

# TFG

---

## **CORRECARRERS (II)**

**DISSENY EDITORIAL D'UNA GUIA TURÍSTICA DIDÀCTICA  
IMPRESA AMB RISOGRAFIA**

**Presentat per Laura Giménez Roselló**

**Tutora: Sabina Alcaraz González**

**Facultat de Belles Arts de Sant Carles**

**Gradu en Disseny i Tecnologies Creatives**

**Curs 2020-2021**



**UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA**



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES**

## RESUM

El projecte present consisteix en el disseny i elaboració d'una guia turística didàctica dels diferents districtes de la ciutat de València utilitzant la impressió en risografia. A través d'una dinàmica d'interacció física, es tractarà d'una manera lúdica el repte de conèixer l'entorn local per a fer valdre la cultura valenciana des d'un punt de vista tant turístic com cultural. Un recorregut diferent pels barris que farà conèixer xiquets i adults la personalitat i diversitat de la nostra terra.

**Paraules clau:** Disseny editorial; disseny d'experiències; guia turística; risografia.

## ABSTRACT

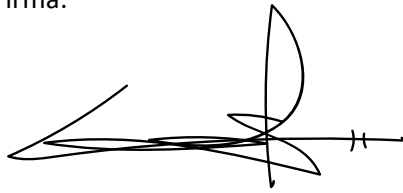
The project itself consists of the design and development of a didactic tourist guide about the different districts of Valencia through the use of risograph printing. Using physical interactivity, a playful activity will be created to reach the goal of knowing the local environment and to place value on the Valencian culture. A different journey through the neighborhoods will allow families to know about the personality and diversity of our community.

**Keywords:** Editorial design; experience design; tourist guide; risograph.

## CONTRACTE D'ORIGINALITAT

El present document ha estat realitzat íntegrament per l'alumna sotasignada. És original, no ha estat lliurat com un altre treball acadèmic previ, i tot el material pres d'altres fonts ha estat citat correctament.

Firma:

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a horizontal line with a small vertical tick at the end.

Laura Giménez Roselló

## AGRAÏMENTS

A la meua tutora, Sabina Alcaraz, pel seu suport, positivisme i confiança, i per creure totalment en aquest i altres projectes. Tancar aquest cicle al teu costat ha suposat la tranquil·litat que necessitava.

A Chema de Luelmo, pels seus consells i per brindar sempre la seua ajuda.

A Pablo, de Tutiplén Press Riso, per la seua paciència i el seu ben fer.

Al meu desastre favorit i al millor company d'aventures possible, Abel, per la seua meravellosa intensitat i per haver fet d'aquest recorregut una experiència inigualable. T'admire molt.

A cada persona que m'ha acompanyat durant aquests quatre anys, gràcies per fer-me i deixar-me créixer.

# ÍNDEX

<b>1. Introducció.....</b>	<b>07</b>
<b>2. Objectius i metodologia.....</b>	<b>08</b>
2.1. Objectius.....	08
2.2. Metodologia.....	08
<b>3. Investigació.....</b>	<b>10</b>
3.1. La participació activa i la interactivitat física com a model de captació d'atenció en el joc.....	10
3.1.1. Què és la participació activa o involucrament actiu...10	
3.1.2. Beneficis de participació activa en l'àmbit familiar...11	
3.2. La situació d'emergència sanitària com a motor de les activitats presencials i físiques.....	11
<b>4. Estratègia.....</b>	<b>12</b>
4.1. <i>Briefing</i> inicial.....	12
4.2. Missió i visió.....	13
4.3. Valors.....	13
4.4. DAFO.....	14
4.5. Anàlisi de la competència.....	14
4.6. Conclusions de l'anàlisi de la competència: <i>contrabriefing</i> .....	15
4.7. Referents.....	16
4.7.1. Referents conceptuals.....	16
4.7.2. Referents formals.....	16
4.8. Públic objectiu.....	17
4.9. Enquesta.....	18
<b>5. Procés de disseny i desenvolupament.....</b>	<b>19</b>
5.1. Idees preliminars i prototips inicials.....	19
5.1.1. Opcions inicials de format.....	19
5.1.2. Continguts i dinàmica del joc.....	20
5.1.3. Llibre d'activitats.....	21
5.2. Test (prova del format).....	22
5.2.1. Contingut de la prova i grup d'usuaris.....	22
5.2.2. Desenvolupament de la prova .....	23
5.2.3. Conclusions a partir de la prova i canvis aplicats.....	24

<b>6. Prototip final.....</b>	<b>25</b>
6.1. Materials i tècniques utilitzades.....	25
6.1.1. Avantatges de l'ús de la risografia entorn del projecte...	26
6.1.2. Art finalització per a risografia.....	27
6.1.3. La risografia com a base del present projecte.....	27
6.2. Imatge gràfica del prototip.....	28
6.2.1. Color.....	28
6.2.2. Il·lustracions.....	28
6.2.3. Tipografia i recursos.....	28
6.3. Especificacions tècniques.....	29
6.4. Components finals i producció dels mateixos.....	29
6.4.1. Llibre d'activitats.....	29
6.4.2. Mapa i instruccions.....	29
6.4.3. Solucionari.....	30
6.4.4. Postal.....	30
6.4.5. Adhesius.....	30
6.4.6. Funda.....	30
<b>7. Pressupost.....</b>	<b>35</b>
<b>8. Conclusions.....</b>	<b>36</b>
<b>9. Referències.....</b>	<b>37</b>
<b>10. Figures i taules.....</b>	<b>39</b>
<b>11. Annexos.....</b>	<b>40</b>

# 1. INTRODUCCIÓ

Aquest projecte naix de la inquietud de crear un recorregut acotat i definit per districtes de la ciutat de València, els seus llocs característics, així com per contar trets curiosos en relació amb la seua història des d'un punt de vista educatiu.

La motivació del treball és unificar la història i fets característics de la identitat pròpia i dels barris de València per donar-los a conèixer a les famílies d'una manera lúdica i diferent.

S'ha optat per un desenvolupament únicament analògic davant l'augment de casos de digitalització de l'entorn des d'edats primerenques. A més, la participació activa dels infants serà part fonamental d'aquest joc, així com la importància d'un ensenyament lúdic i el repartiment de tasques cooperatives entre els membres d'una família.

El projecte s'ha realitzat de forma grupal, de manera que les funcions per al seu desenvolupament queden dividides entre els dos membres de l'equip creatiu, el qual està format per dos estudiants del grau en Disseny i Tecnologies Creatives:

Per una part, Abel Sebastià, crea i desenvolupa la identitat visual que envolta tot el producte: logotips, cromatisme, tipografia, il·lustracions...

D'altra banda, Laura Giménez duu a terme la producció del joc, des de la ideació i l'aplicació gràfica de la identitat a elements editorials fins a l'elaboració dels elements necessaris per al desenvolupament de l'activitat.

Respecte a la viabilitat del projecte, aquest es presenta com una bona oportunitat d'oferir un aparador de la ciutat de cara a l'any 2022 en el qual València serà la Capital Mundial del Disseny. L'any en qüestió es considera un bon moment per introduir el projecte al mercat, a causa de la quantitat de persones de l'àmbit que visitaran la ciutat, així com per exposar els seus creadors al mercat laboral. A més, l'equilibri entre joc familiar i llibre-objecte de disseny pot fer que s'obrin dos possibles variants d'interés per part del públic.

## 2. OBJECTIUS I METODOLOGIA

### 2.1. OBJECTIUS

L'objectiu principal d'aquest projecte és desenvolupar un producte tant per a xiquets com adults que reivindique i done a conèixer la personalitat i trets característics de la ciutat de València així com la seua diversitat, fent èmfasi i recopilant l'essència de cada un dels seus districtes.

Paral·lelament, seria correcte destacar l'objectiu de proposar alternatives d'oci no digital davant l'augment de la presència d'aquests en la vida dels més menuts, cada vegada a una edat més primerenca.

Com a objectius secundaris es podrien destacar els següents:

- Renovar la manera de fer turisme a la ciutat de València, proporcionant una ruta diferent fugint de la globalització i els interessos comercials.
- Sumar el projecte a la campanya actual de foment i suport al comerç local, així com de pràctiques adequades davant la situació actual (COVID-19).
- Dur a terme una producció amb consciència ecològica i artesanal, sent tan respectuosa com siga possible amb el medi ambient.

### 2.2. METODOLOGIA

Respecte a la metodologia empleada en aquest projecte i, per tal d'aconseguir amb l'eficàcia més gran els objectius proposats anteriorment i dur a terme amb èxit el desenvolupament del producte, s'hi han empleat els coneixements descrits per Bruno Munari al seu llibre "Cómo nacen los objetos". En aquest llibre, Munari proposa els apunts per a una metodologia projectual en la qual el procés de treball consisteix en xicotetes tasques agrupades per categories (tasques i subtasques) que faciliten i van formant i enriquint el respectiu treball. Tot açò basat en la definició d'un problema principal.

Munari proposa les següents etapes durant el procés de resolució d'un problema: Problema > Definició del problema > Elements del problema > Recopilació de dades > Anàlisi de dades > Creativitat > Materials i tecnologia > Experimentació > Models > Verificació > Dibuixos constructius > Solució.

D'una manera esquemàtica i fent referència a la metodologia detallada en el paràgraf anterior, el projecte present consta de les següents etapes:

1. Acotació inicial i definició del problema.
2. Investigació i treball de camp.
3. Conceptualització i *briefing*.
4. Planificació del prototip (idea, estructura i materials).
5. Desenvolupament i testatge.
6. Finalització.

