

Trabajo Fin de Grado

Modelo metodológico basado en "Social Design",
Aplicación Práctica y comunicación de resultado:

MEMORIA

Autor/es

Javier Balvín Lau

Director/es

Ignacio López Forniés
Carlos romero piqueras

Facultad / Escuela
2014

MODELO METODOLÓGICO BASADO EN "SOCIAL DESIGN", APLICACIÓN PRÁCTICA, IMAGEN Y COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS.

Resumen

Durante los estudios del Grado en Diseño industrial y desarrollo de producto se conocen y trabajan con diferentes metodologías, pero existen nuevas e incipientes metodologías que se incorporan a estas ya existentes con nuevas orientaciones que complementan las actuales. **Social Design** es una nueva metodología que plantea la actividad de diseño como una estrategia de mejora social, pretende realizar acciones y actividades sociales diseñadas de modo que la sociedad obtenga unos beneficios como grupo o sistema. Además es necesario hacer **planteamientos divulgativos de estas nuevas metodologías** y se plantea que los resultados del modelo propuesto se apoyen con el **diseño de una imagen y campaña de comunicación**.

Existen referencia y casos de experiencias previas que validan esta metodología, pero aún no está completamente consolidada y es posible plantear mejoras o adaptaciones a necesidades concretas. **Se pretende como objetivo plantear un modelo metodológico de SD aplicable a un caso concreto en el que se resuelve el diseño y la comunicación de los resultados.**

BREVE DESCRIPCION DE LOS TRABAJOS A REALIZAR Y FASES DEL PROYECTO

- Planificación del proyecto, parte teórica y aplicación práctica
- Estudio/ estado del arte de la metodología Diseño Social (SD). Recopilación y estudio de casos SD
- Propuesta de modelo metodológico
- Estudio de una necesidad real donde aplicar la metodología propuesta
- Diseño de una imagen y su estrategia de comunicación
- Presentación del modelo y los resultados de su aplicación

FASES

- Estudio previo y descripción del modelo
- Toma de datos sobre el caso real
- Estrategia de diseño para la aplicación del modelo, fase conceptual
- Fase de desarrollo y evolución
- Fase de diseño de detalle y resolución
- Definición de la estrategia de comunicación y diseño de la imagen aplicada
- Presentación final de resultados

Índice

Objetivos del proyecto (6)
Resumen de las fases (11)
¿Qué es Diseño social (8)
Ejemplos y casos reales (9)
Estudio de metodologías (10)
Mi propia metodología (12)

01 IDENTIFICAR EL PROBLEMA (14)

Sesión Co-creativa (16)
Problemas e ideas (17)
Comparativa problemas (18)
Definición del problema (19)

02 ESCUCHAR Y CONECTAR (20)

Mapa de actores_Entrevistas (22)
Metodolo cualitativo_Etnografia (22)

03 CREAR Y PROBAR (24)

Blueprint del servicio (26)
Puntos de Interacción (27)
Definir el modelo de servicio (28)
Crear identidad naming (29)
Mundos de inspiración (30)
Selección logo (31)
Testeo iniciativa (32)

04 COMUNICAR Y ENTREGAR (34)

Manua de identidad corporativo (36)
Aplicaciones de la identidad (38)

05 IMPLANTAR Y VALIDAR (49)

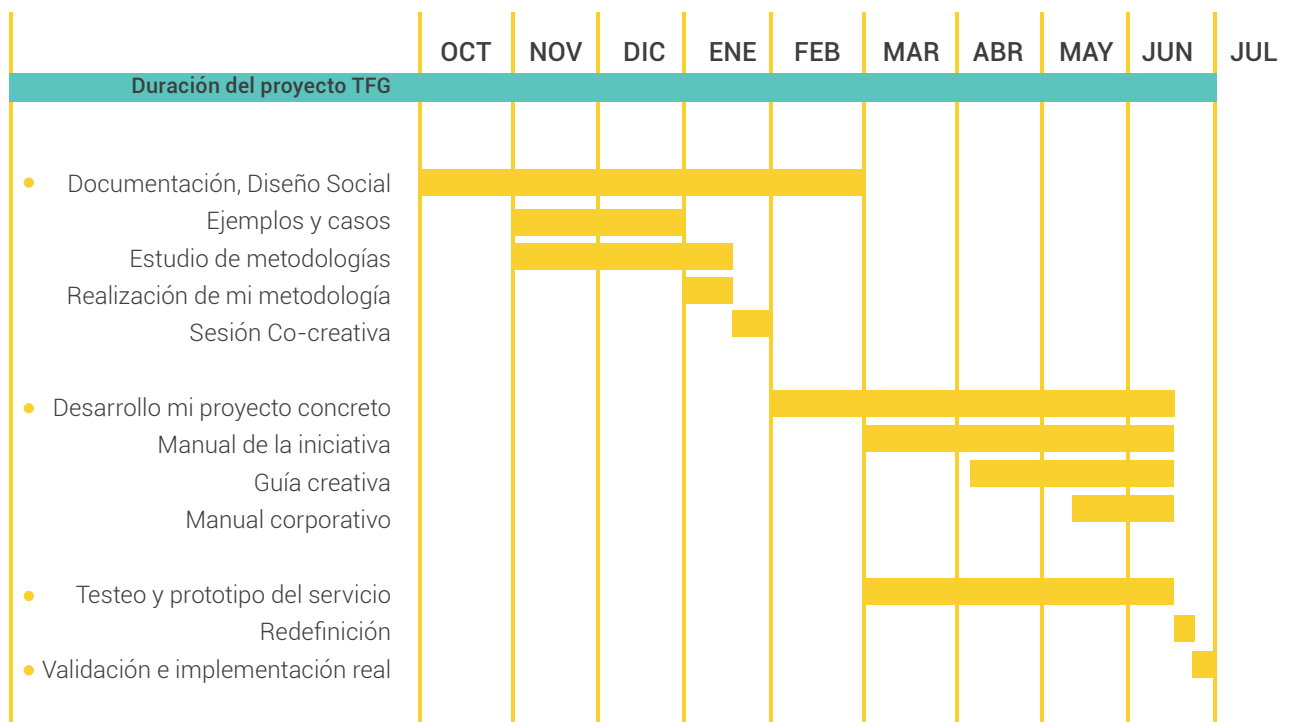
Implantación real (51)

Webgrafía (54)
Bibliografía (55)
Conclusiones (57)

Objetivos del proyecto

- **Estudio** de la **metodología Diseño Social**. Recopilando información y estudios de casos realizados.
- **Propuesta** de **modelo metodológico**, basándose en las metodologías ya existentes y realizar sinergias entre metodologías de diseño enriqueciendo así el proyecto.
- **Detectar** una **necesidad real** latente a nivel local para poder trabajar con ella y aplicar en ella la metodología que se propone.
- **Diseño de una imagen** y su **estrategia de comunicación** adecuada al contexto del problema y la solución que se plantee.
- **Presentación del modelo** y los **resultados** de su aplicación.

Resumen de las Fases



+completo en anexo pág (4-6)

■ Resumen del Calendario y las fases

¿Que es Diseño social?

INNOVACION SOCIAL :

Capacidad de crear y poner en práctica **ideas que ofrecen valor**.

"Social" tipo de valor que con la innovación se espera entregar (*figura1*) : un **valor que es menos interesado en ganancias y más en otros cuestiones** tales como la integración, medio ambiente, calidad de vida, la solidaridad y el bienestar.

DISEÑO SOCIAL :

Diseño social es un **conjunto de metodologías participativas y ciudadanas**, que pretenden incidir de manera positiva en una determinada coyuntura social negativa ayudadas de una visión de futuro innovador y **con la idea de que el cambio social es posible**. Todo ello se manifiesta de una forma física que posteriormente lograra captar el interés de gran parte de la sociedad gracias a las campañas de comunicación e implantación.

• IDENTIFICA El verdadero problema

Explorar
Observar y replantear
Escuchar y aprender
Entender

• COLABORA Multidisciplinar

Busca la diversidad
Concentrarse en lo positivo
Plataformas comunes
Construir sobre ideas

• CONECTA •

Hablar con la comunidad

Prueba nuevas experiencias
Habla con todos
Se bienvenido
Desafía el Statu-Quo
Haz que sea divertido

• ACTUA •

Sigue hablando pero actua

Haz poco y pruebalo
Sin miedo a equivocarse
Redefine despues de probar
Algo hecho es mejor que perfecto

¿Cómo podemos
generar innovación
social con exito?

■ Figura 1: Cuadro resumen "como generar innovacion social"

Ejemplos y casos reales

LIFE STRAW

Dispositivo que filtra el 99% de las bacterias y el 98% de los virus que se encuentran en aguas contaminadas. Existe también una versión "familiar" que filtra agua continuamente.

Compañía Suiza Vestergaard



MANOS DESCUBRIDORAS

Iniciativa que capacita a las mujeres con discapacidad visual para la detección precoz del cáncer de mama. según un estudio realizado por Essen University's Women's las mujeres con discapacidad visual lograron detectar más tumores que los médicos, y de menor tamaño, en 450 casos. Actualmente, se han formado 20 mujeres en este programa, y 18 hospitales ofrecen esta prueba.

Frank Hoffmann. IDEO



UN LITRO DE LUZ EN SUS VIDAS

Una vieja botella de plástico llena de agua puede significar la diferencia entre la luz y las tinieblas, esta es la solución casi sin costo para mejorar la calidad de vida de miles de familias pobres en las Filipinas que no tienen acceso a la electricidad y el uso de lámparas de queroseno peligrosas en interiores.

Alfredo Moser



COMIDAS APETECIBLES

Servicio de comida destinado a los ancianos de la ciudad que sufrían desnutrición. Los cocineros serían quienes llevarían personalmente la comida, un servicio de comida con más calidad, cercano y más apetecible para los ancianos evitando situaciones de desnutrición.

