

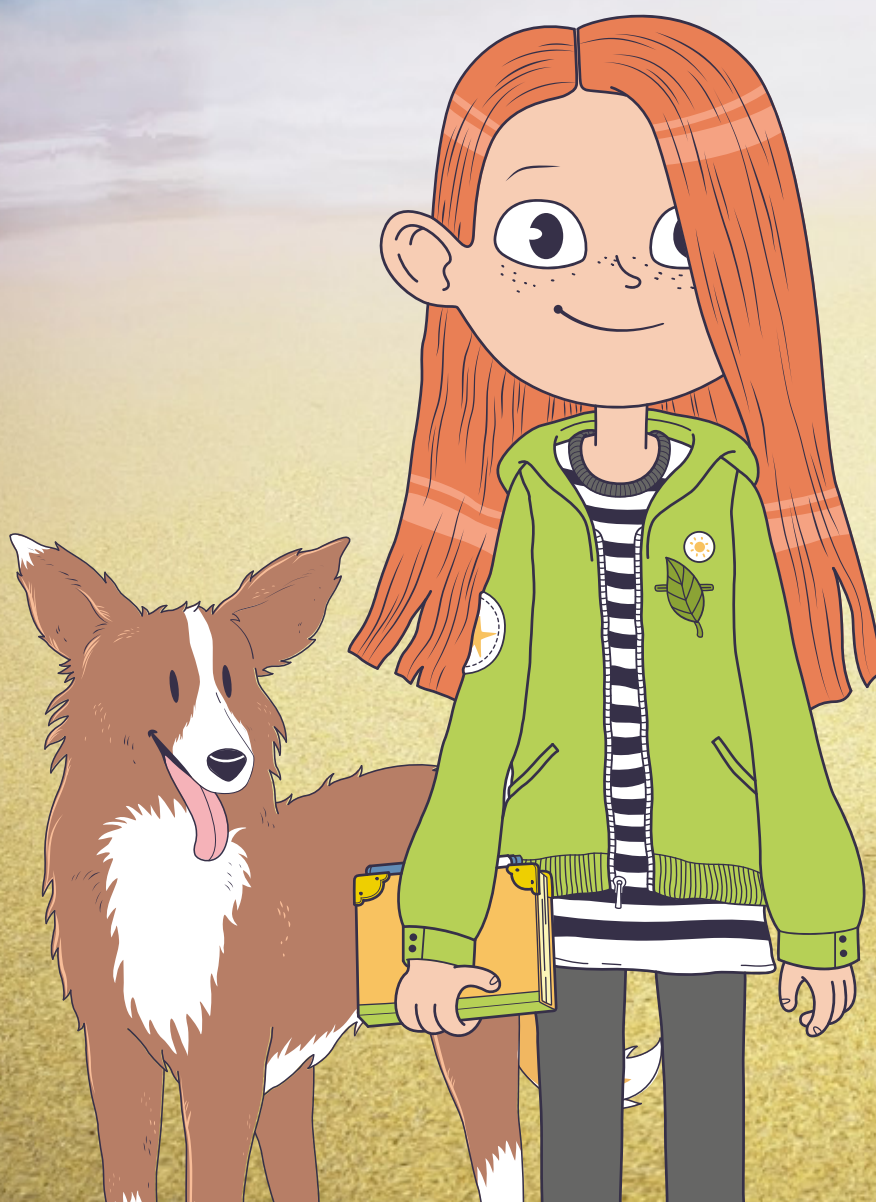
4^o
CONCURSO

PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN EDUCATIVA

HAZLO VERDE

MISIÓN SOMOSLARAÍZ

#PLASTICFREE



UNITAT 2

EL PROCÉS CREATIU APLICAT
AL DISSENY IMPRÈS A LA BOSSA

ÍNDEX

1. ABANS DE COMENÇAR

2. PENSEM EL MISSATGE

3. CREEM EL NOSTRE DISSENY GRÀFIC

3.1 COM PODEM COMUNICAR EL NOSTRE MISSATGE?

·PAS 1 DE LA MISSIÓ. TRANSFORMEM EL MISSATGE EN UNA IMATGE

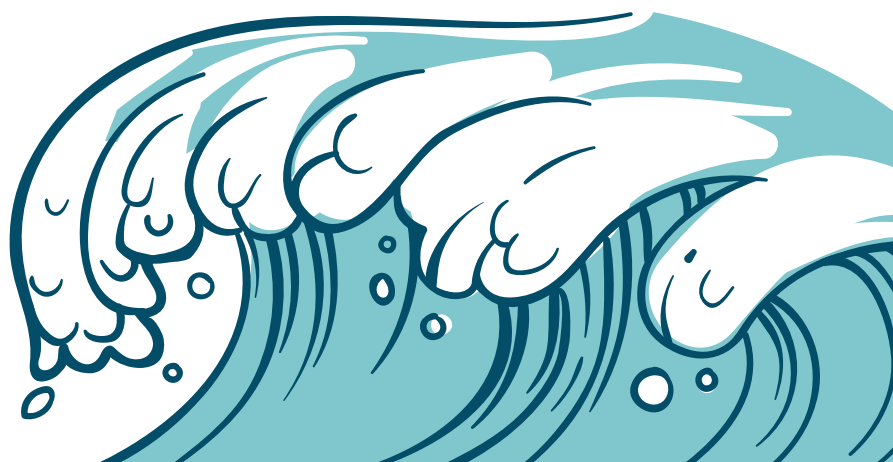
·PAS 2 DE LA MISSIÓ. DISTRIBUÏM ELS ELEMENTS DEL DISSENY GRÀFIC

A. COMPOSICIÓ VISUAL

B. SIMBOLOGIA DEL COLOR

C. TIPOGRAFIA

·PAS 3 DE LA MISSIÓ. SEGUIM EL PROCÉS DE LA METODOLOGIA PROJECTUAL
PER ACONSEGUIR EL MILLOR DISSENY



1. ABANS DE COMENÇAR

La missió que se us ha encomanat en aquesta 4a edició d' "Hazlo Verde" és de vital importància!

Com a ambaixadors del medi ambient, **haureu de dibuixar un disseny gràfic amb un lema inspirador que ajudi a frenar el problema mediambiental que han generat els plàstics**, conscienciant el vostre entorn de la importància de racionalitzar-ne l'ús en el nostre dia a dia.