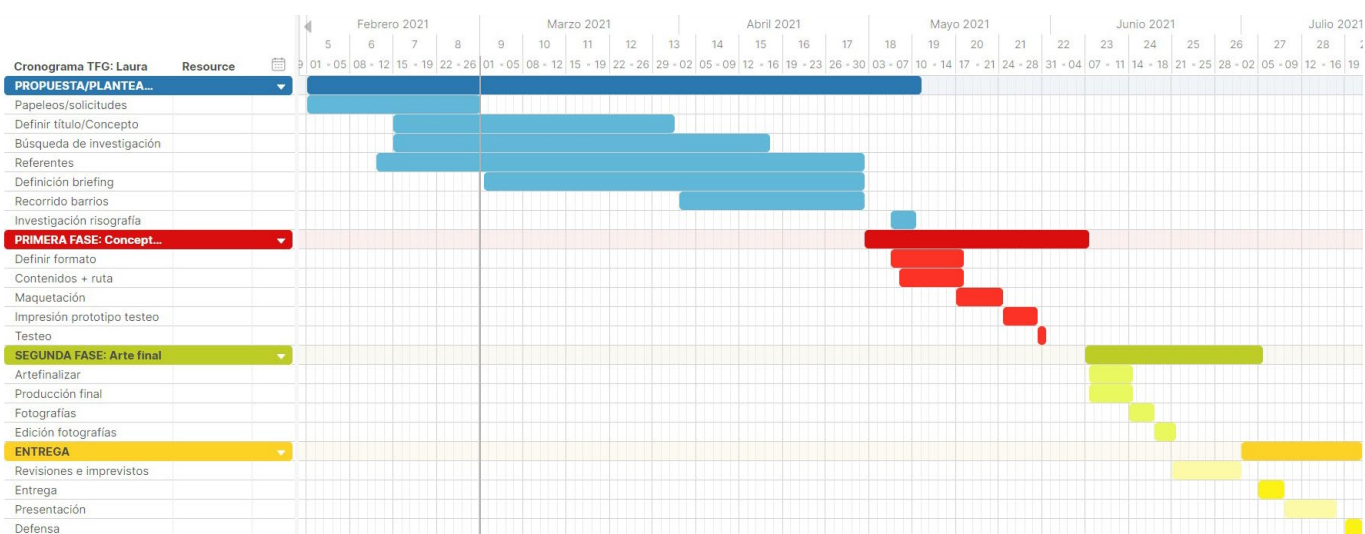


Atenent a aquesta metodologia i amb la intenció d'organitzar amb èxit l'evolució del treball de cara a l'entrega d'aquest, s'ha elaborat un cronograma que consta de les següents fases:

1. Proposta i plantejament (investigació).
2. Primera fase (conceptualització i inici gràfic).
3. Segona fase (art final).
4. Fase final (entrega).

Aquestes fases, així com el seu desglossament en subfases, es poden apreciar en el diagrama de Gantt que s'inclou a continuació.

Per a la versió detallada del cronograma es pot consultar l'Annex 1.



**Fig. 1.** Cronograma general utilitzant el sistema Diagrama de Gantt.

## 3. INVESTIGACIÓ

### 3.1. LA PARTICIPACIÓ ACTIVA I LA INTERACTIVITAT FÍSICA COM A MODEL DE CAPTACIÓ D'ATENCIÓ EN EL JOC

El joc és clau en el procés de desenvolupament d'un infant i del seu aprenentatge. Permet crear experiències i nous records en relació amb llocs, motius o conceptes i reforça ferramentes vitals com la comunicació, el desenvolupament cognitiu, l'aprenentatge significatiu, les habilitats socials, l'exposició d'idees, la comprensió, la cooperació i l'atenció (Ecoaula, 2018).

De fet, aquestes habilitats estan connectades entre si i el desenvolupament d'una d'elles fomenta el desenvolupament d'altres (The Lego Foundation, 2017, p. 17). Una mala gestió de l'ensenyament pot dur a l'infant a la creació de records negatius i, per tant, rebuig entorn d'una temàtica, una dinàmica concreta o l'àmbit educatiu; el qual afectarà el seu desenvolupament i possibles decisions futures.

Existeix un gran espectre pel que fa a tipologia de jocs, però de manera resumida podríem simplificar-les en: joc lliure i joc guiat. Ambdós aporten beneficis diferents i no implica que siguin incompatibles (The Lego Foundation, 2017, p. 11).

Aparentment, el joc lliure fomentarà més la creativitat mentre que el joc guiat fomentarà la comprensió i l'atenció. La tasca resideix en oferir beneficis implícits en cadascuna de les tipologies per tal de complementar les necessitats de l'infant. Per exemple, el joc guiat pot també fomentar la creativitat a través d'activitats pautades que inciten a la creació.

És per això, que, siga de quin tipus siga, l'aprenentatge per ser efectiu ha de ser actiu i ha de mantenir l'infant en la màxima atenció possible per tal d'obtenir tots els beneficis. Ací és on entra la participació activa i, per conseqüència en aquest projecte, la interactivitat física.

#### **3.1.1. Què és la participació activa o involucrament actiu**

"A través de l'involucrament actiu amb idees, coneixement i amb el món, els infants estaran millor preparats per a enfrontar els reptes del demà. [...] L'aprenentatge a través del joc és crucial per al desenvolupament positiu dels infants, sense importar la seua situació" (The Lego Foundation, 2017, p. 7).

En definitiva, la participació activa és aquella que permet a l'usuari crear vincles, prendre decisions i acatar responsabilitats dins d'un projecte o tasca per tal d'obtenir un benefici personal o comú.

Traslladat a l'àmbit educatiu i juvenil, l'involucrament actiu manté a l'infant absorbt per una activitat concreta. Aquesta immersió mental i la seua capacitat per mantenir la concentració en la tasca a complir és la que li proporciona ferramentes poderoses (The Lego Foundation, 2017, p. 12).

### **3.1.2. Beneficis de participació activa en l'àmbit familiar**

Atenent a les característiques d'aquest tipus de participació en l'àmbit familiar, es podria dir que presenta clars beneficis per al desenvolupament de l'infant. Com a conclusió s'han proposat els següents:

— La consolidació dels llaços familiars i el sentiment d'equip. Passar temps junts i resoldre problemes junts afiança les relacions personals i crea nous vincles.

— Assumpció de responsabilitats. Entendre que cadascú té un rol en l'equip i ha de defensar-lo fins al final.

— Sentiment de rellevància i augment de l'autoestima. Cadascú pot aportar una cosa diferent a l'equip i a la tasca comú i ningú és més important que altre.

— Gestió de les emocions. La interacció entre membres de l'equip i possibles contradiccions pot dur a situacions que requereixen gestió d'emocions. Conèixer-les i acceptar-les és part del procés de desenvolupament.

— Resolució de problemes. El plantejament de proves que requereixen atenció, observació i enginy fomenta l'àrea de resolució de problemes i la creativitat.

Després d'aquesta tasca d'investigació, queda clara la importància de proporcionar formes d'oci que fomenten la participació activa dels membres de la família i la cooperació entre ells a través de recursos concrets per tal de consolidar llaços i desenvolupar àrees com les anomenades anteriorment. Cal destacar la importància d'introduir formes i recursos a l'aprenentatge que mantinguen l'atenció dels xiquets i fomenten la immersió completa en la tasca.

## **3.2. LA SITUACIÓ D'EMERGÈNCIA SANITÀRIA COM A MOTOR DE LES ACTIVITATS PRESENCIALS I FÍSQUES**

La situació actual (COVID-19) ha provocat un augment en l'ús de les tecnologies digitals per raons òbvies. Proporcionen ajuda i facilitats en molts casos i agilitzen processos a més d'abaratir costos i ser aparentment més sostenibles.

Contràriament, aquesta situació també ha suposat un crit en favor de la salut mental i una evidència més que clara de què els humans són éssers socials i requereixen activitats presencials, físiques i socials (i inclús tàctils) per a un correcte desenvolupament.

És per això, que el present projecte aprofita aquesta necessitat immediata d'activitats físiques i a l'aire lliure per crear un producte que propose com a tauler els carrers de la ciutat i a més fomenta el comerç local, que tant ha eixit perjudicat durant aquests mesos.

En definitiva, Correcarrers és una proposta que afavoreix el que és físic davant el que és digital, fomenta la diversitat històrica i personal de València, dóna prioritat al respecte al medi ambient front a la situació d'emergència climàtica i dóna suport al comerç local tan perjudicat durant la quarantena.

## 4. ESTRATÈGIA

Un projecte de les següents dimensions requereix un plantejament des d'un punt de vista empresarial, planificant una estratègia que sustente el projecte en totes les seues parts, i facilite un posterior desenvolupament gràfic més àgil, coherent, clar i per conseqüència, eficaç.

### 4.1. BRIEFING INICIAL

Com a primer pas, el plantejament d'un *briefing*<sup>1</sup> ajuda a definir algunes especificacions tant conceptuals com tècniques. A falta d'un possible *contrabriefing*, les especificacions inicials van ser les següents:

— **Naming**<sup>2</sup>: Correcarrers (1a Edició). El *naming* serà 'Correcarrers' i correspondrà a un producte total que es desglossarà en diferents edicions. Aquest nom fa al·lusió a l'acció de recórrer els carrers d'una ciutat d'una manera ràpida pròpia dels xiquets i a l'acció de perdre't pels carrers d'una ciutat que encara no coneixes. També, els *correcarrers* són activitats a l'aire lliure que es fan a manera de gimcana en les festes d'un poble o al pati dels col·legis i estan dirigides als més menuts. És una activitat molt pròpia dels pobles de la comunitat.

— **Districte**. Ciutat Vella.

— **Producte**. El projecte present desenvoluparà una guia turística familiar en forma de joc per punts del districte de Ciutat Vella.

— **Temàtica**. Reivindicació i promoció de la cultura autòctona valenciana i la seua diversitat, així com del seu comerç local.

— **Públic objectiu**. Famílies amb fills/es en edat d'educació primària.

— **Llenguatge**. Informal, divertit, directe i inclusiu.

— **Equip**. Abel Sebastià i Laura Giménez.

— **Suports**. Físic. Per a la seua reproducció en tirades grans.

— **Materials**. Sostenibles.

