

Treball final de Grau
2014-2015

Eina, escola d'art
i disseny

Pol Pintó Fabregat

Tutores:
Pilar Gorriz
Laia Clos

A-creixement

0. Abstract

Català

A-creixement és un projecte que pretén generar una reflexió sobre l'estil de vida capitalista-consumista i les conseqüències ecològiques, socials i econòmiques que comporta.

El moviment té com a objectiu establir una nova relació d'equilibri entre l'ésser humà i la naturalesa, en contra del consum massiu no necessari i que qüestiona el progrés mal entès.

És un treball que neix de la disconformitat i la resistència, que lluita a favor de la insurrecció pacífica i en contra de la indiferència i que vol difondre de manera massiva la ideologia del moviment a través del disseny gràfic.

El procés de treball es realitza a partir de l'anàlisi del moviment, aprofundint en les seves bases i seleccionant els aspectes essencials per després plasmar-los en el resultat final, que es materialitzarà en una identitat pròpia aplicada a diversos suports de comunicació.

Castellano

A-Crecimiento es un proyecto que pretende generar una reflexión sobre el estilo de vida capitalista-consumista y las consecuencias ecológicas, sociales y económicas que supone.

El movimiento tiene como objetivo establecer una nueva relación de equilibrio entre el ser humano y la naturaleza, en contra del consumo masivo no necesario y que cuestiona el sistema de progreso actual.

Es un trabajo que nace de la disconformidad y la resistencia, que lucha a favor de la insurrección pacífica y en contra de la indiferencia y que quiere difundir de manera masiva la ideología del movimiento a través del diseño gráfico.

El proceso de trabajo se realiza a partir del análisis del movimiento, profundizando en sus bases y seleccionando los aspectos esenciales para plasmarlos en el resultado final, que se materializará en una identidad propia aplicada a diversos soportes de comunicación.

English

A-Growth is a project that aims to create a reflection on the capitalist lifestyle consumerism and environmental, social and economic consequences.

The movement aims to establish a new relationship between humans and nature, consumer against unnecessary and questioning the system of current progress.

It is a work born of dissatisfaction and resistance, battling for peaceful insurrection and against indifference and wants to massively disseminate the ideology of the movement through graphic design.

The working process is carried out based on the analysis of movement, deepening their bases and selecting the essential aspects to translate them into the final result, which will materialize in an identity applied to various media of communication.

Paraules clau

Simplicitat
Honstestat
Disconformitat
Societat
Reflexió
Identitat

Palabras clave

Simplicidad
Honestidad
Disconformidad
Sociedad
Reflexión
Identidad

Key words

Ease
Honesty
Disagreement
Society
Reflection
Identity

Índex

1	Introducció	4	4.4.3	Cartells presentació esdeveniments	66
1.1	Tema	5	4.5	Manifest	67
1.2	Context	7	4.6	Bosses	68
1.2.1	Context històric	8	4.7	Samarretes	69
1.3	Usuari	15	4.8	Postals	70
1.4	Objectius	15	4.9	Vinil	71
1.5	Repte	16	4.10	Web	72
1.6	Valors	16	4.10.1	Clips de vídeo	73
2	Procés de treball	17	4.11	Formats i marges	74
2.1	Plantejament inicial	19	4.11.1	Cartells	74
2.2	Recopilació de continguts	20	4.11.2	Manifest	75
2.3	Recerca	24	4.11.3	Retícula del manifest	76
2.4	Detecció del problema	26	5	Memòria productiva	77
2.5	Línies de treball	27	5.1	Cartells	79
2.6	Primeres proves	28	5.1.1	Cartells de denúncia	79
3	Anàlisi de referents	29	5.1.2	Cartells estripats	81
3.1	Activisme	31	5.1.3	Cartells símbol	82
3.2	Recursos	32	5.1.4	Cartells presentació del manifest	83
3.2.1	Fotografia	32	5.1.5	Cartells presentació del concert	85
3.2.2	Icones	34	5.2	Manifest	87
3.2.3	Stencil	35	5.2.1	Interior del manifest	88
3.2.4	Tipografia	41	5.3	Bosses	91
3.2.5	Il·lustració	45	5.4	Samarretes	92
3.3	Web	47	5.5	Postals	93
3.4	Conclusions	52	5.6	Web	94
4	Memòria descriptiva	53	5.6.1	Pantalla d'inici	94
4.1	Símbol	55	5.6.2	Interior web	95
4.1.1	Símbol amb "baseline" i web	56	6	Conclusions	99
4.2	Tipografia	57	7	Bibliografia	102
4.2.1	Destacats i titulars	57			
4.2.2	Recursos tipogràfics	59			
4.3	Color	62			
4.4	Cartells	63			
4.4.1	Cartells de denúncia	63			
4.4.2	Cartells estripats	64			
4.4.3	Cartells promocionals	65			

1

Introducció

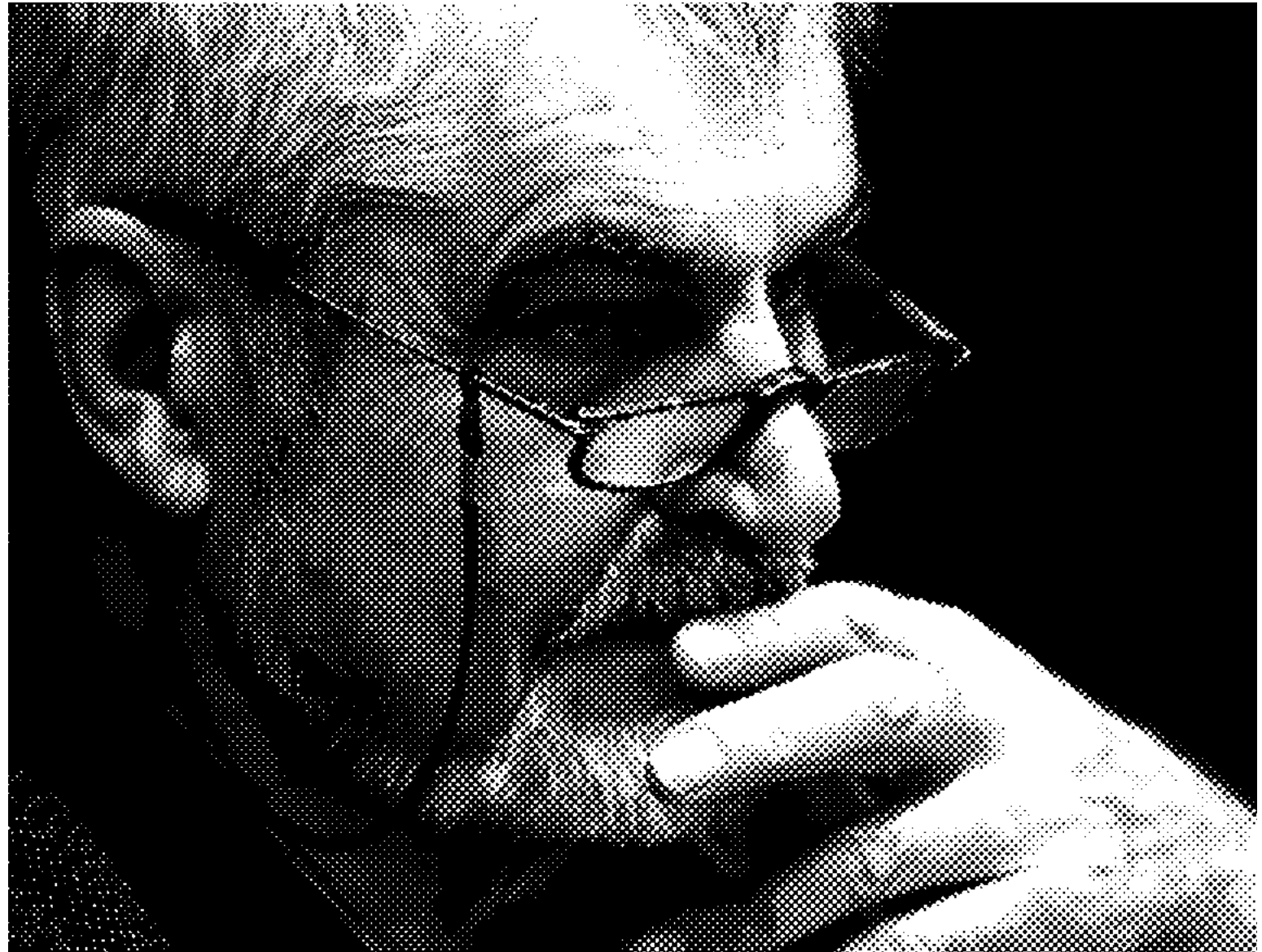
1.1 Tema

El projecte, planteja crear un sistema gràfic al servei d'una revolució social, l'a-crei-xement, a partir de diversos mitjans gràfics per a la seva posterior difusió.

Aquest és un moviment polític revolucionari, econòmic i social favorable a la disminució voluntària i reducció del consum pel consum, que rebutja el creixement econòmic sense control, que qüestiona el sistema capitalista on la felicitat es basa en la pertinença material descontrolada, innecessària i no sostenible.

Proposa solucions realistes, com per exemple seguir un estil de vida més simple per raons d'ecologisme, salut, justícia social, economia, etc.

És un moviment crític i reflexiu que va a l'arrel del problema, i que replanteja temes filosòfics com el temps i la felicitat de l'ésser humà.



Ramon Alcoberro i Pericay, filòsof i escriptor, descriu l'a-creixement de la següent manera:

"Sembla que el concepte del «decreixement» –o més estrictament, «decreixement sostenible»– fou proposat per B. Clémentin i V. Cheynet l'any 2001 com a resposta al concepte de «desenvolupament sostenible» que consideraven una idea perillosa i irrealitzable des del punt de vista ambiental. Però d'una manera més estricta, el decreixement és una teoria d'economia moral que es va articular a partir de l'any 2004 a través de la revista «LA DÉCROISSANCE» elaborada per un col·lectiu en què participaven, entre d'altres, Bruno Clémentin, Vincent Cheynet, Sophie Divry i Bruno Latour. Més que una teoria política o econòmica molt elaborada, el que unia aquest col·lectiu era la seva crítica de l'economia del creixement (que anomenaven «la religió del creixement») i la seva radical oposició a una concepció de l'activitat econòmica que valora la realitat només en termes quantitativs i resulta incapaç de pensar sobre l'impacte de l'ecologia en la societat. En paraules de Bruno

Latour es tractava de «descolonitzar l'imaginari» –i aquest continua essent un dels lemes del moviment decreixentista. (...) El decreixement insisteix en què cal un altre model d'economia no només per reduir les desigualtats i promocionar la justícia al món sinó també– tot i que això sovint no es digui tant en les versions més caricaturesques que sovintegen a la premsa convencional –perquè el model de capitalisme dominant fa que les classes populars acabïn resultant només una mena de micos d'imitació dels rics, copiant malament els seus aspectes més tronats, provocant un ànsia de consum forassenyada (finalment frustrant) i apropiant la creativitat de la gent, que són considerats només com a consumidors i no com a persones. L'antropòleg Alain Gras i el pintor Jean-Claude Besson-Girard (director de la revista 'Entropia') han insistit molt en aquest aspecte de substitució de l'imaginari tradicional per un imaginari tecnològic que bloqueja les subjectes acrítics i ens convenç de la impossibilitat de resistir a la tecnologia. (...) És una experiència molt habitual que, a partir d'una determi-

nada quantitat, una cosa bona (per exemple, els llibres llegits) es pot convertir en una nosa (n'hi ha tantes piles que no sabem ni on posar-los!). Pareto, el clàssic de la sociologia, havia explicat que a partir d'una certa quantitat l'augment quantitativ en la possessió d'un bé o d'un producte no produeix un augment paral·lel de felicitat o de benestar (sinó més aviat al contrari: 'més' deixa de significar 'millor'). Existeix en totes les coses humanes un 'òptim', a partir del qual l'ordre tendeix a convertir-se en desagregació i caos. El decreixentisme és, doncs, la constatació que cal prendre's seriosament la mateixa idea de límit i obrar en conseqüència en la vida quotidiana."

1.2 Context

La crisi que des de fa anys estem vivint ens ha obligat a replantejar-nos el sistema de creixement actual. Hem pres consciència del valor de les coses i de les necessitats reals.

El moviment pretén que aquesta reflexió obligada per les circumstàncies, esdevingui una convicció permanent. Ser conscients dels nostres actes i de les seves conseqüències, i retrobar-nos amb el valor de les coses simples, ben fetes i sostenibles.

El concepte "de-creixement" neix al voltant dels anys 60, basant-se en les idees d'Henri David Thoreau (1817-1862) i els seus pensaments anti-industrials.

També, la teoria de Nicholas Georgescu-Roegen sobre la bioeconomia forma part de les arrels del de-creixement, així com el llibre Els límits del creixement o la crítica d'Iván Illich en La convivencialitat.

El moviment comença a agafar força durant els anys 90 a França.

Un dels seus teòrics més importants, Serge Latouche, realitza publicacions entre el 1993 i el 2002 a la revista Silence. Poc temps després apareixen alguns partits polítics que agafen com a referent algunes d'aquestes publicacions pel seu programa.

Anys després arriba a Espanya on es popularitza i sorgeixen noves organitzacions, com L'entesa pel decreixement, a Catalunya. Es tracta d'un moviment extens però difús on manca un sistema de comunicació.

En les revolucions, el disseny gràfic esdevé una part important per tal d'involucrar a la població, a partir d'un llençatge directe i contundent.

Encara que trobem cartells, de reconeguts dissenyadors i artistes que han contribuït puntualment, pocs són els casos on s'evidenciï una imatge global de protesta i que identifiqui amb claredat qui hi ha al darrere. Aquest aspecte, en molts casos, queda diluït.

L'objectiu, doncs, serà difondre aquests missatges mitjançant un sistema d'identitat global, coordinat i reconeixible.

És important, fer-ne una gran difusió a partir de cartells, diaris, postals i intervencions gràfiques en l'àmbit urbà, de forma legal o il·legal i utilitzar diferents plataformes, com una pàgina web i una campanya viral.

1.2.1 Context històric

Les revolucions suposen un canvi en l'estructura de poder, marquen la manera de viure de les persones i són els punts claus d'inflexió al llarg de la història.

Els motius que les propicien solen ser les injustícies socials causades per un poder imperant que no respecta els drets fonamentals de l'individu i proposen canvis de tipus tecnològic, polític, social, ideològic, religiós, ètic, etc.



Quarto Stato Giuseppe.
Pellizza da Volpedo,
1902 (detall)

Revolució francesa

Durant el 1789 va tenir lloc a França un procés social i polític, en contra del règim opressor de la monarquia. Aquesta revolució va suposar l'èxit del poble empobrit, cansat de les injustícies sobre l'estat absolutista. Els símbols de la revolució eren l'escarapel·la tricolor, el barret de la llibertat i l'himne de "La marselesa".

En l'art, l'obra d'Eugène Delacroix La llibertat guiant al poble d'estil romànticista francès es troba carregada de simbolisme i dinamisme. La composició mostra l'actitud de combat al dirigir-se cap a l'espectador. La llum guia la mirada als eixos centrals de l'obra. Aquest quadre és una icona representativa de les revolucions perquè mostra clarament el protagonisme popular.