Holstebro Municipality

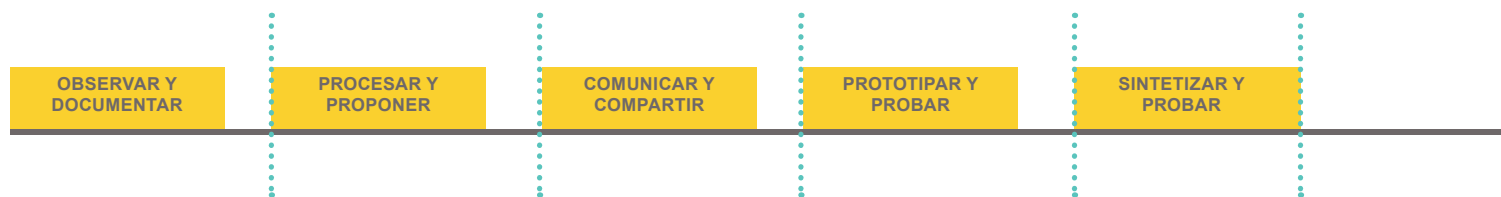
Estudio de metodologías

• DESIGN THINKING



• DISEÑO DE SERVICIOS

Equipo de diseño



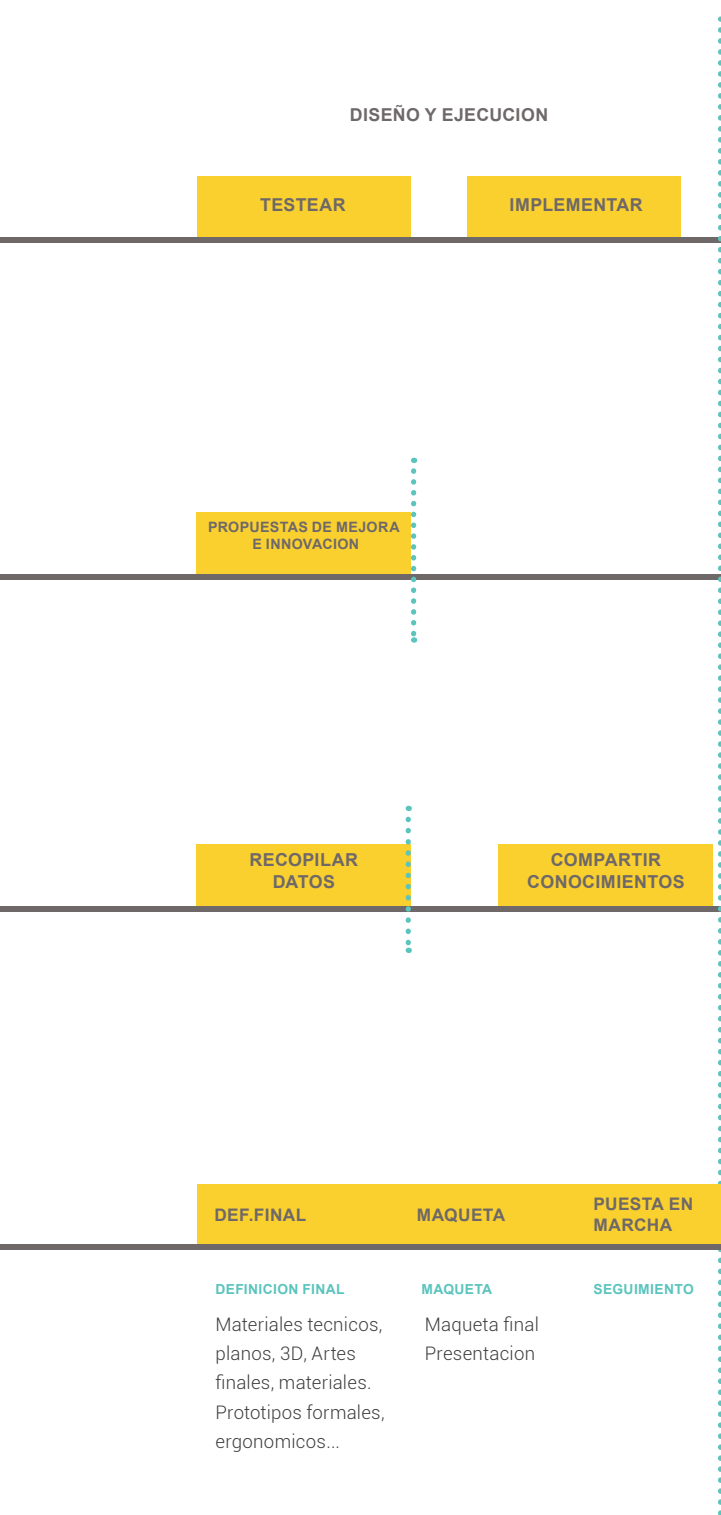
• METODO ETNOGRÁFICO



• UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Ingeniería de Diseño industrial y desarrollo de producto

BRIEF	ESTUDIO MERCADO	EDPs	CONCEPTUALIZACION	DESARROLLO
BRIEF Se enumeran las indicaciones a seguir en el proyecto, descripción, objetivos, ámbitos, fases, otros requerimientos...	ESTUDIO MERCADO Analisis: funcional, formal, de uso, ergonomico, de usuarios, ciclo de vida, entorno, Paneles de influencia.	EDPs NORMATIVAS E. Funcional E. Formal E. Uso E. Usuario E. Ciclo de vida E. Entorno	CONCEPTUALIZACION Tecnicas creativas Alternativas 3 Conceptos	DESARROLLO Evol. alternativas 1 SELECCION



DESIGN THINKING (El pensamiento del diseño)

En esta metodologia se pone al usuario en el centro de nuestra reflexión. Se cree que sólo desde esta perspectiva es posible encontrar soluciones realmente relevantes para las empresas y las personas. Se focaliza principalmente en la innovación social, es decir por un modelo de innovación que impacte en el ser humano aportándole un beneficio integral al individuo y su ecosistema.

DISEÑO DE SERVICIOS

Un buen diseño de servicios (service design), ha de tener al cliente final en el centro de la reflexión. Por eso se utiliza enfoques y herramientas de Service Design, que nos permite analizar el segmento al que nos dirigimos, reflexionar y construir una solución válida para él y testarla en el mercado, consiguiendo así la mayor información y pudiendo corregir desde un conocimiento claro de las necesidades y deseos del cliente.

METODO ETNOGRÁFICO

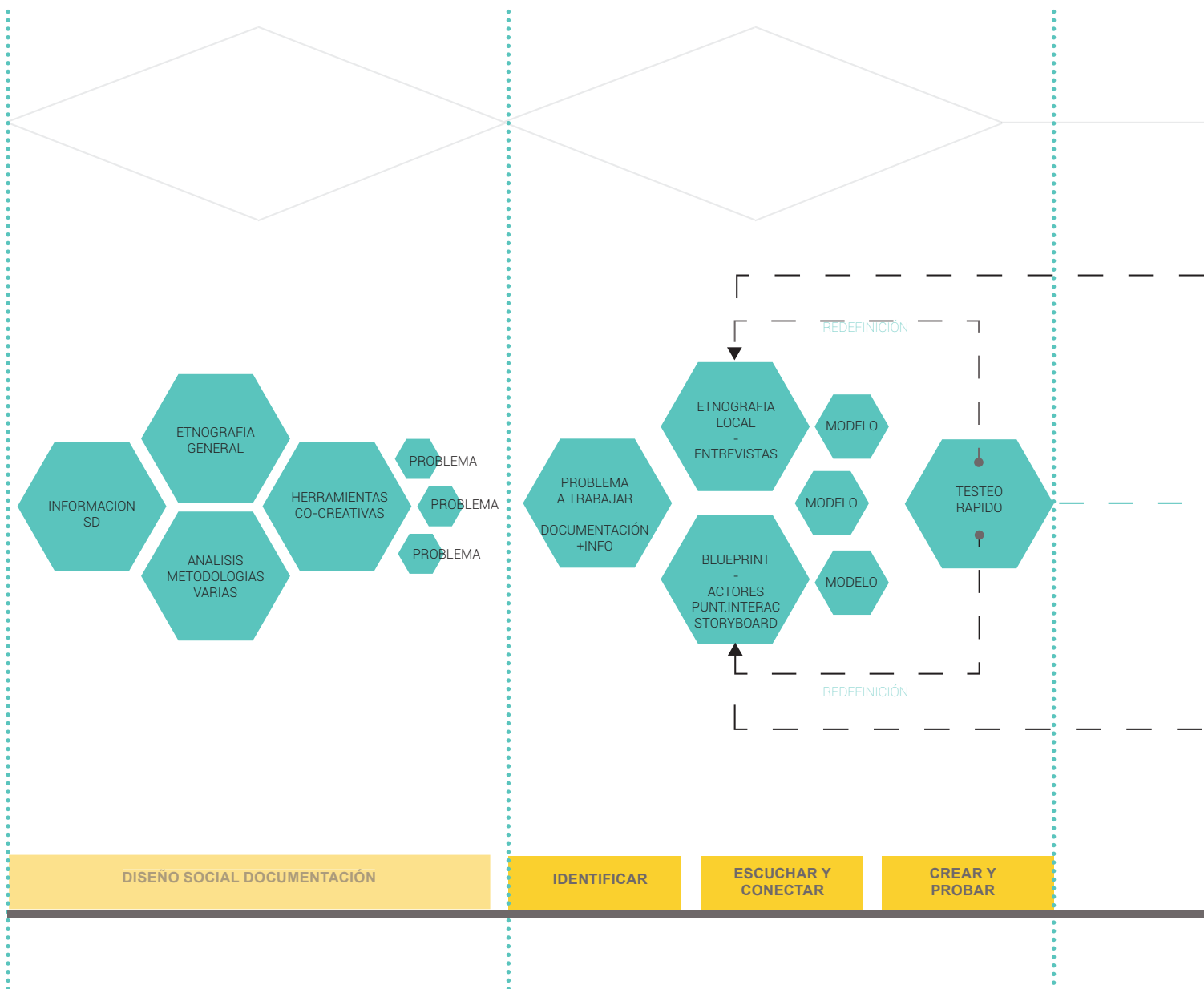
La etnografía es uno de los métodos más relevantes que se vienen utilizando en investigación cualitativa. Consiste en descripciones detalladas de situaciones, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe. La importancia de la observación de usuarios en su contexto como método para hacer mejor diseño.

