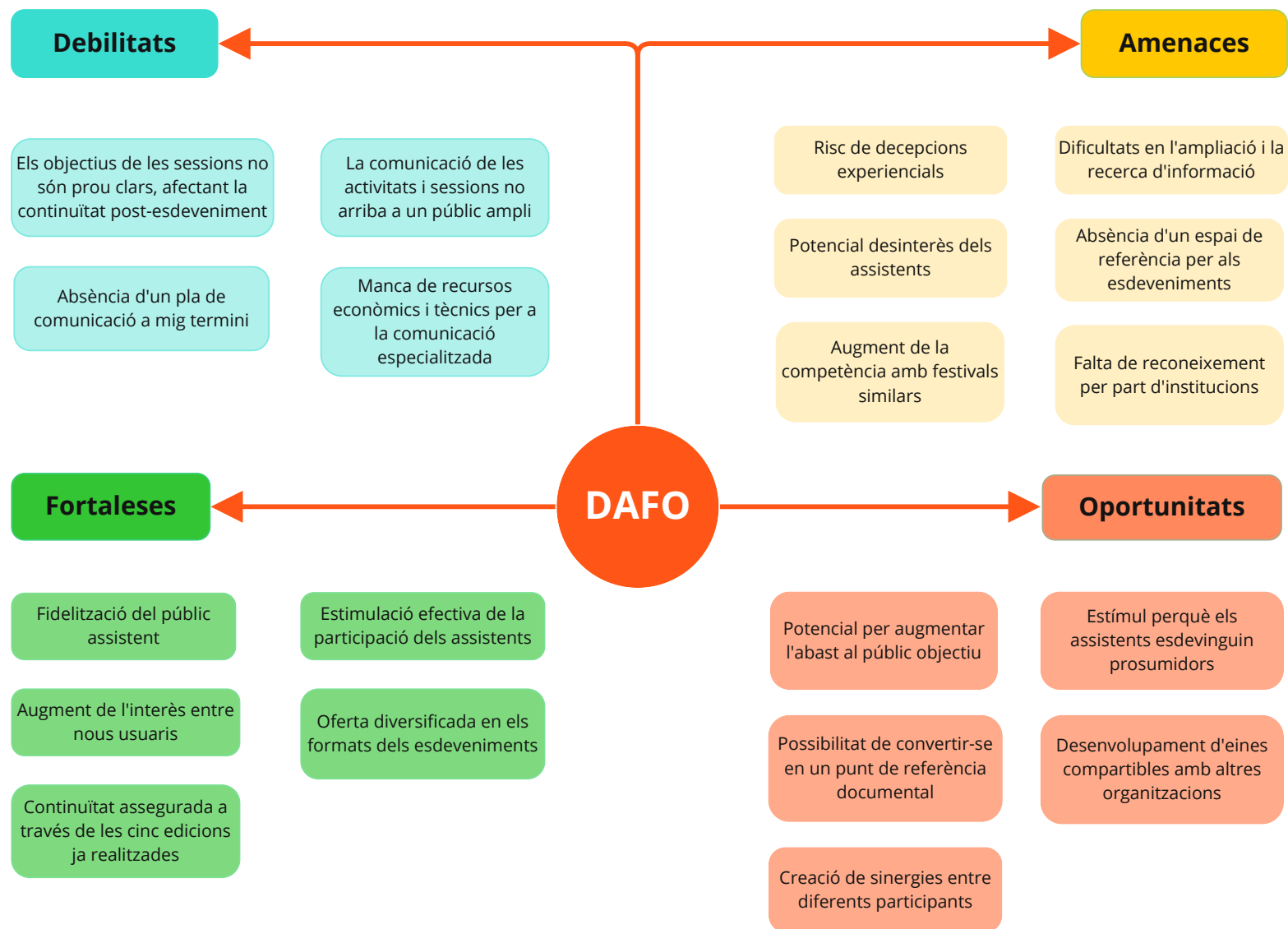
6.6. DAFO

Presentem una anàlisi DAFO enfocada específicament en l'estratègia de comunicació i disseny de l'associació. Aquesta anàlisi s'ha realitzat en col·laboració amb membres de l'associació i s'ha basat en les dades recollides a través d'un qüestionari. L'objectiu és identificar les forces i debilitats internes, així com les oportunitats i amenaces externes, per a la formulació d'estratègies efectives en comunicació i disseny.

Conclusions:

L'anàlisi DAFO realitzada proporciona una base sòlida per a la presa de decisions estratègiques en l'àmbit de comunicació i disseny de l'associació. Identificar aquestes dimensions crítiques permetrà a l'associació optimitzar la seva estratègia i afrontar els reptes futurs amb una visió clara i objectius ben definits.

Aquest format estructurat i clar ajuda a comprendre millor els components clau de l'anàlisi DAFO i facilita la seva aplicació pràctica per a la millora estratègica de l'associació.



6.7. Públic objectiu | Buyer persona 1



Conèixer al nostre públic objectiu és vital per definir els missatges i els canals de comunicació més adients.

Reprenem doncs els resultats de les enquestes realitzades anteriorment i construïm un possible perfil de públic objectiu amb la tècnica del *buyer persona*.

Nom: Maialen

Edat: 35 anys

Gènere: Femení

Ocupació: Coordinadora de projectes de sostenibilitat en una ONG

Nivell educatiu: Doctorat en Ciències Ambientals

Interessos:

Ecologia i sostenibilitat, cinema documental, música i literatura.

Hàbits i comportaments:

Activa en xarxes socials com Twitter i Instagram, on segueix comptes relacionats amb la sostenibilitat i el medi ambient.

Subscriptora de plataformes de continguts

Lectora habitual de blogs i revistes digitals centrades en la sostenibilitat i el canvi climàtic.

Participa en esdeveniments i festivals relacionats amb la temàtica mediambiental com el Social Fest BCN.

Preocupacions:

Canvi climàtic

Gestió dels recursos naturals

Impacte ambiental de les accions humanes

Objectius i necessitats:

Busca informació i recursos per entendre millor les problemàtiques mediambientals i trobar maneres de contribuir al seu abordatge.

Vol estar al corrent de les últimes tendències i iniciatives en matèria de sostenibilitat i ecologia.

Desitja connectar amb altres persones interessades en temes similars i participar en comunitats online relacionades amb la sostenibilitat.

Proposta:

Maialen és una usuària activa de les xarxes socials i les plataformes de continguts, per tant, el Social Fest BCN podria crear contingut específic i interactiu per a ella en aquestes plataformes.

Podria interessar-se per debats, tallers i taules rodones sobre temes d'actualitat relacionats amb el medi ambient i la sostenibilitat.

La seva preocupació pel canvi climàtic i la gestió dels recursos naturals indica que podria valorar els esforços del festival per promoure pràctiques sostenibles durant l'esdeveniment, com ara el reciclatge, l'ús de materials *eco-friendly*, etc.

6.7. Públic objectiu | Buyer persona 2



Nom: Pau

Edat: 24 anys

Gènere: Prefereix no especificar

Ocupació: Estudiant d'Arquitectura

Nivell educatiu: Estudis universitaris

Interessos:

Viatjar, escoltar podcasts sobre temes artístics i científics, participar en esdeveniments socioculturals, el cinema, naturalesa, trobar-se amb amics.

Hàbits i comportaments:

Actiu en xarxes socials com Instagram i Twitter, on segueix comptes relacionats amb viatges, art i ciència.

Oient habitual de podcasts relacionats amb l'art i la ciència.

Gaudeix de trobar-se amb amics per anar al cinema, fer excursions a la natura o participar en esdeveniments culturals locals.

Objectius i necessitats:

Vol ampliar el seu cercle social i participar en esdeveniments socioculturals que li permetin conèixer gent nova i compartir experiències.

Busca oportunitats per expressar-se i participar activament en la comunitat, ja sigui a través d'esdeveniments presencials, fòrums de discussió o altres activitats interactives.

Desitja estar informat sobre les últimes novetats en el món de l'art, la ciència i els viatges, així com trobar formes d'integrar aquestes passions a la seva vida quotidiana.

Proposta:

Podria ser interessant oferir taules rodones o tallers sobre temes artístics o científics on Pau pugui participar activament i compartir les seves opinions i experiències.

Com que li agrada escoltar podcasts, es podria crear contingut d'àudio relacionat amb els temes del festival, com ara entrevistes amb artistes, científics, etc. que es puguin compartir a través de la plataforma digital del festival i a les xarxes socials.

6.7. Públic objectiu | Buyer persona 3



Nom: Sol
Edat: 46 anys
Gènere: Femení
Ocupació: Treballadora Social
Nivell educatiu: Grau en Treball social
Situació familiar: Separada, té un fill adolescent

Interessos:

L'interessen els temes socials, el teatre i la literatura.

Hàbits i comportaments:

És una persona oberta, inquieta, sensible i preocupada pel benestar de les persones i el futur. Encara que no és molt activa a les xarxes socials, Sol consumeix continguts en format web relacionats amb temes que li interessin, com la salut, els temes socials, el teatre i la literatura. Prefereix fonts fiables i informatives, i està oberta a explorar noves idees i perspectives.

Objectius i necessitats:

Sol busca una comunitat on pugui compartir les seves experiències i inquietuds relacionades amb els temes socials i la salut tant de les persones com de la ciutat. Després de la seva separació, està buscant nous llocs on trobar suport i connexió amb altres persones sensibilitzades amb aquests temes. Està molt preocupada pel futur de la gent jove i vol contribuir al seu benestar i desenvolupament.

Proposta:

La Sol prefereix la comunicació cara a cara i valora les oportunitats de debat i intercanvi d'idees.

Tot i que no és molt activa a les xarxes socials, està oberta a participar en fòrums i grups de discussió en línia si es tracten temes que li interessin i considera que poden tenir un impacte positiu.

Es contempla doncs la possibilitat d'incorporar un fòrum o similar on poder interactuar amb altres persones interessades en aquestes temàtiques.

6.8. Identitat de marca

«Las marcas nacen, crecen, hablan, gritan, susurran, evolucionan, mutan, tropiezan, renacen y, en ocasiones, mueren.»

(Moliz, A. 2021).

Inicialment, el Social Film Fest BCN va ser concebut per celebrar-se en un espai obert i emblemàtic, convidant als ciutadans a gaudir de projeccions audiovisuals seguides de debats. La plaça Reial de Barcelona va ser la inspiració per al primer logotip del festival. Es va seleccionar la imatge d'una palmera, icònica de la plaça, però que també evocava altres poblacions i ciutats costaneres. A més, es va incorporar un joc de trames que recordava simbòlicament a la Barcelona *underground* dels anys 80. El logotip original incloïa un rectangle i un quadrat amb colors complementaris que s'intersecaven, acompanyats d'una tipografia de pal sec, destacant les inicials «SFF» en negreta.

Aquest logotip, creat per l'equip del festival, no es va preveure com la versió definitiva. Finalment, el festival no va tenir lloc a la plaça Reial, sinó al centre d'Arts Santa Mònica, tot i que al principi es va continuar utilitzant el logotip inicial de seguida es va fer necessari un replantejament i un canvi significatiu.

El festival va enfrontar-se a un missatge de marca contradictori, ja que la paraula "Film" en el seu nom generava l'expectativa d'un festival de cinema, quan en realitat, el seu enfocament no era exclusivament cinematogràfic. En resposta, l'equip de l'associació va decidir dividir el logotip en dos: un per als esdeveniments centrats en projectes audiovisuals de temàtiques socials i un altre per als projectes més enfocats en qüestions socials en altres tipus de format.

Tot i que el logotip no representa la identitat de la marca en la seva totalitat, sí que és la part més reconeixible i és precisament per aquest motiu que cal

ser coherents i fer una aposta clara que faciliti el reconeixement del *namimg* per part dels usuaris sense generar-los dubtes.

Actualment, el logotip "Social Fest BCN" s'utilitza com a marca principal del festival. S'estan establint les pautes necessàries per assegurar que tota la imatge del festival (domini web, publicitat impresa, etc.) mantingui una coherència visual consistent amb la identitat de marca.

En relació amb la missió, visió i valors de la marca, com ja s'ha esmentat, la missió de Social Fest BCN consisteix a actuar com a pont i facilitador entre diversos grups com creadors, col·lectius, associacions, entitats i ciutadans. La visió de futur és establir el festival com un líder en la divulgació cultural, crear una plataforma robusta per a l'intercanvi de coneixement, incentivar l'esperit crític dels participants i transformar-los en prosumers, és a dir, consumidors que també produeixen contingut.

Els valors que la marca aspira a infondre són la transparència, la integritat i l'honestetat.

6.8.1. L'ecosistema del Social Fest BCN

Assets and Content:

- Promo Video:** PromoSFF2019.mp4 (18.6 MB), Clip promocional 1a edició 2019.
- Logo:** Logo_SFF.mp4 (4.4 MB), Animació logotip Social Film Fest.
- Color Palette:**
 - Mountain Meadow: #99BC74 (153 108 116)
 - Rose: #E67E22 (240 69 87)
 - White: #FFFFFF
 - Other colors: #769944 (118 153 68), #11B370 (17 179 112), #99BC74 (153 108 116), #04557 (240 69 87), #CE713A (208 113 58), #D89E2F (216 150 42), #556B8A (85 107 138), #2C4767 (44 71 103), #41238A (65 35 138).
- Typography:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 (Roboto Black, Roboto thin).
- Event Information:** Social Fest Bcn 30.08.2022 18h Sala Bar Centre d'Arts Santa Mònica; Social Fest Bcn 22.07.2022 17h Sala Bar Centre d'Arts Santa Mònica.
- Other Assets:** SOSTENIBILITAT I INCLUSIÓ SOCIAL, VING DEL LLUNYA ORIENT, Social Fest Bcn 22 JULIO 17H.