— **Principals competidors**. Guies turístiques a l'ús (Guia turística de València), pàgines web d'informació turística, jocs amb dinàmiques similars (CityxFamily)

— **Preu al públic**. Un màxim de 10€

<sup>1</sup> *Briefing*. Anglisme. En l'àmbit creatiu, es coneix així al document informatiu que proporciona dades d'utilitat per al desenvolupament d'una acció, tasca o projecte. (*definicion.de*, 2016)

<sup>2</sup> *Naming*. Anglisme utilitzat en l'àmbit creatiu per denominar l'acte de donar nom a un producte o empresa. (*glosariografico.com*, 2021)

En definitiva, el *briefing* es podria resumir en la creació d'un llibre-objecte que recopile alguns dels punts del districte de Ciutat Vella. Haurà de ser portable, respectuós amb el medi ambient i amb un llenguatge inclusiu, amable i divertit. A més, haurà de ser coherent en termes de costos de producció, ja que qualsevol encariment en la part de producció podria encarir el preu final del producte.

## 4.2. MISSIÓ, VISIÓ

La missió i visió d'una empresa són importants pel fet que mantenen la direcció de l'equip i defineixen la raó d'existir de l'empresa. En aquest cas, la missió i la visió del projecte serien les següents:

— **MISSIÓ.** Oferir turisme d'una manera diferent, lúdica, educativa i participativa, donant a conèixer els trets històrics i culturals, característics de la terra valenciana.

— **VISIÓ.** Arribar a desenvolupar guies de cadascun dels districtes de la ciutat de València, fins a crear un producte complet i demandat pel nostre públic objectiu.

## 4.3. VALORS

Els valors d'una empresa orienten les actituds de l'equip, unifiquen els objectius sobre els que han de treballar i defineixen com s'han de veure reflectits en el producte. A més, ajuden a sustentar el concepte i mantenir-lo durant tot el procés de creació. És per això que, amb la intenció de no oblidar mai la intenció d'aquest projecte, es proposen els següents valors:

— **Diversió.** El primer pas per tindre un bon record d'un viatge és passar-ho bé, és per això que un dels principals valors és la diversió com a mètode d'aprenentatge.

— **Educació.** El component educatiu en el joc és molt important per al desenvolupament dels infants. Anar més enllà de la diversió i fomentar la cultura i la passió per seguir aprenent siga quina siga la teua edat.

— **Cooperació.** Acompanyat s'arriba més lluny que sol, és per això que volem fomentar aquesta cooperació entre els diferents membres de la família perquè transcendisca al seu dia a dia. Foment de la resolució de problemes conjunta.

— **Familiar/infantil.** Una activitat per a tota la família. Llenguatge i humor amable i comprensible per a totes les edats.

— **Sostenibilitat.** Per tal de no ser partícips de l'abús al qual és sotmés el planeta dia a dia, tant els materials com les activitats proposades pretenen ser responsables amb el medi ambient en la mesura del possible.

— **Consciència de l'autòcton.** Fomentem el reconeixement de la cultura pròpia i defenem la seua reivindicació perquè no arribe a perdre's.

— **Inclusiu.** L'actualitat està plena de diversitat i cal celebrar-la. La intenció és que el producte agrade a qualsevol edat i a qualsevol tipus de família.

#### 4.4. DAFO

Tota idea, empresa o producte consta de punts positius i negatius que es recullen en el conegut DAFO<sup>3</sup>. Aquests factors ajuden a crear una imatge visual de la situació actual de l'empresa, idea o producte.

DEBILITATS	AMENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prescindeix de plataformes digitals</li> <li>• Poc pràctic</li> <li>• Poc atractiu comercial</li> <li>• Preu elevat respecte a altres guies convencionals</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competència d'altres guies</li> <li>• Plataformes digitals que oferisquen serveis similars</li> <li>• Restriccions COVID-19</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activitat a l'aire lliure</li> <li>• Model d'aprenentatge pràctic, participatiu i lúdic</li> <li>• Dona visibilitat a lo autòcton/local</li> <li>• Posa en valor lo analògic</li> <li>• Reforça capacitats com la cooperació i el treball en equip</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Despegar als menuts de les pantalles per cert temps</li> <li>• Aparador del producte de cara conseguir un distribuïdor (WDCV)</li> <li>• Producte 100% propi i ventaja professionalment (concursos, porfolio, etc.)</li> <li>• Fugir del turisme de masses</li> <li>• Amb la pandèmia, es fa més turisme local que internacional</li> </ul>
PUNTS FORTS	OPORTUNITATS

Fig. 2. DAFO

#### 4.5. ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA

Abans de començar amb el desenvolupament del producte calia afrontar una cerca i anàlisi de possible competència en el sector per tal d'assegurar l'originalitat del producte i un nínxol de mercat.

Gràcies a aquesta cerca es va determinar com a principal competència del producte a les guies turístiques a l'ús, les activitats i gimcanes per les ciutats, els llibres amb dinàmiques participatives i les plataformes digitals que proporcionen informació turística, sent aquest últim el principal competidor del mercat, per la seua immediatesa, facilitat i concreció de la informació.

Per a facilitar la comprensió de la competència a la qual s'enfronta el producte es va agrupar la competència en tres mapes de posicionament atenent a diversos factors. Aquests es poden observar a l'Annex 2 i es resumeixen en:

<sup>3</sup>DAFO. Acrònim. Tipus d'anàlisi que apliquen les empreses per tal de conèixer les característiques internes (debilitats i fortaleses) i els riscos provinents de l'exterior (amenaces i oportunitats). (*Definicion.de*, 2017).

**1) ANÀLISI GENERAL** | Nivell *online* o *offline* - Nivell d'entreteniment o educació.

**2) ANÀLISI ESPECÍFIC CONCEPTUAL** | Jugabilitat - Tipus de públic objectiu

**3) ANÀLISI ESPECÍFIC FORMAL** | Preu - Punts de venda

Una vegada posicionada tota la competència es va procedir a fer una selecció dels principals competidors i una posterior anàlisi extensa per tal d'obtenir dades i recursos útils de cara a la conceptualització i desenvolupament gràfic. En aquesta anàlisi extensa, els factors analitzats eren: preu, categoria, recursos del joc, format, estètica, llenguatge, punts de venda, tipus de proves, metodologia, recompenses, ruta. (Es troba detallat a l'Annex 3).

Com a conclusions generals de l'anàlisi es podria dir que en els productes analitzats predomina un llenguatge informal, l'ús d'activitats participatives, el no seguiment d'una ruta definida (i si existia també es donava l'opció de no seguir-la) i l'absència de recompenses a l'hora de resoldre les diferents proves.

A partir de les conclusions extretes d'aquesta anàlisi es va procedir a fer una taula d'especificacions per al producte 'Correcarrers' tenint en compte els mateixos factors analitzats a la competència. Açò, fou una gran ajuda per definir en què consisteix el producte a crear i s'utilitzà a manera de *contrabriefing*, proporcionant una major concreció tècnica amb la qual començar a tractar la part física i gràfica.

#### 4.6. CONCLUSIONS DE L'ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA: CONTRABRIEFING<sup>4</sup>

	CORRECARRERS
PREU	Gratuït (oficines turístiques) o no més de 15€.
CATEGORIA	Joc/Guia didàctica.
RECURSOS JOC	Retallables, espais d'escriptura, elements mòbils (solapes).
FORMAT	Editorial. Llibre/fullet extens amb interacció física. Una edició ( <i>pack</i> ) agruparà els llibrets corresponents als 5 primers districtes de la ciutat (Correcarrers: 1 <sup>a</sup> Edició).
ESTÈTICA	Estètica infantil però cuidada, de manera que també siga un objecte de disseny per a adults (sobretot a persones amb inquietuds artístiques: Amants de la cultura i les arts visuals).

Fig. 3. Taula-resum del *contrabriefing*.

<sup>4</sup>*Contrabriefing*. Terme utilitzat en l'àmbit creatiu per definir la possible resposta d'un creatiu o agència de màrqueting a la proposta inicial d'un client per tal de proposar suggeriments i millores i acabar de definir els paràmetres (Agència de Marketing Online NeoAttack, 2020).



Fig. 4. *Roba como un artista. El diario*. (Kleon, 2020.) Extreta de «Roba como un artista. El diario», a Gràffica.



Fig. 5. *Escuadrón Planeta*. (Sanz, 2019). Extreta de «Escuadrón Planeta», de Sara Sanz Gallén, 1r premio Acento G», a Gràffica.



Fig. 6. *Guía de viaje millennial* (Puntos modernos, 2021)



Fig. 7. *Barcelona CityxFamily* (Victionary, 2017)

LLENGUATGE	Proper, parlant amb l'espectador d'una forma jovial i divertida.
PUNTS VENDA	Oficines de turisme o tendes especialitzades.
PROVES	Proves d'observació, ingeni i rapidesa.
METODOLOGIA	Seguir les indicacions de la ruta realitzant les diferents proves que s'indiquen en ella.
RECOMPENSES	Cap.
RUTA	10 proves d'observació per 10 punts del districte en qüestió. Proves obligatòries i opcionals. Dinàmica de joc per conèixer a fons la seua gent, els seus costums i la seua personalitat pròpia.

## 4.7. REFERENTS

### 4.7.1. Referents conceptuals.

— ***Roba como un artista. El diario* (Austin Kleon)**. Joc en format editorial que proposa activitats per desenvolupar la creativitat a través de reptes i proves d'interacció física amb el llibre.

— ***Escuadrón Planeta* (Sara Sanz Gallén)**. Un joc de conscienciació mediambiental totalment transportable i dirigit a xiquets. A través d'un joc de taula i la instauració del tauler en la mateixa bossa de transport fa d'aquest projecte un gran exemple d'aprofitament de recursos i simplificació del format. El joc en si és ja un exemple de conscienciació mediambiental pel seu ús i aplicació dels recursos.

— ***Guía de viaje millennial* (Puntos modernos)**. Una guia de viatge en forma de baralla de cartes per a la gent de generacions actuals. És transferible a qualsevol ciutat, les proves van més enllà de punts turístics i es centren a interactuar amb la ciutat. Resulta un gran exemple respecte al llenguatge i recursos utilitzats. Destaca per una gran labor de conceptualització: Per una banda té les proves que s'especifiquen a cada carta de la baralla i a més, a través d'un disseny impecable, s'inclouen els corresponents elements d'una baralla de cartes convencional, d'aquesta manera reuneix 2 formes d'entreteniment en 1. També referent pel que fa a la simplificació de tintes.