Per això, haureu de reflexionar prèviament sobre el missatge i els valors que voleu fer arribar a la gent i haureu de seguir unes pautes que us ajudaran a aconseguir el millor disseny!



DEMOS VIDA A UN
HÁBITAT MEJOR

WWW.HAZLOVERDE.ES

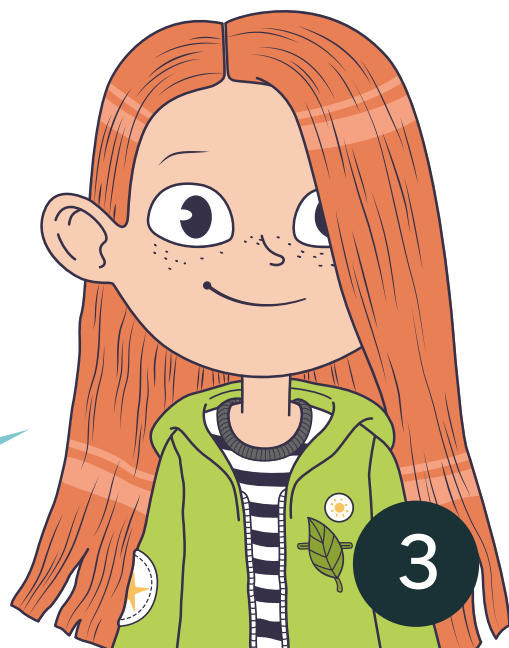
2. PENSEM EL MISSATGE

QUÈ VULL TRANSMETRE?	El missatge.	Cal comunicar la importància d' reduir el consum de plàstics.	
A QUI VA DIRIGIT?	El perfil d'usuari, públic objectiu.	Tenint en compte que s'aplicarà a una bossa, arribarà a una multitud de gent i a una gran amplitud de perfils.	
ON ANIRÀ SITUAT?	El suport, la ubicació.	El nostre disseny anirà imprès en una bossa de comerç, que es lliurarà en acabar una compra.	
COM HO COMUNICARÉ?	La composició dels elements: el color, les formes i els recursos gràfics. El text i les tipografies.	Ha de ser un disseny original que capti l'atenció, que sigui cridaner i amb un lema inspirador.	
AMB QUINA FINALITAT?	Objectiu, valors que es volen transmetre.	Conscienciar sobre la sostenibilitat i l'ús racional dels plàstics.	