En la il·lustració, trobem diferents exemples de crítica satírica, utilitzada per a informar al públic analfabet sobre la realitat política contemporània, criticant amb humor i de manera clara, el sistema de classes socials.



La llibertat guiant el poble.
Eugène Delacroix,
1830 (detall)



A faut esperer qu'eu jeu la finira ben têt.
Carl Vinck, 1789

Revolució Rusa

El procés revolucionari, s'inicia el 1905, i culmina el 1917, constituint un dels fenòmens més importants del segle XX. Un imperi governat per un autòcrata, va ser transformat en la república federal socialista.

La propaganda d'aquella època tenia el deure d'informar a la població de la realitat segons diferents punts d'interès.

Van aparèixer, doncs, noves formes d'expressió que responien a noves necessitats polítiques. "Els carrers són els nostres pinzells, les places les nostres paletes"

—Vladímir Mayakovsky

Va ser una època en la qual es van imprimir milers de cartells, que van comptar amb la participació de nombrosos artistes com Gorkij, Meyerhold, Eisenstein, Malevitch, Tatlin, Kandinski, Chagall... Es tractava d'un tipus de cartell influenciat per l'art constructivista, basat en l'abstracció geomètrica, tant per la seva composició, amb línies diagonals marcades, com per la gamma cromàtica.



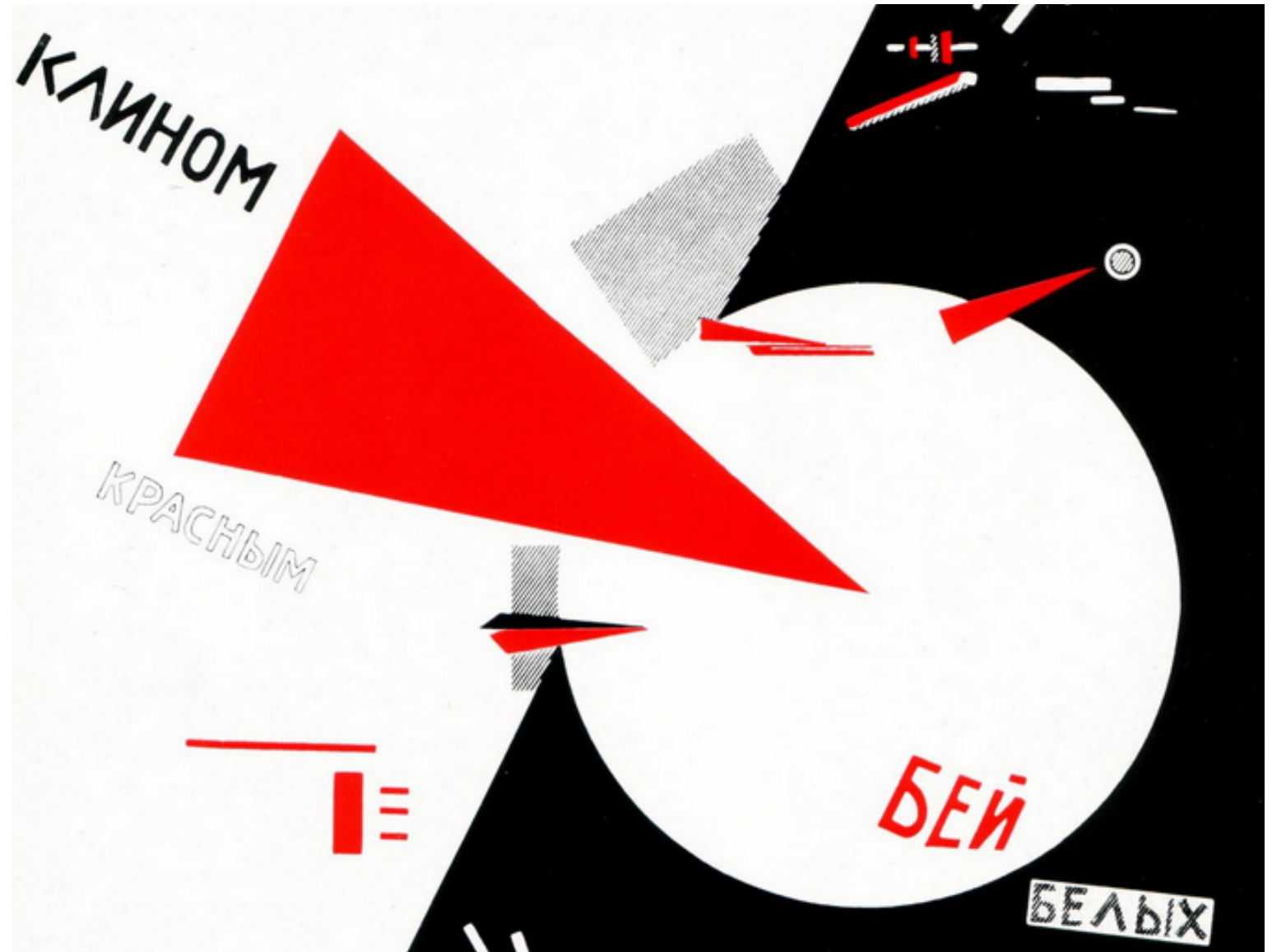
Ausstellung.
El lissitzky, 1929



Alexander Rodchenko,
1928

El constructivisme renuncià a l'estètica convencional, i la substitueix per línies i plans abstractes.

Afecta a totes les arts plàstiques, primordialment en l'estructura compositiva.



Manifest realista.
Vladimir Tatlin,
Kasimir Malevich
i El Lissitzky, 1920

Maig del 1968

Època de canvi polític i econòmic, augment de l'èxode rural i aparició de la societat de consum.

París es transforma en el punt àlgid de la revolució, quan els obrers i estudiants uneixen forces per combatre la societat de consum.

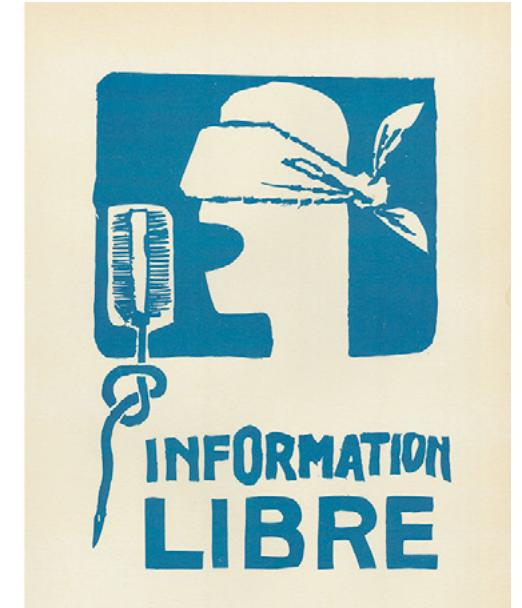
L'Escola de Belles Arts va crear tallers oberts per a fer una gran quantitat de cartells que enganxaven pels carrers. Aquests pòsters, produïts als tallers populars, es realitzaven principalment amb serigrafia, litografia o "stencil", per facilitar-ne la seva producció.

Aquestes limitacions tècniques van propiciar la creació de cartells més directes i amb més força comunicativa, i han estat referent de moltes protestes posteriors.





LA POLICE



Recull de pósters
del maig del 1968,
París

Moviment 15M

En un context de crisi econòmica que donà lloc a una crisi política, social, institucional i territorial, sorgeix el moviment 15M.

Dos anys més tard Stéphane Hessel publica ¡Indignaos!, assaig que esdevé tot un referent pels indignats.

A partir d'aquí es creen molts grups i pàgines en xarxes socials, com Democracia real ya que convoca una manifestació el dia 15 de maig.

El gran èxit del 15M va ser gràcies a les xarxes socials, donada la seva ràpida propagació. En algunes d'aquestes xarxes trobem lemes molt directes, com:

<<¡Tu salario y tu pensión no se defienden en el sillón!>>

<<No somos mercancía en manos de políticos y banqueros>>

<<El pueblo informa:

EL GOBIERNO perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor>>, etc.

"El 15M se convirtió en escenario repleto de mensajes y lemas desde la ciudadanía, muchos de ellos se siguen utilizando ligados a protestas y movimientos ciudadanos. Estrategias vinculadas a la resistencia desde las calles donde también se asoman algunas propuestas artísticas; aunque este sentido estético no es buscado, no ha dejado de ser objeto de estudio y reflexión. Nuevos mensajes desde el pueblo que reclaman y hacen visibles necesidades concretas: hacen visible lo invisible, o más bien, lo que "ellos" (mercado y Estado) quieren que permanezca en la sombra, escondido e imperceptible. En este orden de las cosas, encontramos cómo, en ocasiones, ciertas palabras o conceptos son (o intentan ser) desactivados para ser convertidos en "marca" o "símbolo" a su servicio."

—Noaz



"Agenda indignada"
Enrique Flores
Madrid, 2011

1.3 Usuari

El públic objectiu del projecte és tota aquella persona que, coneixent o no el moviment, senti inquietuds de caire social, cultural, econòmic o ecològic, i que vulgui prendre consciència dels problemes i solucions que aquest planteja.

Es contempla també un tipus d'usuari que desconegui totalment el moviment, per això disposarà, gràcies als diferents suports de comunicació que es proposen, de tota la informació necessària per a implicar-se.

Es pot fer un ús del contingut de manera col·lectiva, amb l'objectiu de dinamitzar el màxim nombre possible de població, generant un aprenentatge comú i una experiència enriquidora. Aquest ús col·lectiu té com a públic potencial, ateneus populars, assemblees de barri, conferències en universitats etc.

1.4 Objectius

"Esta mañana me he levantado, una vez más con la sensación de que muchas cosas no van bien. Y ya son demasiados los días, meses, e incluso años que tengo esa percepción. ¿Somos los ciudadanos conscientes de que nuestro mundo y nuestro país esta cada vez más gobernado por 'Simiocratas'?...¿Tenemos motivos? ¿Hay motivo para indignarnos?, demasiadas las preguntas sin responder, y un sinfín de problemas por resolver."
—Ofelio Serpa 2011

El propòsit principal del projecte és generar un sentiment crític i de reflexió en l'usuari, aproximar-lo a la realitat del problema, i que aquest prengui consciència del desastre mediambiental i estructural del sistema actual, per a que, posteriorment, es replanegi una nova manera de generar i consumir.

Aquesta presa de consciència, en la que es veurà implicat l'usuari, té lloc en el context socio-econòmic actual, per tant es plantejen solucions realistes a problemes reals.

Es pretén que, a llarg termini, canviï la consciència de la població, i es produeixi amb naturalitat.

Donada la urgència i la necessitat de canvi que aquest moviment planteja, es pretén, també, fer una difusió massiva per a donar-lo a conèixer.

Tal com s'esmentava anteriorment, i donada la vessant integradora del moviment, es pretén generar un ús dels continguts col·lectius, amb l'objectiu de generar un aprenentatge més complert i una reflexió més global en l'acte de generar i consumir.

Així doncs la difusió dels continguts disposa de diferents nivells d'informació, de la més bàsica a la més concreta.

Degut a les tesis del propi moviment, sobre l'economització de recursos, es plantegen solucions econòmiques i reals, sense que aquestes siguin un impediment en la seva realització. Aquest és un objectiu primordial que determina el projecte.

1.5 Repte

Situats en la fase inicial del projecte, sorgeix la necessitat d'extreure conclusions a tota la documentació recopilada.

Ha de comunicar, de manera sintètica, entenedora i per a tot tipus de públic, idees molt concretes, i ser capaç de generar una reflexió en l'usuari.

El format cartell, donada la seva efectivitat i rapidesa d'execució, resulta el més adequat per a introduir, en l'espectador, les bases del moviment.

En els cartells es poden observar una sèrie de dades preocupants, que evidencien els problemes mediambientals, econòmics o socials.

Aquesta tipologia de cartells ha de transmetre la urgència en la qual ens trobem, i fer-la pública, plantejant els problemes existents, i donant solucions realistes. Han d'expressar simplicitat, austeritat i rigorositat –pilars del moviment– envers l'excés sense control que ens envolta.

En ser un moviment que convidava a la reflexió amb un discurs molt sòlid, l'usuari disposa d'informació per a conèixer profundament les bases de la plataforma, a través d'un manifest format diari i d'un web on sempre s'el remet.

Cal generar un sistema que sigui coherent amb les premisses del moviment, és a dir que tingui el menor impacte possible en el medi ambient, però sense perdre efectivitat.

Es preveu que la majoria d'elements es trobin al carrer. Així doncs, la seva lectura serà ràpida i contundent.

La clau del projecte és donar coherència a una sèrie de textos, pensaments i dades, amb l'objectiu final de donar a conèixer el moviment i implementar-ho com a una forma de vida.

1.6 Valors

"La publicidad nos hace desear coches y ropas, tenemos empleos que odiamos para comprar mierda que no necesitamos. Somos los hijos malditos de la historia, desarraigados y sin objetivos. No hemos sufrido una gran guerra, ni una depresión. Nuestra guerra es la guerra espiritual, nuestra gran depresión es nuestra vida. Crecimos con la televisión que nos hizo creer que algún día seríamos millonarios, dioses del cine o estrellas del rock, pero no lo seremos y poco a poco lo entendemos, lo que hace que estemos muy cabreados."

–The Fight Club 1999

Així doncs, els valors principals del projecte són els següents:

- Simplicitat
- Rigorositat
- Compromís
- Solució
- Regeneració
- Sostenibilitat

Simplicitat i economia de recursos. Aprofitar aquestes limitacions voluntàries com a virtuts i característiques fonamentals en el sistema de comunicació.

2

Procés
de treball

2.1 Plantejament inicial

El punt inicial del treball és crear el sistema identitari per a un moviment revolucionari, capaç d'involucrar individus externs a ella.

S'observa gran quantitat de plataformes que es queden en una fase molt inicial. Són pocs els casos en els que hi ha un concepte i una unitat gràfica.

Cal decidir uns continguts clars, per diferenciar-se de la resta.

Es fa un llistat de temes a tenir en compte:

- Cultura
- Benestar social
- Creixement personal
- Economia
- Veracitat
- Transparència
- Simplicitat voluntària

Paral·lelament s'estudia la manera de plasmar tots aquests continguts.

Es decideix que en forma de cartells és el mitjà més adient, donada la seva immediatesa receptiva, productiva i de difusió.



Plantejament
inicial

Llistat
de temes

Recopilació
de continguts

Recerca

Detecció
del problema

Línies
de treball

Primeres
proves

2.2 Recopilació de continguts

S'analitzen els continguts del moviment per tal de tenir una total comprensió del mateix i tot el que comporta.

Això genera un procés natural en el qual s'adopta un estil de vida acord amb les seves bases.

Es procedeix a a recopilar totes les dades i textos necessaris per a desenvolupar el projecte.

Es programa un calendari per a dur a terme aquest treball.



Ken Garland, 2004

Plantejament
inicial

Recopilació
de continguts

Recerca

Detecció
del problema

Línies
de treball

Primeres
proves

Anàlisi

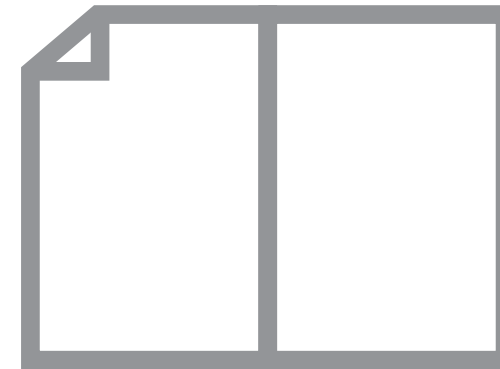
A causa de la quantitat d'informació recopilada, neix la necessitat de crear un nivell de lectura més profunda i pausada, amb l'objectiu d'aprofundir continguts i generar interès.