<https://app.milanote.com/1S27u11Kerbcjy?p=uvNIuw58xtA>

Font imatges: Social Fest BCN

6.8.2. El logotip | origen i evolució

Com s'ha esmentat anteriorment en l'anàlisi de marca, el logotip ha experimentat modificacions per respondre a la necessitat de diferenciar els dos segments del festival: el Social Film Fest i el Social Fest BCN.

Inicialment, la manca de previsió en les possibles aplicacions del logotip va generar dubtes i inconsistències, resultants en usos incoherents a mesura que les exigències evolucionaven. A més, es va fer necessària una adaptació per resoldre problemes detectats quan el logotip es reproduïa en formats reduïts o en monocrom.

Davant d'aquesta situació, l'equip de l'associació va decidir evolucionar i adaptar els logotips tal i com les coneixem actualment. Jo mateixa vaig col·laborar en el desenvolupament de la nova proposta gràfica.

S'ha optat per mantenir els logotips actuals després d'observar que això millora la comprensió dels usuaris sobre les dues línies del festival, cada una dirigida a un públic específic. La proposta és generar una identitat de marca unificada però diferenciada al mateix temps.

Per tant, es procedirà a realitzar els ajustos necessaris en el logotip actual, sempre comptant amb el consens de l'equip.



SOCIALFILMFESTIVAL
SOSTENIBILIDAD / INCLUSIÓN SOCIAL
a través del medio audiovisual

>Proyección de cortometrajes
>Diálogos y proyectos inspiradores

YA CONOCEMOS EL PROBLEMA
ASÍ QUE PLANTEAMOS SOLUCIONES!



Arts Santa Mònica
Sala d'Actes
sábado 19 de octubre 2019
desde las 17 horas



6.8.3. Web actual

El social Fest BCN disposa d'un web que utilitza per informar dels propers esdeveniments i com a petit repositori de les edicions passades.

Farem un petit anàlisi del web actual per tenir en compte els punts de millora.

L'equip del festival ens ha facilitat les dades analítiques del web del Social Fest BCN del passat 2023. Amb aquestes dades podem comprovar que hi ha un repunt de visites en el moment de la realització de les sessions i en alguns casos el mes anterior a l'esdeveniment, que és quan es comença a fer difusió normalment.

Un dels objectius doncs, serà que la estratègia de disseny serveixi per augmentar el número de visitants, l'afiliació d'usuaris i la generació d'un flux de continguts constant que és puguin compartir des de la plataforma digital a les xarxes.



EDICIONS



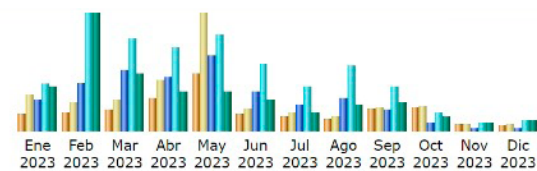
Pàgina web actual Social Fest BCN

Estadísticas de: socialfilmfest.com
Última actualización: 04 Jun 2024 - 00:29
Periodo mostrado: Monthly | Jun | 2023 | Aceptar

Quién: Histórico Mensual Días del mes Días de la semana Visitas por Horas
Quiéni: Países Lista completa Servidores Lista completa Última visita Dirección IP no identificada Visitas de Robots/Spiders Lista completa Última visita
Navegación: Duración de las visitas Tipos de ficheros Downloads Lista completa Accesos Lista completa Página de entrada Salida Sistemas Operativos Versiones Desconocido Navegadores Versiones Desconocido
Enlaces: Origen de la conexión Enlaces desde buscadores Sitios de enlace Búsquedas Búsquedas por frases clave Búsquedas por palabras clave
Otros: Misceláneos Códigos de error HTTP Solicitudes erróneas (404)

Resumen											
Período mostrado	Mes Jun 2023	Visitantes distintos	676	Número de visitas	873	Páginas	7,438	Solicitudes	12,560	Tráfico	256.80 MB
Primera visita	01 Jun 2023 - 00:49			(1.29 visitas/visitante)		(8.52 Páginas/Visita)		(14.38 Solicitudes/Visita)		(301.21 KB/Visita)	
Última visita	30 Jun 2023 - 23:23						28,049	34,322		512.86 MB	
Tráfico no visto *											

* El tráfico "no visto" es tráfico generado por robots, gusanos o respuestas de código especial de estado HTTP.



Mes	Visitantes distintos	Número de visitas	Páginas	Solicitudes	Tráfico
Ene 2023	704	1,459	5,878	8,942	370.98 MB
Feb 2023	737	1,160	9,184	21,752	955.78 MB
Mar 2023	858	1,242	11,483	17,180	477.39 MB
Abr 2023	1,276	2,011	10,078	15,605	322.03 MB
May 2023	2,252	4,588	14,041	18,112	318.85 MB
Jun 2023	676	873	7,438	12,560	256.80 MB
Jul 2023	571	745	4,938	8,360	154.94 MB
Ago 2023	499	575	6,103	12,092	219.43 MB
Sep 2023	870	963	4,063	8,446	242.92 MB
Oct 2023	961	992	1,674	3,554	117.85 MB
Nov 2023	277	299	498	1,470	64.14 MB
Dic 2023	245	273	527	1,960	90.23 MB
Total	9,926	15,180	75,905	130,033	3.51 GB

6.8.3. Web actual



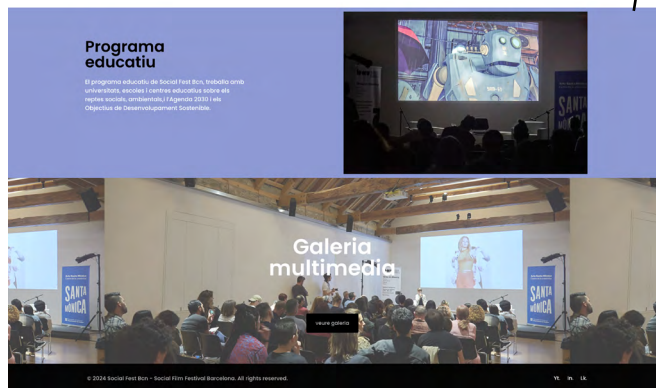
SOCIAL FEST BCN és una trobada amb diferents actors de l'àmbit mediambiental, audiovisual, artístic i creatiu per dialogar i proposar solucions sobre les problemàtiques socials i mediambientals de les nostres ciutats, amb l'objectiu d'aconseguir respostes col·lectives cap a un desenvolupament més sostenible. El SFF ofereix una mostra de projeccions audiovisuals, presentacions de projectes i debats entre els projectes convidats i el públic. SOCIAL FEST BCN es realitza gràcies a Centre d'Arts Santa Mònica.

EDICIONS

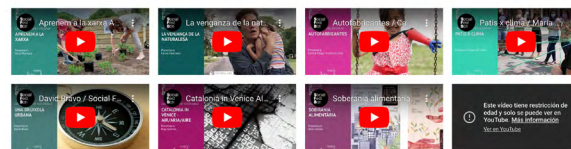
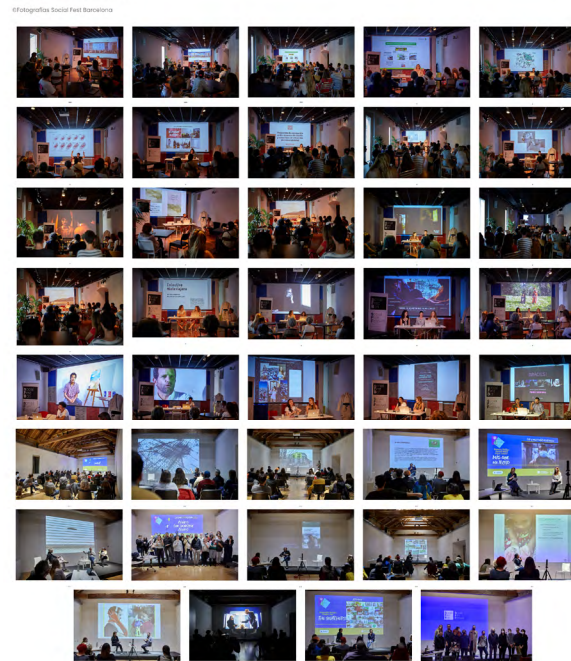


Home del festival. Menú amb quatre apartats: Edicions, SFB (sobre el festival), Multimèdia, contacte.

A la part inferior hi ha una breu explicació sobre el programa educatiu i es pot accedir a la galeria.



Fotografias juliol 2022



També podem accedir a la galeria a través del menú superior.

Analizant el web actual del festival es considera necessari proposar un canvi tan a nivell formal com de continguts.



AR Edició 2023 Edició 2022 Edició 2021

Informació sobre les edicions passades. Ara no es troba en funcionament.



Social Fest BCN

Cançons que generen cançons

SOCIAL FEST BCN es un encuentro con diferentes actores del mundo mediambiental, audiovisual, artístico y creativo para dialogar y proponer soluciones sobre las problemáticas sociales y mediambientales de nuestras ciudades, con el objetivo de conseguir respuestas colectivas hacia un desarrollo más sostenible. El SFF ofrece una muestra de proyecciones audiovisuales, presentaciones de proyectos y debates entre los proyectos invitados y el público. La 4ª edición de SFB se celebrará los días 30 de Junio en Impugn HUB i 22 de Julio en el centro de arts Santa Mònica en Barcelona.

© 2024 Social Fest BCN - Social Film Festival Barcelona. All rights reserved. ES ES ES

Breu explicació sobre el festival. Es proposarà revisar i refer tots els textos del web. L'explicació del festival haurà de transmetre la missió, la visió i els valors que el representen.



Escriu-nos
socialfilmfestbcn@gmail.com

© 2024 Social Fest BCN - Social Film Festival Barcelona. All rights reserved. ES ES ES

Contacte. No disposa de formulari i incorpora en el mateix espai el vincle a les xarxes socials.

Sobretot es centraran esforços en millorar l'apartat d'experiència d'usuari, i es proposaran nous apartats per oferir continguts una mica més dinàmics, espais per la interacció entre usuaris, etc.

Es cercaran referents d'altres festivals o plataformes que ofereixin continguts similars, i també es consultaran exemples d'arxius documentals. Tot i que, de moment, no és el cas del festival ens pot servir com a referència a l'hora de decidir filtres i formes de catalogació.

7. L'estratègia de disseny

7.1. Introducció

«Cuando el resultado conduce al proceso, sólo llegaremos a donde ya hemos estado. Si el proceso conduce al resultado, quizás no sabremos a dónde vamos, pero sabremos que queremos estar ahí.»

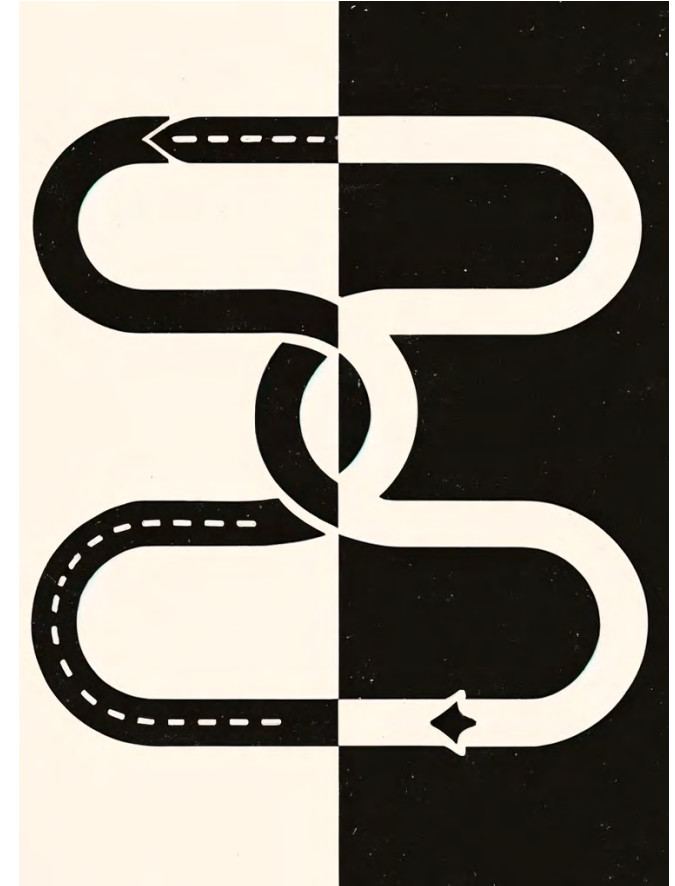
(Mau, B. 1998).

Fins ara hem centrat el projecte en els objectius, la metodologia i planificació i, sobretot, la investigació i l'anàlisi. A qui va adreçada la proposta? Qui són els usuaris? Què saben? Què desitgen? I nosaltres, que voldrem que facin? Com podem expressar el missatge de manera convincent i apropiada? Aquest procés de treball del dissenyador Milton Glaser ens ha servit de referent des de l'inici del projecte.