3. CREEM EL NOSTRE DISSENY GRÀFIC

Arribats a aquest punt, la vostra missió serà elaborar un disseny gràfic que transmeti el missatge que prèviament hàgiu decidit.

Recordeu bé el vostre objectiu, el que us heu marcat com a ambaixadors del medi ambient!



3.1 COM PODEM COMUNICAR EL NOSTRE MISSATGE?

Un cop que, com a grup aula, hàgiu acordat quin és el missatge que voleu comunicar en el vostre disseny gràfic, haureu de transformar els conceptes i les idees sota uns codis visuals específics i originals, seguint aquests passos:

- Transformar el missatge en una imatge o un recurs gràfic.
- Dissenyar els elements i distribuir-los en el disseny gràfic.
- Escollir la gamma cromàtica dels elements que componen el disseny gràfic.
- Escollir les fonts tipogràfiques que tindrà el lema inspirador.

Exemples de dissenys gràfics que reflecteixen el compromís adquirit per la sostenibilitat i el medi ambient:



PAS 1 DE LA MISSIÓ. TRANSFORMEM EL MISSATGE EN UNA IMATGE

En el procés de creació d'un disseny gràfic, s'ha de tenir en compte que les imatges i els recursos gràfics emprats es defineixen com la representació d'un o diversos conceptes, depenent de la necessitat d'informació i comunicació que tant l'emissor (el dissenyador o dissenyadora) com el receptor (la persona usuària) necessiten tenir per comprendre'l (dibuix il·lustratiu o esquemàtic, fotografia, collage, etcètera).

Per tant, la comunicació es produirà a través de missatges que s'han transformat en imatges.

Aquests missatges els elabora l'emissor en funció d'un seguit de codis o signes que pertanyen a un llenguatge visual determinat, reconeguts pel receptor.



Per tant, la imatge dissenyada en aquest procés comunicatiu serveix per transmetre un missatge sense necessitat de text, de manera que així s'aconsegueix intensificar el missatge. Els millors exemples es troben en la publicitat, on els cartells han de transmetre el missatge d'una forma ràpida i eficaç, cridant l'atenció i permetent la retenció de l'espectador en qüestió de segons.

Les imatges que s'elaborin per a un disseny gràfic ajudaran a associar i relacionar aquests conceptes abstractes, de manera que, amb aquesta associació, es donarà significat al contingut i se'n facilitarà la retenció.



El disseny gràfic aplicat a una comunicació visual...

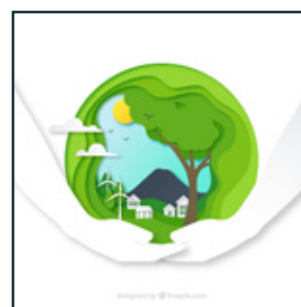
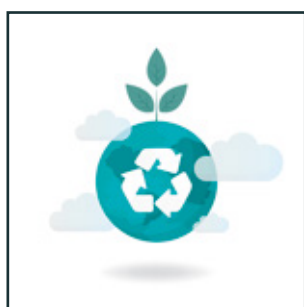
- Relaciona el missatge: el concepte abstracte amb la imatge visual.
- Permet una visió global del missatge que es vol transmetre.
- Ajuda a recordar millor el missatge.

DINÀMICA GRUPAL

Durant el procés de desenvolupament del disseny gràfic, compareu i dibuixeu.

Demaneu a l'alumnat que, un cop tingui clar el missatge que vol transmetre, faci una recerca de les imatges que s'ajustin més bé a la aquesta interpretació, les imatges que representin millor els valors que es desprenen del missatge.

Un cop recopilades les imatges, demaneu que dissenyin els seus propis recursos gràfics per integrar-los en el disseny gràfic.



La comunicació visual es produeix a través de missatges visuals. Tot i així, en aquest tipus de comunicació, es poden trobar elements o factors que interfereixen o dificultin la correcta comprensió del missatge. Aquestes interferències s'anomenen **soroll**.

INTERFERÈNCIES QUE DIFICULTEN LA LECTURA D'UN DISSENY GRÀFIC



- La utilització de paraules o imatges que **no es corresponguin** amb la finalitat del missatge.
- L'**excés d'informació** dificulta la descodificació del missatge.
- La **inclusió de molts elements** de text entorpeix o desvia l'atenció de la imatge.
- L'**excés d'esquematzació** o abstracció dificulta la comprensió del missatge.
- L'**ús incorrecte de codis** o colors que ofereixen un significat que no es correspon amb la intenció del missatge.