DISEÑO DE PRODUCTO

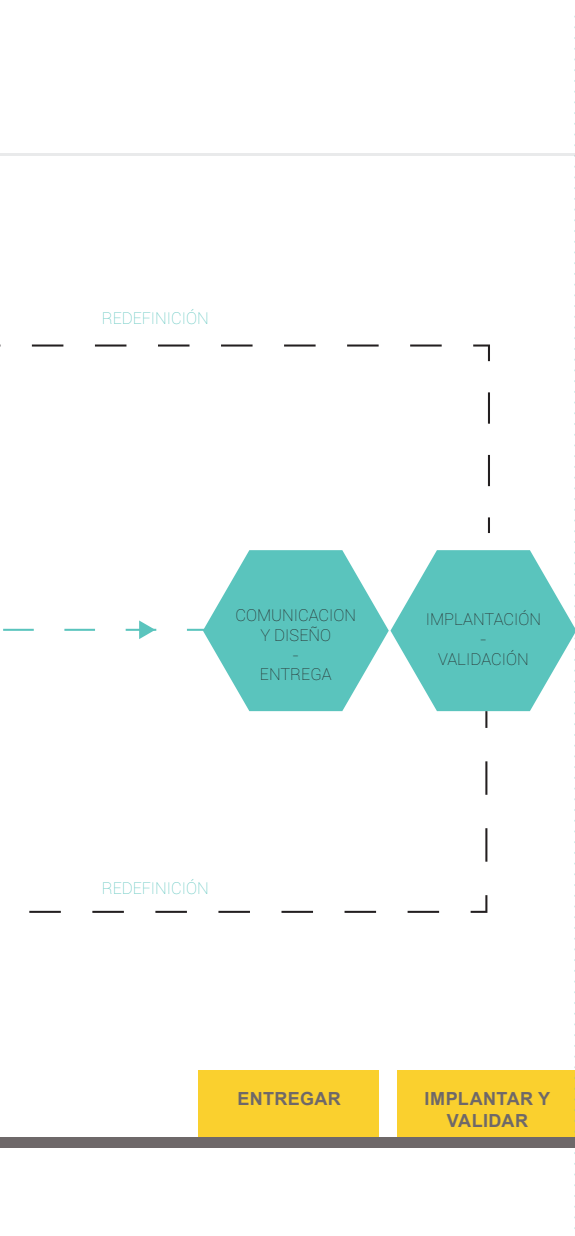
En la metodología realizada en la universidad de Zaragoza las fases serán las siguientes, en primera instancia se plantea el problema, con el que se recopila la información de la situación actual, con estos datos el problema y lo redefinimos, el siguiente paso es la generación de ideas en la que se buscarían las soluciones más adecuadas al problema que tratamos. Mas tarde se evalúan esas ideas y se seleccionan las más adecuadas para que posteriormente se desarrollen y se puedan implantar.

Figura 2: Comparativa de metodologías y fases de diseño

Mípropia metodología



■ Figura 3: Metodología propuesta para mi proyecto.



IDENTIFICAR EL PROBLEMA

Antes de realizar cualquier proyecto se ha de saber qué problema tenemos que tratar, para ello en esta metodología es necesaria la colaboración de un equipo multidisciplinar como son (Ingeniería, Economía, Trabajo social, y Diseño). Se organiza una sesión Co-creativa en la que los participantes debaten y charlas sobre los temas de la actualidad y de mayor preocupación, este proceso está guiado mediante unas fichas con imágenes que se les da a cada participante para poder inspirarles visualmente y poder así tratar distintas temáticas. Una vez seleccionado el problema habrá que documentarse sobre ello.

ESCUCHAR Y CONECTAR

Una buena forma de documentarse sobre un problema es yendo directamente al foco de este. Así pues, en esta fase habrá que acudir directamente a hablar con las personas que están en contacto directo con la problemática y escuchar su opinión y valoraciones de una manera no cuantitativa sino cualitativa. Debemos utilizar diferentes herramientas como (blueprints, mapa de actores, entrevistas) para poder captar detalles que a priori podríamos obviar.

CREAR Y PROBAR

Con los datos de las entrevistas que se han realizado a los actores involucrados, la documentación sobre el tema y las herramientas procedemos a crear una serie de modelos válidos que pudieran solucionar el problema que tratamos. Estos modelos hay que probarlos y testarlos con una prueba rápida, allí nos daremos cuenta de cómo los usuarios destinatarios pueden mostrarnos acciones que no habíamos tenido en cuenta y que deberíamos de replantearlas y redefinirlas para que este modelo sea una buena solución.

COMUNICAR Y ENTREGAR

Una vez que ya nos hemos dado cuenta de algunas fallas en nuestro modelo y lo hemos vuelto a redefinir el paso siguiente será el de crear los materiales finales con los que la iniciativa va a contar así como saber el plan de comunicación para hacer llegar esta idea de una manera adecuada al contexto y al lenguaje de los usuarios finales.

IMPLANTAR Y VALIDAR

Ahora que ya se han hecho los testeos oportunos y se han realizado todos los materiales con los que contará la solución propuesta entregándolos a los interesados finales se procede a implantar la solución, con ello seremos capaces de saber si son soluciones válidas o no, en caso de que una vez analizadas no fueran válidas, estas habría que volver a redefinirlas adecuadamente.

IDENTIFICAR EL PROBLEMA

FASE 01

Sesión CO-creativa

SESION CO-CREATIVA

Búsqueda de problemas o áreas de interés para el proyecto gracias a un equipo multidisciplinar consiguiendo una visión más global y completa en la que cada uno podrá aportar su visión.

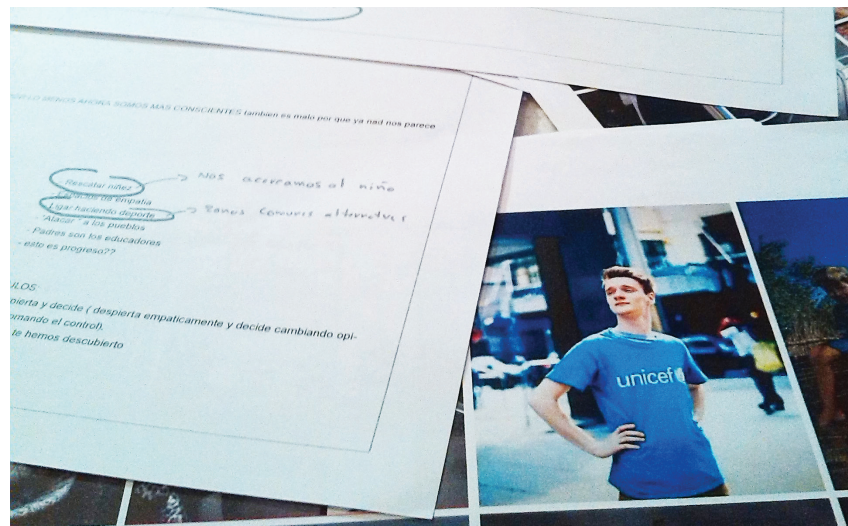
En esta sesión participaran personas relacionadas con la economía el trabajo social el diseño e ingeniería (figura4). Se trata de una reunión en la que se darán una serie de estímulos en imágenes y se hablara y debatirá



■ Figura 4: colaboracion entre equipo multidisciplinar.

"Las reuniones son indispensables cuando lo que pretendes es no conseguir nada"

John Kenneth Galbraith



Problemas e ideas



ACERCAR LA DEMOCRACIA

Existe un gran distanciamiento con nuestros políticos que quizás podríamos salvar con algún tipo de servicio que nos hiciera a los cuidanos mas participes en la toma de decisiones de nuestra ciudad de una manera más directa con ellos evitaríamos ese tipo de de decisiones no consensuadas con la ciudadanía.



UNA SEGUNDA VIDA

Es necesario una reeducación en la forma de consumo y juego en los más pequeños para poder crear una sociedad más responsable a nivel medioambiental y a nivel de esfuerzo, donde el "hacer las cosas tu mismo" está perdiendo valor debido a el consumismo.



CENA DE TODOS

Debido a la crisis la gente se lo piensa más a la hora de consumir fuera de casa, se propone un local donde las tareas de recogida de limpieza correrían a cuenta del comensal de manera que este se llevaría un gran descuento en la comida. se trataría de un punto de encuentro social donde poder ampliar amistades.