### 4.7.2. Referents formals

— ***Barcelona CityxFamily* (Victionary)**. Un *pack* familiar per a viatjar a les diferents ciutats del món. Existeixen *packs* de moltes ciutats del món que segueixen el mateix format. Inclou un llibret informatiu per als adults i un llibret de joc per als menuts. A més, inclou una baralla de cartes de memorització extraïbles. D'aquesta manera proposa una manera de viatjar en la que tant adults com xiquets tinguen una motivació.



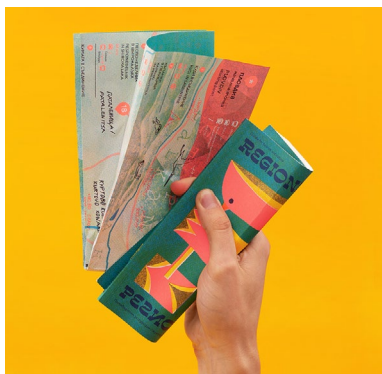


Fig. 8. *Regionale Bulgaria*. (Studio Punkt, 2019)

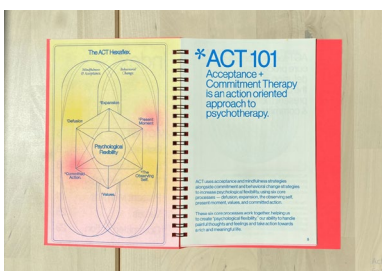


Fig. 9. *Practice*. (Pavlik, 2021)

— **Regionale Bulgaria (Studio Punkt)**. Aquesta guia cultural en format editorial va ser un bon referent en la combinació de format editorial i mapa. Compositivament va proporcionar ajuda en la distribució de textos i la seua combinació amb il·lustració.

— **Practice (Bridget Pavlik)**. Projecte editorial realitzat amb Risografia. L'ús de la tipografia en gran dimensió va servir d'inspiració per a crear composicions modernes amb retícula i establir una jerarquia visual amb distints pesos.

Els referents comentats signifiquen un exemple tant conceptual com respecte al format, estètica o aprofitament de recursos. Cal ressaltar que molts d'ells fan èmfasi en el valor de la cooperació, fomenten pràctiques a l'aire lliure i compten amb certa conscienciació mediambiental, valors imprescindibles en el desenvolupament de *Correcarrers*.

Per tal de definir paràmetres pel que fa al format i recursos a utilitzar es va dur a terme la tasca d'elaboració d'un *moodboard*<sup>5</sup>, disponible a l'Annex 4.

#### 4.8. PÚBLIC OBJECTIU

Per tal d'apropar el producte al públic objectiu es va concretar la creació de dos *buyer persona*. Així, es podria aconseguir una visió més detallada dels possibles compradors.

El públic objectiu del projecte són les famílies en general. Però com a objectiu principal per a l'anàlisi es van proposar els pares i mares de família, ja que si bé el producte està dirigit als menuts, ells són els principals compradors i els que hi faran d'intermediaris.

En general, es va obtenir un *buyer persona*<sup>6</sup> de nivell adquisitiu mitjà-alt, amb estudis superiors i amb una conscienciació mediambiental i cultural prou alta. Viatjar com a forma de conèixer la diversitat cultural del món i la defensa del xicotet comerç i de qualitat eren unes característiques pròpies d'aquestes anàlisis. S'adjunten els diferents *buyer persona* a l'Annex 4.

A continuació, es va plantejar una taula de possibilitats familiar per tal de definir la quantitat de rols que s'establirien en la metodologia del joc. Amb una mitja de membres per unitat familiar, es va determinar que el nombre de rols seria 4. Permetent la possibilitat d'agrupar diverses persones en un rol o, per contra, agrupar diverses tasques en una persona.

<sup>5</sup>*Moodboard*. Panel d'imatges recollides entorn d'un concepte amb la finalitat d'organitzar informació de forma clara per inspirar el llançament de noves idees o per mostrar de forma atractiva imatges o elements vertebrats a aquest concepte (Design Thinking España, 2020).

<sup>6</sup>*Buyer persona*. El *buyer persona* és el perfil fictici del client ideal d'una determinada empresa (Ludeña, 2021).

NOMBRE DE FILLS	MONOPARENTALS	FAMÍLIA DE 2 MEMBRES PATERNS
1 FILL	2 ROLS	3 ROLS
2 FILLS	3 ROLS	4 ROLS
3 FILLS O MÉS	4 ROLS O MÉS	5 O MÉS ROLS

**Fig. 10.** Taula dels tipus de famílies i les possibilitats de distribució de rols en el joc.

#### 4.9. ENQUESTA

L'observació del públic objectiu és clau en l'elaboració del present projecte, per això mateix, es va prendre la decisió d'elaborar una enquesta. Aquesta, contenia preguntes de resposta curta, de resposta llarga, de resposta múltiple i de resposta única per tal de fer l'experiència tan amena com siga possible.

Es va dirigir l'enquesta a pares i mares de xiquets aproximadament en edat d'educació primària (entre 6 i 12 anys). Aquesta, es dividia en diferents seccions temàtiques:

- **Secció introductòria:** informació demogràfica i dades generals (tipus de família, nivell d'estudis, tipus d'escolarització dels fills...)
- **Secció turisme, oci i cultura:** formes de fer turisme en família de la generació en qüestió, costums a l'hora de viatjar i l'ús de guies turístiques.
- **Secció educació:** entorn de les carències en l'educació, qualitats pròpies de València i les prioritats a l'hora de comprar productes per als fills.

Després de la distribució de l'enquesta, es va obtenir un total de 35 respostes de diferents pares i mares de la comunitat d'entre 25 i 52 anys, i amb aquestes respostes es van obtenir les següents conclusions:

- La mitja de membres en la unitat familiar és 4 membres i 1 de cada 4 famílies és monoparental.

- Preferència de les famílies per activitats a l'aire lliure.
- Generació de pares i mares propensa a utilitzar guies turístiques.
- Història i patrimoni com a principal carència en l'educació.
- Valors principals: Educació i diversió.

Tant l'enquesta completa com les conclusions extretes de manera més detallada figuren a l'Annex 4.

A la hora de comprar un producto para tus hijos, ¿cuáles dirías que son tus prioridades?

35 respuestas

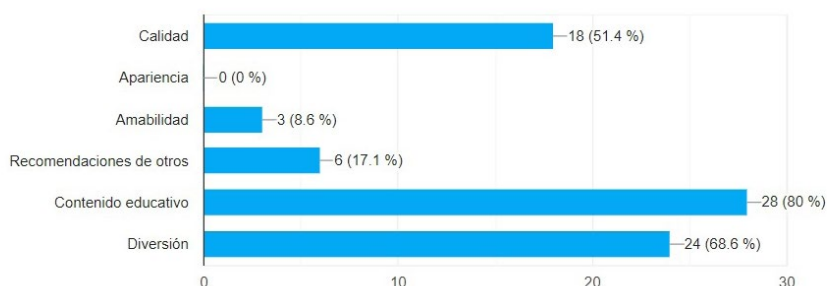


Fig. 11. Extracte de l'enquesta realitzada.

## 5. PROCÉS DE DISSENY I DESENVOLUPAMENT

### 5.1. IDEES PRELIMINARS I PROTOTIPS INICIALS

#### 5.1.1. Opcions inicials de format

Tot i que la idea inicial era desenvolupar un projecte editorial, es va fer una investigació per distintes opcions fins a arribar a la més adequada segons les circumstàncies del joc.

Sempre es va mantenir la idea que la ciutat fora el mateix tauler de joc, però en cert moment es va proposar l'opció que el *pack* incloguera el mapa del recorregut a manera de tauler a partir d'un dels altres elements. És a dir, es va proposar la unió d'un element com la caixa del joc amb el mateix tauler. Però açò asseia massa el projecte a un joc de taula convencional i, per tant, es van proposar altres opcions de format més transportables (baralla de cartes, làmines, postals, fitxes...). Amb aquesta proposta de format caixa la idea era que recollira tant un fullet convencional com tots els elements necessaris dins del recorregut, però açò feia que el volum del prototip augmentara.

Per qüestions pràctiques a l'hora de fer el recorregut, es va optar per mantenir la idea inicial de disseny editorial. D'aquesta manera es van haver de simplificar els elements externs que donen suport a les activitats del recorregut.



Fig. 12. Exemple de tauler a partir de la mateixa caixa del joc. *Expedino*. (Drozd, 2020). Extreta de «Packaging for a board game | Expedino», a *Behance*.

### 5.1.2. Continguts i dinàmica del joc

Per tal de desenvolupar el recorregut i la dinàmica de joc es va dur a terme una tasca d'investigació de l'entorn, amb la qual es van proposar possibles punts de la ruta i possibles proves a resoldre. Després d'una reducció i del testatge corresponent per part de l'equip creatiu, el recorregut i per tant, la dinàmica del joc va quedar de la següent manera:

Es tracta d'un recorregut per 10 punts del districte de Ciutat Vella. Cada punt de la ruta té assignada una tasca o prova a resoldre, i entre aquestes trobem proves obligatòries i opcionals.

	LLOC	TIPUS	DESCRIPCIÓ
1	Ajuntament	Obligatòria	Compta les casetes de flors
2	Mercat Central	Obligatòria	Troba el pardal que custòdia el Mercat
3	Flors Manolita	Opcional	Compra llavors
4	Plaça Redona	Obligatòria	Troba les 6 nomenclatures de la plaça
5	La Estrecha	Obligatòria	Anota l'amplària de la façana
6	El Micalet	Obligatòria	Descobreix quants escalons hi té
7	Plaça Verge	Opcional	Descansa i dibuixa
8	Torres Serrans	Obligatòria	Troba la senyalística antiga
9	Casa dels gats	Opcional	Inventa 4 noms per als 4 habitants
10	Jardí del Túria	Opcional	Fes un picnic a la gespa

Fig. 13. Taula-resum del recorregut

Abans de començar es reparteixen 4 rols als membres de la família. Cadascun dels rols haurà d'assumir unes responsabilitats i complir unes funcions concretes dins l'equip. Aquests rols són:

- GUIA: Encarregat del mapa i de dirigir la ruta.
- JUTGE: Comprova que la resposta de les proves és la correcta a través del solucionari i fa el recompte de punts al final del recorregut.
- TRESORER: Custòdia els adhesius de la postal i els lliura a l'equip quan el jutge ho indica.
- MAPA: Custòdia el llibret i interacciona amb ell acomplint totes les tasques que es demanen.