Amb els resultats obtinguts en aquesta primera fase s'inicia ara la segona part del projecte en la que definirem la nostra proposta d'estratègia de disseny. Ens centrarem en el procés de treball, en la proposta gràfica i en el disseny del prototip de la plataforma digital pel Festival.

És important destacar que la càrrega principal d'aquest treball situa el rol del dissenyador com a estrateg. Analitzant la problemàtica del Festival, posant a l'usuari al centre, cercant aliances amb professionals d'altres àmbits per arribar a una millor solució. Aquest enfocament interdisciplinari i centrat en l'usuari ens permetrà desenvolupar una estratègia de disseny holística i efectiva.

Cal subratllar que la part més important del projecte, la que ha ocupat més temps, ha estat la primera part, la dels objectius, la metodologia i planificació i, sobretot, la investigació i l'anàlisi tant de la problemàtica del Festival per tenir més visibilitat com del que vol o espera l'usuari.



7.2. Definició de la proposta

Victor Papanek va ser un dels pioners del disseny i precursor en l'activisme social del segle passat que va assentar les bases de l'ecodisseny analitzant la relació entre ètica en el disseny i les problemàtiques socials.

En aquest procés de la nostra proposta de disseny, s'ha seguit el model dels 6 components formulat per Papanek:

Mètode (ús correcte de les eines): Com podem veure en l'apartat 6 a través del brainstorming i el benchmarking.

Utilització (serveix a l'usuari?): Utilització del mètode de l'enquesta per determinar la utilitat o no segons les respostes dels usuaris.

Necessitat (principals reptes): Segons els resultats de l'anàlisi DAFO.

Telesis (el disseny segons el context): Analitzant l'ecosistema del Social Fest BCN.

Associació (valors): Missió, visió, valors i objectius.

Estètica (com a eina en el disseny): Segons l'anàlisi realitzat en vers als elements gràfics existents es proposarà una adaptació del logotip, un lema, la proposta cromàtica i tipogràfica i la seva aplicació en la nova plataforma.

La cerca del disseny participatiu, empàtic, centrat en les persones i la interacció del treball amb professionals de diferents àmbits i capacitats, ha sigut fonamental durant el procés d'aquest treball.

L'arquitectura de la informació (AI) comença en la fase de generació del projecte, després d'haver completat les tasques d'investigació i definició del producte. Aquesta arquitectura es construeix a partir de les dades recopilades durant aquestes primeres etapes. Un cop definida, es procedeix a la fase de prototipatge. Aquesta part del procés és fonamental perquè permet començar a concretar la proposta de disseny.

Una organització òptima de la informació és essencial per garantir una bona experiència d'usuari. A més, és important tenir en compte altres aspectes com:

Esquemes per estructurar la informació: Això ajuda a organitzar el contingut de manera lògica i accessible.

Etiquetat: Serveix per resoldre ambigüitats i assegurar-se que la informació sigui fàcil de trobar.

Sistema de navegació: Permet ubicar els usuaris dins del lloc web i facilitar la seva mobilitat entre les diferents seccions.

Cerca: Ha de ser àgil, eficient, clara i directa per permetre als usuaris trobar el que necessiten ràpidament.

Estratègia de continguts: Defineix quins seran els continguts del lloc web i com es gestionaran.

Realitzarem un inventari contrastant i combinant els continguts existents i amb el que proposem com a futurs en la nova definició del projecte. Per fer aquest inventari hem tingut en compte els resultats obtinguts durant la fase de recerca amb els usuaris, i d'investigació amb el *briefing* i el *benchmarking*.

A partir d'aquí definirem un arbre de continguts o sitemap, tenint en compte que serà un element sobre el qual podrem iterar fins a aconseguir el resultat òptim.

Per dur a terme aquesta tasca he comptat amb les aportacions d'Anna Sanahuja, especialista en gestió d'informació i documentació. La seva visió ha estat de molta utilitat en la realització dels primers esquemes que ens portaran a la proposta d'organització final de les pàgines.

7.2. Definició de la proposta

En el punt de dissenyar la proposta a nivell tecnològic, he pogut comptar amb la col·laboració de Jordi Pi, gestor de projectes de sistemes d'informació. La seva intervenció m'ha portat a formular-me un munt de preguntes molt necessàries a l'hora de pensar quins requisits hauria de complir i quin seria l'abast de la nova plataforma.

Partint del treball d'arquitectura de la informació realitzat prèviament amb l'Anna, i tenint en compte les recomanacions del Jordi podem dissenyar un site map de la plataforma i cercar un proveïdor que ens pugui oferir els serveis que necessitem.

Existeixen tota mena de proveïdors d'allotjament, però pocs són els que donen prioritat a resoldre els problemes ecològics i socials.

A l'hora de cercar un proveïdor adient s'han tingut en compte els següents paràmetres:

- Que l'energia consumida sigui d'origen renovable.
- Que no hi hagi un excés de consum elèctric.
- Que en la mida del possible es doni prioritat al mercat local.
- Que hi hagi compensació de les emissions de gas d'efecte hivernacle.

Inicialment, no trobàvem cap proveïdor local que oferís tot el que necessitàvem fins que a través de la Xarxa d'Economia Solidària (XES), organització que defensa un sistema econòmic respectuós amb les persones, el medi ambient i els territoris vam arribar a contactar amb Pangea.

Pangea és el proveïdor de serveis d'Internet per entitats de l'Associació Pangea – Coordinadora Comunicació Per a la Cooperació i ofereixen serveis d'internet amb valors socials i solidaris.

- Són una associació independent i sense ànim de lucre, ofereixen allotjament de km 0 a un centre de dades de Barcelona.
- Apliquen els principis de l'economia social i solidària (ESS).
- Fan un ús eficient dels recursos per reduir la contaminació i els residus que genera la seva activitat.
- Treballen local i globalment pels drets civils i humans a internet.
- Utilitzen software de baix consum i lideren el projecte eReuse, que promou el desenvolupament de recursos comunitaris per a la reutilització local d'ordinadors, pantalles i altres dispositius informàtics i el seu ús responsable, col·laboratiu i circular a partir de la cooperació entre escoles i entitats de l'ESS.

Després de contactar amb ells i exposar la nostra proposta hem obtingut una resposta molt positiva i proactiva per part seva, creiem doncs que aquest proveïdor està totalment alineat amb els valors del Social Fest BCN i supera els requisits que ens havíem marcat inicialment.



7.2.1. El logotip | adaptació

Utilitzem una retícula senzilla per ajustar i equilibrar el logotip, realitzant petits ajustos òptics en el tracking del text. A més, emmarquem el Social Film Festival amb un traç exterior per destacar el rectangle on està inscrit. Aquesta cerca de l'abstracció i la senzillesa ens porta a la formalització iconogràfica del quadrat i el rectangle, dues formes bàsiques que evoquen solidesa i estabilitat.

Es mantenen les fonts Roboto bold i thin. Utilitzant una mateixa tipografia en diferents pesos aconseguim que les opcions siguin clarament diferenciades, generant així el contrapunt necessari per destacar les inicials SFB i SFF, les quals poden funcionar de manera independent sense necessitat del text complet.



7.2.1. El logotip | adaptació

Quan es presenta sol, la mida mínima per reproduir el logotip del Social Fest BCN amb el descriptiu serà de 20mm. Per sota d'aquesta mida només s'utilitzarà la versió amb les inicials.

En el cas del Social Film Fest s'aplicarà el mateix criteri, quan l'alçada sigui inferior a 20mm s'utilitzarà la versió amb només les inicials.



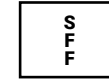
20mm



10mm



20mm



10mm

Aplicacions correctes **V**



Canvis que generen canvis



Canvis que generen canvis

Dues versions correctes per acompanyar el logotip amb el claim

Aplicacions incorrectes **X**



El Social Film Festival sempre ha d'anar acompanyat del logo del Social Fest BCN



No canvis de tipografia

No sense el rectangle



No canvis de color ni en el quadrat ni en la tipografia

7.2.1. El logotip | adaptació

Per a la utilització del logotip en entorns digitals, xarxes socials, etc., recomanem utilitzar la versió simplificada de la marca, l'imatge (rectangle negre) només amb sigles, sense el descriptiu, tot i que generem igualment una versió amb descriptiu per si fos necessària la seva utilització. S'utilitza el degradat generat a partir de la barreja de la gamma cromàtica secundària de colors i aquesta serà una de les característiques principals.

Aquesta expressió minimalista busca el reconeixement de la marca en avatars i dispositius mòbils. En aquests entorns, l'experiència d'usuari ha de ser el fil conductor de la relació entre la marca i l'usuari.

És important flexibilitzar la marca per adaptar-se a nous registres i expressar-se amb coherència en qualsevol entorn. Tal com es reflecteix en els resultats del qüestionari del punt 6, un dels principals canals a través dels quals els usuaris cercarien informació sobre les activitats del Festival són les xarxes socials. Per tant, és un entorn al qual l'equip de l'associació haurà de destinar recursos per potenciar-lo i mantenir-lo el més actualitzat possible, igual que la plataforma digital.



Logotip actual LinkedIn

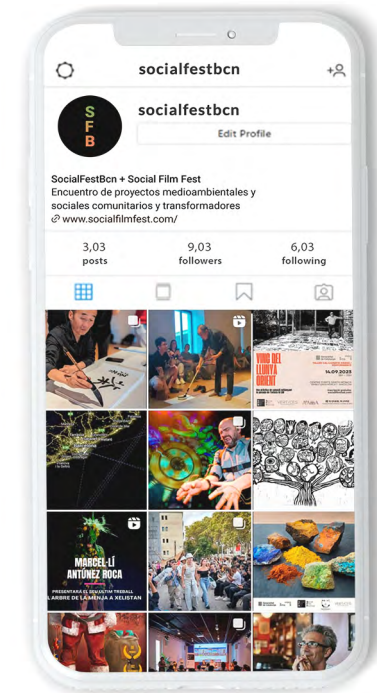


Social Fest Bcn

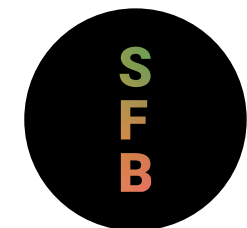
Nova proposta



Social Fest Bcn

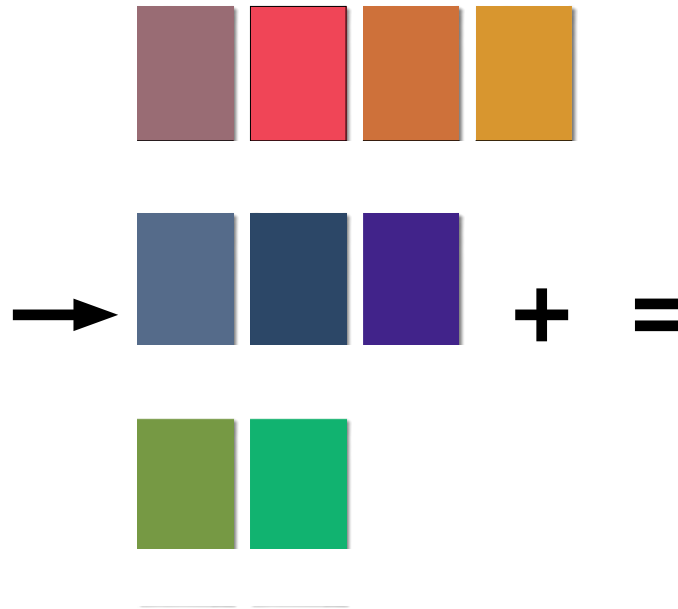
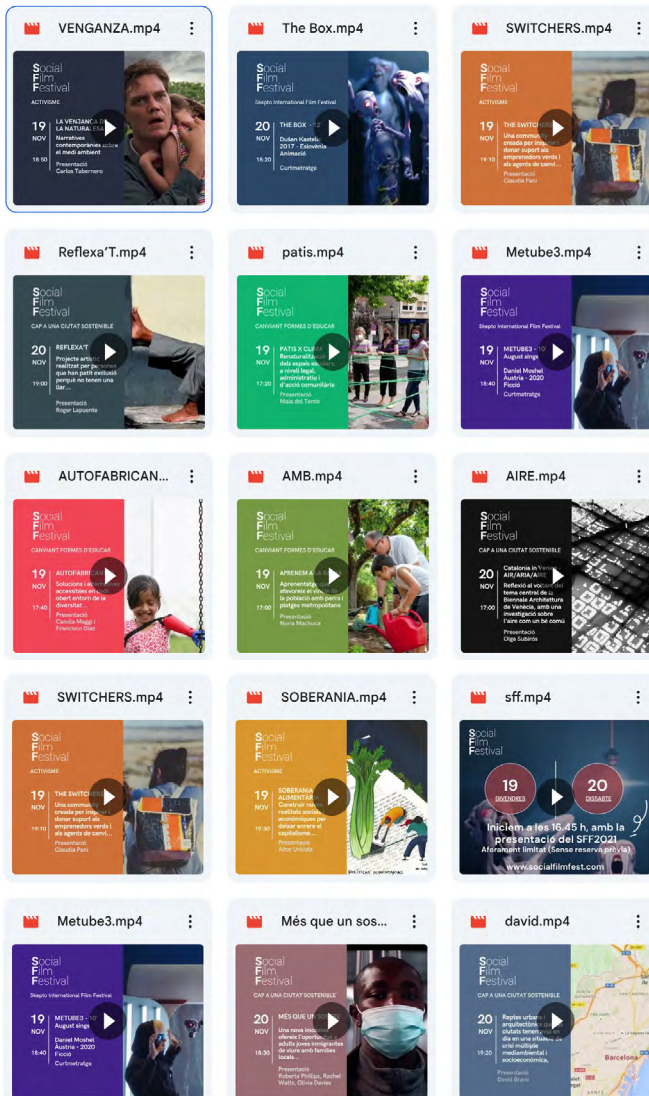


Logotip actual Instagram



Nova proposta

7.2.1. El logotip | adaptació



Partint del codi de color utilitzat en una de les edicions per presentar i identificar la temàtica de cada sessió, fem una extracció d'aquests colors per generar una paleta que ens servirà per sumar-los entre ells i generar un degradat que ens podrà servir com a recurs gràfic per futures aplicacions com caràtules d'entrada, banner, etc.