Problemas 5 Soluciones



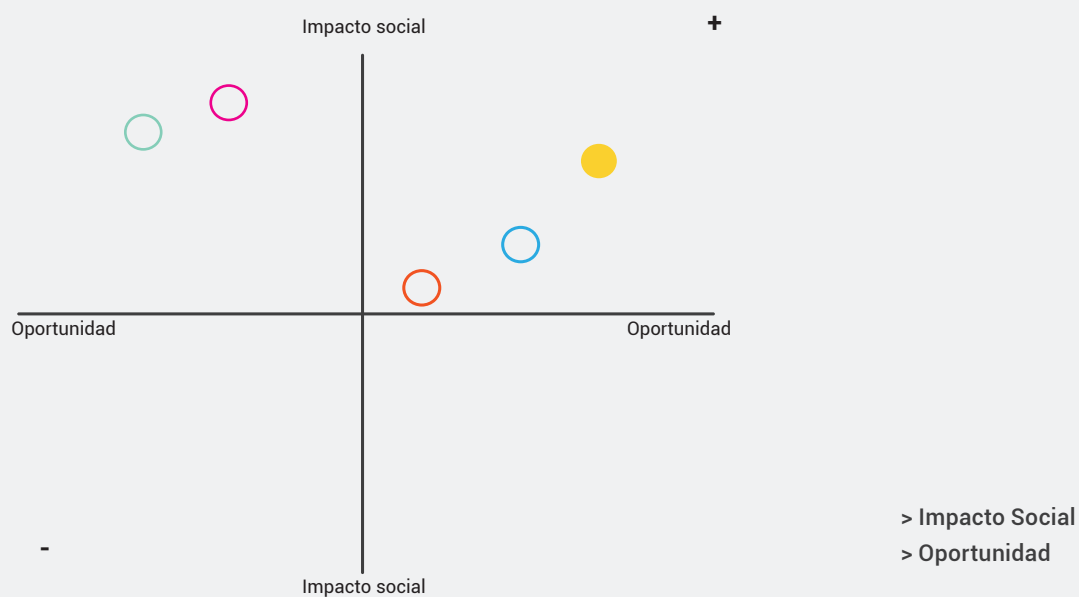
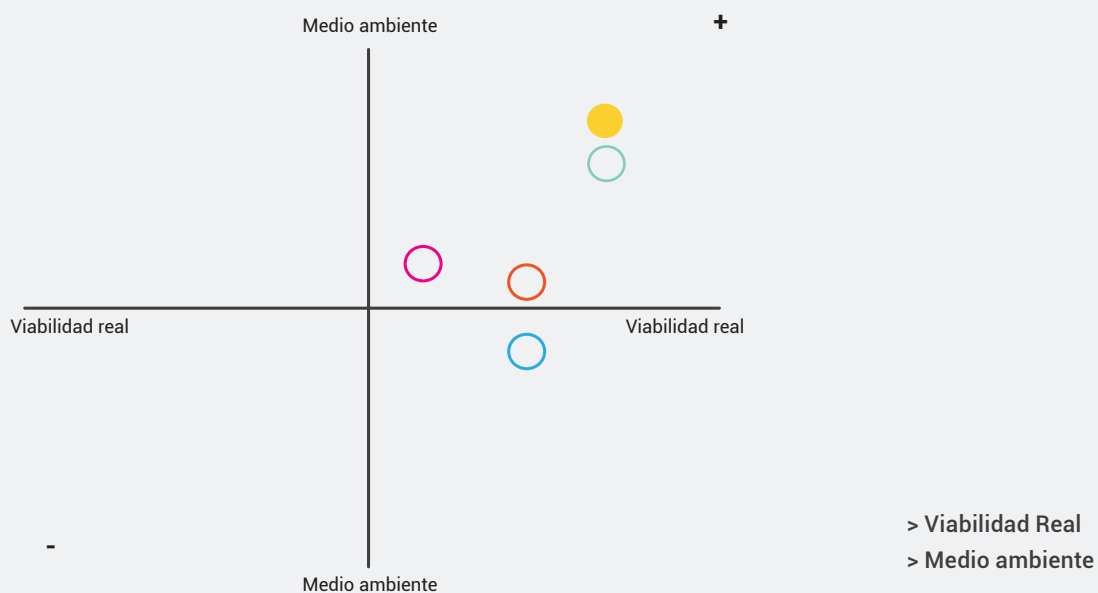
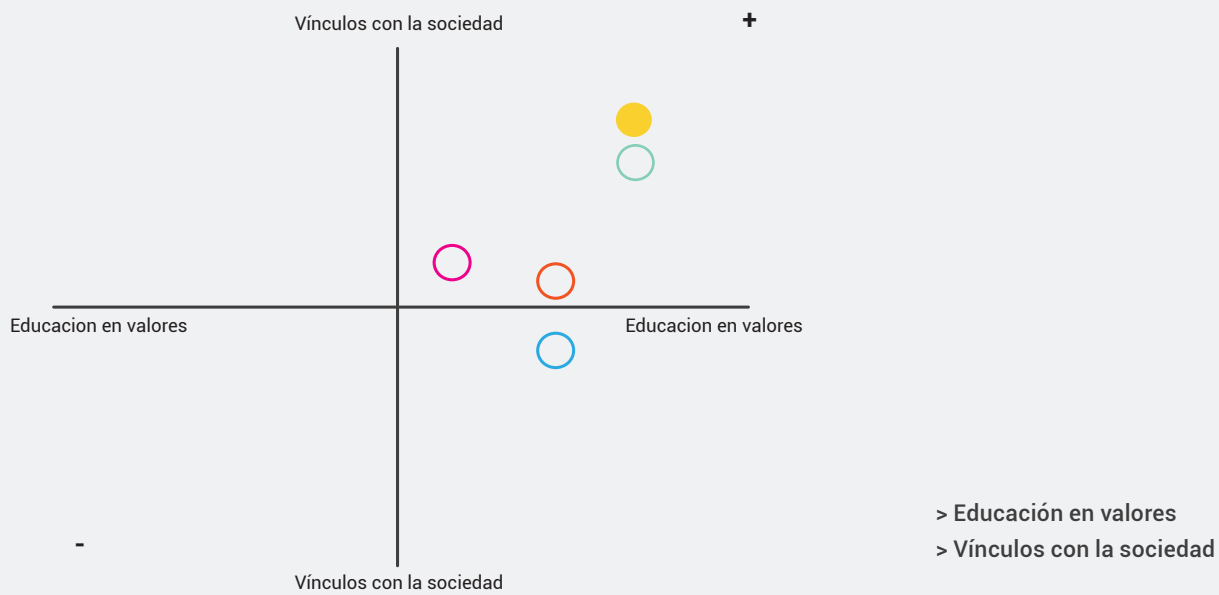
1º LAS NECESIDADES

Las personas a la hora de dar limosna no saben con certeza a donde irá a parar ese dinero que dan a los mendigos, se propone que esta gente altruista y que quiere ayudar a los pobres les puedan dar cupones para poder canjear por elementos de primera necesidad en los locales de la ciudad adheridos a esta iniciativa, de esta manera la persona sabe por ejemplo realmente, que su vale de litro de leche solo puede ir destinado a eso.



ALQUILER SOCIAL

Uno de los mayores problemas en la actualidad son los desahucios. Una manera de poder dar apoyo a esas familias que no pueden pagar su casa, podría ser alquilar una parte de su piso para utilizarlo de zona común. Posible utilización por parte del vecindario para "pisos escuela" donde niños podrían realizar las horas de deberes en común a la vez que podrían abrir lazos de amistad entre ellos en la comunidad.



■ Figura 5: Cuadro comparativo entre los problemas encontrados

Definición del problema

NUESTRO PROBLEMA

La vida de un juguete de hoy parece más corta, ya sea porque se pierde con mayor rapidez el interés por el artículo, o se estropea antes debido a su complejidad estructural. Si un juguete está roto, puede ser igualmente aprovechado. Muchas piezas de las que está hecho: plástico, cartón, tela, madera, metales pueden ser separados para reciclar o reutilizar, se propone es aprovechar esos recursos para hacer juguetes nuevos y originales.

NIÑOS_ CREAMOS NUEVA SOCIEDAD

CONSUMISMO_ACELERADO

PROMOVER EL "DO IT YOUR SELF"

VÍNCULOS CON LA SOCIEDAD

BENEFICIOS AL ECOSISTEMA, 3R's



ACERCAR LA DEMOCRACIA

SEGUNDA VIDA

CENA DE TODOS

VALES DE 1º NECESIDADES

ALQUILER SOCIAL

¿Donde buscamos?

Debemos de localizar espacios en Zaragoza donde se haga un gran uso de juguetes diariamente y donde la posibilidad de que estos se rompan sean mayor.

Se piensa en **colegios, ludotecas, centros de tiempo libre...** en ellos se albergan diariamente a una media de 40 o 60 personas dependiendo del espacio y el uso de los juguetes es en condiciones extremas por los golpes recibidos.