I, atès que l'objectiu és cridar i retenir l'atenció de l'observador receptor del missatge, s'han de considerar com a soroll aquests altres aspectes que entorpeixen o alenteixen aquesta comunicació visual:

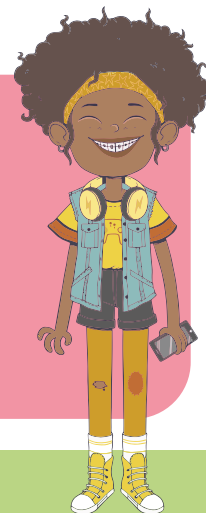
- **MONOTONIA VISUAL:** la falta de canvi o variació d'estímul fa que l'atenció decaigui. Aquesta monotonia pot provenir de l'absència de contrast, de llum, de color, d'espai o, al contrari, de la saturació d'elements en el disseny gràfic.
- **FALTA D'INTENSITAT:** la intensitat de l'estímul és un altre factor determinant per captar l'atenció. Perquè un missatge desperti l'interès s'ha de distingir de la resta, bé amb colors, espais repartits, diferents mides de fonts tipogràfiques bé a través de la inclusió d'una imatge impactant.
- **FALTA DE CONTRAST:** en la mesura que un missatge es diferenciï de la resta, podrà mantenir l'atenció. Els colors plans, monocromàtics o apagats fan que el missatge resulti avorrit. La falta de claredat visual en un text n'entorpeix la comprensió.

DINÀMICA GRUPAL

En el procés de desenvolupament del disseny gràfic, reflexioneu:

Demaneu als i les alumnes que reflexionin sobre tots aquests factors per assegurar-se que el seu disseny gràfic capti l'atenció.

El pas 3 de la vostra missió consistirà a seguir els passos descrits de la metodologia projectual per aconseguir el millor disseny.



PAS 2 DE LA MISSIÓ. DISTRIBUÏM ELS ELEMENTS DEL DISSENY GRÀFIC

Un cop tinguem clars els recursos gràfics i les imatges que s'integraran en el disseny, el pas següent consisteix a organitzar els elements en l'espai del disseny, segons la seva intenció comunicativa i els aspectes expressius que vulguem destacar.

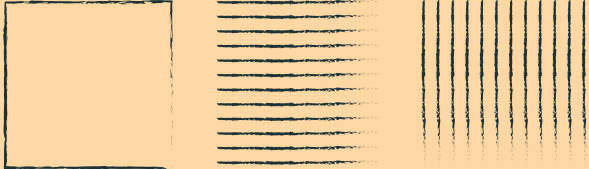
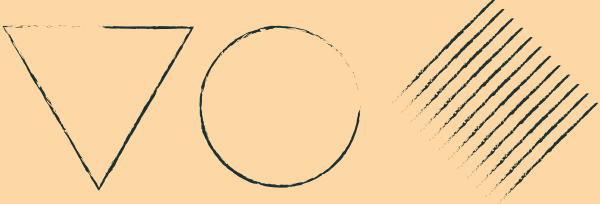
D'una banda, la distribució dels elements (la composició visual) i, de l'altra, les característiques de forma i color d'aquests elements.

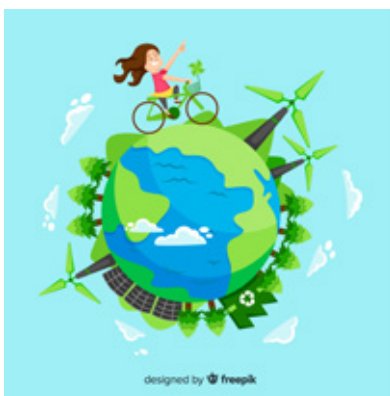
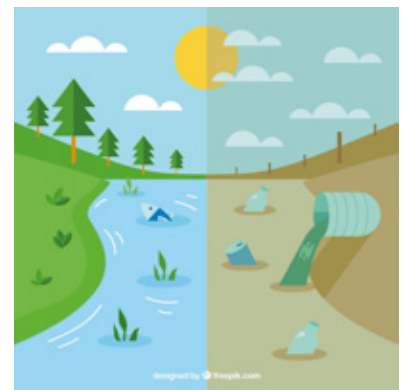
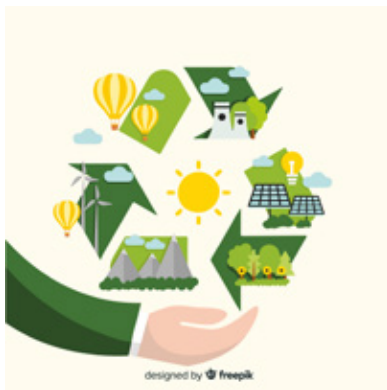
En darrer lloc, s'escollirà la tipografia que s'adapti millor al text, en el nostre cas, un eslògan o un lema inspirador.