Es decideix crear un manifest en format diari on poder agrupar la informació més rellevant del moviment.

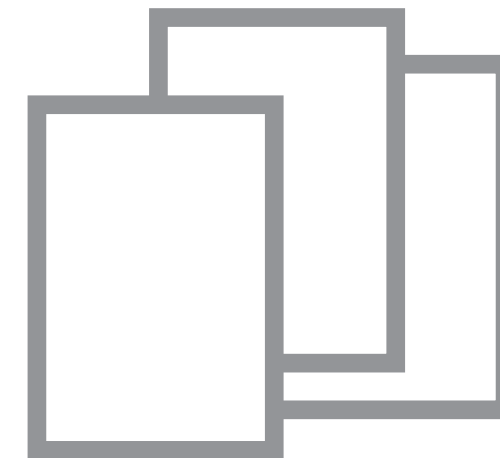
Una introducció, el manifest, i una sèrie de dades preocupants sobre l'actualitat.

Per ajudar a difondre encara més els continguts del moviment es decideix crear un esdeveniment de presentació del manifest.

Així neixen tres vies d'informació



Diari
Aprofundir
continguts

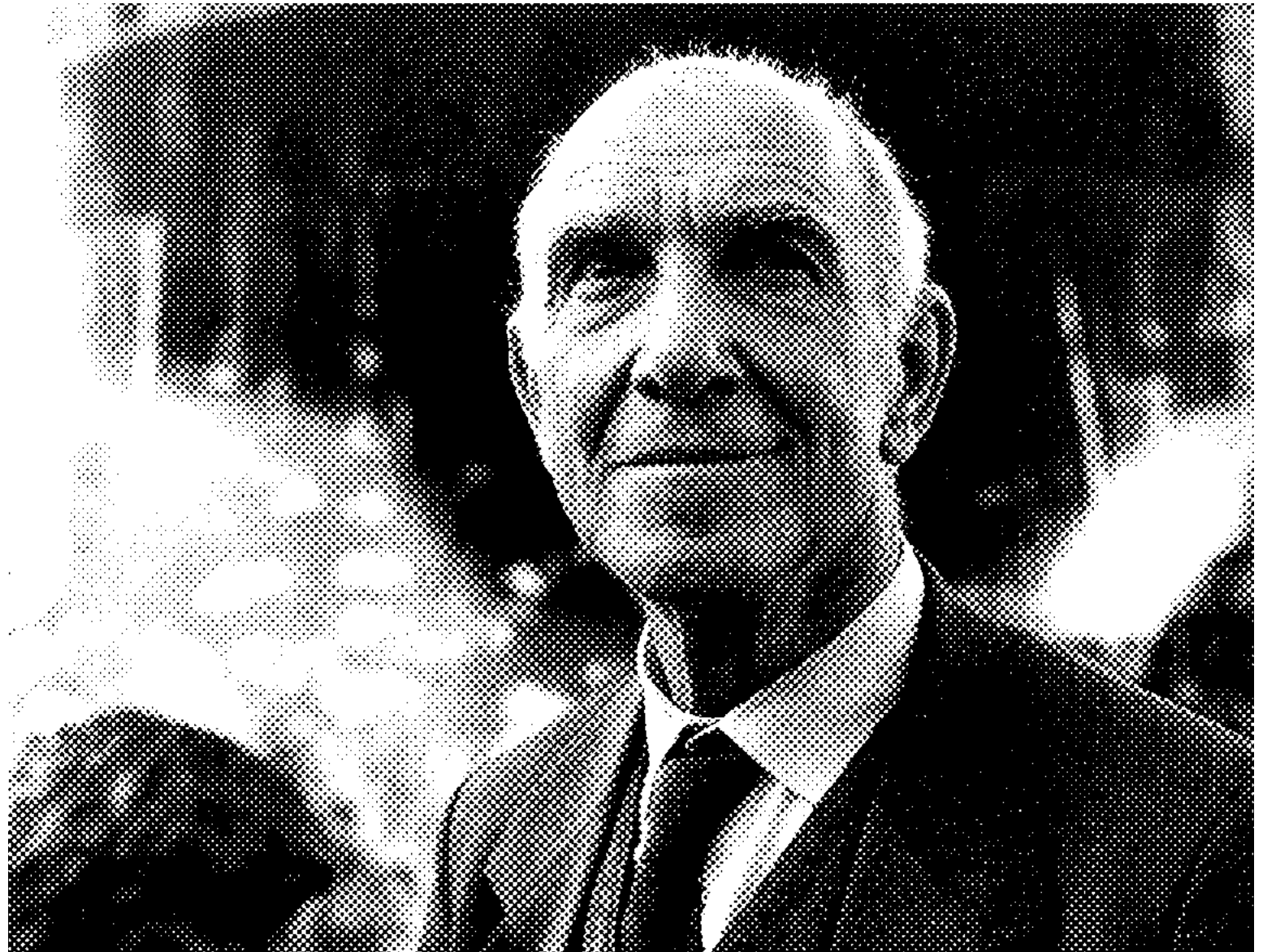


Cartells
Informació
bàsica
i puntual



Desenvolupament
de l'esdeveni-
ment

D'altra banda s'elabora un llistat de revolucions històriques, un de moviments revolucionaris actuals i un de grafistes interessants per la seva efectivitat i originalitat directament relacionats amb el disseny de protesta.



Stéphane Hessel,
2001

La producció de la gràfica reivindicativa acostuma a estar molt condicionada pel baix pressupost, que limita per exemple el número de tintes o la qualitat dels suports utilitzats per a la impressió.

Un altre aspecte és l'espontaneïtat, donat que el missatge està condicionat per la canviant situació socio-política.

La insistència i repetició de cartells fa que el missatge arribi a major número de públic, així com textos o lemes directes i simples.

Els cartells, per tant, són el suport perfecte per transmetre missatges concrets i no molt complexos lligats a fenòmens de masses.

Són de producció econòmica, es poden transportar amb molta facilitat i col·locar ràpidament.

La ràpida producció del cartell permet transmetre missatges d'urgència, i pot viatjar ràpidament en format digital.

Les samarretes o insígnies, són una bona opció, ja que identifiquen els ciutadans implicats alhora que es troben en moviment.

2.3 Recerca

Un cop analitzat profundament les bases del moviment, i d'altres de similars, s'elabora un llistat de temes importants que s'han de donar a conèixer.

Les 8R és un concepte creat per Serge Latouche.

1. Revaluar

Tracta de substituir els valors globals, consumistes i individualistes, per valors de cooperació, humanistes i locals.

2. Reconceptualitzar

Suficiència i simplicitat voluntàries.

3. Restructurar

Adaptar-se a la nova escala de valors.

4. Relocalitzar

Autosuficiència local.
Reduint el consum en transport.

5. Redistribuir

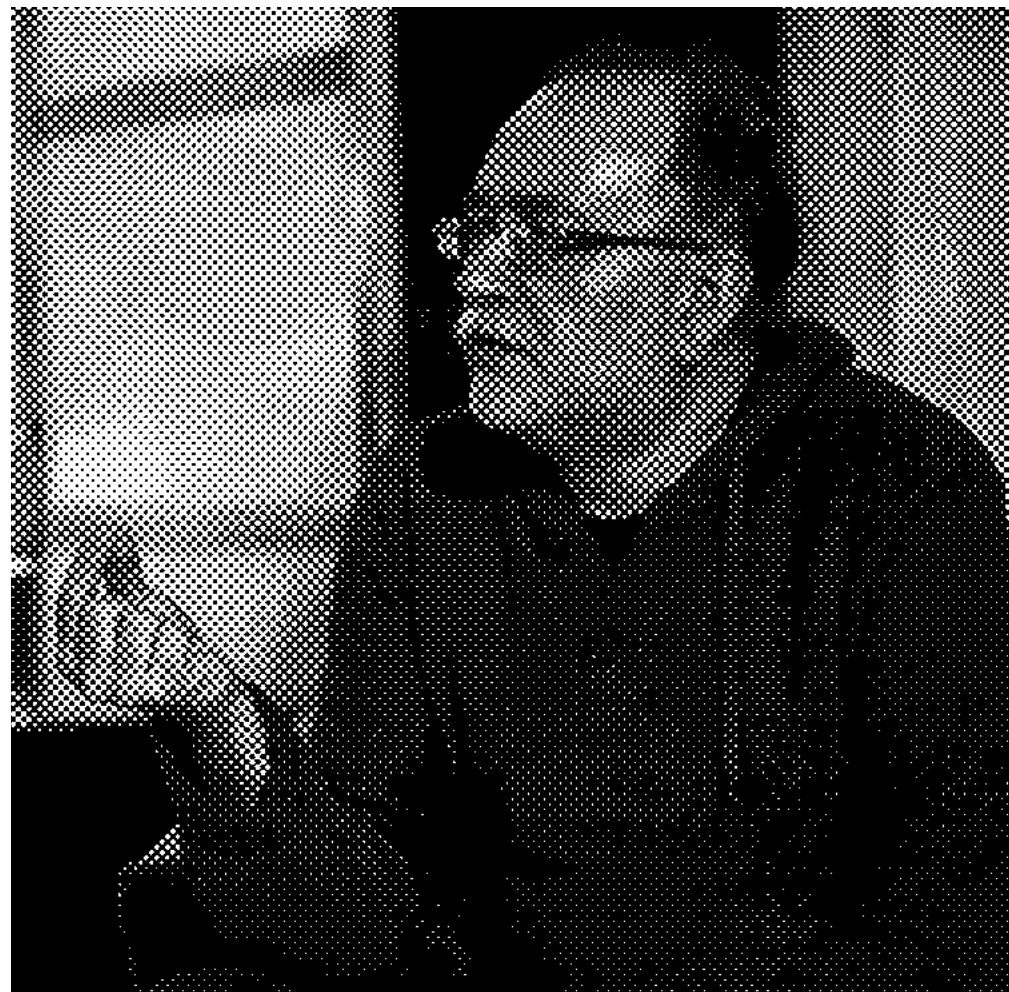
Equilibri de riquesa.

6. Reduir

Canvi d'estil de vida consumista, a un estil més simple.

7/8. Reutilitzar i Reciclar

Allargar la vida dels productes que utilitzem.



Carlos Taibo, 2003

Plantejament
inicial

Recopilació
de continguts

Recerca

Detecció
del problema

Línies
de treball

Primeres
probes

No només ha de semblar a-creixentista, ha de ser-ho. S'estudia la importància del factor econòmic, i com aconseguir un resultat final que no es vegi perjudicat per aquest fet.

La optimització de la producció resulta determinant. Es busca el suport i la tinta que tinguin el mínim impacte sobre el medi ambient. En aquest cas és un factor important, ja que pot determinar tota la base gràfica del projecte.

No només ha de ser econòmic de producció sinó que ha de generar el mínim impacte medio-ambiental.



2.4 Detecció del problema

L'anomenat Moviment de-creixentista, es proposa un canvi de nom, ja que transmet de manera errònia la voluntat del mateix. No es tracta d'anar enrere, sinó de no creure en el sistema de creixement insostenible actual.

Actualment el símbol del moviment és un cargol, utilitzat amb estils d'il·lustració i games cromàtiques diferents. Això evidencia una falta d'unitat comunicativa que resta força al moviment alhora que l'identifica amb un projecte ecologista més.

Tal i com defensen alguns membres del propi moviment, es decideix anomenar-lo A-creixement. De-creïxer indica disminució; a-creïxer, en canvi, significa no creure en el creixement, tal i com està entès.

D'altra banda, la lletra A en ser la primera lletra de l'abecedari, transmet el sentit de tornar a començar, i d'inici de quelcom important.



Plantejament
inicial

Recopilació
de continguts

Recerca

Detecció
de problema

Línies
de treball

Primeres
proves

|
Canvi de nom
i símbol

2.5 Línies de treball

S'arriba a la conclusió que, és de vital importància transmetre veracitat, i que el moviment està creat a partir d'unes bases sòlides, consolidades i prèviament pensades.

Per tant es considera necessari fugir d'un tipus de cartell que pugui semblar espontani, alternatiu o "underground", que pugui restar serietat al seu contingut.

Es volen reforçar les idees de simplicitat voluntària, ordre i organització que aquest moviment defensa mitjançant un sistema bàsic.

En el documental De la dictadura a la democràcia el coronel Bob Helvey afirma:

"Un día vi un anuncio de un programa sobre sanciones no violentas (...) fui a ver quienes eran aquellos amantes de la paz, i a confirmar mi noción preconcebida de que probablemente llevarían anillos en la nariz y en las orejas y de que su aspecto sería sucio, sorprendentemente su imagen no era esa, su aspecto era totalmente normal (...) aquello llamó mi atención"

Plantejament
inicial

Recopilació
de continguts

Recerca

Detecció
del problema

Línies
de treball

Primeres
proves

2.6 Primeres proves

Fruit del procés de recerca, sorgeixen varies hipòtesis que determinaran la resolució del projecte.

Tots els suports portaran l'adreça web on trobarem informació completa, com el manifest, solucions i problemes, així com vídeos explicatius, "links" externs, articles relacionats i un recull de tots els cartells, per fer-ne difusió via internet.

En aquest punt ja es disposa de la informació necessària per desenvolupar la proposta gràfica i començar a fer proves d'impressió.

A partir d'aquí s'han de seguir treballant els continguts.



Victor Papanek ha passat a la història pel seu polèmic llibre Design for the Real World (1971).

Pensador clarividenc que plantejà qüestions sobre disseny i medi ambient encara vigents.

Plantejament
inicial

Recopilació
de continguts

Recerca

Detecció
del problema

Línies
de treball

Primeres
proves

3

Anàlisi de
referents

3.1 Activisme

Primer de tot cal realitzar una anàlisi sobre que és l'activisme gràfic.

Activisme, segons el diccionari Institut d'estudis Catalans és: "propaganda activa al servei d'una doctrina política o social, d'un partit, d'un sindicat, etc."

"L'activisme demana transgressió i solidaritat, entenc la transgressió com l'oposició a certa situació social, i com a solidaritat, el seu sentit col·lectiu de suport en cerca de la transgressió. Té un caràcter orientat al canvi social." Així ho entenen Jandrè Corrêa Batista i Gabriel de Silva Zago.

D'altra banda Érico Gonçalves, ho entén com "una acció política indirecta i desvinculada del camp institucional."

Per la seva part Alastair Faud-Luke assenyala que "El activismo es llevar a cabo acciones para catalizar, impulsar o provocar el cambio, para conseguir transformaciones sociales, culturales y/o políticas."

Tot i que el disseny actua sempre dins la societat, molts cops millorant-la, no tot el disseny és activista.

El disseny activista denota unes pràctiques creatives que invoquen una capacitat d'acció social, política i medioambiental. Són per tant imatges creades des del compromís, i amb l'objectiu de reclamar uns determinats drets o protestar per determinats problemes o injustícies. Es distancien, doncs, dels corrents comercials.