ESCUCHAR Y CONECTAR

FASE 02

Mapa de actores

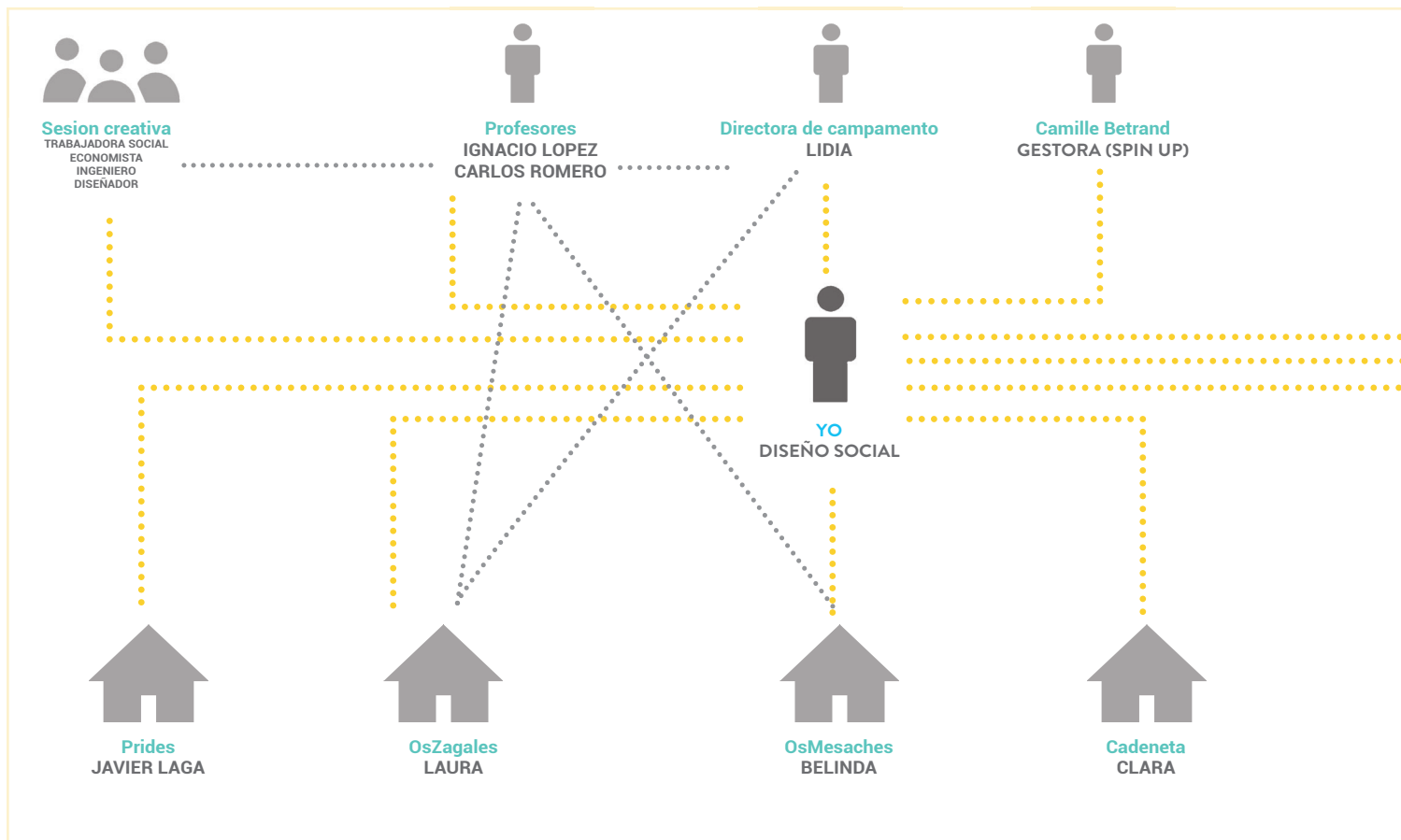


Figura 6: Mapa de actores involucrados

CONCLUSIONES UNA VEZ FINALIZADAS LAS ENTREVISTAS

Se realizan entrevistas y charlas distendidas con los encargados de muchos de los espacios que gestionan ludotecas y espacios de tiempo libre (figura 6).

En ella se comentan muchos aspectos a mejorar y se les realizan preguntas clave sin que ellos sepan la temática de mi proyecto para que sus respuestas no estén sugestionadas, como por ejemplo: **¿Con los juguetes rotos que se hace?** siendo la respuesta siempre, **tirarlos a la basura**.

- En algunos de los espacios no se conoce a los padres de los niños inscritos.
- Inexistencia de un protocolo de desecho de los juguetes en desuso o deteriorados.
- No hay ningún tipo de actividad que se haga entre diferentes espacios, hay demasiadas barreras entre centros.
- La implicación de los niños en la recuperación de juguetes es una novedad.
- Se debe de fomentar valores de esfuerzo, de cooperación, de ayuda, integración los cuales harán que estos jóvenes sean mejores personas en un futuro.
- Integración: Los juguetes posibilitan la participación de grupo de iguales, sin discriminaciones



Encuestas
PADRES



Observación
NIÑOS



Barbol
JESUS DUCE



“Es de importancia para quien desee alcanzar una certeza en su investigación el saber dudar a tiempo”

Aristoteles

Investigación CUALITATIVA

Consiste en descripciones detalladas de situaciones, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos.

Investigación CUANTITATIVA

Se realizan encuestas online a Asociaciones de padres como la del “Colegio del virgen del pilar” y a padres y madres del campamento de Virgen blanca.

■ Todas las ENTREVISTAS COMPLETAS se hallan en el anexo, en las páginas (168-178)

■ Todas las RESPUESTAS y RESULTADOS se hallan en el anexo, en las páginas (168-178)

CREAR Y PROBAR

FASE 03

Blueprint del servicio

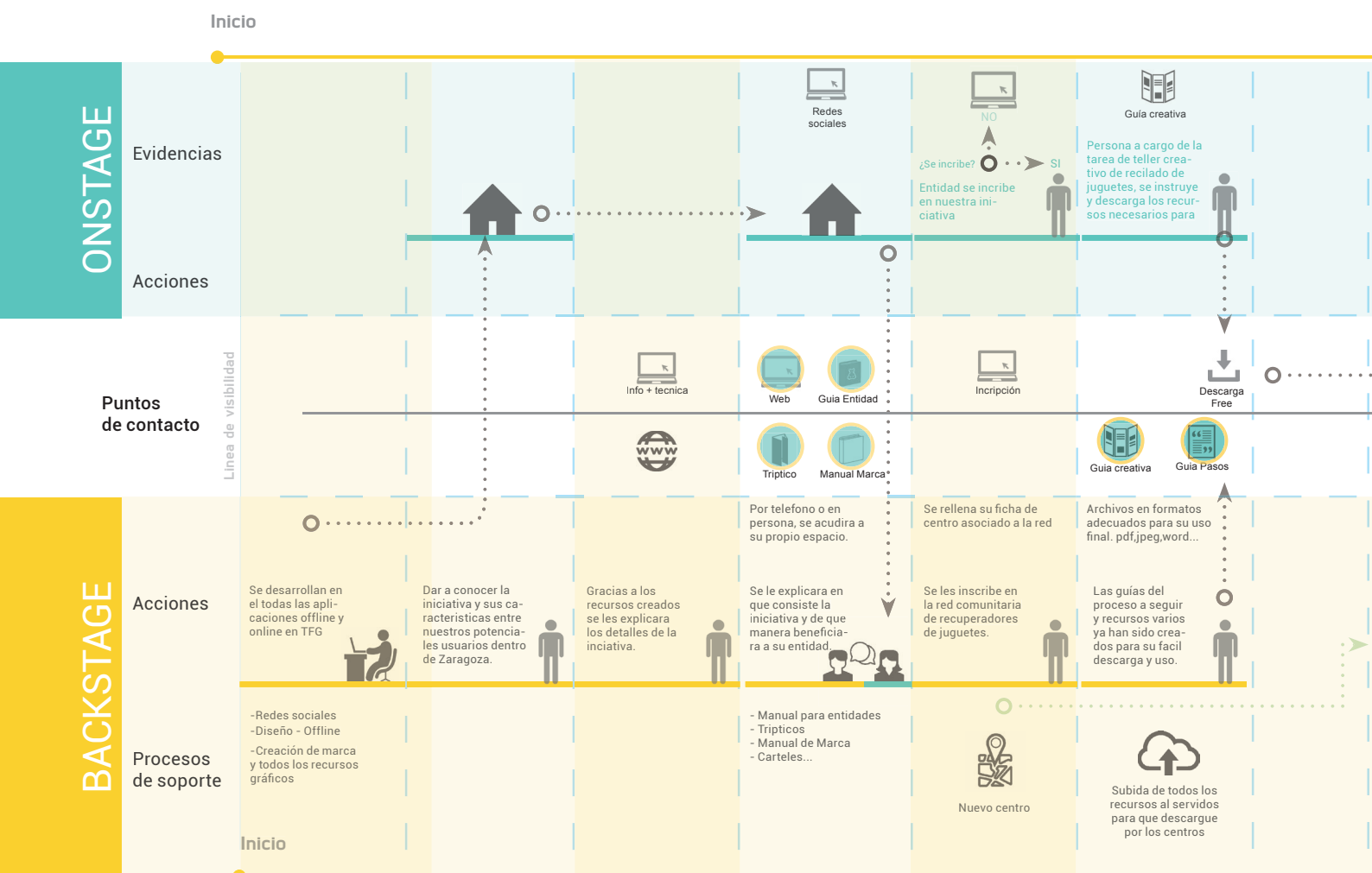


Figura 7: Blueprint del modelo propuesto

Redes sociales.



Se crearan todas las plataformas de la iniciativa para que tenga un sitio propio con todos los contenidos reunidos. En estas páginas se mostrarán todos los eventos y actividades realizadas.

Dossier captación de entidades.



Cuando nos reunamos con alguna de las empresas adjudicatarias de espacios como ludotecas o CTL nos ayudaremos de este dossier para poder explicar de manera adecuada que se pretende.

Triptico.



Triptico en el que se plasmara la iniciativa de una manera general para que sea valido tanto para entidades como para padres y niños, Valores buscados en los talleres.

Manual de Imagen corporativo



Se creara un manual que agrupe todas las normas de uso y aplicación de la marca así como todas las aplicaciones, con ello dotaremos a la marca de una imagen coherente y homogénea.