A. COMPOSICIÓ VISUAL

En un disseny gràfic, la disposició dels elements i recursos gràfics pot ajudar a consolidar el missatge que es vol transmetre en funció de la seva finalitat. Així doncs, la combinació de les línies de composició i les formes emprades definirà la lectura i la interpretació del missatge.

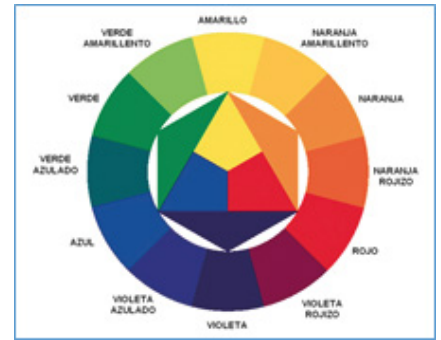
FACTORS DE COMPOSICIÓ

LÍNIES DIRECCIONALS	INTERPRETACIÓ	FORMES/CONTORN DE LA IMATGE/RECURS
Eix vertical	Equilibri, rectitud, cura	
Eix horitzontal	Quietud, calma, serenor	
Eix diagonal	Dinamisme, tensió visual, energia, vitalitat. Obliqüetat, contrapesos.	



B. SIMBOLOGIA DEL COLOR

La **simbologia cromàtica** és l'associació d'un concepte abstracte o un sentiment a un determinat color influïda per la memòria col·lectiva i la memòria de color, que és la sensació que un aprèn a relacionar com a característica intrínseca d'un objecte, com per exemple el groc, que resulta "àcid" o "amargant" pel mateix gust de la llimona.



També es pot associar el color a la **sinestèsia cromàtica**: el color provoca una sensació de fred o de calor, degut a la percepció que es té del cercle cromàtic, amb la divisió d'aquest en colors freds i càlids.

El color és:

- **Sensació:** ajuda a percebre la tridimensionalitat de l'entorn, juntament amb els cinc sentits.
- **Informació:** fonamenta el procés de comunicació visual entre l'individu i el medi que l'envolta.
- **Comunicació:** aporta informació en forma de diàleg entre l'emissor i el receptor. Són colors que, segons l'entorn i el context en el qual estiguin, adquireixen un significat concret.
- **Percepció:** a cada color se li atorga un significat que està relacionat amb un concepte determinat (per exemple, el blau clar indica lleugeresa).



BLANC	Puresa, candidesa. Buit infinit. Combinat amb blau té efecte refrescant. Blanc = llum / blanc pàl·lid = mort, dol.	MARRÓ	Terra, naturalesa. Robustesa, solidesa (per la fusta). Calidesa.
VERMELL	Vitalitat, excitació. Dinamisme, vivacitat. Violència (sang). Passió. Amor. Sever i digne, s'associa amb el poder	BLAU	Relaxant, quietud. S'associa amb l'espiritualitat. Lleugeresa, frescor, neteja. Quan predomina el clar: fredor, llunyania, horitzó. Quan predomina el fosc: profunditat, mar.
TARONJA	Temprança, sobrietat. Receptiu i dinàmic (rajos del sol). Vitalitat, alegria. Comunicació.	VIOLETA	Món interior i espiritualitat. Religiositat, misticisme. Melancolia, meditació. Quan predomina el lila: fantasia, onirisme.
GROC	Riquesa (or). Color del sol. Estridència, nerviosisme	NEGRE	Elegància, sobrietat, distinció. Combinat amb el color or denota luxe. Dol, mort.
VERD	Tranquil·litat, esperança. Naturalesa, ecologia, de la Terra. Quan predomina el groc: força i caràcter assossegat. Quan predomina el blau: passiu, calmat i neutral.	GRIS	Passivitat, absència d'energia (cendra). Boira, urbana, industrial. Més clar: elegància, sobrietat i classicisme. Més fosc: monotonia i depressió.