La finalitat del joc és aconseguir la màxima puntuació possible donant la resposta correcta a les diferents proves. Com a colofó final es proposa que la postal obtinguda s'envie a un familiar o amic, de manera que funcione com a promoció de la ciutat.

### 5.1.3. Llibre d'activitats

El llibre d'activitats suposa el gros del present projecte, i el seu desenvolupament va suposar tot un repte en sentits de distribució del contingut, paral·lelisme entre la tipologia de la ciutat i el producte i introducció de la interacció física com a mètode de captació d'atenció en els menuts. A més, es van haver de tindre en compte limitacions per l'ús de la tècnica de risografia i per la necessitat de què l'objecte fora el més pràctic possible per transportar.

En primer lloc, la intenció era desenvolupar un llibre de 12 pàgines, però després de definir la ruta i veure que consistia en 10 punts es va decidir ampliar a 16 pàgines, per facilitar la tasca compositiva.

Els elements d'interacció es van haver de simplificar el màxim possible, de manera que van quedar reduïts a:

- Una pàgina amb solapa que ocultava una pista de la prova (Mercat Central).
- Un marca pàgines extraïble que deixava una de les pàgines reduïdes a la meitat i funcionava com a metàfora amb la façana de La Estrecha.
- L'ús d'adhesius per completar el recorregut, distribuir els rols o crear nous personatges en la prova de dibuix lliure.
- Apartats d'escriptura per a les respostes a les proves.

Per a aquesta tasca de distribució i planificació de la maquetació digital es va realitzar un prototip físic per tal de veure d'una manera física i entendre l'organització partint de la imposició<sup>7</sup> real d'impremta. Sobretot de cara a la creació de la solapa.

La idea inicial del llibre d'activitats es basava en una doble pàgina per cada prova (a excepció d'algunes dobles pàgines que combinaven dues proves) amb el text alineat a l'esquerra i blocs a tot color per tal de destacar cada prova. Després d'algunes proves al taller de risografia es va comprovar que per causa del característic efecte de la risografia, la taca de tinta no era gens uniforme i produïa unes formes que no eren acords a l'estètica del projecte. Per aquest motiu, es va haver de fer un canvi significatiu en la maquetació del document eliminant totes les pàgines amb bloc de tinta. Invertint-les totalment per deixar el fons blanc i que fora el mateix text i les il·lustracions les que omplien i equilibraven l'espai.

Per últim, va suposar un repte també la planificació dels elements externs perquè foren la menor quantitat possible i aparegueren agrupats sense perill

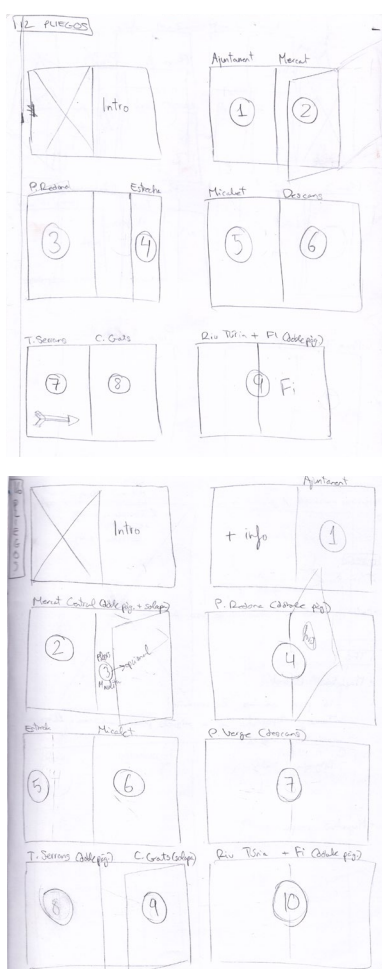


Fig. 14. Esbós inicial distribució pàgines interiors (12 i 16 pàgines)

<sup>7</sup>Imposició. Col·locació del paper en la posició correcta perquè quan s'imprimisca i es doblen els plecs donen com a resultat l'ordre oportú. (Wiki de impremta, 2017)

de pèrdua o incomoditat a l'hora de transportar.

Encara que es va contemplar l'opció d'introduir alguns elements de manera grapada entre les pàgines interiors finalment, es va decidir la implementació manual d'una butxaca a la part de darrere de la portada que recollira tots els elements i no interferira en el desenvolupament de l'activitat.

## 5.2. TEST (PROVA DEL FORMAT)

Per tal d'assegurar el correcte funcionament de la dinàmica del joc en el nostre públic objectiu i la correcta funcionalitat del prototip físic (jugabilitat, comoditat, adequació del format, errors...), es va dur a terme una prova del recorregut amb un prototip provisional del joc.

### 5.2.1. Contingut de la prova i grup d'usuaris

El testatge es va realitzar amb una família de la Comunitat Valenciana externa a la ciutat de València. Segons l'enquesta realitzada i analitzada anteriorment, vam extreure la conclusió de què dins de la gran varietat familiar que hi existeix, la mitja es situava en unitat familiar de quatre membres: dos adults i dos infants.

És per això, que es va fer una cerca i, finalment, els components del grup van ser dos adults de 50 i 56 anys, una adolescent de disset anys i un xiquet de vuit anys.

Es va imprimir una còpia del prototip amb impressió digital i es van proporcionar tots els elements necessaris per a dur a terme la prova de principi a fi: llibre, adhesius de rols, adhesius de taulells, postal, solucionari, mapa i instruccions. Encara sense el sistema de butxaca interior.



Fig. 15. Família llegint les instruccions i fent el repartiment de rols per donar inici al joc.

### 5.2.2. Desenvolupament de la prova

La prova es va dur a terme un dissabte a partir de les 12 del migdia. Després de l'arribada de la família es va procedir a l'inici del testatge: primer, es va proporcionar a la corresponent família tot el material necessari i, sense cap classe d'explicació, es va donar inici al joc. Una vegada iniciat el cronòmetre per tal de comprovar la duració del recorregut, la família va donar principi a l'experiència amb la lectura de les instruccions com a primer pas.

La idea era que el joc funcionara i s'entenguera per si mateix, de manera que la funció de l'equip creatiu en aquesta prova, era únicament observació, fotografia de la prova i resolució de dubtes en cas d'haver-hi.



Fig. 16. Família resolent una de les proves.



Fig. 17. Usuari principal del joc en un dels punts de la ruta (Casa dels gats)

### **5.2.3. Conclusions a partir de la prova i canvis aplicats**

La finalitat era comprovar la duració del recorregut i la seua efectivitat, així com detectar errors en la redacció del contingut o en la seua dinàmica o trobar elements menys interessants o prescindibles.

Durant la prova, es van extreure conclusions de cara a la millora del joc en relació a aspectes tant de contingut com d'optimització del disseny: redacció, equilibri entre text i imatges, comoditat del format, comprovació de mides i adequació del format...

Més concretament, es van dur a terme els següents canvis:

— Pel que fa a les instruccions es va arribar a la conclusió de reduir la quantitat de text el màxim possible (sense obviar informació important per al desenvolupament de la prova) i, a més, introduir símbols per tal de fer-les més amenes i visuals

— En el mapa es va optar per unir els punts de la ruta amb una línia, per tal d'indicar els carrers concrets pels quals s'ha de fer el recorregut, de manera que evitava confusions a l'hora d'ubicar-se o arribar d'un punt a l'altre.

— Es va optar per reduir de mida tots els elements externs al llibret d'activitats, per ser més manejables i per adaptar-se millor a la mida de la butxaca interna del llibret

— En la prova núm. 1 (Ajuntament) vam comprovar que existien 12 casetes de flors. Donat que una de les 13 no era realment una caseta de flors sinó, una parada de Tourist Info.

— En la prova núm. 4 (Plaça Redona) es va decidir reformular el text per tal de fer al·lusió a terra, que és on es troba la resposta.

— En la prova núm. 5 (La Estrecha) es va optar per reformular la pregunta que s'havia de respondre. Ja que inicialment feia al·lusió al color de la façana, però al ser un color que donava lloc a confusions, es va decidir que la pregunta consistiria a anotar l'amplària de la façana.

- En la prova núm. 8 (Torres de Serrans) es va especificar per quin carrer exactament havien de continuar la ruta per tal de veure la senyalística indicada i es va canviar la resposta correcta després de trobar un nou senyal amb la qual no es contava.

- En la prova núm. 9 (Casa dels gats) es va reformular la informació per tal de deixar clar que havien d'inventar ells els mateixos noms dels gats i que no estaven escrits a la façana.



- En la prova núm. 10 (Jardí del Túria) es va procedir a eliminar la proposta final de recórrer el riu de principi a fi per ser poc realista i ser una informació irrellevant.

- Estèticament, el testatge va donar claus per tal d'optimitzar la maquetació, de manera que es va poder veure que el text era massa gran en relació amb l'espai i es va optar per reduir-lo permetent una composició més espaiada.

En general, la prova va ser un èxit pel que fa a:

- Temps de duració del recorregut: aproximadament dues hores.
- Comprensió de la dinàmica: instruccions denses visualment però clares.
- Densitat del joc: Segons els integrants no va resultar gens pesat.
- Dificultat de les proves: No va haver cap prova impossible de resoldre i quan no era correcta era per una qüestió de poca observació.
- Interés del públic objectiu: El repte principal era el xiquet més petit (vuit anys), el qual va anar interessant-se cada vegada més pel joc a mesura que avançaven les proves. També, tant l'adolescent de 17 com els adults, van resultar interessats en la dinàmica del joc.