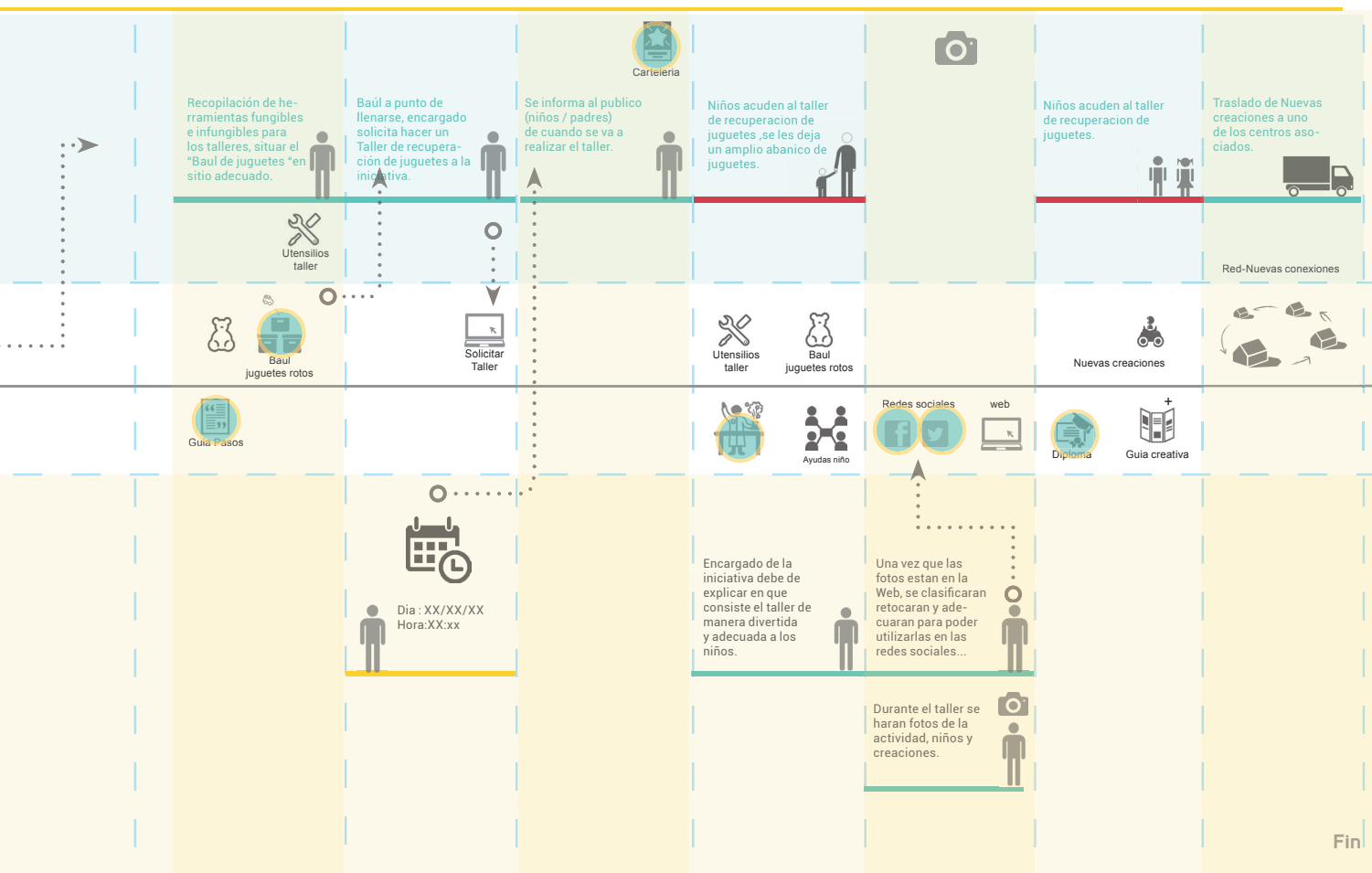
Guia Creativa.



Guía utilizada por ludotecarios y niños de manera que les sirva de inspiración a la hora de realizar el taller, esta guía irá creciendo a medida que se añadan las nuevas creaciones realizadas por los niños.

Puntos de interacción

Fin



PUNTOS DE INTERACCIÓN

Pegatinas en baul juguetes rotos



Se diseñará las pegatinas en diferentes medidas para poder adaptarlas a las cajas en las que se irán guardando los juguetes en desuso de los espacios.

Cartelería Eventos taller Creagüetes



Se compondrán carteles para poder promocionar los eventos de los talleres así como en que espacios pueden solicitar información sobre ellos.

Guía pasos o instrucciones para Encargado iniciativa.



Guía utilizada por ludotecarios para entender la iniciativa y saber gestionar los juguetes en desuso desde el primer momento

Diploma.



Se creará un diploma que acredite al niño la participación de este en la iniciativa así como la creación de nuevos juguetes que harán que otros niños disfruten jugando con ellos.

Durante el taller



Será preciso diseñar de correcta distribución de las herramientas quizás indicando gráficamente cuáles pueden ser utilizadas por los niños y cuáles son las que necesitarán ayudar por parte de los padres o el personal del espacio.

Definición del modelo

ELEVATOR PITCH

Iniciativa dirigida a las **Ludotecas de Zaragoza** en las que se ha detectado una carencia de gestión en relación con los juguetes en desuso / deteriorados y una gran **desconexión entre entidades**. Este proyecto trata de iniciar una red comunitaria de ludotecas en la que se impartiran **talleres** que busquen la sensibilización y la promoción de los procesos de reutilización y **reciclaje de juguetes a través de la creatividad de los niños**.

VALORES



¿COMO AFECTA AL ESPACIO INSCRITO?

1º REDUCIR

Compra de menos juguetes y si de materiales para la transformación de los ya existentes en otros nuevos.

El mejor residuo es el que NO se produce, en la sociedad actual el consumo está demasiado presente, hay que ejercer una pequeña reeducación en este sentido.

El iniciar a los niños en estas tareas de una forma creativa puede ser un buen comienzo.

1º REUTILIZAR

Organizar talleres creativos donde los niños y los juguetes en desuso de la entidad serán los protagonistas.

Con esta iniciativa se pretende que gracias a los juguetes ya existentes se transformen a otros nuevos con nuevas características, por lo que la vida útil de estos aumentaría.

1º RECICLAR

Cuando el encargado de la iniciativa considere que estos ya no son servibles para realizar los talleres ya que es imposible hacer nada con ellos se llevaran a los puntos limpios depositando cada componente en su lugar.

Crear la identidad

NAMING

Para poder desarrollar la iniciativa toda la identidad debe tener una coherencia empezando por un nombre acorde con los valores que se quieren transmitir.

Nos basamos en **5 palabras clave de la iniciativa** y trabajamos con ellas, dandoles otro enfoque buscando sinergias, analogías. Buscaremos **sinonimos** de estas palabras, **definiciones** de la RAE, **palabras relacionadas** tambien, ver como se dirian en **otro tipo de idiomas**.

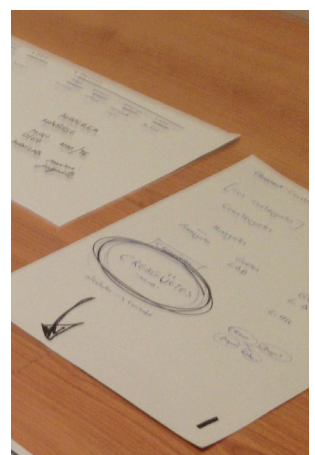
JUGUETE

EDUCAR

RED

NIÑO

TALLER



La cachivacheria

the toys lab

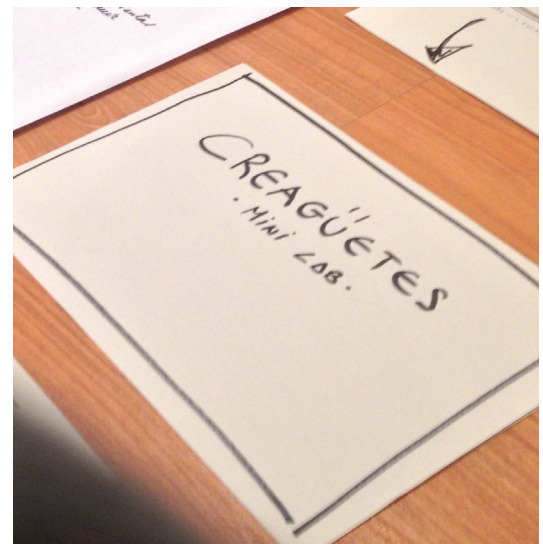
Reforma zarrios

Creagüetes

Re-toy

La jungla

Original
Moderno
Eufonia divertida
Breve
Sencillo
Diferente



Mundo de inspiración

Colores:



Tipografías:



Selección

1.

Creaguetes
MINI-LAB

con la innovación se espera entre

2.

Creagüetes
• Mini lab

con la innovación se espera entre

3.

Creaguetes

con la innovación se espera entre

1

2

3

Lenguaje del sector, predominio	4	5	3
Simbolo como recurso grafico	5	5	2
Aplicación sobre fondos	3	4	3
Lectura larga distancia	3	3	3
TOTAL	15	17	11

Testeo de la iniciativa



■ Figura 8: Invitación al testeo.

Se propuso hacer un testeo para ver que problemas pudieran surgir y así poder mejorar la iniciativa de alguna manera. Se crearon unas invitaciones (figura 8) y se enviaron por correo electrónico a listas de padres de las AMPAs y de el campamento Virgen Blanca. El límite de plazas era de 12 para que así pudiéramos ver el potencial del taller sin sobrepasarnos de personal.



Durante el test se pudo corroborar la gran capacidad de los niños para ser creativos y ver cosas donde los mayores ya no vemos nada.

También se pudo comprobar algunos de los fallos que teníamos, como por ejemplo, el peligro de tener las pistolas de silicona caliente al alcance de los niños (REDEFINICION) se pensara la colocación de los elementos para mayor seguridad.

Test



COMUNICAR Y ENTREGAR

FASE 04

Manual de imagen

Es muy importante tener en cuenta que al final es la propia entidad la que ha de tener claro tando donde han de colocar el logotipo como el uso de colores corporativos o que tipografías se deben utilizar en los diferentes soportes.

El logotipo está formado por la palabra **(Crear y juguetes)**.

En la figura se muestra el logotipo trazado sobre una cuadrícula que lo geometriza, indicando la posición de los puntos que lo definen.

Siempre que se utilice el logotipo, este deberá guardar exactamente estas proporciones. (9x4 unidades).

La tipografía utilizada en el logotipo es Bisto en su versión normal.

Se trata de una tipografía scrip de lectura sencilla y con carácter infantil adecuada a el público objetivo al que va dirigida la iniciativa. Para los documentos donde se escriba se utilizara ROBOTO o en su defecto Arial.