7.2.1. El logotip | Mockups



7.2.2. El lema

El lema associat al Social Fest BCN, «Canvis que generen canvis», va ser creat en un període de gran agitació i incertesa. Un canvi inicial o una sèrie de canvis tenen com a resultat o desencadenen altres canvis addicionals en un sistema o context determinat.

Aquest lema defineix molt clarament la comunicació verbal o el to de veu del Festival.

A dia d'avui, aquest lema continua sent rellevant, ha ajudat a establir una connexió emocional amb els usuaris i ha esdevingut un valuós aliat per a la marca. No obstant això, no es descarta adoptar un nou lema si les circumstàncies futures així ho aconsellen.

La posició del lema s'adaptarà a les necessitats del suport i variarà de mida en funció de si acompanya als dos logotips o només a un.

**Canvis que
generen
canvis**

7.2.2. El lema

Social
Fest
Bcn

**Canvis que
generen
canvis**

Social
Fest
Bcn

Social
Film
Festival

Canvis que generen canvis

7.2.3. Gamma cromàtica | colors principals

El Negre

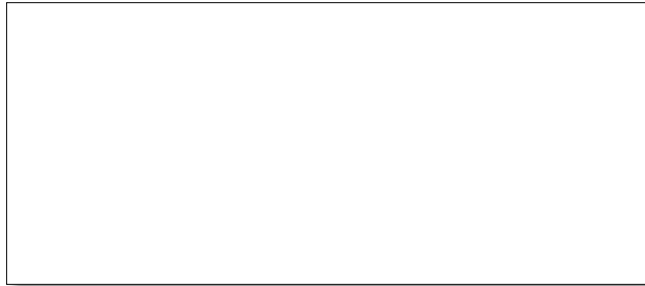
«El color més objectiu.[...] Significa la renúncia als ornaments, als patrons superflus i als colors superflus. Tot esdevé «neutre»: negre, blanc o gris. La renúncia al color dona lloc a l'objectivitat i la funcionalitat. (Heller, 2004, pàg. 149).



#000000
R 0 G 0 B 0
C 0 M 0 Y 0 K 100

El blanc

«El blanc és, segons el simbolisme, el color més perfecte.[...] El blanc no és un color de moda; és simplement un color modern. [...] El que és lleuger s'associa al que és clar, i el blanc el color més clar, és també el més lleuger. (Heller, 2004, pàgines 155, 169).



#ffffff
R 255 G 255 B 255
C 0 M 0 Y 0 K 0

El logotip actual s'ha simplificat eliminant el color i modificant la iconografia. Després de parlar amb l'equip de l'associació es va acordar que era una opció encertada i que pot respondre al concepte de transparència, responsabilitat i confiança que busquen.

S'adopta, per tant, la solució del color blanc i el negre com a colors principals i s'aplicaran de manera invertida en el cas del logotip del Social Film Fest. D'aquesta manera diferenciem clarament les dues propostes, el Social Fest BCN i el Social Film Fest.

Pel Social Fest BCN és important que s'entengui que la seva funció és la de fer de facilitadors i que el protagonisme principal l'han de tenir els projectes que es presenten, les persones que interactuen i les sinergies que es generen en les diferents edicions. Per tant, el logotip ha de respondre a aquesta voluntat de mantenir-se gairebé com un moderador sense despistar ni generar interferències.

7.2.3. Gamma cromàtica | colors secundaris

Així com només utilitzem el blanc i negre com a colors principals pels logotips, s'han adoptat un conjunt de colors secundaris que ja s'havien utilitzat de manera espontània com a recurs gràfic en caràtules de presentació de projectes i similars.

Preparem una paleta amb aquests colors i es defineix un rol per cadascun d'ells.

Es proposa el següent:

La gamma dels verds es faran servir per als temes relacionats amb projectes que tinguin a veure amb medi ambient, consum i derivats.

La gamma dels colors terra es faran servir per temes de salut, gènere i similars.

La gamma dels colors blaus es faran servir per temes de migració, ciutat i derivats.

Ens recolzarem en aquesta gamma per identificar les diferents temàtiques i s'utilitzarà com a recurs i es podran utilitzar matisos d'aquesta mateixa gamma, és a dir, percentatges dels mateixos colors.

En alguns casos es podran sumar tots, per exemple per un *web banner* de la home.



7.2.4. Tipografia

«Una marca está formada por elementos visuales y emocionales que se retroalimentan. Las formas de las letras escogidas suscitan una respuesta emocional en el observador.»

(Moliz, A. 2021).

Roboto

La tipografia Roboto va ser creada per Christian Robertson com a part de l'estratègia de disseny de Google. Va ser llançada al públic el 2011 juntament amb el llançament de la interfície d'usuari *Android Ice Cream Sandwich*.

Roboto pertany a la família de les tipografies sans-serif. Està dissenyada per oferir una alta legibilitat en interfícies d'usuari digitals, combinant elements de les tipografies geomètriques i grotesques.

És coneguda per la seva versatilitat i claredat. Té un ample relativament condensat i una gran altura x, que facilita la lectura en petites mides. Els seus caràcters presenten formes obertes i un espai ample entre lletres, optimitzant així la legibilitat en pantalla. Roboto inclou versions en diferents pesos i estils, com lleuger, regular, mitjà, negreta, i negreta extra, així com estils cursius per a cada pes. Aquesta tipografia es distribueix sota l'Apache License Version 2.0 i es pot descarregar gratuïtament.

Roboto Slab

Roboto Slab també va ser desenvolupada per Christian Robertson. Va ser llançada al 2013 com una variació serif de la Roboto original, pensada per complementar-la en diferents contextos de disseny.

Com el seu nom indica, Roboto Slab és una tipografia slab-serif. Les slab-serifs són conegudes per les seves línies robustes i serifes rectangulars, oferint una presència més marcada.

Manté moltes de les qualitats de Roboto però afegeix serifes que augmenten el seu ús en contextos més formals o editorials. Com la Roboto, la Slab és també molt versàtil i està disponible en diversos pesos. Es pot utilitzar en combinació amb Roboto per crear jerarquies clares.

Aquesta font també es distribueix sota l'*Apache License Version 2.0*, i és lliure per a ús comercial i personal.

Ambdues tipografies comparteixen moltes característiques de disseny fet que ajuda a mantenir una línia de base coherent i una uniformitat visual quan s'utilitzen juntes.

La combinació de Roboto i Roboto Slab aporta diversitat visual mentre es manté una coherència en la estructura que facilita la lectura i la comprensió del text. Tenen bona llegibilitat en pantalla, estan optimitzades per funcionar bé en diferents mides i resolucions, el que les fa pràctiques per a múltiples aplicacions digitals i impreses.

És cert que Roboto és una tipografia que s'ha fet servir molt i hi ha qui la considera més aviat freda o robòtica. En el nostre cas, considerem que aquest fet fins i tot ens beneficia. No necessitem una tipografia amb una personalitat forta més aviat necessitem una tipografia tranquil·la i clara ja que la icona que forma part del nostre imatge té molt pes i destaca molt i era necessari que la tipografia formés un equilibri sense generar gaire distorsió.

7.2.4. Tipografia per entorns digitals

La tipografia que utilitzarem en entorns digitals serà la **Roboto Flex** creada al 2011 per Font Bureau, que és una versió variable de la Roboto creada pel Cristian Robertson.

És una tipografia molt adaptable i personalitzable a través de la manipulació simultània de diversos paràmetres (alçada, inclinació, etc.).

La seva versatilitat permet adaptar la tipografia a diferents dispositius i és compatible amb diversitat de navegadors oferint així una experiència consistent. És altament llegible en pantalla, suporta una àmplia gamma de caràcters i idiomes.

Disposa d'un repertori ampli d'estil, fet que ens facilitarà poder jugar amb els diferents pesos per crear diferents jerarquies.

Pot optimitzar el rendiment web carregant només els estils necessaris millorant així els temps de càrrega i eficiència.

El fet d'utilitzar una variació de la tipografia emprada en la Marca del Social Fest BCN, ens ajuda a mantenir una identitat visual coherent.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

7.2.5. La plataforma digital

Un cop analitzat el web actual, revisarem alguns exemples que ens serviran de referència.

Per altra banda definirem els passos que es seguiran fins arribar a la nova proposta de la plataforma digital:

1. Inventariar el contingut (actual i futur)
2. Analitzar el contingut
3. Definir l'estructura

A partir de l'estructura es realitzarà el mapa web, la capa d'imatge gràfica, i els possibles requeriments tècnics.

Decidim treballar en un entorn digital col·laboratiu on podem compartir comentaris entre els membres de l'equip, la companya especialista en gestió documental i jo mateixa. D'aquesta manera podem compartir, validar i intercanviar impressions.

El web del Festival de cinema de San Sebastián i el del Sundance Film Festival seran dos bons referents en quan a continguts i navegació.

Un altre punt que trobem important i volem incorporar és l'accessibilitat, que en el web actual del festival no està contemplat.

Exemples



<https://repositoriofic.festivalcervantino.gob>
FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO

El acervo histórico del Festival Internacional Cervantino está conformado por documentos en papel, electrónicos, fotografías, fonográficos, videográficos, hemerografía y publicaciones. Todo ello compilado o producido a lo largo de los 50 años que lleva celebrándose el festival (1972-2022).

<https://www.huelva.es/portal/es/paginas/an>
Archivo del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva | Ayuntamiento de Huelva

1.1. Código de referencia: ES. Huelva. Archivo Municipal. 1.2. Nombre de la unidad de descripción: Archivo del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva 1.3. Fecha(s): 1975-1.4. Nivel de descripción: Fondo 1.5. Volumen de la unidad de descripción: 26 m/l (191 cajas) y 5 m/l (carteles) 2. ÁREA DE CONTEXTO 2.1.

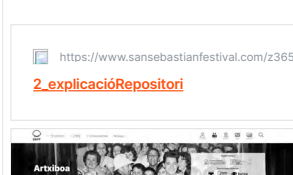


<https://csotomayord.folio.uoc.edu/2022/05/>
PEC 4 - Arquitectura de Información - Diseño de Navegación


Pública Dado que en el mercado actual está prácticamente todo inventado, se pueden comparar sistemas parecidos al que se pretende implementar para tener referencias de cómo se llevan a cabo las principales funciones en algunas webs ya conocidas.

Festival San Sebastián Arxiu


<https://www.sansebastianfestival.com/z365>
2_ explicacióRepositori



<https://artixboa.sansebastianfestival.com/?>
3_ Home Arxiu



<https://artixboa.sansebastianfestival.com/c/>
4_ catalog

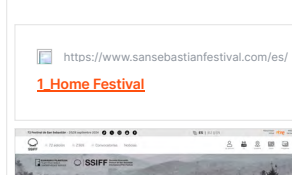


Catálogo

Reservar entradas

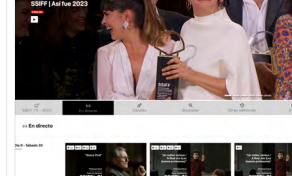
Festival San Sebastián web

<https://www.sansebastianfestival.com/es/>
1_ Home Festival



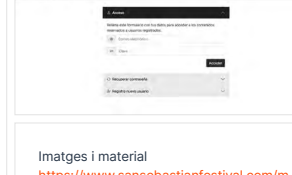
Klasikoak

TV en directe
https://www.sansebastianfestival.com/2023/tv/6/es/t_2




Accés
https://www.sansebastianfestival.com/2023/tv/6/es/t_2

Acceso a MI FESTIVAL



Imatges i material
<https://www.sansebastianfestival.com/materiales/4/es>

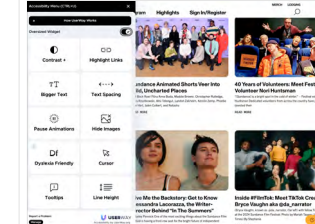


Materiales


Sundance Film Festival

<https://festival.sundance.org/program/films>
Program Guide | 2024 Sundance Film Festival

Discover the 2024 film lineup and our eclectic program of events, conversations, and live entertainment to round out your Festival experience.



Accessibilitat (exemple)
<https://festival.sundance.org/blogs/category/festival-2024/interviews>



Sundance Film Festival

Todo el Festival, sin retiros, entregado directamente a su bandeja de entrada.