La fase de prova va ser crucial pel que fa a la definició del joc. Va ser la manera més directa i efectiva de comprovar l'adequació d'aquest i va significar una millora considerable en el projecte, resolent dubtes que no eren possibles de resoldre d'altra manera, a més d'assegurar la viabilitat real del projecte.

## 6. PROTOTIP FINAL

Després del desenvolupament del prototip provisional i el testatge es va dur a terme la modificació dels elements basant-se en les conclusions extretes i es va procedir a l'art finalització i preparació del prototip definitiu.

El prototip final consisteix en una edició de Correcarrers que consta dels cinc primers districtes de la ciutat de València (Ciutat Vella, L'Eixample, Extramurs, Campanar i La Saïdia). D'aquests, el present projecte és el desenvolupament i elaboració del prototip físic del primer districte (Correcarrers: Ciutat Vella).

### 6.1. MATERIALS I TÈCNIQUES UTILITZADES

La tècnica elegida per a la impressió dels prototips finals va ser la Risografia. Aquesta tècnica, nascuda en 1958 per part d'una empresa japonesa (Riso) va fusionar la impressió manual amb la digital, permetent imprimir grans quantitats de còpies amb un aspecte artesanal i imperfecte propi de les tècniques d'estampació tradicional (Bendandi & Bogoni, 2018).

La varietat de colors de la risografia pot anar des de 21 colors estàndard fins a 50 colors personalitzats que no estan dins del sistema Pantone (naixen



Fig. 18. Logotip de la companyia oficial RISO. (Riso Iberica, 2021)



Fig. 19. Exemple de carta de color de l'estudi de risografia Hurrikan al 2015. Extret de «Risografia, el arte de las duplicadoras». (Bendandi & Bogoni, 2018).

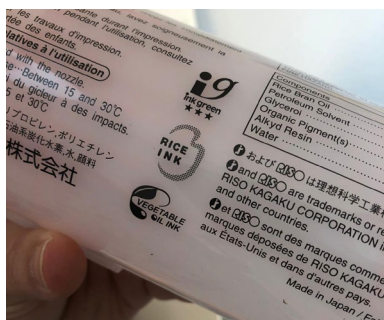


Fig. 20. Un dels cartutxos de tinta utilitzat durant el procés a Tutiplén Press RISO.

de les combinacions de colors estàndard) (Bendandi & Bogoni, 2018, p.9). La possibilitat d'utilitzar els colors depèn de cada estudi de risografia, el qual proporcionarà els colors dels quals dispose.

En aquest projecte, el prototip ha sigut imprès en el taller de Risografia Tutiplén Press Riso on el model d'impressora utilitzada fou RISO EZ 570E i on es disposa de les següents tintes: negre (Pantone Process Black U), groc (Pantone Yellow U), blau (Pantone 3005U), taronja fluor (Pantone 805U) i verd blavós (Pantone 321U). Es va demanar una tirada de 10 exemplars.

### 6.1.1. Avantatges<sup>8</sup> de l'ús de la risografia entorn del projecte

És conegut per molts que la risografia proporciona un acabat únic i artesanal que atrau els més seguidors del que és analògic. Però aquesta tècnica proporciona molts més avantatges dels que es veuen a simple vista:

— **L'ús de tintes ecològiques.** La risografia és una tecnologia puntera en la impressió respectuosa amb el medi ambient. Utilitza tintes d'olis naturals (normalment de soia o arròs) i tenen base d'aigua i altres olis naturals que contenen menys concentració de compostos volàtils (COV) i emeten menys substàncies tòxiques. (Bendandi & Bogoni, 2018, p.9) En aquest projecte, les tintes emprades per a la impressió del prototip eren tintes d'oli de fibra d'arròs.

— **Eficiència de cost.** La rapidesa de la maquinària per obtenir les còpies (fins a 130 còpies per minut) i l'ús de tintes físiques que no requereixen calor per fixar-les fa que l'estalvi energètic siga major i, per tant, més econòmic (Bendandi & Bogoni, 2018, p.10).

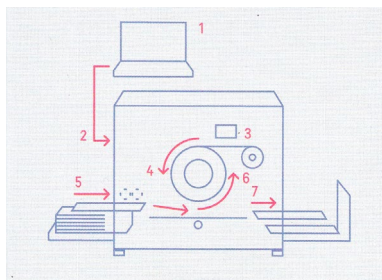
— **Autenticitat i originalitat de cada còpia.** La risografia es caracteritza per perdre el registre<sup>9</sup> i provocar descases tant naturals com provocats. Açò, que podria parèixer un error és part de l'encant de la tècnica i permet a l'artista experimentar a més que fa que cada còpia siga 100 % original.

— **Colors vius i vibrants.** Les tintes de risografia són de colors molt vius i vibrants que, a més, juguen amb l'opacitat, ja que no són tintes totalment opaques i la variació de l'opacitat d'aquestes permet crear combinacions de colors que en creen de nous.

— **Forma de treball 360 (completa).** Des del punt de vista del procés de treball, si bé és més costós, permet que el dissenyador siga part de tot el

<sup>8</sup> BENDANDI, L., & BOGONI, L. (2018). *Risografia: El Nuevo Espíritu de la Impresión* (1.a ed.). Editorial Gustavo Gili.

<sup>9</sup>Registre. Coincidència exacta entre les impressions dels diferents colors en un treball d'impremta de més d'una tinta. (*Diccionari Normatiu Valencià*, 2021).



**Fig. 21.** Funcionament de la duplicadora RISO. Extret de «Risografía, el arte de las duplicadoras.» (Bendandi & Bogoni, 2018)



**Fig. 22.** Zona segura d'impressió en risografia. Extret de «Guia RISO», a Tuti-plén Press Riso.

procés, s'involucra en la preparació dels arxius correctament, imprimeix, i adapta el disseny a les característiques i problemàtiques que pugua obtenir.

### 6.1.2. Art finalització per a risografia

La risografia funciona d'una manera semblant a la serigrafia. Es prepara l'arxiu en digital, es divideix per tintes, es passa a escala de grisos i es procedeix a enviar a la impressora a través de l'ordinador. És ell mateix el que s'encarrega de traslladar el motiu enviat al tambor de tinta on es crea el màster termo gràfic. Aquest, funciona a mode de pantalla (similar al que es fa en serigrafia mitjançant l'emulsió) i crea una pel·lícula de resina de polièster adherida a un paper fi i fibrós que posteriorment deixa passar la tinta pels llocs corresponents per crear la figura enviada per ordinador (Bendandi & Bogoni, 2018).

En primer lloc, es van haver d'adequar tots els elements tenint en compte la zona segura d'impressió de manera que en alguns casos, després d'haver fet les proves corresponents al taller, es va haver de reorganitzar la maquetació de certes pàgines per tal de no tindre problemes de talls de tinta.

A més, la separació de tintes pròpia de la risografia va alentir el procés, ja que s'havia de produir dos documents per cada element a imprimir, un amb els elements de la tinta taronja i un altre amb els elements de la tinta blava.

Respecte als factors principals que s'han tingut en compte de cara a l'art finalització en risografia cal destacar la separació de les tintes en els arxius finals, la utilització del negre registre i l'opacitat al 100 % en el tractament de textos, així com l'adequació a la zona segura d'impressió.

Aquesta art finalització va ser prou duradora i intensa a causa de la quantitat d'elements i de factors a tindre en compte per a una impressió correcta. S'adjunten els documents d'art final corresponent a l'Annex 7.

### 6.1.3. La Risografia com a base del present projecte

La intenció inicial del projecte era mantenir-lo el més ecològic possible atenent a l'actual situació d'emergència climàtica. Una producció que està destinada a fer-se en massa ha d'intentar ser el més respectuós amb el medi ambient possible.

L'acabat autèntic i artesanal concorda molt bé amb els valors del projecte, que reivindica l'autenticitat i el suport a la cultura autòctona així com dels comerços locals i de gran història que formen part de la nostra identitat.

L'ús de colors vibrants i brillants i la possibilitat d'utilitzar colors fluor li proporciona un estil actualitzat i modern, el qual no es volia abandonar pel fet de crear un projecte que també poguera arribar a ser llibre-objecte per als interessats en el disseny, tenint en compte també el resultat tàctil que proporciona.

La forma de treball de la risografia aportava a l'experiència de produir aquest projecte un component d'experimentació i d'ús de noves metodologies de disseny.

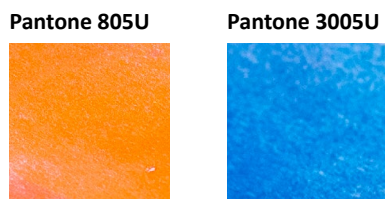


Fig. 23. Paleta cromàtica del projecte.

**ABC Favorit Bold**  
 AaBbCcDdEeliFfGgHhIiJjKkLl-  
 MmNnÑñOoPpQqRrSsTtUu-  
 VvWwXxYyZz  
 1234567890ÀÁààÊËëëÍÍÒòóóÚú

ABC Favorit Book  
 AaBbCcDdEeliFfGgHhIiJjKkLlMmN-  
 nÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
 1234567890ÀÁààÊËëëÍÍÒòóóÚú

Fig. 24. Tipografies interiors. ABC Favorit Bold (títols) i ABC Favorit Book. (Text regular)

## 6.2. IMATGE GRÀFICA DEL PROTOTIP

La informació relativa a la imatge gràfica s'ha especificat d'acord amb els paràmetres proporcionats per Abel Sebastià, company del projecte i encarregat del desenvolupament de la identitat visual i les il·lustracions.

Totes aquestes funcions han sigut desenvolupades i portades a terme en la seua part del projecte i queden reflectides extensament en el seu document corresponent: **Correcarrers (I): Disseny d'identitat visual d'una guia turística didàctica.**

### 6.2.1. Color

Pel que fa al color, la limitació a la qual estava sotmés el projecte per l'ús de la tècnica de la risografia, va significar una agilització del procés de decisió cromàtica.