En la història recent, ens trobem un nou activisme, relacionat amb la metodologia de "hazlo tú mismo", però aquest nou disseny no ha nascut de la nit al dia, durant els anys 60, el britànic Ken Garland, va donar suport a la campanya de Desarmament Nuclear, dos anys més tard publica el manifest First things First, els cartell i el manifest responien a l'emergència, relacionat amb temes ètics i morals.

Durant aquests anys la gràfica de protesta, es basa en el conflicte bèl·lic i mostra la disconformitat entre molts sectors de la societat estatunidenca.

Entre el 1965 i el 1975, la protesta és marcada per l'idealisme. Una gran qualitat del cartellisme és marcat pel maig del 68, un exemple d'espontaneïtat i brillantor, i l'aparició de col·lectius artístics com l'Atelier Populaire.

La fórmula de "bon disseny és bon negoci" arriba a Europa, on el moviment Pop el qüestiona, a través de la reivindicació de l'artesanía i l'interès per l'eclecticisme i el "kitsch", contrari als mètodes industrials de producció. El disseny es troba en un entorn dominat pel consum.

El 1980, Michael Bierut, al congrés d'AIGA celebrat a Chicago, diu que als dissenyadors sel's demana "complaure a qui determina els criteris de l'èxit i el fracàs d'un producte."

Als EEUU comencen les campanyes contra la sida, un tema tabú a l'època. El govern intentava ignorar la crisi generada per aquesta malaltia.

ACT UP va representar, a finals dels 80, un pas important en la tendència d'apropiar-se del llenguatge visual de les empreses i la publicitat, per

utilitzar-lo com a arma contra determinades institucions de poder, amb la intenció de canviar les actituds i comportaments "oficials" davant determinades ocasions. Van recórrer a tots els medis possibles, com samarretes, valles publicitàries, productes de merchandising, etc.

Cap als anys 90, l'activisme tocava qüestions molt diverses, com el medi ambient, la pau, la globalització... En destaca Jonathan Barnbrook, amb la seva defensa al Tibet, o James Victore a través de cartells com la sèrie Just Say No, per protestar sobre el control de les grans empreses.

El 1999, es publica l'actualització de Fist things first. A Espanya la "Ocupy Design" dona peu a l'aparició d'una interessant gràfica popular. Apareix una tendència de conscienciació en temes mediambientals.

Aquest mateix any, també publica, Naomi Klein, No Logo, la bíblia del moviment anti-globalitzador. Ha ajudat a crear un clima més propens a la crítica del sistema establert.

3.2 Recursos

3.2.1 Fotografia

Imatges impactants que s'expliquen per si soles i generen impacte visual.

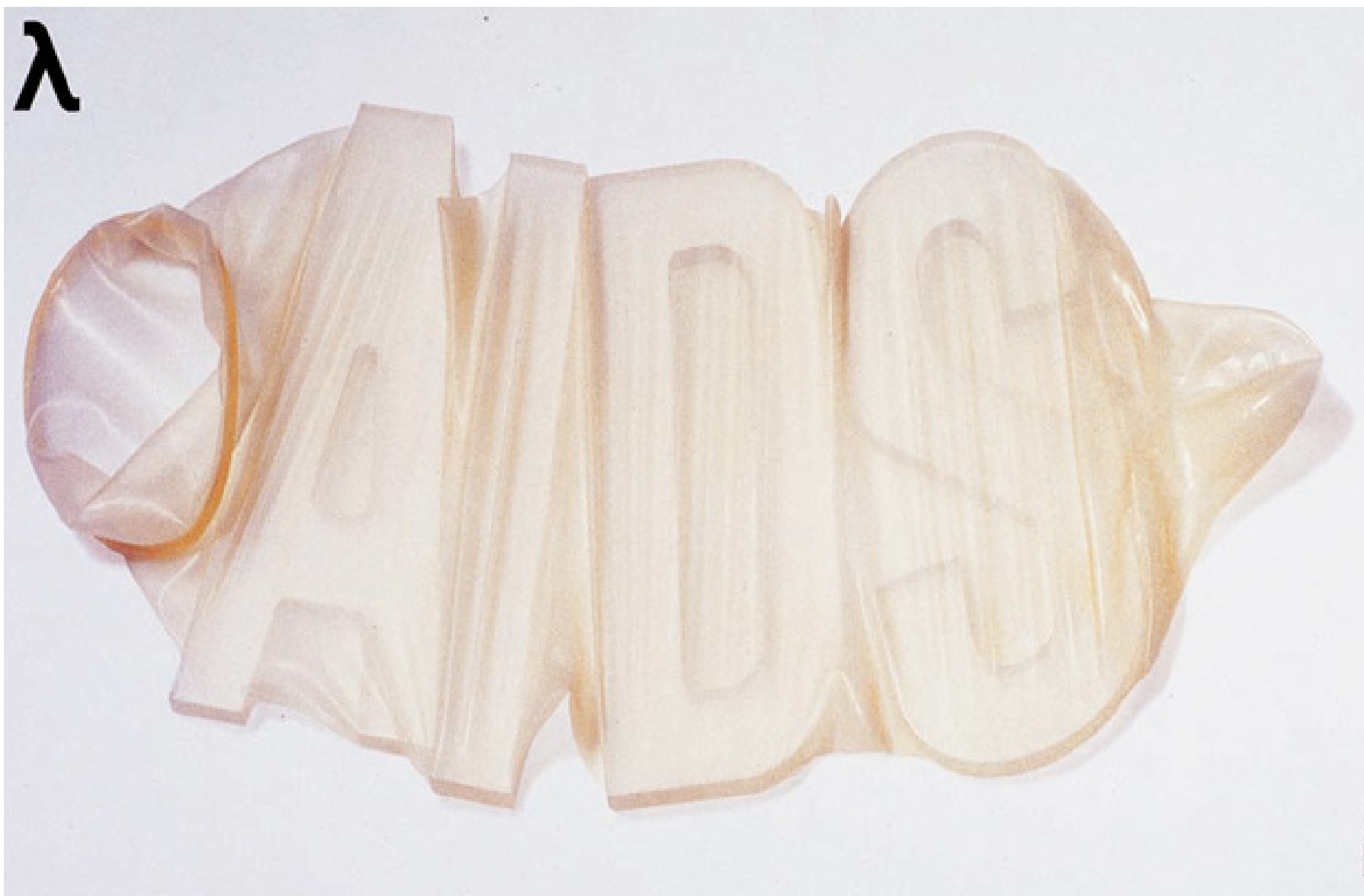
Permet crear metàfores, que funcionen molts cops independentment, sense necessitat d'afegir altres elements per ser explicats.



We'll never forget
wounded knee.
Christy Thayer,
1971



Israel palestine.
Yossi Lemel, 2002



3.2.2 Icones

La utilització d'icones en l'activisme gràfic és força usual, ja que té un fort impacte visual i conceptual. Es tracta d'un bon recurs, ja que disposa d'una lectura ràpida i universal.

S'ha de tenir en compte que només funciona si la icona en qüestió està suficientment arrelada en la societat per poder-la modificar i entendre la ironia del missatge.

Un bon exemple en la utilització d'icones en aquest àmbit, és el llibre de Patrick Thomas *Protest stencil toolkit*, el qual consta d'una tipografia "stencil", acompanyada de múltiples icones, amb les quals es pot crear gran quantitat de cartells per a manifestacions, tots sota un mateix sistema gràfic.



Pas d'Union
européenne.
Hippa Hyrkäs, 1994

We need more party
animals.
Thomas Porostocky,
2004

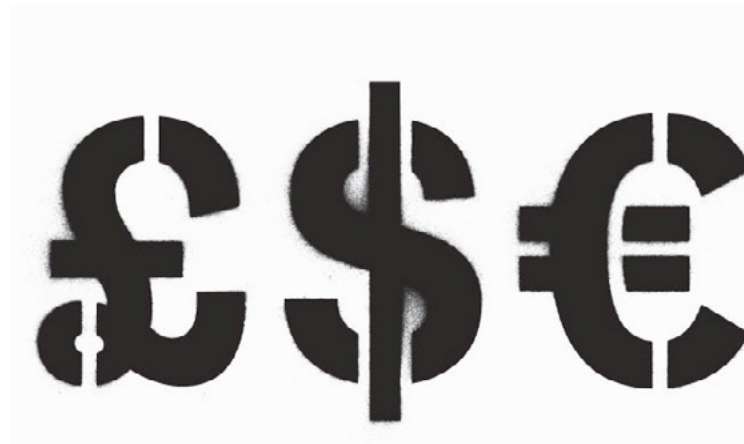
3.2.3 Stencil

Avantatges

Producció simple, ràpida i eficaç. Gran quantitat de còpies a molt baix preu. L'"stencil" és molt eficaç per la seva ràpida execució i per la seva perdurabilitat.

Inconvenients

No transmet l'aspecte simple i rigorós que demana el moviment.



"Potest stencil
toolkit"
Patrick Thomas, 2009

"Noaz" és un graffiter i activista espanyol.

Realitza una crítica àcida sobre situacions compromeses de la societat contemporània.

Pot crear gran varietat d'imatges i missatges utilitzant com a mitjà l'"stencil". El mateix Noaz afirma:

"Actuar en la calle significa llegar a más gente".



Inconscientes
Noaz. Madrid, 2010



España
Noaz. Madrid, 2011

"Dosjotas" és un col·lectiu espanyol que explica:

"La ciutat és un camp d'intervenció i acció artística...el terreny concret on qüestionar i criticar la nostra societat, els nostres hàbits i les nostres idees."

"Dosjotas hace una crítica al típico eslogan o cartel que nos invita a callar y obedecer, a consumir o a asumir determinadas situaciones. Él nos plantea justo lo contrario: piensa, opina y obedece, pero primero reflexiona. Podría tratarse de una campaña real pero "curiosamente" son términos que no solemos encontrar en este tipo de iniciativas (las de las corporaciones o las institucionales)."

-Noaz



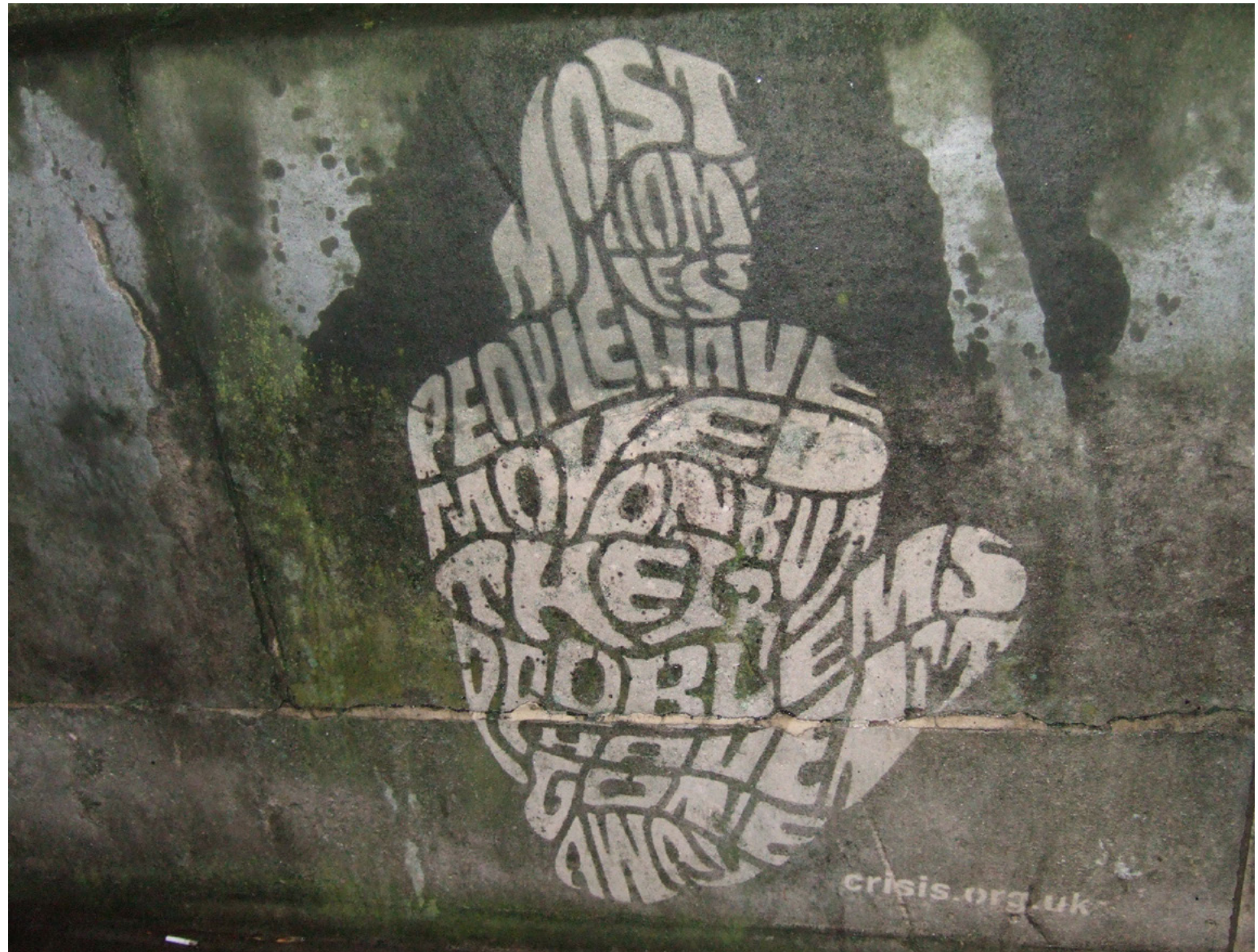
El "Reverse graffiti" és una tècnica desenvolupada recentment, amb la qual, utilitzant un "stencil" tradicional i aigua a pressió s'elimina la capa superficial de la paret creant uns tons més clars. És, com un grafit a la inversa.