Personaliza tus preferencias para recibir las noticias que necesitas.
(?) Identifica un campo obligatorio

Correo electrónico*
Escribe tu correo electrónico

Nombre de pila*
Escribe tu nombre

Apellido*
Escribe tu apellido

Ciudad*
Escribe tu ciudad

Estado*
Escribe tu estado

País*
Escribe tu país

Selecciona la(s) lista(s) a las que deseas suscribirte*

FESTIVAL DE CINE DE SUNDANCE: todo lo relacionado con el festival: estrenos, anuncios, entradas y más

INSTITUTE INSIDER: acceso a noticias, películas, programas de artistas y eventos del Instituto Sundance cerca de usted

OPORTUNIDADES PARA ARTISTAS: descubre y solicita programas de apoyo a artistas en todos los medios narrativos.

Por favor verifique su solución*

No soy un robot

Enviar

7.2.5. La plataforma digital

«Entenem com plataforma una entitat que connecta individus i organitzacions per a un propòsit comú.»

(Cusumano et al., 2019).

Parlarem de plataforma digital i no de pàgina web, ja que una web ofereix contingut principalment estàtic, com ara la presentació d'una empresa, i no ofereix una interacció directa amb l'usuari, mentre que una plataforma té un significat més ampli. Es pot generar interacció entre usuaris i sovint permet la creació, intercanvi i gestió de continguts per part d'aquests.

En el nostre cas és necessari proposar el canvi de web a plataforma i generar aquesta interacció, ja que tal com explica Michael A. Cusumano a l'entrevista realitzada per Enel Group, «L'efecte xarxa crea un *loop de feedback* positiu que augmenta el valor cada cop que s'afegeix un nou participant». (El Modelo De Negocio De Las Plataformas, 2020).

L'objectiu serà dissenyar una plataforma digital en la qual els usuaris puguin col·laborar amb altres usuaris i interactuar entre ells, aportant continguts i interacció.

Les característiques que hauria de complir, segons les pautes associades amb la usabilitat de Nielsen i Molich son les següents:

Senzilla i claredat:

Evitar elements innecessaris que puguin despistar i generar caos.

Eficàcia:

L'usuari ha de saber en tot moment on es troba i que ha de fer.

Flexibilitat:

Proposant una retícula *responsive* i una tipografia llegible, tenint en compte el volum de contingut que haurà de suportar.

Familiaritat:

A través de les icones, la navegació, els *call to action*, codis de color, etc.

Coherència:

Creació de patrons que l'usuari pugui aprendre i aplicar fàcilment.

Estructura:

Jerarquia dels elements clar i visible.

I finalment, que parli el mateix llenguatge que l'usuari, que sigui clar i concís.

7.2.5. La plataforma digital | Estructura

A continuació llistem el que creiem que seria necessari que incorpori i que hauria de complir la nostra plataforma.

Interfície d'Usuari (UI)

Frontend: Part visible per als usuaris, que inclou el disseny visual, la navegació, els formularis, els botons i altres elements interactius. S'utilitzen tecnologies com HTML, CSS i JavaScript per crear aquesta capa.

Responsive: Accessible des de diferents dispositius, com ordinadors, tauletes i telèfons mòbils.

Accessibilitat: Accessible per totes les persones independentment de les seves capacitats.

Dades

Bases de Dades: Emmagatzematge i gestió de les dades dels usuaris, contingut generat pels usuaris, transaccions i altres tipus d'informació essencial.

Gestió de Dades: Mecanismes per a la recuperació, l'actualització, l'eliminació i l'emmagatzematge segur de les dades.

Integració

Serveis Web i APIs: Integració amb altres plataformes i serveis, com per exemple xarxes socials, pòdcast i de vídeo. Externalitzant aquests serveis d'allotjament de contingut multimèdia optimitzarem el rendiment de la plataforma i millorarem l'experiència d'usuari.

Seguretat

Autenticació i autorització: Sistemes per verificar la identitat dels usuaris i controlar l'accés a diferents parts de la plataforma.

Encriptació: Protecció de les dades sensibles durant la transmissió i l'emmagatzematge.

Firewalls i Sistemes de Detecció d'Intrusions: Protegeixen la plataforma contra atacs externs i accés no autoritzat.

Monitoratge i Anàlisi

Anàlisi de Dades: Recopilació i anàlisi de dades sobre l'ús de la plataforma per millorar l'experiència de l'usuari i prendre decisions informades.

Monitoratge del Rendiment: Eines per seguir el rendiment de la plataforma i detectar problemes de manera proactiva.

Infraestructura

Servidors i Emmagatzematge: Hardware físic o serveis en el núvol que allotgen la plataforma i les seves dades.

Escalabilitat: Capacitat de la infraestructura per augmentar o reduir els recursos segons la demanda.

Per poder acotar els requeriments de la plataforma hem fet l'exercici de llistar la tipologia d'usuaris que hi accediran i els casos d'usos previstos.

Els perfils d'usuaris poden ser:

- Usuari anònim
- Usuari del fòrum
- Usuari de la comunitat Social
- Usuari redactor web
- Usuari administrador web

I els usos previstos per aquests usuaris:

L'**usuari anònim** ha de poder consultar la informació de la pàgina web que no requereixi autenticació.

L'**usuari del fòrum** pot accedir i participar en el fòrum previ registre, generar missatges, modificar i esborrar.

L'**usuari de la comunitat Social** ha de poder donar-se d'alta per poder accedir a l'espai destinat a la càrrega de projectes (tipus Nexcloud).

L'**usuari redactor web** ha de poder gestionar les notícies (alta, baixa, notificaciones), gestionar la galeria d'imatges i el repositori (altes, baixes, crear col·leccions, catalogar, etc.), ha de poder modificar qualsevol contingut de la plataforma.

L'**usuari administrador web** ha de poder gestionar qualsevol contingut i els usuaris de la plataforma.

7.2.5. La plataforma digital | Estructura

L'arquitectura de la informació (AI) ha de definir un accés a la informació i un estil de comunicació (etiquetatge i redacció) que siguin plenament coherents amb la definició estratègica del projecte.

1. **Inventariat** del contingut
2. **Contingut** del site map
3. **Definició** estructura

Accessibilitat: El disseny accessible hauria de ser **perceptible, operable, comprensible i robust**.

Inventari contingut (existent o futur):

Textual	Introduït directament o text en PDF per descarregar
imatges	Fotografies que documentn les diferents edicions del Festival
Vídeos	Si s'ha gravat alguna sessió, vídeos o clips promocionals, etc
Entrevistes	Poden ser en vídeo o transcrites
Pòdcast	Entrevistes
Projectes	Els projectes presentats poden incloure tot l'esmentat abans però únicament relacionat amb el projecte, (ex.textual: fitxa del projecte, breu descripció, dades sobre l'autoria i contacte, vídeo/imatges/ o el que sigui en funció del que es presenti.

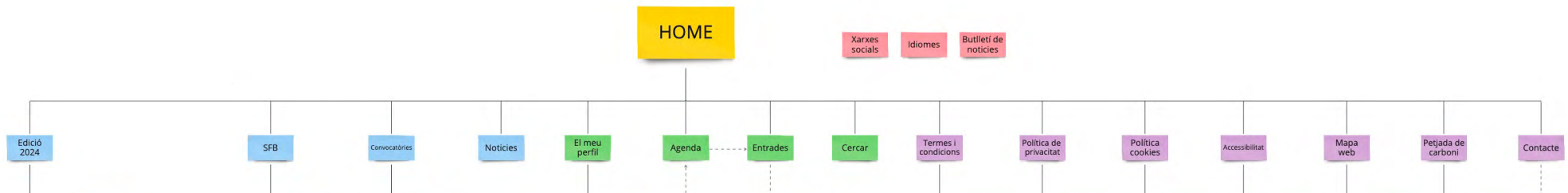
Apartats web

EI SFBCN	Breu explicació del Festival, història, valors, etc.
Edicions	Accés a fotografies, vídeos, gravacions, documents, etc. de les edicions passades.
Projectes	Consulta i accés als projectes presentats en les diferents edicions, fitxa de cada projecte, imatges/vídeo o documentació, informació sobre autoria, contacte, etc.
Tens un projecte?	Espai perquè els usuaris que disposin de projectes socials col·laboratius que promoguin la sostenibilitat, que incorporin algun dels ODS, etc. puguin registrar-se i pujar els seus projectes perquè l'equip del Social Fest BCN els pugui avaluar. Es donarien unes directrius específiques per poder pujar els documents (pes dels arxius, número de caràcters pel text, etc).
Comunitat Social Fest	Espai d'interacció entre usuaris. Permetrà compartir informació i es promourà el diàleg i l'opinió vers els continguts tractats en les diferents edicions.
Notícies	Properes dates d'activitats i esdeveniments, informació sobre quan i com es poden presentar projectes, etc.
Newsletter	Sota subscripció
Xarxes socials	Sempre visibles
Contacte	Dades de contacte i un petit formulari
Cercador	
Filtres	
Reserva entrades	Tot i que ara aquesta part es gestiona directament des del Santa Mònica, s'hauria de preveure per poder gestionar-ho directament des del web del festival. La Seu no sempre ha de ser el Santa Mònica. Per tant s'ha de preveure una mena de formulari.
Selector idiomes	Català, castellà, anglès
Peu	Crèdits, política de privacitat, entitats col·laboradores, mapa web

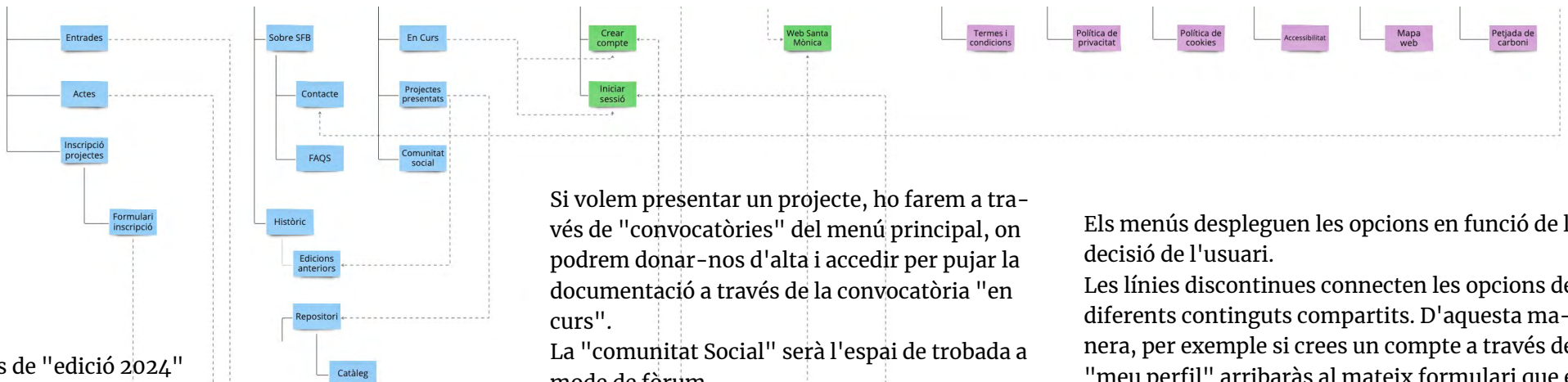
Es realitza un primer esbós inventariant el contingut actual i fent una previsió a futur i un cop avaluat decidim una primera proposta dels apartats que hauria de tenir la plataforma.

Partint d'aquesta aproximació es desenvoluparà el *sitemap*.

7.2.5. La plataforma digital | Site map



Els menús blaus i verd formen part de la capçalera (header) i els elements de color vermell formen part del (header 2), sempre visibles. Els elements de color lila formen part del peu de pàgina (footer).



Si volem presentar un projecte, ho farem a través de "convocatòries" del menú principal, on podem donar-nos d'alta i accedir per pujar la documentació a través de la convocatòria "en curs". La "comunitat Social" serà l'espai de trobada a mode de fòrum.

En l'apartat del "repositori" trobaríem el contingut inventariat existent o futur: fotografies, videos, pòdcast, entrevistes, projectes, etc. Tota aquesta documentació inclourà etiquetes perquè sigui fàcil de filtrar en cas de cerca.

A través de "edició 2024" podem accedir a la inscripció de projectes igual que ho podem fer a través de "convocatòria" - "en curs". Totes dues opcions van a parar al mateix formulari.