D'acord amb les tintes disponibles que hem comentat anteriorment es va decidir que el color principal seria taronja fluor (Pantone 805U) i el color secundari corresponent al districte de Ciutat Vella seria el color blau (Pantone 3005U). La idea era que cada districte de la primera edició de *Correcarrers* (Ciutat Vella, L'Eixample, Extramurs, Campanar i La Saïdia) matinga un color comú (taronja fluor) i varíe el color secundari.

La decisió d'utilitzar únicament dues tintes, feia el projecte més econòmic, sostenible i ens permetia simplificar i donar una unificació major al projecte. També ajudava a definir la paleta cromàtica general, que finalment quedaria reduïda a sis colors, sent un d'ells comú per a tots els districtes de la primera edició de *Correcarrers*.

### 6.2.2. Il·lustracions

La forma de les il·lustracions està basada en els diferents elements i motius del taulell valencià, de manera que totes les il·lustracions utilitzades en el prototip parteixen de les formes bàsiques del taulell valencià i són obra d'Abel Sebastià (company del grau i del projecte present).

### 6.2.3. Tipografia i recursos

La tipografia utilitzada en els interiors del llibre i tots els seus elements és la ABC Favorit (bold i regular).

Les mides establertes són 44pts per als títols principals (bold), 18pts per als subtítols (book) i 11pts per al text regular (book).

S'havia de tenir en compte la combinació entre joc infantil i objecte de disseny, per això mateix es va elegir una tipografia sense serifs amb motius diferencials i molt actuals que funcionen bé tant en mides grans com xicotetes i facilitaren la lectura als més menuts. La mida i l'elecció *sans-serif*<sup>10</sup> de la

1 Proves obligatòries o de resposta tancada

1 Proves opcionals o de resposta oberta

Fig. 25. Jerarquia de numeració: proves obligatòries i opcionals.

<sup>10</sup>*Sans-serif*. De pal sec. En tipografia, qualsevol font que manca de remats. (*Glosariografico.com*, 2021)



Fig. 26. Prototip final. Llibre d'activitats.



Fig. 27. Prototip final. Double pàgina interior amb interacció física (marca pàgines arrancable)



Fig. 28. Prototip final. Mapa.

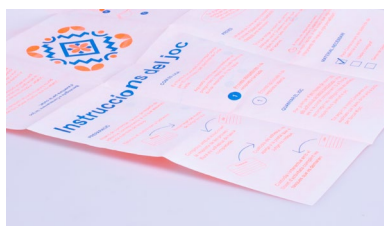


Fig. 29. Prototip final. Detall instruccions



Fig. 30. Prototip final. Solucionari i postal.

tipografia va ser crucial a l'hora de donar suport a la llegibilitat i a la perfecta comprensió per part del públic objectiu.

Per tal de diferenciar les proves amb resposta tancada de les proves amb resposta oberta (i, per tant, opcionals) es va optar per formular una jerarquia de numeració en la qual les proves obligatòries s'identifiquen amb el cercle complet i les opcionals o de resposta oberta amb el contorn. Aquest recurs permet entendre d'una manera més visual el recorregut.

### 6.3. ESPECIFICACIONS TÈCNIQUES

- Llibre d'activitats (interiors): A5 (22 pàgines: 16 pàgines estàndard + 6 en solapa), paper de 90g.
- Llibre d'activitats (coberta): A5, paper de 200g Rough.
- Postal: 16.5 x 12 cm, paper de 190g.
- Adhesius postal: 16,5 x 12 cm, paper adhesiu (únic gramaje<sup>11</sup>).
- Adhesius rols: 16,5 x 12 cm, paper adhesiu (únic gramaje).
- Adhesius taulell: 12 x 12 cm, paper adhesiu (únic gramaje)
- Solucionari: 14,8 x 10.5 cm, paper de 190g.
- Mapa i instruccions: A3, paper de 90g.
- Funda: A3, paper de 300gr aquarel·la.

Cal destacar que tots els papers utilitzats per a la impressió en risografia han sigut extrets de boscs protegits.

### 6.4. COMPONENTS FINALS I PRODUCCIÓ DELS MATEIXOS

#### 6.4.1. Llibre d'activitats

Recull el gros del treball. A través d'un llenguatge amable i d'una manera narrativa guia a l'equip pels punts de la ruta.

Finalment, el llibre compta amb un total de 22 pàgines i una butxaca interior. 16 d'aquestes pàgines van ser impreses de manera estàndard i les 6 restants van ser impreses a part en un A3, ja que es tractaven de les pàgines corresponents a la solapa interior i les pàgines que coincidien segons la imposició d'impremta. Per tal d'aprofitar i optimitzar els recursos de risografia es va optar per fer una tirada de 10 exemplars.

#### 6.4.2. Mapa i instruccions

El mapa indica el recorregut a través d'una línia i els respectius punts. A més, inclou a la part de darrere unes instruccions que combinen text amb iconografia per tal d'agilitzar aquest procés de lectura.

<sup>11</sup>Gramatge. Pes per unitat de superfície, expressada en grams per metre quadrat, d'un cos en forma de làmina o pel·lícula. (*Diccionari Normatiu Valencià*, 2021)

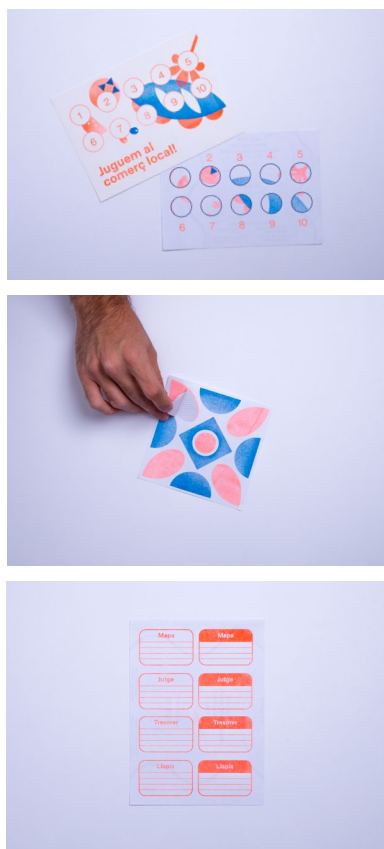


Fig.31. Prototip final. Adhesius

#### 6.4.3. Solucionari

Postal que conté les respostes a les proves obligatòries del joc.

#### 6.4.4. Postal

Nexe comú del joc. On els participants deixen constància de la superació de les proves mitjançant els adhesius que es van lliurar durant el recorregut fins a completar la imatge final.

#### 6.4.5. Adhesius

Existeixen 3 tipus d'adhesius amb funcions diferents:

— **Adhesius de rols.** Deixen clar visualment quina funció correspon a cada membre de l'equip.

— **Adhesius per a la postal.** Un per cada resposta correcta. Completen la imatge de la postal.

— **Adhesius en forma de taulell valencià.** S'utilitzen en una de les proves lliures (Plaça de la Verge). Els participants poden utilitzar-les per a crear els seus propis dibuixos.

#### 6.4.6. Funda

La funda es va dur a terme en un paper de 300 g per què fora prou rígid per a recollir cinc llibres d'activitats dels cinc primers districtes de la ciutat. Es va optar per fer a una tinta (taronja fluor), ja que és el color comú de l'edició. A l'interior es va situar el logotip de Correcarrers ampliat a manera de fons decoratiu. Compta amb un encuny a la part davantera per tal de veure el taulell de l'interior.

Totes les fotografies relatives a la producció final del present projecte s'adjunten en l'Annex 5.

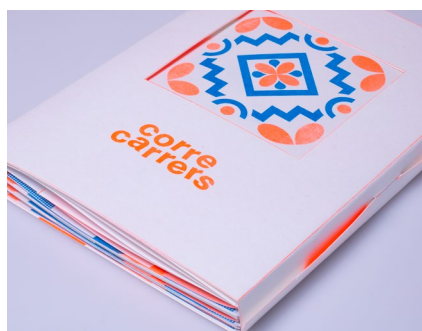


Fig. 32. Prototip final. Funda amb llibret a l'interior



Fig. 33. Prototip final. Funda (interior)



Fig. 34. Prototip final. Funda (exterior)



Fig. 35. Prototip final. Pack Correcarrers (1a Edició)



Fig. 36. Prototip final. Mapa i elements.



Fig. 37. Prototip final. Detall composició interior (Mercat Central)



Fig. 38. Prototip final. Detall composició interior i marca pàgines





Fig. 39. Prototip final. Detall interiors amb interacció física (Plaça de la Verge)



Fig.40. Prototip final. Detall mapa



Fig.41. Prototip final. Pack complet.

## 7. PRESSUPOST

La intenció del projecte era aconseguir un producte el més sostenible i econòmic possible per tal de desenvolupar a gran escala. Per això mateix i per tal d'avaluar el cost que significaria la producció del mateix en un futur, s'ha elaborat el següent pressupost:

NOM	DESCRIPCIÓ	UNITATS	PREU	TOTAL
Risografia	Impressió en risografia del llibret d'activitats i tots els elements externs (Llibret, postal, mapa, adhesius rols, adhesius taulell, adhesius postal i solucionari)	10/element	200,00 €	200,00€
Material extra	Paper específic de 300 g per a l'elaboració de la funda	50	10,00€	10,00€
Prototip provisional	Impressió digital del prototip i els elements per al testatge	1/element	9,00€	9,00€
<b>SUBTOTAL</b>				<b>219,00€</b>

Fig.42. Taula pressupost.

D'aquesta manera podem observar que el cost de producció per cada unitat correspondria a vint euros, però, com s'ha comentat anteriorment, el fer una producció a gran escala reduiria el preu per unitat fins a complir l'objectiu pautat al *contrabriefing* de fer una producció amb un màxim de quinze euros per unitat.

## 8. CONCLUSIONS

Atenent a tot el contingut desenvolupat en el present document es procedeix a un anàlisi del projecte en termes de compliment d'objectius, resultats obtinguts i conseqüències directes.

El present projecte ha significat una aventura en tots els sentits de la paraula. No hi ha dubte que l'organització ha sigut clau per a desenvolupar el producte i fer els canvis corresponents en el temps requerit així com per a la producció del mateix en la tècnica ja comentada, que va suposar tot un repte al qual mai se'ns havia enfrontat.