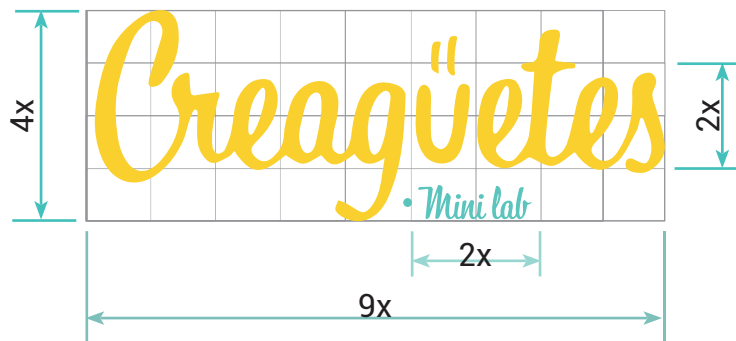
CMYK: 2 / 16 / 90 / 0
RGB: 252 / 210 / 26
#: FCA21A



CMYK: 60 / 1 / 31 / 0
RGB: 104 / 192 / 189
#: 68C0BA



Creagüetes
• Mini lab



Üü

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,:;!\$%&*) 0123456789

Roboto

Aa

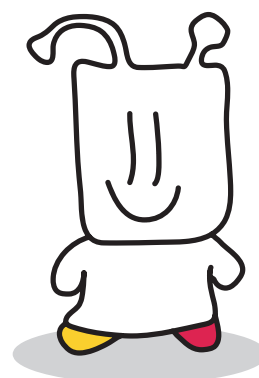
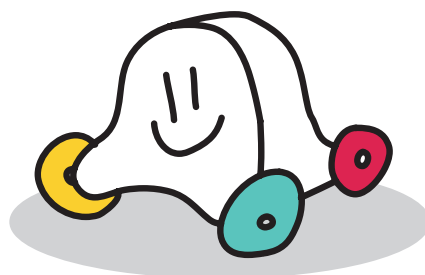
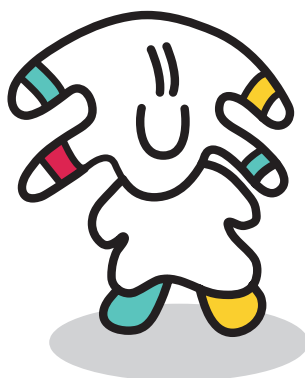
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,:;!\$%&*) 0123456789

Arial

SOBRE FONDOS:



ILUSTRACIONES:



Aplicaciones de la identidad



- Para ampliar información sobre logotipo, mirar anexo manual de identidad corporativa



IDENTIDAD CORPORATIVA

- Introducción
- Logotipo
- Construcción
- Area de respeto
- Tamaño mínimo
- Version a Una tinta
- Sobre fondos
- Usos indebidos
- Colores corporativos
- Tipografía
- Recursos Gráficos

APLICACIONES GRÁFICAS

- Papelería corporativa
- Aplicaciones
- Formatos de papel DIN
- Carpeta Corporativa
- Cartelería evento
- Diploma niños
- Pegatinas
- Identificadores Nombre
- Tríptico
- Guía de inspiración creativa
- Guía de iniciación
- Sobre americano pequeño
- Sobre americano grande
- Ficha Inscripción Taller
- Tarjeta
- Bolsa corporativa
- Marcaj textil
- Camisetas
- Gorras
- Plataformas Web

Aplicaciones de la identidad

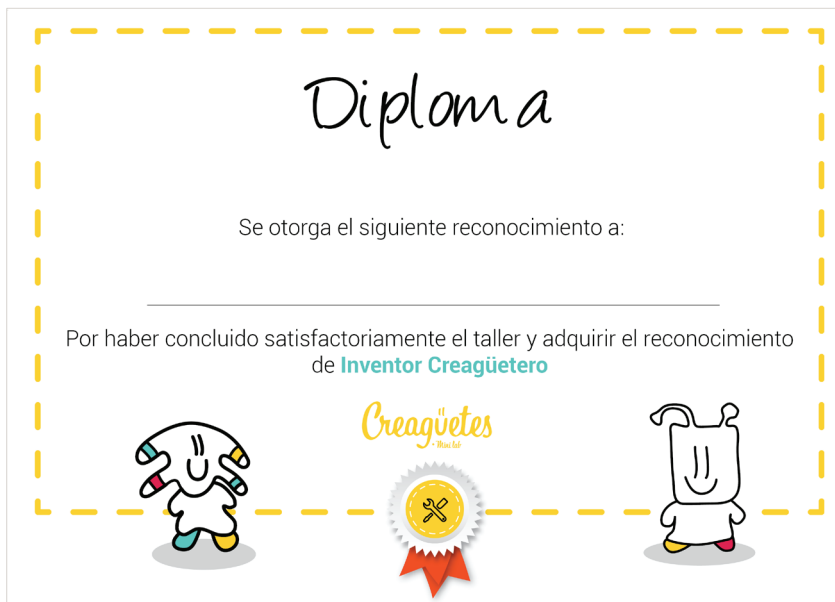


Figura 9.



Figura 10.



Figura 11.



Figura 12.

figura 9) Diploma

figura 10) Identificador niño

figura 11) Pegatina

figura 12) Caja con muñecos

figura 13) Carteleria eventos

figura 14) Carpeta corporativa

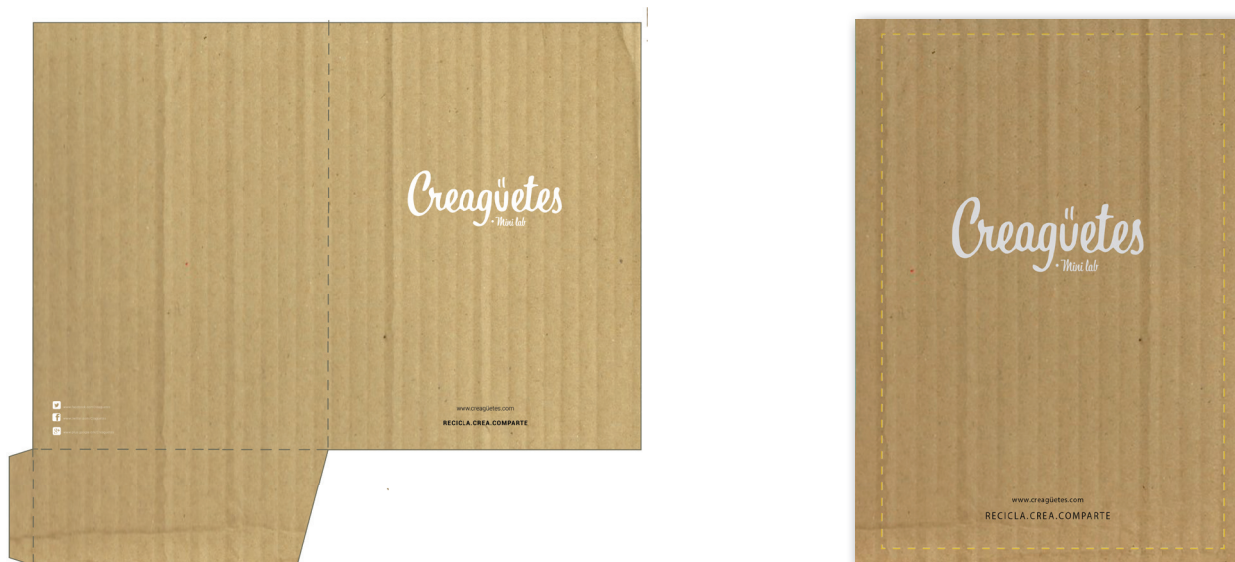
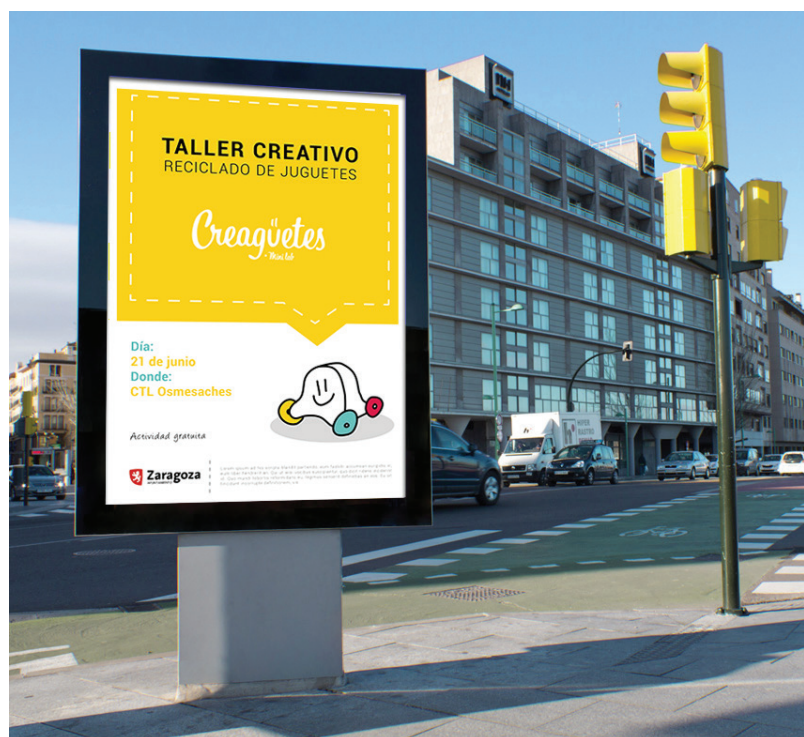


Figura 14.



Figura 13.



Aplicaciones de la identidad



figura 15) Tarjeta corporativa

figura 16) Triptico de la iniciativa

■ Figura 15.