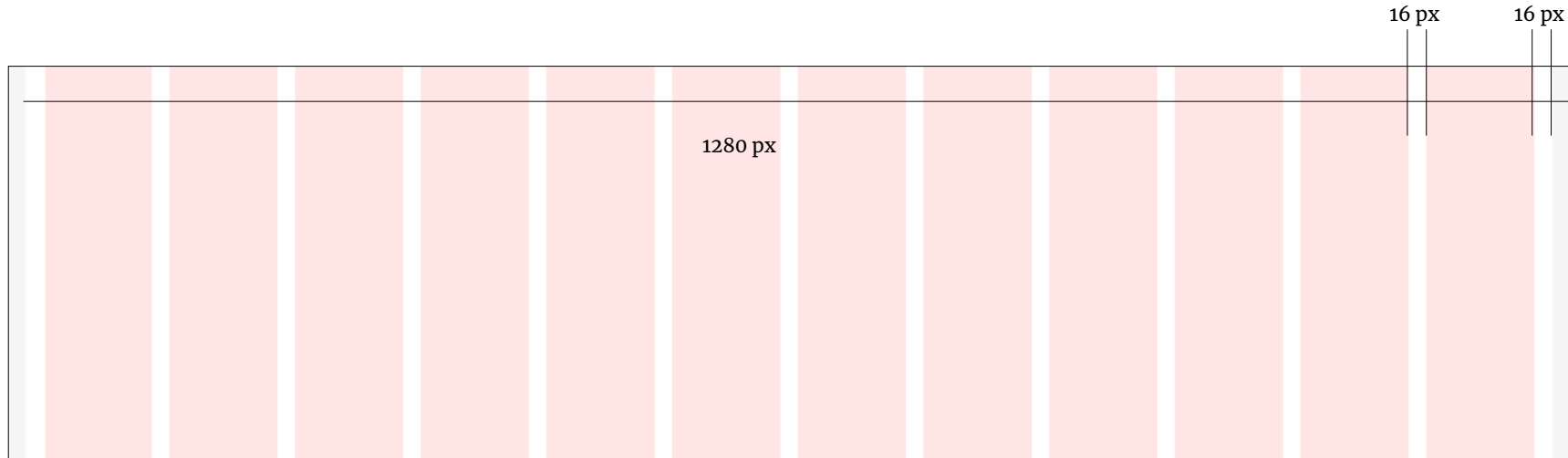
Els menús despleguen les opcions en funció de la decisió de l'usuari. Les línies discontinues connecten les opcions dels diferents continguts compartits. D'aquesta manera, per exemple si crees un compte a través del "meu perfil" arribaràs al mateix formulari que et sortirà quan accedeixis "inscripció de projectes", el mateix passaria amb "entrades", pots accedir des de l'edició d'enguany o bé des de el menú "entrades", tots dos et porten al Santa Mònica (que ara per ara és on es fan les inscripcions). I així amb la resta, contacte, projectes presentats, etc.

Aquesta versió 4 del *sitemap* és el resultat al qual hem arribat iterant sobre els esquemes que hem realitzat a mà prèviament. Segurament hi haurà més versions si aconseguim dur a terme el llançament de la plataforma definitiva.

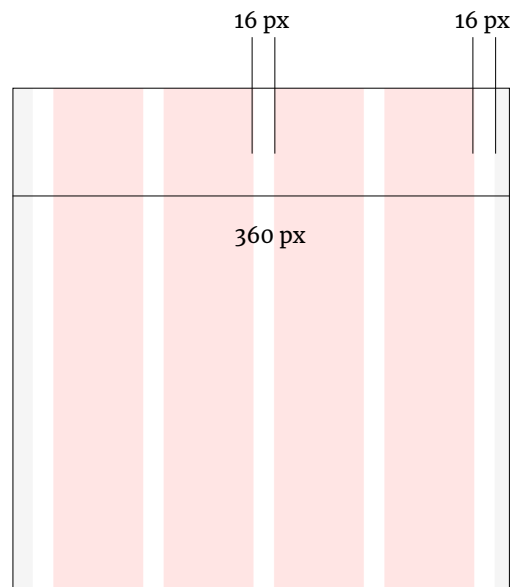
[Es pot accedir al sitemap aquí](#)

7.2.5. La plataforma digital | Retícula

Retícula desktop



Retícula mòbil



Segons les dades consultades al web de Stat-Counter, entre abril de 2023 i abril de 2024 un 26,54% dels usuaris a Espanya utilitzen ordinadors amb una resolució de pantalla de 1920x1080 píxels, per tant pels wireframes utilitzarem aquest format donat que és el més estès.

En el cas del mòbil farem servir la de 360x800 píxels que segons l'estudi anterior és la utilitzada per un 12,52% d'usuaris.

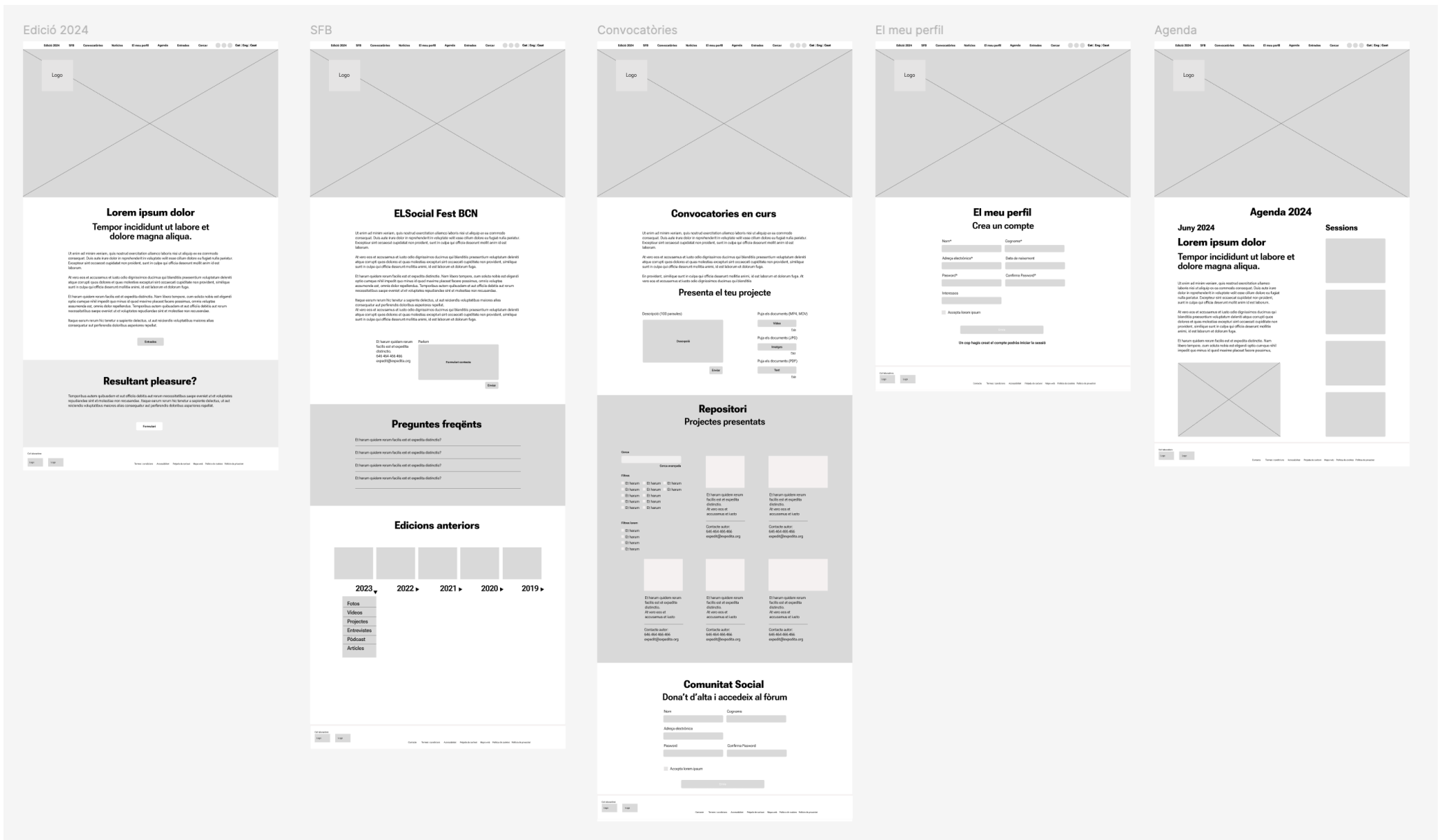
Amplada: 360 px
Columnes: 4
Marges: 16 px
Gutter: 16 px

Amplada: 1280 px
Columnes: 12
Marges: 20 px
Gutter: 16 px

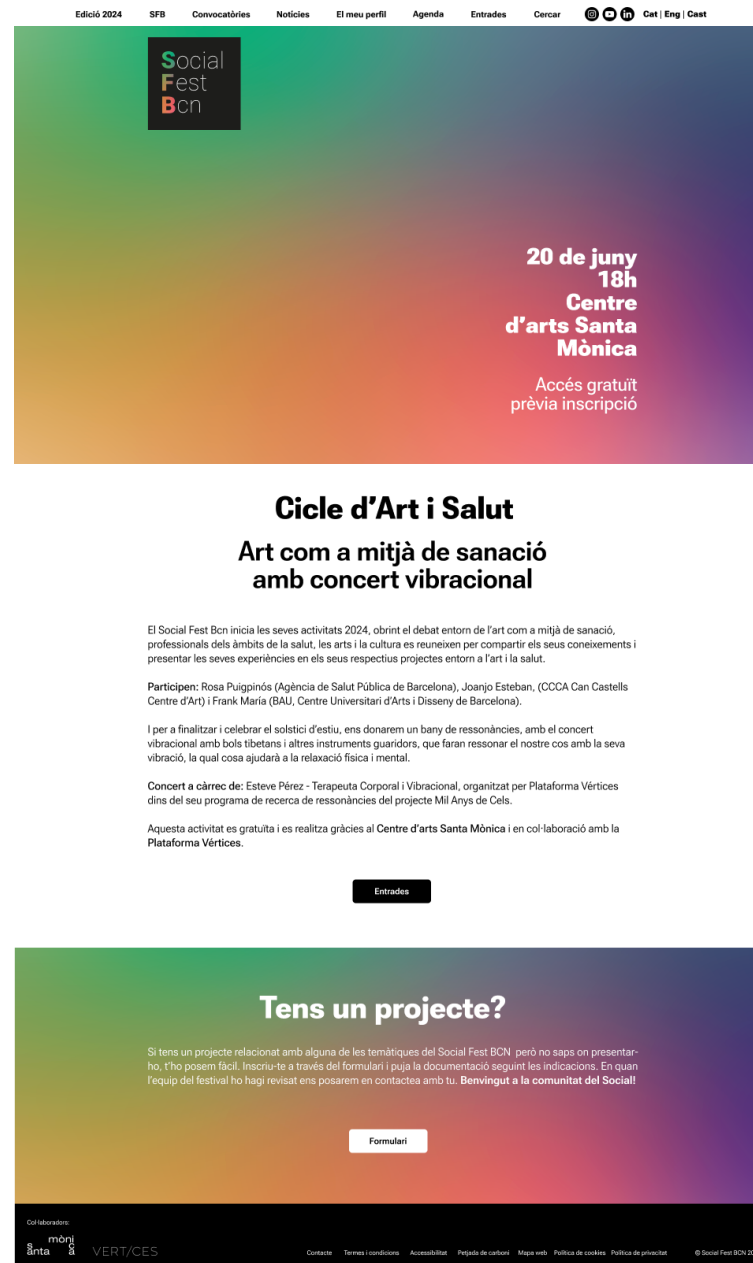
L'objectiu és que el disseny de la plataforma sigui WordPress responsiu. Millor experiència d'usuari, millor rendiment i visibilitat, garanteix una coherència entre dispositius i millora les mètriques de rendiment. Per tant utilitzarem una retícula responsiva que ens servirà per fer aquestes adaptacions.

Font: <https://gs.statcounter.com/screen-resolution-stats/desktop/spain>

7.2.5. La plataforma digital | Wireframes



7.2.5. La plataforma digital | Wireframe prototip



8. Conclusions

A través del procés d'investigació, s'ha comprovat que existeix un cert desconeixement per part dels usuaris envers els esdeveniments o festivals vinculats a temàtiques socials i mediambientals com el Social Fest BCN; fins i tot, hi ha una certa confusió. Després de realitzar el benchmarking i analitzar els resultats, especialment el procés de cerca, ens hem adonat que és difícil trobar informació sobre aquesta tipologia d'esdeveniments. La majoria d'aquests esdeveniments estan relacionats amb el cinema i d'altres estan molt centrats en una temàtica concreta. Per tant, ha sigut complicat situar el Social Fest BCN en l'ecosistema dels seus possibles competidors. No obstant això, analitzant les dades del benchmarking de tres festivals que ofereixen continguts similars al Social Fest, hem comprovat que tots tres mantien una coherència visual en tota la comunicació, disposaven d'una marca reconeixible i algun d'ells tenien una forta presència a les xarxes socials. També s'ha constatat que en tots tres casos hi ha molts recursos dedicats, fet que ara per ara no es dona en l'associació del Social Fest BCN.

En relació amb la investigació amb usuaris, aquesta ens ha ajudat molt a determinar el nostre públic objectiu i, amb la tècnica del buyer persona, hem generat tres possibles arquetips. Hem obtingut dades valuoses sobre l'edat dels usuaris, les seves preferències, les seves fonts d'informació i, sobretot, les seves inquietuds temàtiques.

El treball de camp, que ha inclòs una enquesta amb 150 participants, ha estat molt favorable per avaluar

la nostra estratègia de disseny. Gràcies als resultats obtinguts sobre les temàtiques que els usuaris consideraven més importants, l'equip del festival ha decidit incorporar la més votada com a tema principal per a la pròxima edició.

La pròxima edició del Social Fest BCN s'estructurarà posant al centre la temàtica de la salut. Aquesta comptarà amb una primera fase de presentació del marc contextual, que se celebrarà el 20 de juny¹, i una segona fase amb la proposta de 7 sessions que inclouran tallers, taules rodones i presentacions, que es realitzaran entre setembre i novembre. Aquestes sessions estaran relacionades amb les temàtiques que van quedar en segona i tercera posició en l'enquesta: el context mediambiental i la ciutat.