C. TIPOGRAFIA

Juntament amb els recursos gràfics, la composició o la gamma de colors que componen un disseny gràfic, l'elecció d'una font tipogràfica també influirà en la comunicació del disseny, depenent de les característiques de la forma que tingui i els significats que se li atribueixin.

L'elecció d'una tipografia o una altra influirà en el caràcter o els sentiments que es transmetin en el missatge de text.

Aquest reforç de la comunicació es dona, d'una banda, per la geometria de les lletres que componen una tipografia i, de l'altra, pel significat que es dona a aquesta tipografia, que és el concepte o atribut que hi va associat.

TIPUS	CARACTERÍSTIQUES	ASOCIACIÓ	
SERIF	El tipus de lletra té una rematada en l'extrem (serif).	Classicisme, tradicional, institucional, etcètera.	HAZLO VERDE
SAN SERIF (pal sec)	El tipus de lletra té vèrtexos rectes, sense rematades en els extrems.	Modernitat, fàcil lectura, comercial, seguretat, neutralitat, etcètera.	HAZLO VERDE
SCRIPT (manuscrites)	El tipus de lletra sembla estar escrit en cursiva o de forma manuscrita.	Elegància, afecte, creativitat, etcètera.	haslo verde
DECORATIVES (fantasia)	El tipus de lletra es crea amb una finalitat específica.	Associada a la marca o a l'objecte per al qual s'ha creat.	HAZLO VERDE



PAS 3 DE LA MISSIÓ. SEGUIM EL PROCÉS DE LA METODOLOGIA PROJECTUAL PER ACONSEGUIR EL MILLOR DISSENY

Abans d'emprendre un disseny gràfic és important definir exactament l'objectiu que es persegueix. Per senzill que pugui semblar un problema, és precís definir-lo a través d'un seguit de preguntes que ens ajudin a reflexionar i analitzar-lo i que ens permetran l'elaboració del disseny gràfic.

1. **Quin missatge es vol transmetre?**
2. **Quin és l'objectiu que es vol assolir?**
3. **A qui va dirigit el missatge?**
4. **Què s'ha de dir, com es comunicarà el missatge?**



Tot i així, el problema que es planteja en un disseny també conté tots els elements per a la seva solució. Així doncs, el procés evolutiu d'un disseny haurà de seguir les pautes següents, que compondran el projecte de solució (el procés creatiu).

METODOLOGIA PROJECTUAL

1. DEFINICIÓ DEL PROBLEMA	Plantejament del missatge que s'ha de transmetre, valors i idees susceptibles de transformar en imatges, formes i colors.	Quin és el missatge que s'ha de transmetre? Quins són els valors que s'han de transmetre? Sostenibilitat, valors mediambientals, etcètera.
2. ELEMENTS DEL PROBLEMA	Descompondre el problema entre els seus elements. Síntesi dels elements que constitueixen el disseny (títol, informació, eslògan, logotip o marca, imatges o formes gràfiques, etcètera).	Quins elements ens ajudaran a transmetre el missatge? Un eslògan, un text motivador, etcètera. Quines imatges i quins colors?
3. CREATIVITAT DEL PROBLEMA	Analitzar i dividir els elements en subproblemes. Reagrupar les solucions de cada element per agrupar-los de manera creativa.	Missatge amb un eslògan enganxós, joc de paraules, etcètera. Formes o imatges visuals de la Terra, l'hàbitat, la biodiversitat, el símbol del reciclatge, etcètera. Gamma cromàtica de verds i terres, que transmetin el concepte de natural, sostenibilitat, etcètera.
4. RECOPIACIÓ I ANÀLISI DE DADES	Recopilació de dades, documentació i dissenys de referència per assegurar que el disseny que es plantejarà té una lectura i una interpretació correctes.	Recerca de logotips o dissenys gràfics que facin referència a la sostenibilitat, el reciclatge, el medi ambient, etcètera.

METODOLOGIA PROYECTUAL

5. CREATIVITAT

La creativitat aplicada al disseny, en funció de la solució aportada per cada element. La creativitat es manté en els límits del problema i reemplàça la idea intuïtiva.