Avantatges

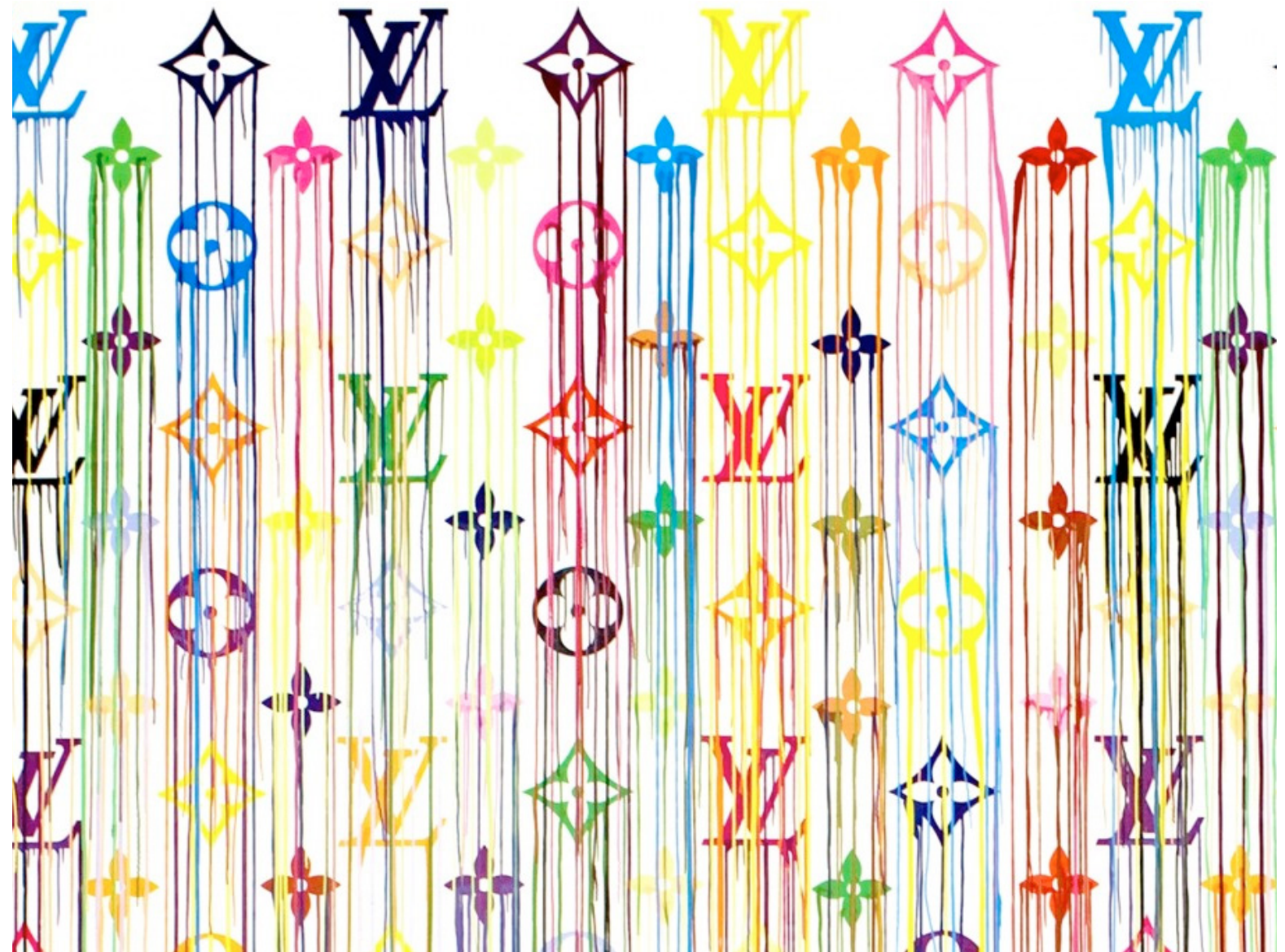
Transmet l'aspecte de recuperar, netejar com a símbol.

Inconvenients

Gran consum d'aigua.
Producció complicada.
Inversió econòmica elevada.



L'artista Zevs, en algunes de les seves obres, subverteix logotips per tal de reforçar els conceptes negatius associats a grans empreses.



Louis Vuitton
Zevs, 2000

L'apropiament de formes i colors de la publicitat a la qual es vol criticar, és un recurs recurrent en els cartells de protesta.



3.2.4 Tipografia

Amb aquest recurs es pot expressar clarament el missatge sense donar opció a una mala interpretació i dotar-lo de lectures addicionals al text en si per tal de reforçar el concepte.

~~e.ual (èlkwel) adj, [Lat. aequalis / aequu
even.] 1. Having the same measure, quantiti
or value as another. 2. Math. Being the sam
or identical to in value. 3. a. Having the sam
rights, privileges, or status /equal in accou
of law/ b. Being the same for all members
a group /gave every employee an equ
chance/ 4. a. Having the qualities, as strength
intelligence, or ability, needed for a situatio
or task. b. Sufficient in extent, amount,
degree. n. One equal to another. vt. equ
led, equaling, equals or equalled, equalin
e.uals. 1. To be equal to, esp. in value. 2. T
do or produce something equal to.~~



e.ual.
Bulent erkmen, 1998

Bosnia (Sangre).
Cedomir Kostovit, 1994

**A nuclear catastrophe
is too big a price for our
electric bill.**

**Ralph Nader calls
a national meeting of
citizens to stop the
development of nuclear
power until it can be
proven safe.**

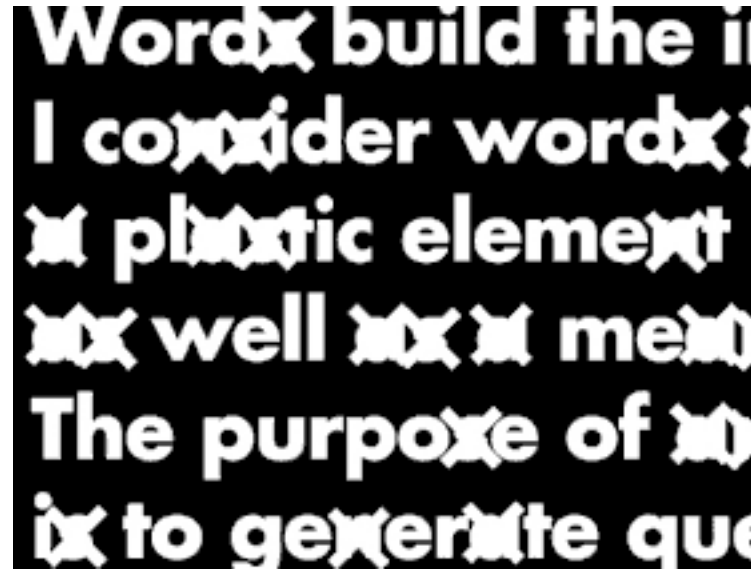
**Critical
Mass74**

A national gathering of the citizens movement to stop nuclear power.
November 15-17 Statler Hilton Hotel Washington, D.C. Phone 202-546-4936

Critical Mass 74.
Arnold Saks, 1974

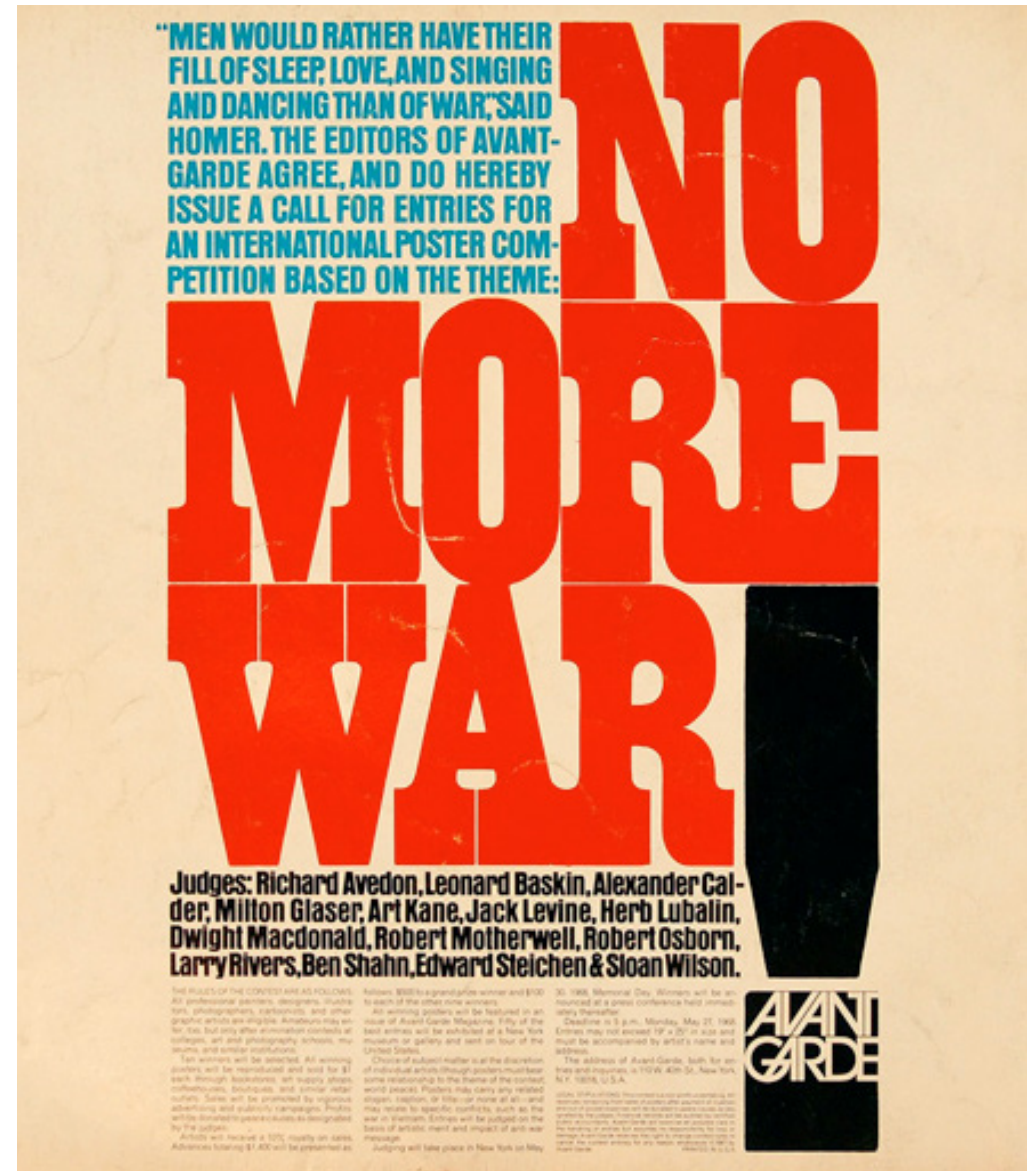
Un bon exemple és el treball de l'estudi "Lsdspace".

Dut a terme per Donia Freeman i Gabriel Freeman, és un experiment tipogràfic basat en ratllar paraules, o canviar símbols per alterar el seu significat. Ratllar paraules es dotar-les d'importància, afegint curiositat per endeviduar el missatge ocult.





David Gentelman, 2003



Herb Lubalin, 1967

Cartells publicitaris posteriors a la revolució industrial de Robert Thorne.

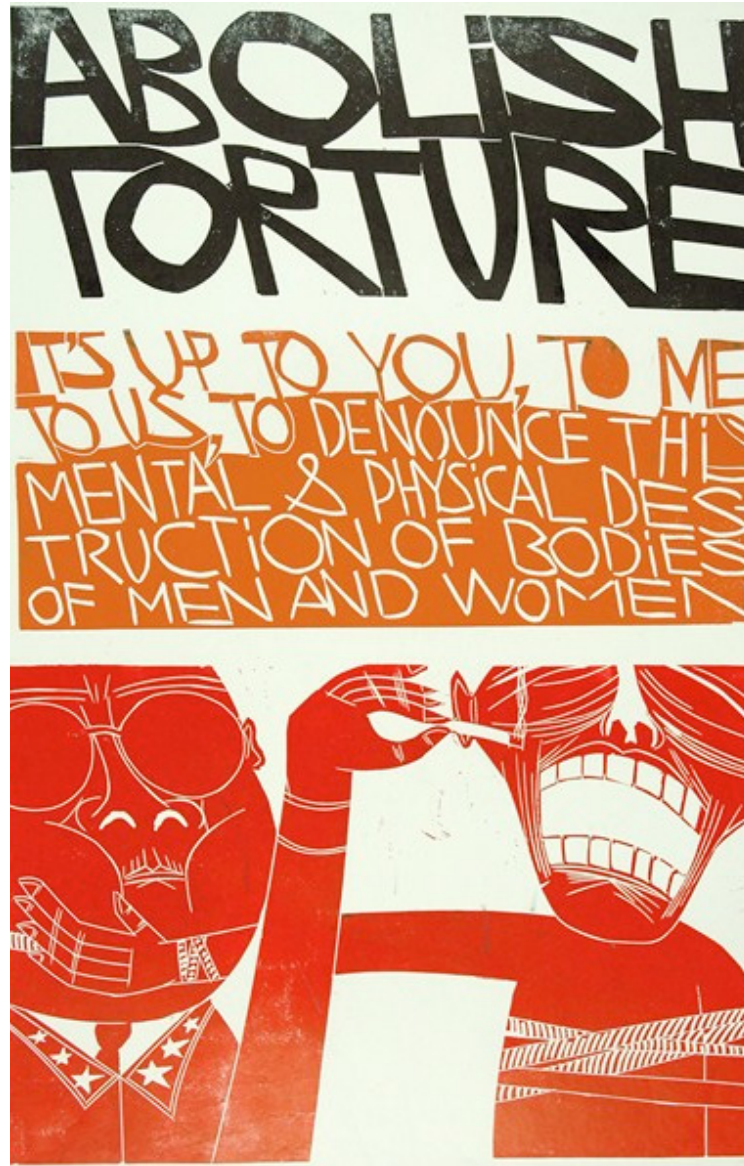
Primeres tipografies manipulades per captar més l'atenció de l'espectador.

Invenció de tipus mòbils per a poder produir-los.



3.2.5 Il·lustració

Recurs àmpliament utilitzat en aquest camp, ja que dóna molta llibertat expressiva. S'acostuma a jugar amb la ironia i amb efectes òptics com les contra-formes.



Abolish torture.
Paul Peter Piech,
1994



Victory.
Shigeo Fukuda, 1975



End bad breath.
Seymour Chawst, 1967



Nous Travillons.
Ensamble, 1991



Earth day.
Shigeo Fukuda, 1995

3.3 Web

Monogràfica.org

Presentació didàctica.

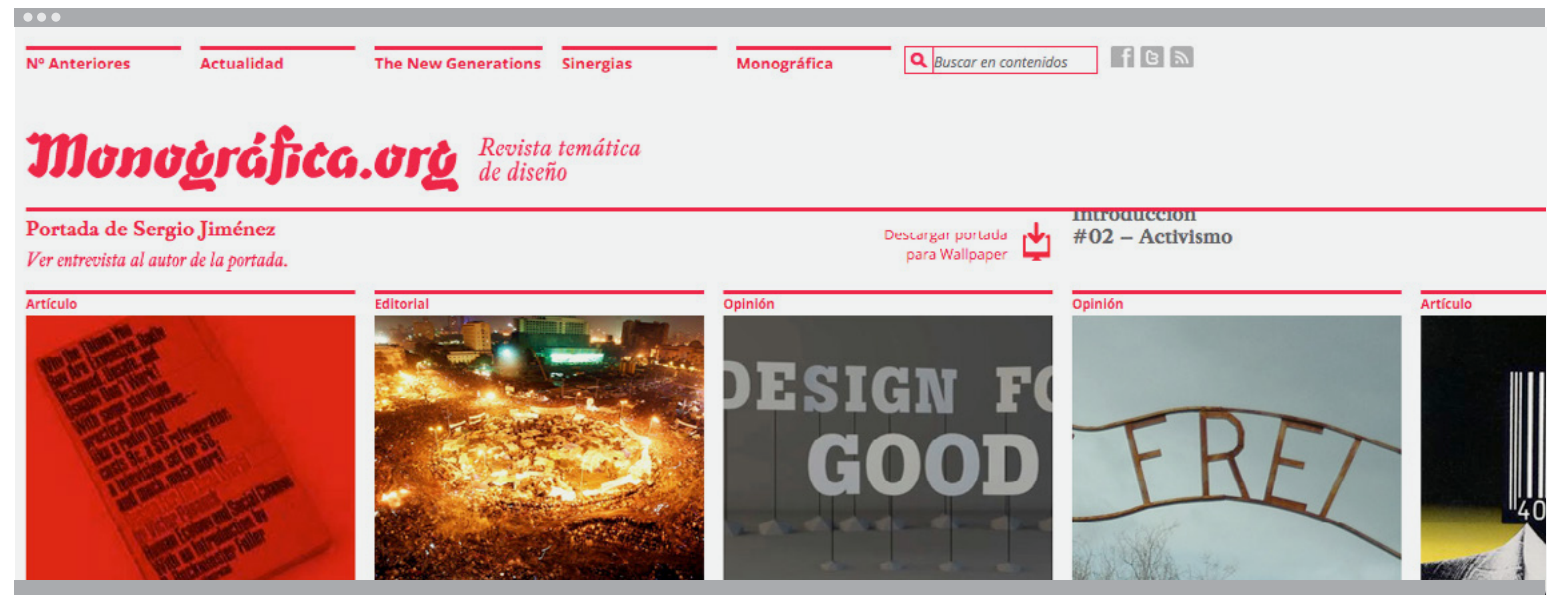
Informació segmentada per temes.