Aquest desenvolupament d'esdeveniments derivat de la nostra acció i estratègia de disseny ens ajuda a avaluar de manera positiva els seus resultats.

Pel que fa a l'estudi de la imatge visual i el seu impacte, s'ha fet una anàlisi de la marca existent del festival i del seu ecosistema, valorant que no era convenient proposar un canvi radical. La marca ha patit ja diverses modificacions i ha anat evolucionant, adoptant una formalització coherent amb la seva missió, visió i valors. Per aquest motiu, s'ha proposat l'adaptació del logotip existent i una variació per a entorns digitals, mantenint la serietat del logotip principal, però afegint una capa de color que parteix de la gamma cromàtica secundària, aportant dinamisme i servint com a recurs per a possibles

animacions. S'han marcat unes pautes sobre l'aplicació d'aquestes adaptacions i s'han establert criteris bàsics pel disseny de la plataforma digital.

La proposta d'aquesta plataforma digital incorpora els recursos existents en el web del Festival i suma la incorporació d'elements com la "Comunitat Social", el fòrum, les convocatòries o els butlletins, que considerem indispensables per esdevenir una eina principal d'impuls i divulgació del Festival.

1. Activitat del Social Fest BCN pel dia 20 de juny a l'Arts Santa Mònica
<https://www.socialfilmfest.com/2024-20-06/>

8. Conclusions finals

Aquest projecte ha estat un viatge, un repte que m'ha obligat a sortir de la meua zona de confort i plantejar-me moltes coses, mantenint un pensament constant en l'activació d'idees i significats. M'he fet i he fet moltes preguntes, he empatitzat, he mantingut una visió global, he practicat l'escolta activa, m'he col·locat en posicions incòmodes i he cercat solucions sense perdre de vista l'entorn col·laboratiu que havia creat.

M'he adonat de com ha anat canviant el projecte, com he pogut incorporar molts dels coneixements adquirits durant el grau i, sobretot, com he assumit el rol de dissenyadora estratègica. Des d'un inici, tenia clar que volia realitzar un projecte vinculat a temes socials i culturals per aportar el meu granet de sorra i he pogut fer-ho gràcies a l'equip del Social Fest BCN que han cregut en la iniciativa des del principi i que estan disposats a dur a terme la proposta en la mesura que es pugui. Crec que és la meua responsabilitat com a dissenyadora treballar de manera ètica i sense perdre de vista les problemàtiques socials.

He aconseguit assolir els objectius plantejats en un inici? Crec que sí, ja que s'ha assolit l'objectiu principal de plantejar una estratègia de disseny que ha analitzat i dotat de major coherència la imatge del Festival, generant pautes gràfiques d'aplicació i dissenyant l'estructura d'una plataforma que servirà per connectar comunitats i visibilitzar la tasca del Festival.

A més a més, aquest treball col·laboratiu en equip, involucrant diversos actors i coneixements, servirà en un futur pròxim per poder sol·licitar una captació

de fons o subvenció institucional, per materialitzar la plataforma digital del Social Fest BCN. Gràcies a la predisposició de l'equip del festival i a les sinergies generades arran d'aquest treball amb associacions com Pangea.org i altres col·laboradors, ha estat possible formalitzar l'estratègia de disseny i el prototip de la plataforma.

Espero que la meua aportació serveixi per visibilitzar valors com la diversitat, la inclusió i el respecte, i també per connectar les diferents comunitats d'artistes, entitats i col·lectius, fent del Social Fest BCN un veritable motor d'activació i de canvi cap a un món més equitatiu i sostenible.

9. Bibliografia i Webgrafia

Brundtland, G.H. (1987). Our common Future. Oxford: Oxford University Press.

Calleja García, C., & Sierra Taulé, N. (2023, Setembre). Com abordar el treball final del grau de Disseny i Creació Digital en sis passos senzills.

Díaz-Pont, J., & Tarragona, A. (2003). Estratègia Catalana d'Educació Ambiental. Una eina per a la comunicació i la participació: Estratègia Catalana d'Educació Ambiental.

Glaser, M. (2016). Milton Glaser, Conversaciones Con Peter Mayer. Editorial Gustavo Gili.

Grätz, R. (2017). La Cultura como Instrumento de Transformación Social. Traducción responsabilidad de la Fundación EU-LAC.

Guayabero, O. (2021). El diseño para el día antes: propuestas para antes del colapso (en escenarios poscovid) y cómo es posible evitarlo o, al menos, intentarlo. Experimenta.

Heller, E. (2004). Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón (1a ed.). Gustavo Gili.

Mau, B. (1998). The Incomplete Manifesto for Growth. Bruce Mau Studio.

Papanek, V. (2014). Diseñar para el mundo real: ecología humana y cambio social. Pollen Edicions (El Tinter SAL).

Peregrin Emparaza, L. (2021). El procés de disseny [PDF]. FUOC.

Peregrin Emparaza, L. (2021). L'estratègia del disseny [PDF]. FUOC.

Peregrin Emparaza, L. (2021). L'implantació del disseny [PDF]. FUOC.

Peregrin Emparaza, L. (2021). Marc d'actuació professional del dissenyador/a [PDF]. FUOC.

Sanders, E., & Stappers, P. (2008). Co-creation and the New Landscapes of Design. CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts, 4(1), 5-18.

San Salvador del Valle, R. (2023). Teoría del edredón. Los Libros de la Catarata.

Voorberg, W. H., Bekkers, V. J. J. M., & Tummers, L. G. (2015). A Systematic Review of Co-Creation and Co-Production: Embarking on the social innovation journey. Public Management Review, 17(9), 1333-1357. <https://doi.org/10.1080/14719037.2014.930505>

Osborn, A. (1954). Applied Imagination.

9. Bibliografia i Webgrafia

(2015, Setembre 25). La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible - Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>

Ajuntament de Barcelona. (2021). Fem Cultura Pla de Drets Culturals de Barcelona. <https://www.barcelona.cat/culturaviva/sites/default/files/2021-05/Pla%20Drets%20Culturals.pdf>

Arias, U. (n.d.). 5 combinaciones tipográficas de google fonts listas para usar en tu web. Universo Meraki. <https://universomeraki.com/combinaciones-tipograficas-google-fonts/>

Beneito Montagut, R. (n.d.). Presentació de documents i elaboració de presentacions. https://campus.uoc.edu/cdocent/HKZB5UG6XS130_6R5O43.pdf

Biodirectos. (n.d.). Fundación Biodiversidad. <https://fundacion-biodiversidad.es/divulgacion-y-sensibilizacion/biodirectos/>

DigitalNewsReport.es. (2014-2023). Universidad de Navarra, Center for Internet Studies and Digital Life (School of Communication). <https://www.digitalnewsreport.es/>

El modelo de negocio de las plataformas. (2020, juliol 14). Enel Group. <https://www.enel.com/es/nuestra-compania/historias/articles/2020/07/plataformas-modelo-de-negocio>

Festivales y conciertos ante la prensa: ¿cómo comunicar tu evento para que destaque entre la multitud? (1/2). (n.d.). Woo Media. <https://www.woomedia.es/blog/festivales-y-conciertos-ante-la-prensa-como-comunicar-tu-evento-para-que-destaque-entre-la-multitud-1>

Hülkamp, I. (2020, novembre). UOC - Oikonomics - Plataformas digitales: fundamentos y una propuesta de clasificación - Agustí Canals, Ian Hülkamp. Oikonomics. https://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/es/numero14/dossier/acanals_ihulkamp.html

Marrero, A., & Vigil, P. (2021). Víctor Papanek y ecodiseño. EME Experimental Illustration, Art & Design, (9), 22-29. <https://doi.org/10.4995/eme.2021.15695>

Mobile Screen Resolution Stats Spain | Statcounter Global Stats. (2024). StatCounter Global Stats. <https://gs.statcounter.com/screen-resolution-stats/mobile/spain>

Moliz, A. (2021, diciembre 10). «La importancia de la tipografía en el branding», por Ana Moliz. Graffica. <https://graffica.info/la-importancia-de-la-tipografia-en-el-branding-por-ana-moliz/>

Moliz, A. (2022, maig 13). Roboto Flex, tipografía ubicua y ultrapersonalizable. Graffica.info. <https://graffica.info/roboto-flex-tipografia-ubicua-y-ultrapersonalizable-por-ana-moliz/>

Sáenz Higuera, N., & Vidal Oltra, R. (n.d.). Redacció de textos científicotècnics. https://campus.uoc.edu/cdocent/8QROP4G6IXT6ND3J1_XE.pdf

Tanwar, A. (2024, març 19). Seahawk | Respiramos sitios web y WordPress. Seahawk Media. <https://seahawkmedia.com/es/>

UNESCO. (2001, Novembre 2). Universal Declaration on Cultural Diversity - Legal Affairs. <https://www.unesco.org/en/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity>

Uralde, M. (2024, Març 1). Las 10 mejores combinaciones tipográficas con Google Fonts — Maite Uralde. Maite Uralde. <https://maiteuralde.com/blog/combinaciones-tipografias-google-fonts>

Verdes Digitales. (n.d.). Agencia de marketing verde y comunicación. <https://verdes-digitales.com/>

Recursos:

Design Toolkit de la UOC

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

Imatges recurs: pàgines 31-33, Unsplash, 8-9, Freepik, 41, DALL·E

Resta d'imatges: autoria indicada a peu de foto.

Eines de disseny: paquet Adobe (illustrator, Photoshop, Indesign, Premiere), Figma

Software col·laboratiu: [Milanote.com](https://milanote.com), [Miro.com](https://miro.com)

Mockups: www.pixpine.com, freepik.es, [Free Instagram profile mockup](#)

Les tipografies utilitzades en aquest dossier es troben sota llicència CC de Google fonts.

10. Annex

10.1. Enquesta

Gènere/Género	Edat/Edad	Quina importància li dones als temes socials i mediambientals? (valora-ho del 0 al 5) / ¿Qué importancia le das a los temas sociales y medioambientales? (valora del 0 al 5)	Quins d'aquestes temes et semblen més interessants? / ¿Cuáles de estos temas te parecen más interesantes?	Afegiries algun més? / ¿Añadirías alguno más?	Has participat mai en algun col·lectiu, associació o projecte que tracti sobre aquests temes? / ¿Has participado alguna vez en algún colectivo, asociación o proyecto que trate sobre estos temas?	Has assistit a algun festival, fòrum o esdeveniment relacionat amb aquests temes? (pot ser com a part d'altre festival) / ¿Has asistido a algún festival, fórum o evento relacionado con estos temas? (puede ser como parte de otro festival)	Si has marcat alguna o moltes vegades, a quins has assistit? / ¿Si has marcado alguna o muchas veces, a cuales has asistido?
Home/Hombre	18-25	5	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc)	No	Sí	Mai/Nunca	
Home/Hombre	46-55	5	Gènere (identitat, cos, etc) / Género (identidad, cuerpo, etc), Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc)	No	Sí	Moltes vegades/Muchas veces	Social Film Fest , Alternativa fest
Home/Hombre	46-55	5	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc), Migració (fronteres, racisme, etc) / Migración (fronteras, racismo, etc)	Política	Sí	Alguna vegada/Alguna vez	Social Film Festival
Dona/Mujer	56 o més	4	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc)	Pensamiento positivo	No	Mai/Nunca	
Home/Hombre	18-25	4	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc)		Sí	Mai/Nunca	
Dona/Mujer	56 o més	4	Migració (fronteres, racisme, etc) / Migración (fronteras, racismo, etc)	Salut gen gran	Sí	Alguna vegada/Alguna vez	Xerrades salut mental adults
Home/Hombre	56 o més	5	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc), Migració (fronteres, racisme, etc) / Migración (fronteras, racismo, etc)		No	Mai/Nunca	
Dona/Mujer	36-45	4	Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc)		No	Alguna vegada/Alguna vez	Social Film Festival
Dona/Mujer	46-55	5	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc)	No se cómo ponerlo, pero en estos tiempos la espiritualidad como forma de dar sentido a la existencia, al sin-sentido, para seguir adelante con la labor y el servicio. Si no corremos el riesgo de disociarnos o entrar en panico.	Sí	Alguna vegada/Alguna vez	Al Social Film Festival. :) también a festivales asociados al Día de la Tierra.
Home/Hombre	18-25	3	Gènere (identitat, cos, etc) / Género (identidad, cuerpo, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc)		No	Mai/Nunca	
Dona/Mujer	18-25	4	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc)		No	Mai/Nunca	
Dona/Mujer	26-35	5	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc), Migració (fronteres, racisme, etc) / Migración (fronteras, racismo, etc)	Educació	Sí	Alguna vegada/Alguna vez	Festival de Ciència del CCCB, Día de la Tierra, reunions de la PAH
Home/Hombre	26-35	4	Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc)		No	Mai/Nunca	
Home/Hombre	46-55	5	Gènere (identitat, cos, etc) / Género (identidad, cuerpo, etc), Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc)		Sí	Alguna vegada/Alguna vez	Xerrades informatives de maternitat subrogada
Home/Hombre	46-55	4	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc)		No	Alguna vegada/Alguna vez	