La producció en risografia va complicar la producció, però sent un objectiu clau per al desenvolupament d'aquest producte (pel component ecològic i per l'acabat tan adequat que ens proporcionava) va motivar l'equip per complir els objectius marcats en el temps correcte. No es pot negar que ha sigut un aprenentatge exhaustiu en la tècnica de la risografia i en la preparació dels arxius corresponents.

Cal destacar que el producte obtingut amb aquest projecte és perfectament aplicable a gran escala, demostrant així que una producció ecològica i asequible és possible de cara a un futur més sostenible.

Pel que fa als objectius principals es pot dir que s'ha aconseguit una producció totalment analògica fora de les tendències actuals del mercat global. S'ha mantingut una interacció 100 % física per tal de fomentar pràctiques no digitals en edats primerenques a més de reivindicar l'artesania i el comerç local, just i de temporada.

Fent balanç d'aquest projecte no hi ha dubte que ha sigut positiu en molts aspectes. Professionalment parlant ha suposat un repte complert amb un resultat més que satisfactori que permet mostrar les habilitats adquirides durant el transcurs d'aquest grau i, especialment, durant aquest últim any.

En definitiva, aquest projecte conclou la nostra etapa educativa, obri la nostra etapa professional de la millor manera possible i esperem que tinga conseqüències directes en el nostre posterior desenvolupament laboral i professional.

## 9. REFERÈNCIES

Agencia de Marketing Online NeoAttack. (2020). *¿Qué es Contrabriefing y para qué sirve? - Neo Wiki*. NeoAttack. <<https://neoattack.com/neowiki/Contrabriefing/>>

Bendandi, L., & Bogoni, L. (2018). *Funcionament de la duplicadora RISO* [Fotografia]. Funcionament de la duplicadora RISO . Extret de «Risografía, el arte de las duplicadoras». (Bendandi & Bogoni, 2018).

Bendandi, L., & Bogoni, L. (2018). *Hurrikan Press Color Chart 2015* [Fotografia]. Hurrikan Press Color Chart 2015. Extret de «Risografía, el arte de las duplicadoras». (Bendandi & Bogoni, 2018).

Bendandi, L., & Bogoni, L. (2018). *Risografía: El Nuevo Espíritu de la Impresión* (1.a ed.). Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

*Diccionari normatiu valencià*. (s. d.). Diccionari normatiu valencià. Consultat el 30 de juny de 2021, de <<http://www.avl.gva.es/lexicval/>>

Drozd, K. (2020). *Expedino. Packaging for a board game* [Fotografia]. Expedino. Packaging for a board game. Consultat el 27 de juny de 2021, de <<https://www.behance.net/katyadrozd>>

Ecoaula.es. (2018). *Beneficios del aprendizaje a través del juego*. elEconomista.es. <<https://www.economista.es/ecoaula/noticias/8981365/03/18/Beneficios-del-aprendizaje-a-traves-del-juego.html>>

Gràffica. (2020). *Escuadrón Planeta, de Sara Sanz Gallén, 1r premio Acento G 2019* [Fotografia]. Escuadrón Planeta, de Sara Sanz Gallén, 1r premio Acento G 2019. <<https://graffica.info/concienciacion-medioambiental-y-diseno-escuadron-planeta-sara-sanz/>>

Gràffica. (s. d.). *Roba como un artista. El diario*. (Austin Kleon) [Fotografia]. Roba como un artista. El diario. <<https://graffica.info/tienda/roba-como-un-artista-el-diario/>>

Ludeña, J. A. (2021). *Buyer persona*. Economipedia. <<https://economipedia.com/definiciones/buyer-persona.html>>

Munari, B. (2016). *¿Cómo nacen los objetos?* Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

*Naming | Glosario gráfico.* (s. d.). Glosario Gráfico. Consultat l'1 de juliol de 2021, de <<http://glosariografico.com/naming>>

*Palo seco | Glosario gráfico.* (s. d.). Glosario Gráfico. Consultat l'1 de juliol de 2021, de <[http://glosariografico.com/palo\\_seco](http://glosariografico.com/palo_seco)>

Pavlick, B. (2021, 19 abril). *Practice* [Fotografia]. Practice. <<https://www.behance.net/gallery/117843879/Practice>>

Porto, J. P., & Merino, M. (2016). *Definición de briefing — Definicion.de. Definición.de.* <<https://definicion.de/briefing/>>

Porto, J. P., & Merino, M. (2017). *Definición de DOFA — Definicion.de. Definición.de.* <<https://definicion.de/dofa/>>

Punkt Design Studio. (2019). *Regionale Bulgaria* [Fotografia]. Regionale Bulgaria. <<https://www.punkt.bg/projects/regionale>>

Putos Modernos. (s. d.). *Guía de viaje millennial* (Putos Modernos) [Fotografia]. Guía de viaje millennial (Putos Modernos). <<https://putosmodernos.com/es/shop/guia-de-viaje-millennial>>

*¿Qué es la Imposición? Definición de Imposición.* (2017). Wiki de imprenta. <<https://imprenta.wiki/imposicion/>>

*Qué es un Moodboard, cómo crearlo y su aplicación en Design Thinking.* (2020). Design Thinking España. <<https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/que-es-moodboard-design-thinking>>

*Riso Ibérica.* (s. d.). Riso (Logotipo) [Gràfic]. Riso (Logotipo). <<https://www.risoiberica.es/>>

The Lego Foundation. (2017). *Aprendizaje a través del juego: Nuestra definición.* <[https://www.legofoundation.com/media/1432/learning-through-play-leaflet\\_lam-spanish-version.pdf](https://www.legofoundation.com/media/1432/learning-through-play-leaflet_lam-spanish-version.pdf)>

Tutiplén Press Riso (2021). *Zona segura d'impressió en risografia* [Gràfic]. Zona segura d'impressió en risografia. Extret de «Guia RISO» (Tutiplén Press Riso, 2021).

Victionary. (s. d.). *CITixFamily City Guide: Barcelona* [Fotografia]. CITixFamily City Guide: Barcelona. <<https://victionary.com/search?q=CITixfamily>>

## 10. FIGURES I TAULES

**Fig. 1.** Cronograma general utilitzant el sistema Diagrama de Gantt.

**Fig. 2.** DAFO.

**Fig. 3.** Taula-resum del *contrabriefing*.

**Fig. 4.** *Roba como un artista. El diario*. (Kleon, 2020.) Extreta de «Roba como un artista. El diario», a *Gràffica*.

**Fig. 5.** *Escuadrón Planeta*. (Sanz, 2019). Extreta de «Escuadrón Planeta, de Sara Sanz Gallén, 1r premio Acento G», a *Gràffica*.

**Fig. 6.** *Guía de viaje millennial*. (Putos modernos, 2021)

**Fig. 7.** *Barcelona CityxFamily*. (Victionary, 2017)

**Fig. 8.** *Regionale Bulgaria*. (Studio Punkt, 2019)

**Fig. 9.** *Practice*. (Pavlik, 2021)

**Fig. 10.** Taula dels tipus de famílies i les possibilitats de distribució de rols en el joc.

**Fig. 11.** Extracte de l'enquesta realitzada.

**Fig. 12.** Exemple de tauler a partir de la mateixa caixa del joc. *Expedino*. (Drozd, 2020). Extreta de «Packaging for a board game | Expedino», a *Behance*.

**Fig. 13.** Taula-resum del recorregut

**Fig. 14.** Esbós inicial distribució pàgines interiors (12 i 16 pàgines)

**Fig. 15.** Família llegint les instruccions i fent el repartiment de rols per donar inici al joc.

**Fig. 16.** Família resolent una de les proves.

**Fig. 17.** Usuari principal del joc en un dels punts de la ruta (Casa dels gats)

**Fig. 18.** Logotip de la companyia oficial RISO. (Riso Iberica, 2021)

**Fig. 19.** Exemple de carta de color de l'estudi de risografia Hurrikan al 2015. Extret de «Risografía, el arte de las duplicadoras». (Bendandi & Bogoni, 2018).

**Fig. 20.** Un dels cartutxos de tinta utilitzat durant el procés a Tutiplén Press RISO.

**Fig. 21.** Funcionament de la duplicadora RISO. Extret de «Risografía, el arte de las duplicadoras.» (Komurki, 2017)

**Fig. 22.** Zona segura d'impressió en risografia. Extret de «Guia RISO», a *Tutiplén Press Riso*.

**Fig. 23.** Paleta cromàtica del projecte.

**Fig. 24.** Tipografies interiors. ABC Favorit Bold (títols) i ABC Favorit Book. (Text regular)

**Fig. 25.** Jerarquia de numeració: proves obligatòries i opcionals.

**Fig. 26.** Prototip final. Llibre d'activitats.

**Fig. 27.** Prototip final. Doble pàgina interior amb interacció física (marca pà-

gines arrancable).

**Fig. 28.** Prototip final. Mapa.

**Fig. 29.** Prototip final. Detall instruccions.

**Fig. 30.** Prototip final. Solucionari i postal.

**Fig. 31.** Prototip final. Adhesius.

**Fig. 32.** Prototip final. Funda amb llibret a l'interior.

**Fig. 33.** Prototip final. Funda (interior).

**Fig. 34.** Prototip final. Funda (exterior).

**Fig. 35.** Prototip final. *Pack* Correcarrers (1a Edició)

**Fig. 36.** Prototip final. Mapa i elements.

**Fig. 37.** Prototip final. Detall composició interior (Mercat Central)

**Fig. 38.** Prototip final. Detall composició interior i marca pàgines

**Fig. 39.** Prototip final. Detall interiors amb interacció física (Plaça de la Verge)

**Fig. 40.** Prototip final. Detall mapa

**Fig. 41.** Prototip final. *Pack* complet.

**Fig. 42.** Taula pressupost

## 11. ANNEXOS

ANNEX1. Cronograma extens.

ANNEX2. Mapa posicionament competència.

ANNEX3. Anàlisi competència.

ANNEX4. Anàlisi i estratègia.

ANNEX5. Fotografies finals.

ANNEX6. Arts finals.