Portada realitzada cada cop per dissenyadors o artistes diferents.

Jerarquies tipogràfiques per color i mida.

L'article seleccionat es multiplica sobre un fons vermell.

Apartat d'actualitat.



Webs a-creixentistes

www.decredocus.blogspot.com

Imatges de la pàgina principal
massa petites.

Estructura interior
inadequada.

La jerarquia del text no
queda clara.

The screenshot shows the homepage of the 'decredocus' blog. At the top, there is a logo with a spiral and the text 'decredocus'. Below the logo is a navigation menu with buttons for 'PAGINA PRINCIPAL', 'CONFERENCIAS', 'MATRIA', 'ALTERNATIVAS', and 'CRISIS ENERGÉTICA'. The main content area is divided into sections: 'DOCUMENTALES RECIENTES' featuring four document thumbnails with titles like 'Jornadas decrecentistas UCM', 'decrecentismo ecofeminista', 'Vocabulario para una nueva era', and 'En la espiral de la energía'; 'DECRECIMIENTO' with a row of four small images; and 'ENLACES' with links to 'decrecimiento', 'SubÚtiles (canal you tube)', 'CORREO ELECTRÓNICO', and 'Contactar'. A 'DOCUMENTALES MÁS POPULARES' section lists 'Decrecimiento en un minuto' with a brief description. Below the main content is a comment section with a 'Comentar como:' dropdown set to 'Cuenta de Goo...', 'Publicar' and 'Vista previa' buttons, and a 'Página principal' link. On the right side, there is a sidebar with a post snippet by 'ecológica. Joan Martinez Alier' and a list of 'ETIQUETAS' (tags) such as 'alternativas (18)', 'decrecimiento (26)', and 'pensamiento (21)'.

Webs a-creixentistes

www.decrecimiento.info

Cos de text massa gran.

Excés de "links" a pàgines externes.

Lectura pesada i extensa, sense destacats ni imatges que il·lustrin el text.

BIBLIOGRAFÍA DOCUMENTALES MATRIA ARTÍCULOS PÁGINAS WEB AUDIOS CRÍTICA 1. VISITA

decrecimiento

Por una salida noviolenta del capitalismo

INICIO HISTORIA » ¿QUÉ ES? QUÉ HACER » IMAGINARIO » PROCESO PRODUCTIVO » CRISIS »

1a visita

Sostenibilidad

SOCIAL PROFILES

t f g+ in RSS Email

Search

Enlaces Contacto Archivo

IV ENCUENTRO DECRECIMIENTO EN GRANADA

MAYO 2013
IV ENCUENTRO DECRECIMIENTO
GRANADA

grande y el cerebro humano no puede procesarla toda. Por esto, la mayoría de los estímulos permanecen en un plano difuso y sólo se hacen conscientes aquellos que merecen nuestra atención. La percepción se selecciona en base a estímulos externos, la propia organización del mensaje audiovisual – primeros planos, intensidad de luz, ritmo...- y por una serie de estímulos internos, se percibe aquello que está más acorde con nuestros intereses, esquemas de valores, contextos socioculturales.

Este anuncio esta reforzando un estereotipo que nos permite organizar la visión del mundo y que convierte en un modo 'natural' de hablar y pensar determinadas realidades que se simplifican para reforzar las opiniones generales de la gente.

¿Qué ideas evoca este anuncio que refuerzan opiniones estereotipadas de las personas?

(A) Criminalización de las personas.

"No paro de sudar; voy a poner el aire acondicionado. Eso, ¡carguémonos el planeta!"

DOCUMENTAL DECRECIMIENTO

PÁGINAS WEB SOBRE DECRECIMIENTO

Alemán
Wachstumsrücknahme

Castellano
COL – Ciudad Real
Colectivo Crisis Cantabria
Dale Vuelta – Bira Beste Aldera
Decrecimiento en Aragón

Webs a-creixentistes

www.transicionsostenible.com

Columnes de text massa amples
que dificulten la lectura.

Insuficients jerarquies
de text.

"Links" externs sense ordre
aparent.

Informació repetida.



Webs a-creixentistes

www.viaverda.org

Columnes de text massa amples
que dificulten la lectura.

No hi han destacats de
recolzament.

El decreixement sostenible**Síntesi que intenta resumir algunes idees sobre aquest model de desenvolupament, basada en opinions de Serge Latouche, Ramon Caralt i Vicente Manzano.**

El concepte de decreixement sostenible és ara per ara tan sols una idea que cal anar omplint de contingut, però que malgrat ser força incipient (començaments del 2000), ja està creant una nova visió del món i alhora una oposició, pel fet de plantejar un canvi en "el sistema". El decreixement, per a Serge Latouche (principal ideòleg), és una possibilitat d'atrevir-se a pensar un món diferent i sobretot de 'sortir de l'economia', ja que la forma de vida actual i el model econòmic que en resulta no són 'ni sostenibles, ni desitjables'. Una bona definició tracta el decreixement com una gestió individual i col·lectiva basada en la reducció del consum total de matèries primeres, despesa energètica i reducció de les ocupacions especulatives del territori; defensant una disminució conscient i responsable de la febre consumista.

Els detractors argumenten que el fet de disminuir el consum també disminueix la producció i per tant l'ocupació; també que es desconsideren les necessitats de creixement dels països no privilegiats i, afegeixen, que representaria un retorn a d'altres èpoques anteriors, un retrocés i un retall al progrés i a l'evolució. La veritat és que el sistema de producció per al consum genera un fort desequilibri en el nostre planeta, el creixement en el consum condiciona uns estils de vida que depenen bàsicament dels béns materials. Aquesta tendència consumista comporta alhora individualisme, insolidaritat, més necessitats econòmiques, més estrès i amb una important deixadesa en les responsabilitats (familiars, comunitàries, ...).

El nostre planeta és finit en recursos, i cada cop els límits són més propers. D'aquesta constatació va aparèixer la idea del "creixement sostenible", basat en la satisfacció de les necessitats sense hipotecar les de les properes generacions (adoptada per grups d'esquerrers). Es basa en preservar el medi ambient, l'ús racional de l'energia i la reducció de les energies no renovables; això sí, sense questionar "el sistema".

Actualment els conceptes de sostenibilitat, creixement sostenible, i també els consells de moderació en el consum són utilitzats i apropiats pels poders econòmics, que es basen en el binomi producció-consum, i també pels poders polítics que a la fi gestionen aquest sistema. Malgrat aquesta possibilitat de creixement sostenible (molts cops només són paraules i no fets), la disminució de les matèries primeres i el creixement de la població amb les seves pròpies necessitats, el fan també inviable, ja que com he dit el planeta és limitat. Els defensors d'aquest model tenen gran esperança en la ciència i la tecnologia del futur per a mitigar els efectes, però el que està succeint realment és que la tecnologia s'utilitza principalment per augmentar el consum i disminuir la mà d'obra, fet invers al perseguit. Per exemple, es produeixen vehicles molt més eficients, però es potencia l'increment del parc de vehicles. Globalment empitjorem. És evident que la reducció en el consum produeix alhora una reducció en la producció, ... però també en les necessitats de possessió. Es redueixen també les hores de treball necessàries per persona i per tant millora la seva capacitat de fruit de més temps lliure per realitzar altres tasques gratificant.

Per tant l'alternativa a l'augment del "consum-producció-destrucció mediambiental" ha de passar per altres paràmetres englobats en la idea del decreixement sostenible. Partint del manteniment de tot el positiu aconseguit (coneixement, avenços tecnològics...), eliminant tot el negatiu (consumisme, explotació...), defensant els patrons de convivència, potenciant l'oci, defensant el territori i el medi ambient, s'augmenta la qualitat de vida. En definitiva el decreixement sostenible és una transformació del sistema, on el canvi ha de ser voluntari i lliure, on l'associacionisme i els projectes col·lectius tenen un paper clau. Compartir conjuntament la lluita, amb el lideratge dels moviments socials transformadors i amb una societat altament participativa, ha de tenir un objectiu fonamental: el canvi de sistema.

A.G.

Vegeu:

- Conferència Serge Latouche - http://www.sostenible.es/pubnoticia/inici.asp?n_idioma=1&n_id=419943

3.4 Conclusions

Renombrar el moviment i redisenyar el seu símbol.

Prioritzar el cartell (tot reivindicant el seu ús) com a element principal de comunicació. Que aquest serveixi, tant per donar a conèixer el moviment com per a denunciar/anunciar fets concrets.

Elaborar un manifest tipus diari. Aquest ha d'incloure la informació necessària per entendre el moviment.

Realitzar un web incloent una pàgina d'inici amb els mateixos missatges que trobem als cartells, al manifest i una pàgina que s'actualitzarà periòdicament amb articles i entrevistes.

Utilitzar una sola tinta en tots els elements i imprimir-los a una sola cara, excepte en el manifest, tot utilitzant papers ecològics certificats amb el menor gramatge possible.

Utilitzar formats DIN standard per aprofitar al màxim el paper d'impressió.

S'estudien altres mètodes de difusió com, per exemple, clips de vídeo.



Campanya Greenpeace.
"Against Oil Spills"

Campanya Greenpeace.
"Hourglass"

4

Memòria
descriptiva

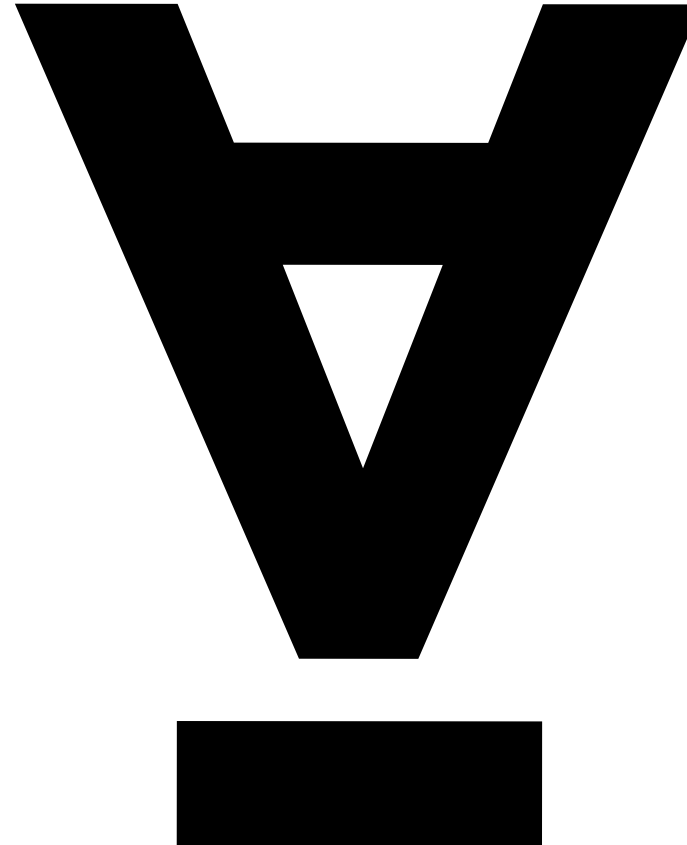
4.1 Símbol

En proposar un canvi de nomenclament del moviment, per tal de comunicar millor el seu sentit (de "De-creixement" passem "A-creixement") es decideix donar importància, a la lletra que canvia del nom original (A-).

Invertint la lletra A, s'indica:

Una nova mirada.
Un gest revolucionari.
Forma de fletxa invertida que suggereix reducció.

El resultat és simple, comunicatiu i amb un alt grau de memorització.

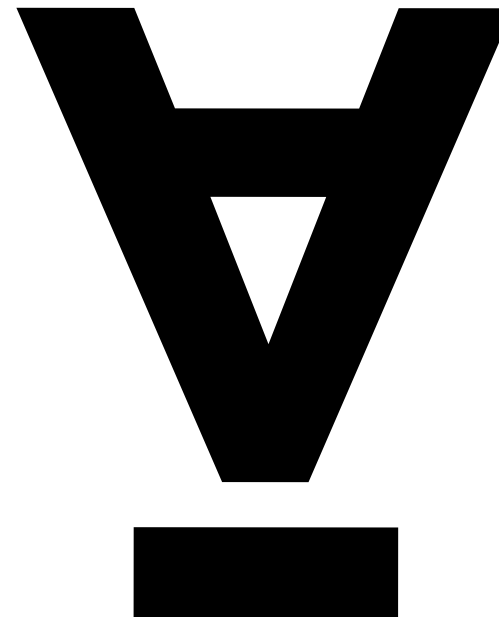


4.1.1 Símbol amb "baseline" i web

Un "baseline" simple i directe que resumeix l'ideari bàsic del moviment, i l'adreça web on trobar tota l'informació.

Es decideix elaborar un tampó que serveixi per imprimir, diferents suports amb la màxima economia de recursos.

**Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com**



4.2 Tipografia

4.2.1 Destacats i titulars

La tipografia utilitzada ("Bernase". Tom Carnase, 1970), amb reminiscències formals de l'època, és clàssica i amb el suficient caràcter per a ser identificable. Donat que el moviment proposa un model de consum similar al dels anys 70, es considera adequada la utilització d'una tipografia que remeti a aquest període.

A causa de la poca legibilitat de la tipografia a cossos de text petits, és només utilitzada per a títols i destacats.

Composició centrada.

Revaluar

Substituir els valors individualistes i consumistes per valors locals de cooperació i humanistes.

Recontextualitzar

Mirar el món d'una altra manera. Redefinir conceptes com la riquesa-pobresa o abundància-escassetat

dx ABG aqo

HW alpino

4.2.2 Recursos tipogràfics

S'estableix un cos fix de 30 punts com a punt de partida a partir del qual es generen les diferents jerarquies tipogràfiques.

El text no pot canviar mai, ni de cos ni d'estil, ja que aquest parteix sempre de la mida determinada pel segell de goma (només canvia de mida en casos excepcionals, on sigui completament necessari. Si es dóna el cas, el canvi serà molt evident, ja que s'augmenta el màxim possible dins el format).

Al disposar d'un sol pès, es resol la necessitat de diferenciar dos nivells de lectura mitjançant un subratllat.

Composició centrada.

Reestructurar

**Adaptar la producció i les
relacions socials en funció de
la nova escala de valors.**

Per als cossos de text s'utilitza una tipografia "mecana", la "Courier".

Amb un cos de text de 9 pt, i una interlínia de 10,8 pt resulta una tipografia amb molt bona lectura que es diferencia el suficient de la "Bernase", alhora que conviu correctament.