Gènere/Género	Edat/Edad	Quina importància li dones als temes socials i mediambientals? (valora-ho del 0 al 5) / ¿Qué importancia le das a los temas sociales y medioambientales? (valora del 0 al 5)	Quins d'aquest temes et semblen més interessants? / ¿Cuáles de estos temas te parecen más interesantes?	Afegiries algun més? / ¿Añadirías alguno más?	Has participat mai en algun col·lectiu, associació o projecte que tracti sobre aquests temes? / ¿Has participado alguna vez en algún colectivo, asociación o proyecto que trate sobre estos temas?	Has assistit a algun festival, fòrum o esdeveniment relacionat amb aquests temes? (pot ser com a part d'altre festival) / ¿Has asistido a algún festival, fórum o evento relacionado con estos temas? (puede ser como parte de otro festival)	Si has marcat alguna o moltes vegades, a quins has assistit? / ¿Si has marcado alguna o muchas veces, a cuales has asistido?
Home/Hombre	46-55	5	Gènere (identitat, cos, etc) / Género (identidad, cuerpo, etc), Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc)		Sí	Alguna vegada/Alguna vez	Xerrades informatives de maternitat subrogada
Home/Hombre	46-55	4	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc)		No	Alguna vegada/Alguna vez	
Dona/Mujer	46-55	4	Gènere (identitat, cos, etc) / Género (identidad, cuerpo, etc), Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc), Migració (fronteres, racisme, etc) / Migración (fronteras, racismo, etc)	Infància i adolescència	Sí	Mai/Nunca	
Dona/Mujer	36-45	5	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Migració (fronteres, racisme, etc) / Migración (fronteras, racismo, etc)		No	Alguna vegada/Alguna vez	Festival esperanzah, el prat
Dona/Mujer	46-55	5	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc)		Sí	Mai/Nunca	
Home/Hombre	18-25	3	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc)		No	Mai/Nunca	
Home/Hombre	36-45	4	Gènere (identitat, cos, etc) / Género (identidad, cuerpo, etc), Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc), Migració (fronteres, racisme, etc) / Migración (fronteras, racismo, etc)		Sí	Alguna vegada/Alguna vez	Assamblees Sindicat
Dona/Mujer	46-55	5	Gènere (identitat, cos, etc) / Género (identidad, cuerpo, etc), Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Migració (fronteres, racisme, etc) / Migración (fronteras, racismo, etc)		Sí	Moltes vegades/Muchas veces	Fòrum de Barcelona, festes diversitat SOS Racisme i Cultures del Món, xerrades i conferències
Dona/Mujer	46-55	4	Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc)		No	Mai/Nunca	
Dona/Mujer	26-35	4	Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc)		No	Mai/Nunca	
Dona/Mujer	36-45	5	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc)		Sí	Alguna vegada/Alguna vez	Xerrades varies a centres cívics, congressos, associacions locals, ong's relacionades, biennal de paisatge...
Dona/Mujer	46-55	4	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc)		No	Alguna vegada/Alguna vez	
Dona/Mujer	18-25	4	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc)		Sí	Mai/Nunca	
Home/Hombre	36-45	5	Gènere (identitat, cos, etc) / Género (identidad, cuerpo, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc)		Sí	Alguna vegada/Alguna vez	Biocultura
Dona/Mujer	46-55	4	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc)		No	Mai/Nunca	
Home/Hombre	18-25	3	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc)		No	Mai/Nunca	

Gènere/Género	Edat/Edad	Quina importància li dones als temes socials i mediambientals? (valora-ho del 0 al 5) / ¿Qué importancia le das a los temas sociales y medioambientales? (valora del 0 al 5)	Quins d'aquest temes et semblen més interessants? / ¿Cuáles de estos temas te parecen más interesantes?	Afegiries algun més? / ¿Añadirías alguno más?	Has participat mai en algun col·lectiu, associació o projecte que tracti sobre aquests temes? / ¿Has participado alguna vez en algún colectivo, asociación o proyecto que trate sobre estos temas?	Has assistit a algun festival, fòrum o esdeveniment relacionat amb aquests temes? (pot ser com a part d'altre festival) / ¿Has asistido a algún festival, fórum o evento relacionado con estos temas? (puede ser como parte de otro festival)	Si has marcat alguna o moltes vegades, a quins has assistit? / ¿Si has marcado alguna o muchas veces, a cuales has asistido?
Home/Hombre	18-25	3	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc)		No	Mai/Nunca	
Dona/Mujer	56 o més	5	Migració (fronteres, racisme, etc) / Migración (fronteras, racismo, etc)		Sí	Alguna vegada/Alguna vez	Gorabide,
Home/Hombre	18-25	4	Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc)		No	Alguna vegada/Alguna vez	
Home/Hombre	18-25	4	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc)		No	Mai/Nunca	
Dona/Mujer	46-55	4	Gènere (identitat, cos, etc) / Género (identidad, cuerpo, etc), Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc), Migració (fronteres, racisme, etc) / Migración (fronteras, racismo, etc)	Crec que estan tots posats	No	Mai/Nunca	
Home/Hombre	46-55	4	Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc), Consum (reciclatge, decreixement, etc) / Consumo (reciclaje, decrecimiento, etc), Ciutat (habitatge, mobilitat, etc) / Ciudad (vivienda, movilidad, etc)		No	Mai/Nunca	
Dona/Mujer	46-55	5	Salut (mental, sexual, etc) / Salud (mental, sexual, etc), Medi ambient (residus, canvi climàtic, etc) / Medioambiente (residuos, cambio climático, etc)	Feminisme	Sí	Moltes vegades/Muchas veces	Social film festival, congres nacional d'educacio ambiental jornades sobre biodiversitat jornades sobre ciència ciutadana

Ho valores positivament? / ¿Lo valoras positivamente?	Com t'assabentes d'aquests festivals, esdeveniments, etc.? / ¿Cómo te enteras de estos festivales, eventos, etc.?	Si volguessis ampliar informació o consultar documentació sobre els continguts d'aquests festivals, com ho faries? / Si quisieras ampliar información o consultar documentación sobre contenidos de estos festivales, cómo lo harías?	T'agradaria trobar un espai on poguessis interactuar i col·laborar amb altres usuaris amb interessos relacionats amb aquests temes? / ¿Te gustaría encontrar un espacio en el que poder interactuar y colaborar con otros usuarios con intereses relacionados con estos temas?	Si hi hagués una plataforma digital en la qual poguessis consultar/ampliar informació, interactuar amb altres persones, aportar continguts sobre aquests temes, etc., quines d'aquestes opcions et resultarien més útils o interessants? / Si hubiera una plataforma digital a través de la cual pudieras consultar/ampliar información, interactuar con otras personas, aportar contenidos sobre estos temas, etc., ¿Cuales de estas opciones te resultarían más útiles o interesantes?	Coneixes alguna plataforma sobre aquestes temàtiques? / ¿Conoces alguna plataforma sobre estos temas?	En cas afirmatiu, quina? / En caso afirmativo, ¿cuái?
Sí	Xarxes socials/Redes sociales	Fent difusió d'informació per les xarxes socials	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.)	No	
Sí	Cercadors d'internet/buscadores internet, Xarxes socials/Redes sociales, Boca-orella/Boca-oido, Prensa	Internet y consulta a conocidos que trabajan en estos temas	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts, Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.)	Sí	Fundacio Carulla , concomitentes, art for change, carasso
Sí	Xarxes socials/Redes sociales, Boca-orella/Boca-oido	Amics	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts	No	
Sí		No sé	Sí	Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.)	No	
	Xarxes socials/Redes sociales	Buscaría en internet o algún libro	Sí	Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	Sí	Greenpeace
Sí	Xarxes socials/Redes sociales, Entorn laboral	Articles relacionats	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts	Sí	Per la salut mental
		Www	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.)	No	

Ho valeres positivament? / ¿Lo valoras positivament?	Com l'assabentes d'aquests festivals, esdeveniments, etc.? / ¿Cómo te enteras de estos festivales, eventos, etc.?	Si volguessis ampliar informació o consultar documentació sobre els continguts d'aquests festivals, com ho faries? / Si quisieras ampliar información o consultar documentación sobre contenidos de estos festivales, cómo lo harías?	T'agradaria trobar un espai on poguessis interactuar i col·laborar amb altres usuaris amb interessos relacionats amb aquests temes? / ¿Te gustaría encontrar un espacio en el que poder interactuar y colaborar con otros usuarios con intereses relacionados con estos temas?	Si hi hagués una plataforma digital en la qual poguessis consultar/ampliar informació, interactuar amb altres persones, aportar continguts sobre aquests temes, etc., quines d'aquestes opcions et resultarien més útils o interessants? / ¿Si hubiera una plataforma digital a través de la cual pudieras consultar/ampliar información, interactuar con otras personas, aportar contenidos sobre estos temas, etc., ¿Cuales de estas opciones te resultarían más útiles o interesantes?	Coneixes alguna plataforma sobre aquestes temàtiques? / ¿Conoces alguna plataforma sobre estos temas?	En cas afirmatiu, quina? / En caso afirmativo, ¿cuál?
Sí	Boca-orella/Boca-oido	Online	Sí	Podcasts	No	
Sí	Boca-orella/Boca-oido	Ampliar amb xarxes i google	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.), Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	Sí	https://workthatreconnects.org/ este trabajo es interesante. Me gustaría algo más local.
Sí	Boca-orella/Boca-oido	Mitjançant les xarxes socials	Sí	Podcasts	No	
Sí	Xarxes socials/Redes sociales		Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts	Sí	
Sí	Xarxes socials/Redes sociales, Boca-orella/Boca-oido	Per internet	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts, Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.), Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	No	
No	Xarxes socials/Redes sociales	buscaria cercles amb interessos afins als meus	No	Podcasts, Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.)	No	
Sí	Cercadors d'internet/buscadores internet, Boca-orella/Boca-oido	Web	Sí	Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.), Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	No	
Sí	Xarxes socials/Redes sociales, Boca-orella/Boca-oido	Online	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts, Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.)	No	
Sí	Xarxes socials/Redes sociales	Consultar internet	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts	No	
Sí	Xarxes socials/Redes sociales, Boca-orella/Boca-oido	Pàgina web, redes sociales	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.), Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	No	
Sí	Boca-orella/Boca-oido	Per internet	Sí	Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	No	
	Xarxes socials/Redes sociales	Cerca per internet	Sí	Podcasts	No	
Sí	Correus electrònics	Google	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.), Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	No	
Sí	Cercadors d'internet/buscadores internet, Xarxes socials/Redes sociales, Boca-orella/Boca-oido	Per la web	No	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	No	
Sí	Xarxes socials/Redes sociales	Accedint a la web	Sí	Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	No	
	No m'he'n assabentat mai, no se ni que existien	Instagram o X	No	Podcasts	No	

Ho valeres positivament? / ¿Lo valoras positivamente?	Com t'assabentes d'aquests festivals, esdeveniments, etc.? / ¿Cómo te enteras de estos festivales, eventos, etc.?	Si volguessis ampliar informació o consultar documentació sobre els continguts d'aquests festivals, com ho faries? / Si quisieras ampliar información o consultar documentación sobre contenidos de estos festivales, cómo lo harías?	T'agradaria trobar un espai on poguessis interactuar i col·laborar amb altres usuaris amb interessos relacionats amb aquests temes? / ¿Te gustaría encontrar un espacio en el que poder interactuar y colaborar con otros usuarios con intereses relacionados con estos temas?	Si hi hagués una plataforma digital en la qual poguessis consultar/ampliar informació, interactuar amb altres persones, aportar continguts sobre aquests temes, etc., quines d'aquestes opcions et resultarien més útils o interessants? / ¿Si hubiera una plataforma digital a través de la cual pudieras consultar/ampliar información, interactuar con otras personas, aportar contenidos sobre estos temas, etc., ¿Cuales de estas opciones te resultarían más útiles o interesantes?	Coneixes alguna plataforma sobre aquestes temàtiques? / ¿Conoces alguna plataforma sobre estos temas?	En cas afirmatiu, quina? / En caso afirmativo, ¿cuál?
Sí	Xarxes socials/Redes sociales, Boca-orella/Boca-oido	Internet, xerrades	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts, Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.), Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	Sí	Gestionades per ONG's...
Sí	Xarxes socials/Redes sociales	Internet	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts	No	
		per internet o xarxes socials	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.), Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	Sí	xarxes socials
Sí	Xarxes socials/Redes sociales	Internet	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts, Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.)	No	
		Web o xarxes socials	Sí	Podcasts	No	
	Xarxes socials/Redes sociales, Boca-orella/Boca-oido	Mitjançant les xarxes socials	Sí	Podcasts	No	
Sí	Boca-orella/Boca-oido	internet	Sí	Podcasts	Sí	Podcasts diversos
Sí	Xarxes socials/Redes sociales	A través de las redes sociales	No	Podcasts	No	
	Cercadors d'internet/buscadores internet, Xarxes socials/Redes sociales	Anar a algun punt de trobada on informessin especialment	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Podcasts, Avisos sobre convocatòries (presentació de projectes, etc.)/Avisos sobre convocatorias (presentación de proyectos, etc.), Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	No	
		Per altres persones.	Sí	Podcasts	No	
Sí	Xarxes socials/Redes sociales	Web / xarxes socials	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.), Fòrum (espai de debat)/Foro (Espacio de debate)	No	
Sí	Xarxes socials/Redes sociales, Boca-orella/Boca-oido, Butlletins en Llistats de distribució	Web	Sí	Arxiu de consulta (projectes presentats, entrevistes, etc.)/Archivo de consulta (proyectos presentados, entrevistas, etc.)	No	