Selecció de paraules clau i conceptes que reflecteixen el missatge que s'ha de transmetre.
Les formes i els recursos gràfics que millor transmeten la idea.
La gamma de colors que millor es vinculen amb el concepte o el missatge.

6. ESBOSOS

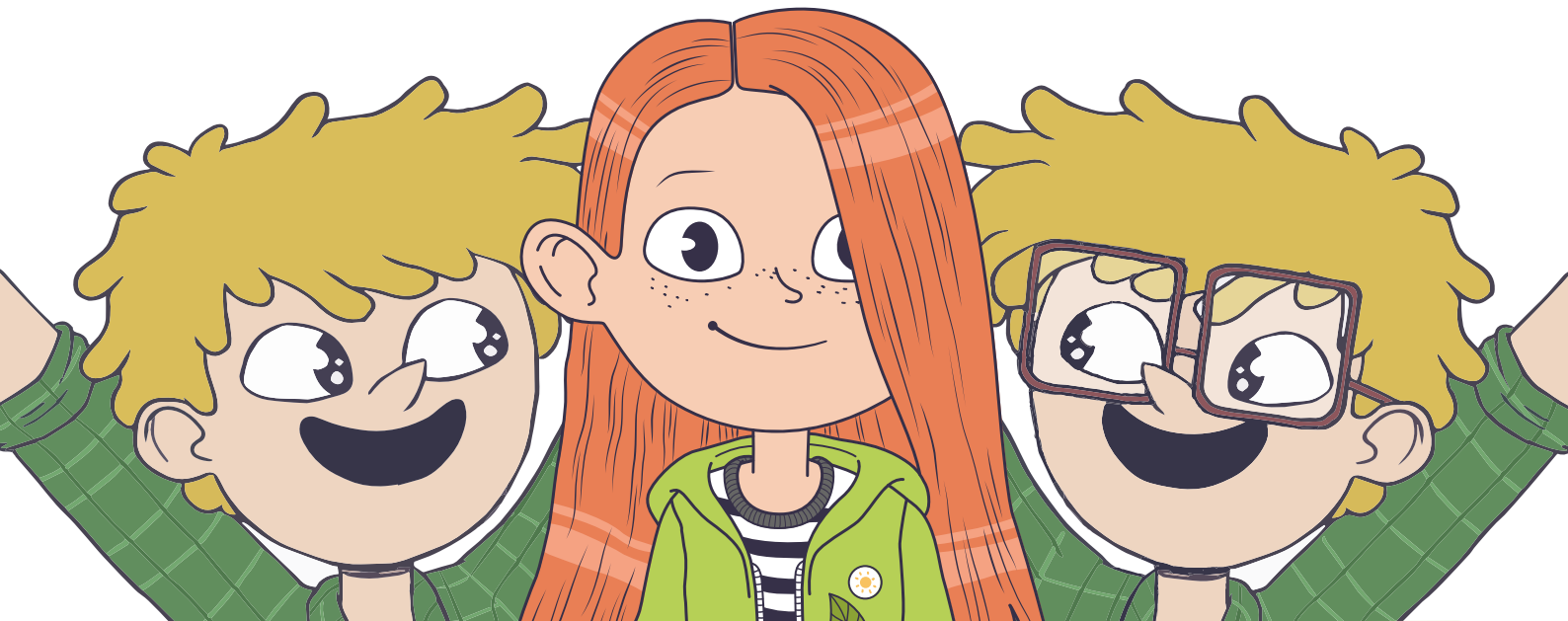
Els models previs o els esbossos ajuden a definir el millor disseny gràfic. A partir d'opcions variades, s'extreuen mostres de funcionalitat, eficàcia en el missatge i viabilitat que confirmaran el disseny final.

Realització de diferents dissenys canviant la composició dels seus elements, les tonalitats de colors o varis recursos gràfics. Així, es focalitza i centralitza el projecte envers el disseny final.

7. VERIFICACIÓ

La verificació es porta a terme sobre una base de persones usuàries que emeten un judici objectiu sobre la lectura i la interpretació del disseny mostrat.

La verificació permet controlar la validesa del disseny proposat. En el nostre cas, podreu ubicar el vostre disseny gràfic en una bossa per comprovar com es veu i es llegeix.



HA NASCUT EL NOSTRE DISSENY GRÀFIC!