Continuant amb les reminiscències dels anys 70 que convé transmetre, aquesta tipografia s'adapta a aquestes necessitats, i aporta caràcter al projecte.

Composició a caixa esquerra.

Els ciutadans i ciutadanes europeus, en la seva gran majoria, assumeixen la idea de que la societat de consum actual pot "millorar" en el futur (i que hauria de fer-ho). Entre tant, bona part dels habitants del planeta esperen anar acostant-se als nostres nivells de benestar material. Tot i així, el nostre nivell de producció i consum s'ha aconseguit al preu d'esgotar els recursos naturals i energètics, i trencar els equilibris ecològics de la Terra.

Res d'això és nou. Les investigadores i els científics més lúcids han estat donant-nos fonaments senyals d'alarma des de començaments dels anys setanta del segle XX: de prosseguir amb les tendències de creixement vigents (econòmic, demogràfic, en l'ús de recursos, generació de contaminants i increment de desigualtats) el resultat més probable per al segle XXI és un col·lapse de la civilització.

Avui s'acumulen les notícies que indiquen que la via del creixement és ja un genocidi a càmera lenta.

El declivi en la disponibilitat d'energia barata, els escenaris catastròfics del canvi climàtic i les tensions geopolítiques pels recursos mostren que les tendències de progrés del passat s'estan trencant.

Davant d'aquest desafiament no n'hi ha prou amb els mantres cosmètics del desenvolupament sostenible, ni amb la mera aposta per tecnologies eco-eficients, i tampoc amb una suposada "economia verda" que encobreix la mercantilització generalitzada de bens naturals i serveis ecosistèmics.

Les solucions tecnològiques, tant a la crisi ambiental com al declivi energètic, són insuficients. A més a més, la crisi ecològica no és un tema parcial sinó que determina tots els aspectes de la societat: alimentació, transport, indústria, urbanització, conflictes bèl·lics... Es tracta, en definitiva, de la base de la nostra economia i de les nostres vides.

Estem atrapats en la dinàmica perversa d'una civilització que si no creix no funciona, i si creix destrueix les bases naturals que la fan possible. La nostra cultura, tecnòlatra i mercàlatra, oblida que som, des de l'arrel, dependents dels ecosistemes i interdependents. La societat productivista i consumista no pot ser sustentada pel planeta.

Necessitem construir una nova civilització capaç d'assegurar una vida digna a una enorme població humana (avui més de 7.200 milions), encara creixent, que ha-

bita un món de recursos minvants. Per això, seran necessaris canvis radicals als nostres modes de vida, les nostres formes de producció, el disseny de les ciutats i l'organització territorial: i sobre tot Necessitem una societat que tingui com a objectiu recuperar l'equilibri amb la biosfera, i utilitzi la investigació, la tecnologia, la cultura, l'economia i la política per a avançar cap a aquest objectiu. Per això necessitem tota la imaginació política, generositat moral i creativitat tècnica que aconseguim desplegar.

Però aquesta Gran Transformació es troba amb dos obstacles titànics: la inèrcia del mode de vida capitalista i els interessos dels grups privilegiats. Per a evitar el caos i la barbàrie cap a on avui estem dirigint-nos, necessitem una ruptura política profunda amb l'hegemonia vigent, i una economia que tingui com a fi la satisfacció de necessitats socials dins dels límits que imposa la biosfera, i no l'increment del benefici privat.

Per sort, cada cop més gent està reaccionant davant dels intents de les elits de fer-los pagar els plats trencats. Avui, a l'Estat espanyol, el despertar de dignitat i democràcia que va suposar el 15M (des de la primavera

Per als cartells, s'utilitza una "Helvetica Inserat" amb caixa alta.

Era necessària una tipografia amb prou pès, que permetés una bona lectura a certa distància, tot i estar impresa al dors del paper, alhora que dialogués per contrast amb la delicadesa i el detall de la Bernase.

S'utilitzarà en un únic cos de lletra (133 pt) per assegurar una bona llegibilitat i contundència comunicativa.

Composició a caixa esquerra.

**UN ESPANYOL
CONSUMEIX,
ANUALMENT,
L'EQUIVALENT
A 680.000 M².
SIS VEGADES
MES DEL QUE
POT SUPORTAR
EL PLANETA.**

4.3 Color

Donada la transversalitat ideològica del moviment i la minimització de recursos econòmics es decideix que el color òptim és el negre 100%.

Aquest color, a més de ser el més econòmic, es manté gairebé inalterable independentment del sistema de reproducció que s'utilitzi; des del més domèstic, com ara una fotocòpia, impressió offset o visualització en pantalla.

El color blau i el color vermell venen determinats pel color-tinta del segell i només seran utilitzats en el símbol. Aquest recurs ajuda a separar els diferents nivells de lectura.

Negre

100% negre

Blau

Pantone: 3005

CMYK: C100 M46 Y0 K0

RGB: R0 G98 B191

Vermell

Pantone: Bright Red

CMYK: C0 M90 Y95 K0

RGB: R247 G29 B21



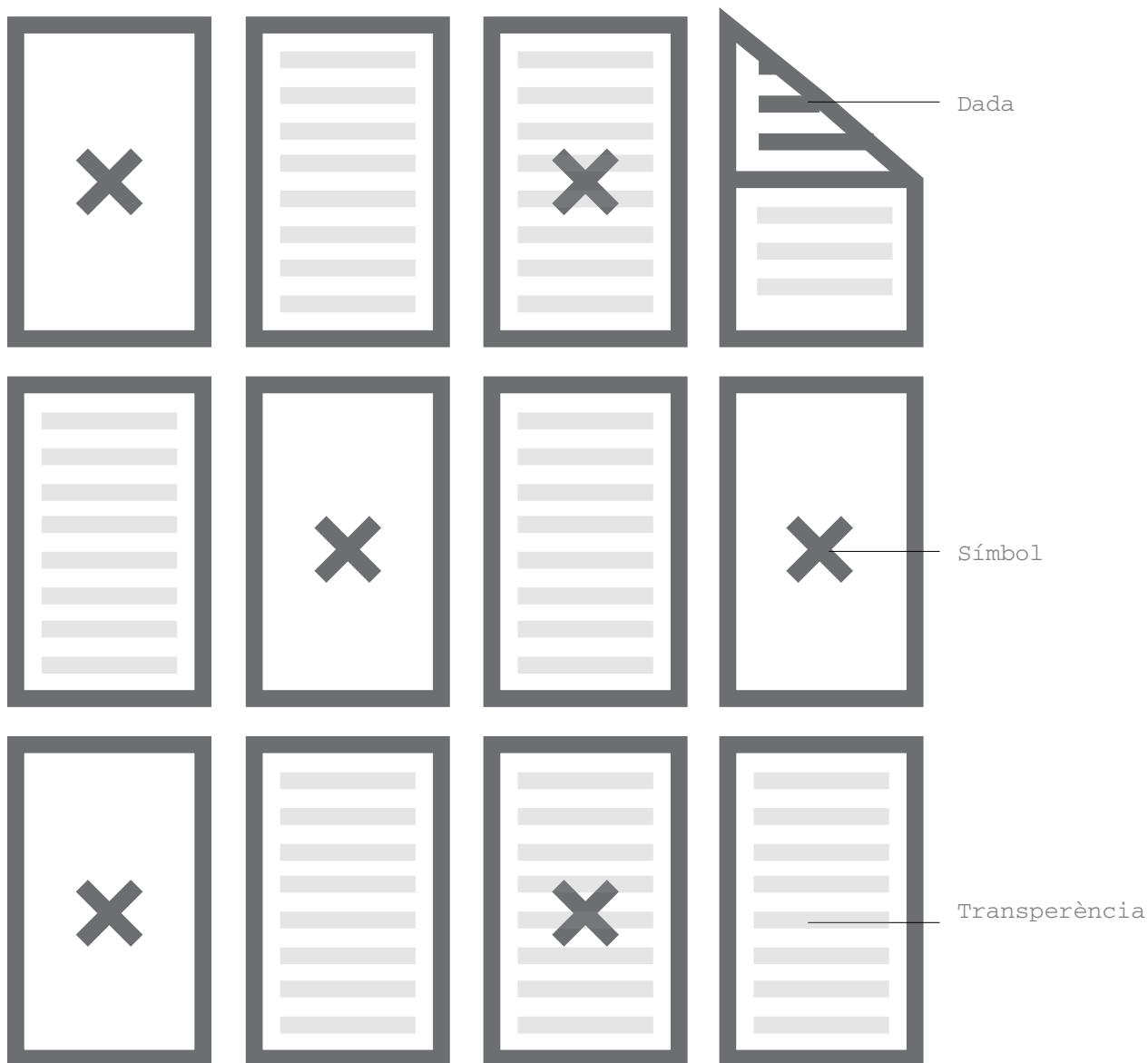
4.4 Cartells

4.4.1 Cartells de denúncia

Aprofitant el poc gramatge del paper, es decideix utilitzar la seva transparència com una virtut. Utilitzarem aquesta transparència per imprimir missatges negatius, però reals, al dors del full. Conceptualment ens remet, com en el cas del símbol, al fet de girar full, donar la volta, veure-hi més enllà i que la solució es troba per contraposició. La impressió és realitza doncs al dors del full, amb la tipografia invertida per no interferir en la lectura.

Es pren la decisió d'estampar sobre la cara no impresa del paper, al centre del cartell, el segell del símbol amb "baseline" i direcció web del moviment.

Es determina un tamany màxim de cartell de DIN A3 per tal de poder-lo reproduir amb sistemes de fotocòpia domèstica. Sense sangs. La limitació del tamany es solventa mitjançant la repetició o el mosaic alhora d'instalar-lo. Aquests cartells podran conviure junts a manera de mosaic tot creant blocs de diferents mides, adaptables a les dimensions de la superfície.

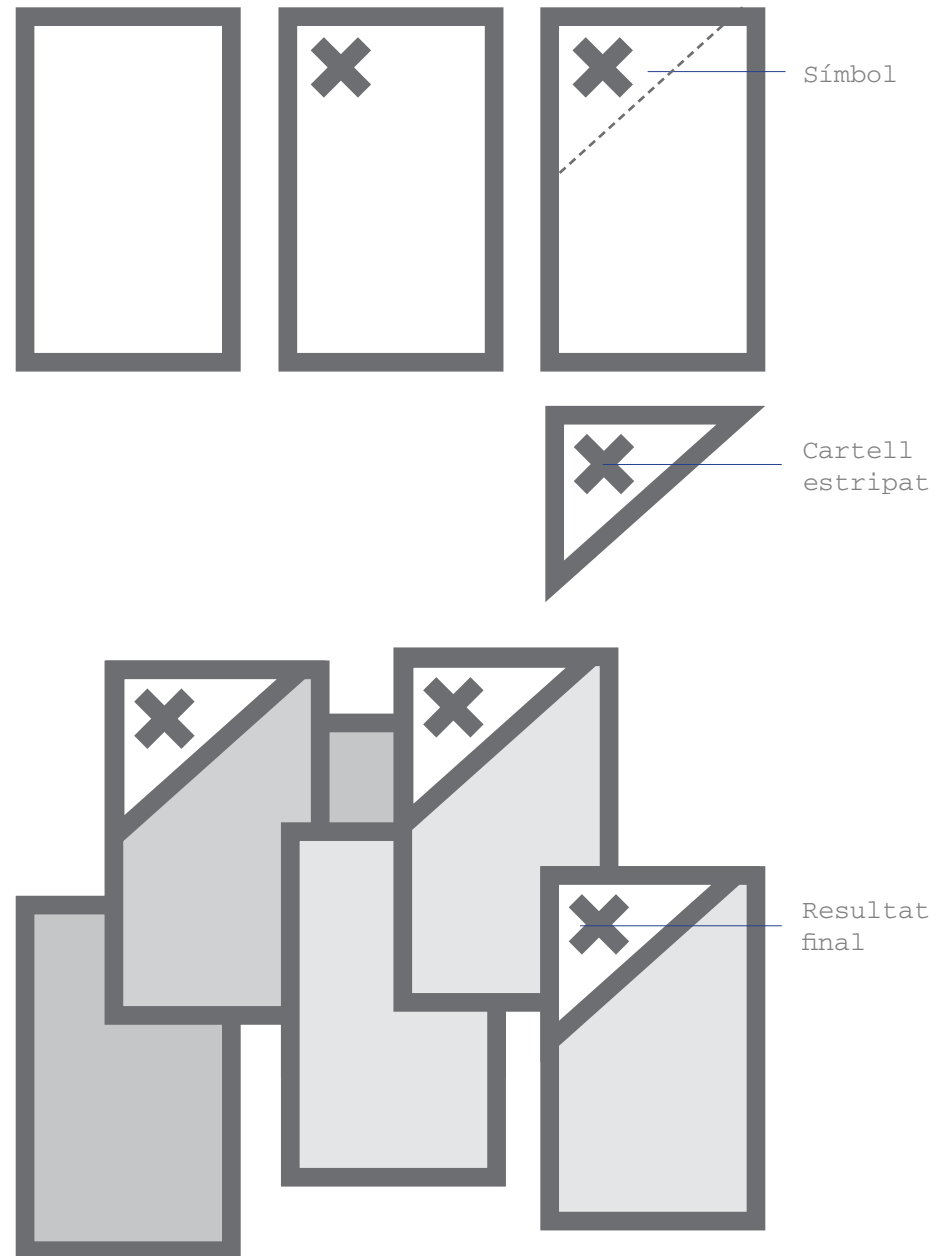


4.4.2 Cartells estripats

És una altra sèrie de cartells, amb la finalitat de fer difusió del logotip i el web.

Estripant la part superior del paper en un angle de 45°, s'aconsegueix una forma triangular on posteriorment s'hi estampa el segell. Aquest cartells seran col·locats sobre altres cartells existents.