Aplicaciones de la identidad



■ Figura 17.



■ Figura 18.

figura 17) Guía Creativa
figura 18) Guía de Iniciación



Andropatus

// Lugar de Creación

Materiales \\\



x1	Aro de gimnasia
x8	Espadas de plastico
x1	Carcasa de coche
x1	Helice
x2	Plumas

// Años

Autor \\\

5

Olga Lopez

Aplicaciones de la identidad



■ Figura 19.

figura 19) Bolsas corporativas.

figura 20) Gorras.

figura 21) Camisetas.

figura 22) Redes sociales



■ Figura 20.



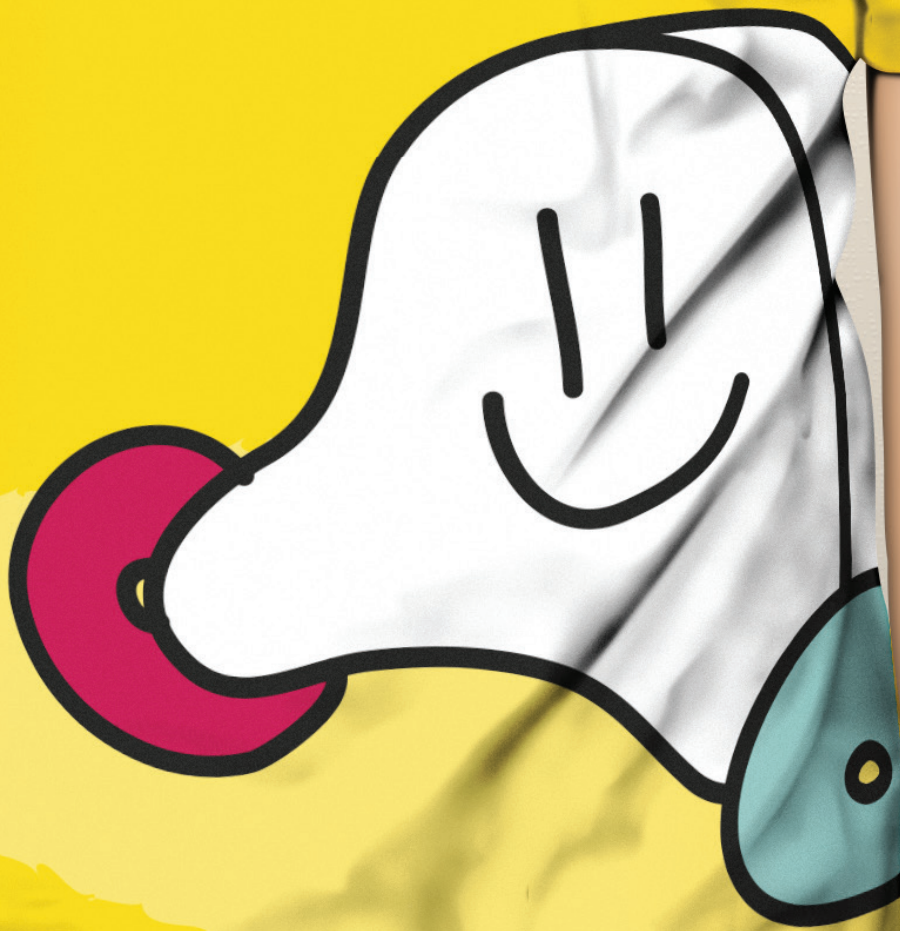
■ Figura 21.



■ Figura 22.



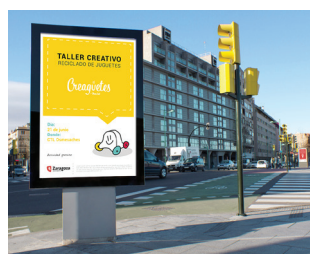
Creagüetes
Mini lab



IMPLANTAR Y VALIDAR

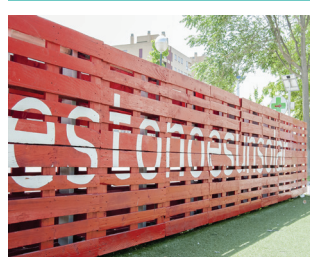
FASE 05

Implantar y validar



Una vez que se han adherido la fundación os mesaches a la iniciativa de Creagüetes se va preparando un taller con los juguetes que tienen rotos.

Una vez marcada la fecha para realizar el taller se procede a poner carteles donde se marcara hora de inicio, organizador, patrocinador, breve explicación para padres y el indicativo de que es una actividad completamente gratuita.



El taller se realiza en la calle Octavio Paz 16, en la zona comun de "estonoesunsola" en la cancha de baloncesto.



En los laterales del espacio se colocan carteles que puedan inspirar creativamente a los niños con algunas creaciones de juguetes híbridos.

Centros inscritos:

> CTL Os mesaches

Realización, 1º taller

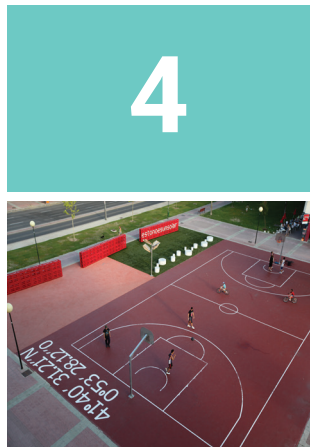
> Ludoteca Barbol

> Gabriel Garcia Marquez

> Os zagales

La disposición de las mesas es tal y como se especifica en la guía de el ludotecario.

Herramientas para niños por un lado y herramientas con padres o adultos por otro, en esta mesa habrá una persona supervisando las pistolas de pegamento caliente.



Una vez que ha dado la hora de empezar el taller y aproximadamente han llegado todos los niños inscritos se les dice que ya pueden ir cogiendo juguetes de las cajas para poder realizar sus creaciones.



Los padres y monitores serán los encargados de ayudar en medida de lo posible al niño, dándole en todo momento consejos y ayuda a los problemas que les pudieran surgir.



Implantar y validar



También es importante dejar un pequeño espacio de tiempo solo al niño para que este no se sienta cohibido y pueda probar cosas que por el contrario no haría si estuviera con un mayor delante.



Conforme avanza el taller ya se van viendo las creaciones de algunos de los niños y niñas.



Una vez que el niño considere uno de sus juguetes acabado se dejara en una mesa dedicada exclusivamente a depositar estos nuevos juguetes.



Allí no molestaran mientras se realiza el taller e impide que otros niños cojan sus piezas de nuevo.

Una vez concluido el taller se les hará entrega de un diploma acreditativo de que ha participado en las jornadas de recuperación creativa de juguetes.

Conjuntamente a los padres también se les hace entrega de un tríptico en el que se reseñan los valores clave de la iniciativa.

10



Webgrafía

- [01] www.ideo.org/
- [02] www.disenosocial.org/que-es-comunicacion-social/
- [03] www.interacciones.org/
- [04] www.disenosocial.org
- [05] www.icsid.org/
- [06] www.forumforthefuture.org/projects/all
- [07] www.frogdesign.com
- [08] www.designnobis.com
- [09] www.designchile.wordpress.com/
- [10] www.innodriven.com
- [11] www.lucykimbell.com
- [12] www.urbanomnibus.net/2010/10/what-is-service-design/
- [13] www.rrebrand.com/es/triple-balance
- [14] www.javiermegias.com
- [15] www.inventariacomunicacion.com/
- [16] www.planificacionparticipativa.com

■ Para consultar más referencias de webs visitadas, mirar en el Anexo.

Bibliografía

- [01]** MANUAL DE DISEÑO SOCIAL, armas de construcción masiva.
Maria Hidalgo Rudilla
- [02]** El diseño a su servicio, como mejorar una idea de negocio con la ayuda de un diseñador.
Xenia Viladés
- [03]** Servicios Colaborativos. Diseño e innovación social para la sostenibilidad.
Ezio Manzini, François Jégou
- [04]** Guía Práctica para el Diseño de Proyectos Sociales.
Marcela Román C
- [05]** Design for Social Impact: How-to Guide
The Rockefeller Foundation
- [06]** Human Centered Design. El diseño como compromiso social
IDEO
- [07]** Guía de buenas prácticas de diseño
Instituto Nacional de Tecnología Industrial

■ Para consultar más referencias bibliográficas, mirar en el Anexo.

Conclusiones

> Se ha conseguido **implantar un nuevo modelo de gestión** en referencia a los **juguetes rotos o en desuso** de espacios como ludotecas o centros de tiempo libre donde antes era inexistente.

> Han quedado **definidos todos los puntos de interacción y documentos** necesarios para poder **desarrollar esta iniciativa** con **buenos resultados**.

> Hasta el momento **se ha conseguido inscribir a 4 entidades reales** en la iniciativa para que a partir de ahora se realicen talleres creativos en sus espacios en poco tiempo esperamos ser muchos más incritos y crear una gran red.

> **Conocimiento de diferentes metodologías** de trabajo así como casos de éxito en cada una de ellas.

> **He aprendido a relacionarme con la gente y con administraciones**, distinguiendo el trato y comunicación que hay que dar a cada una de ellas y como hay que hablar, **gracias al método etnográfico** que he aplicado a mi proyecto.

> Se ha logrado que **esta iniciativa NO suponga gran gasto para las entidades** y sea parte de ellas en sus brief de futuros proyectos, **siendo un valor a añadido en la concesión de nuevos espacios** seleccionado por el ayuntamiento de Zaragoza, siendo Creagüetes un valor extra en la candidatura de la entidad que realice talleres de recuperación de juguetes.

> **Niños de diferentes etnias** han podido participar **juntos en los talleres** sin ningún tipo de diferencia ni discriminación tratandose de iguales.

Creagüetes

• Mini lab



www.facebook.com/Creaguetes



www.twitter.com/Creaguetes



www.plus.google.com/Creaguetes