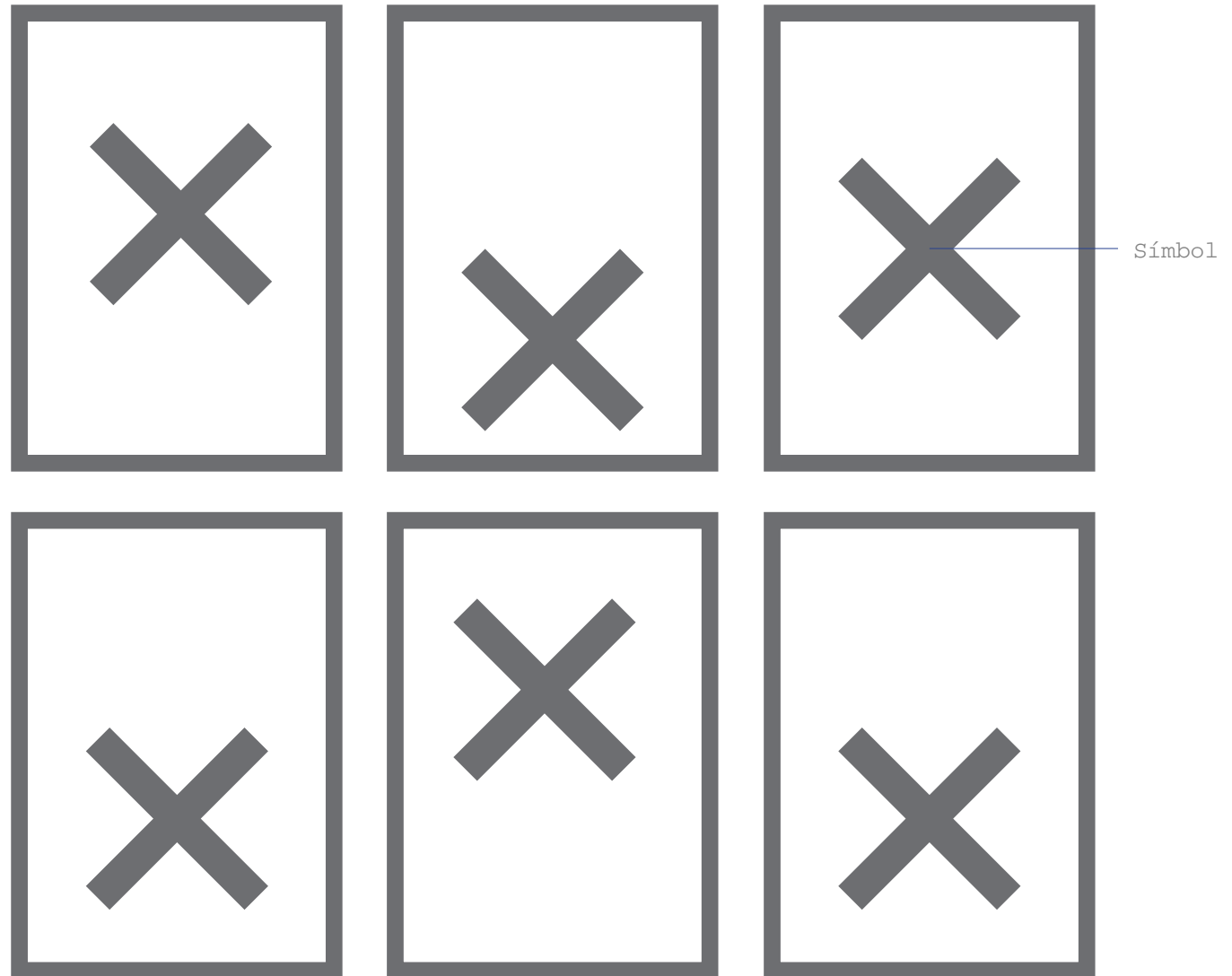
S'han de triar els cartells adients sobre els quals s'actua per tal que funcioni a mode de denúncia.



4.4.3 Cartells promocionals

Aquests cartells volen promocionar el símbol del moviment, i són estampats únicament amb un segell de gran format.

Ténen la voluntat de comunicar de manera massiva el símbol, abaratint el màxim possible els costos de producció.



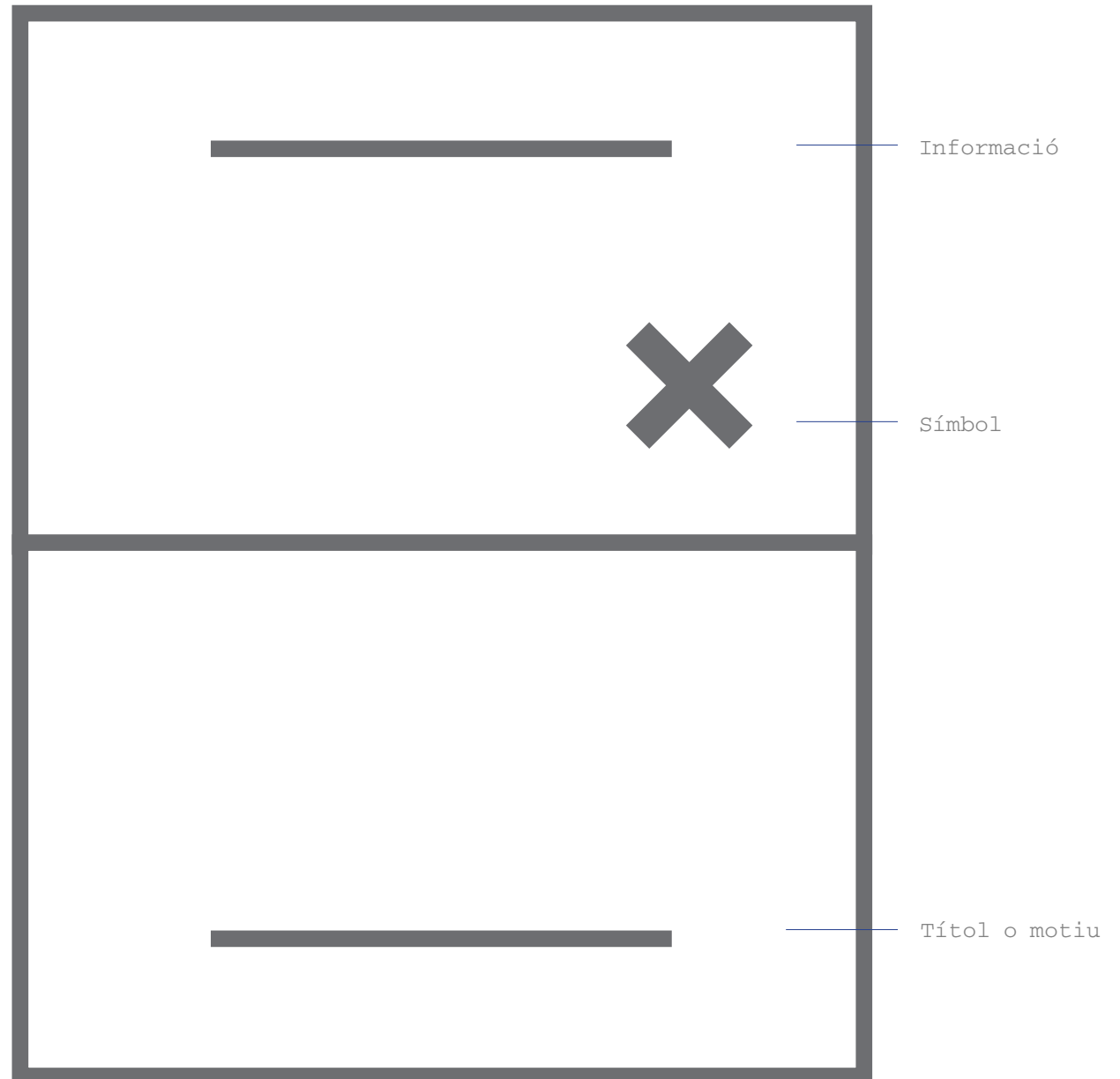
4.4.4 Cartells de presentació d'esdeveniments

Formats per dos DIN A3, aquests cartells serveixen per anunciar diversos esdeveniments organitzats pel moviment, com per exemple: concerts, concentracions, xerrades, exposicions, etc.

Al mòdul superior, es situa l'informació necessària (nom de l'esdeveniment, lloc, hora i data).

En el mòdul inferior, el títol de l'esdeveniment o motiu gràfic.

El segell serà col·locat de forma aleatòria.



4.5 Manifest

Com en el cas dels cartells, aprofitant el poc gramatge del paper, utilitzarem la seva transparència per imprimir missatges negatius, però reals, al dors del full.

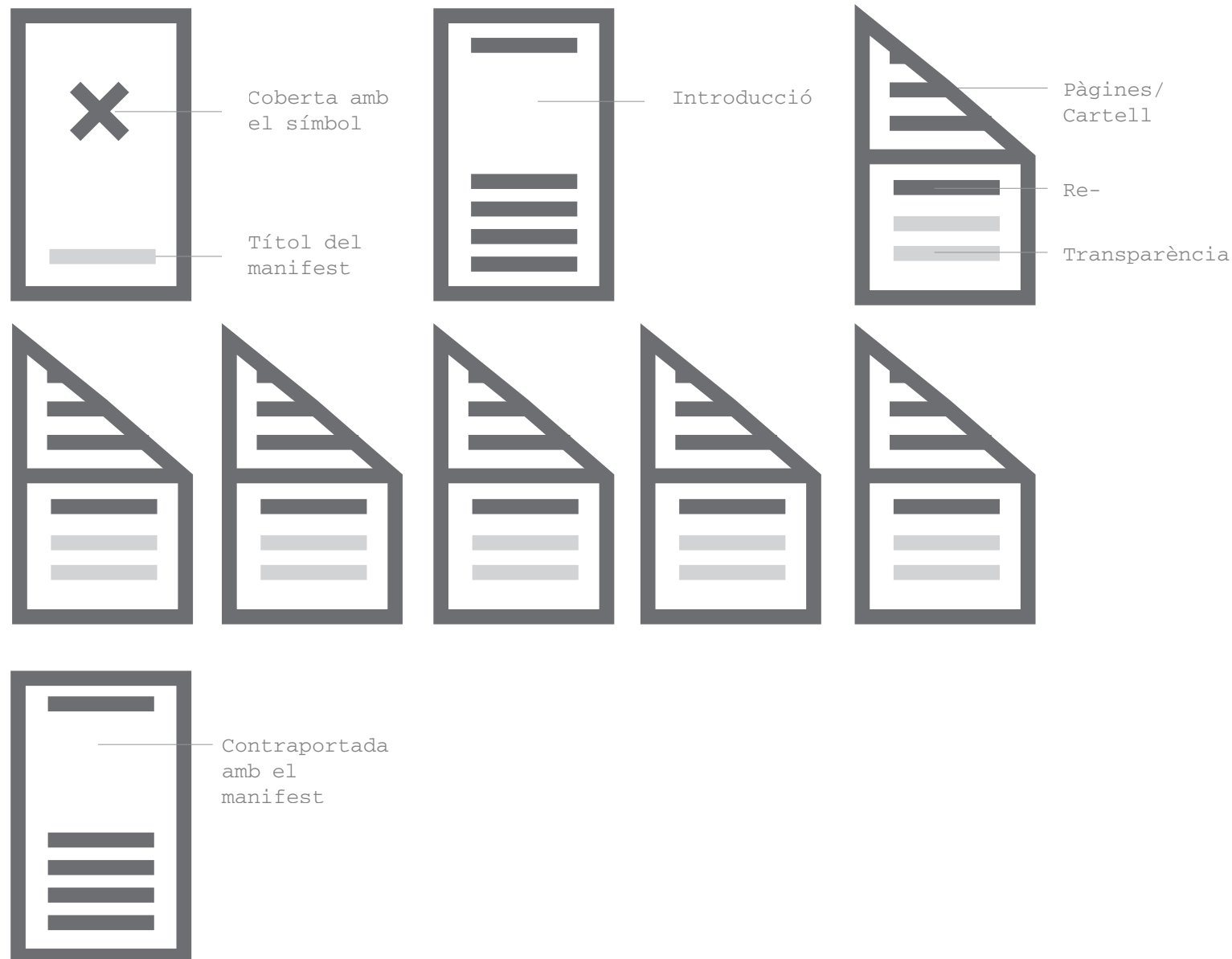
A l'altra cara la solució impresa respon a una de les 8R del manifest.

Cadascuna d'aquestes pàgines, pot ser utilitzada, individual o col·lectivament com a cartell.

Inclou una coberta, una introducció al moviment, 8 pàgines-cartell (8R) i el propi manifest.

El manifest es situa a la contraportada, una pàgina molt accessible de la publicació.

Amb l'ús d'una sola tinta i poc gramatge de paper s'economitzen recursos.



4.6 Bosses

Per denunciar i evitar el consum massiu de bosses de plàstic d'un sol ús s'opta per produir bosses tèxtils.

Aquest element resulta molt visible i serveix per a publicitar el moviment al carrer.

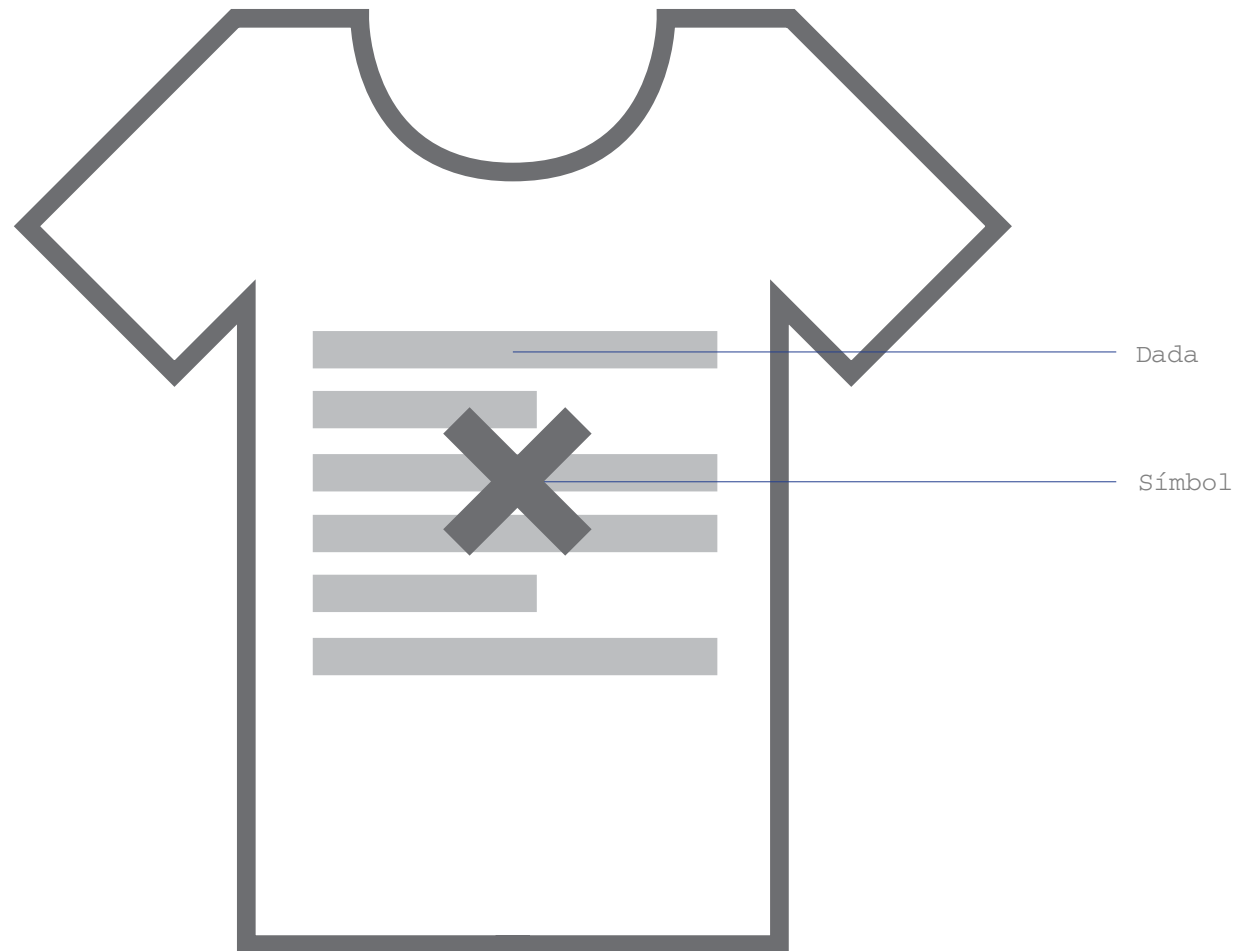
Per una cara, una dada de denúncia, i per l'altra el segell estampat.



4.7 Samarretes

Amb el mateix funcionament que els cartells de denúncia, aquestes samarretes utilitzen la transparència de la roba com a element comunicatiu.

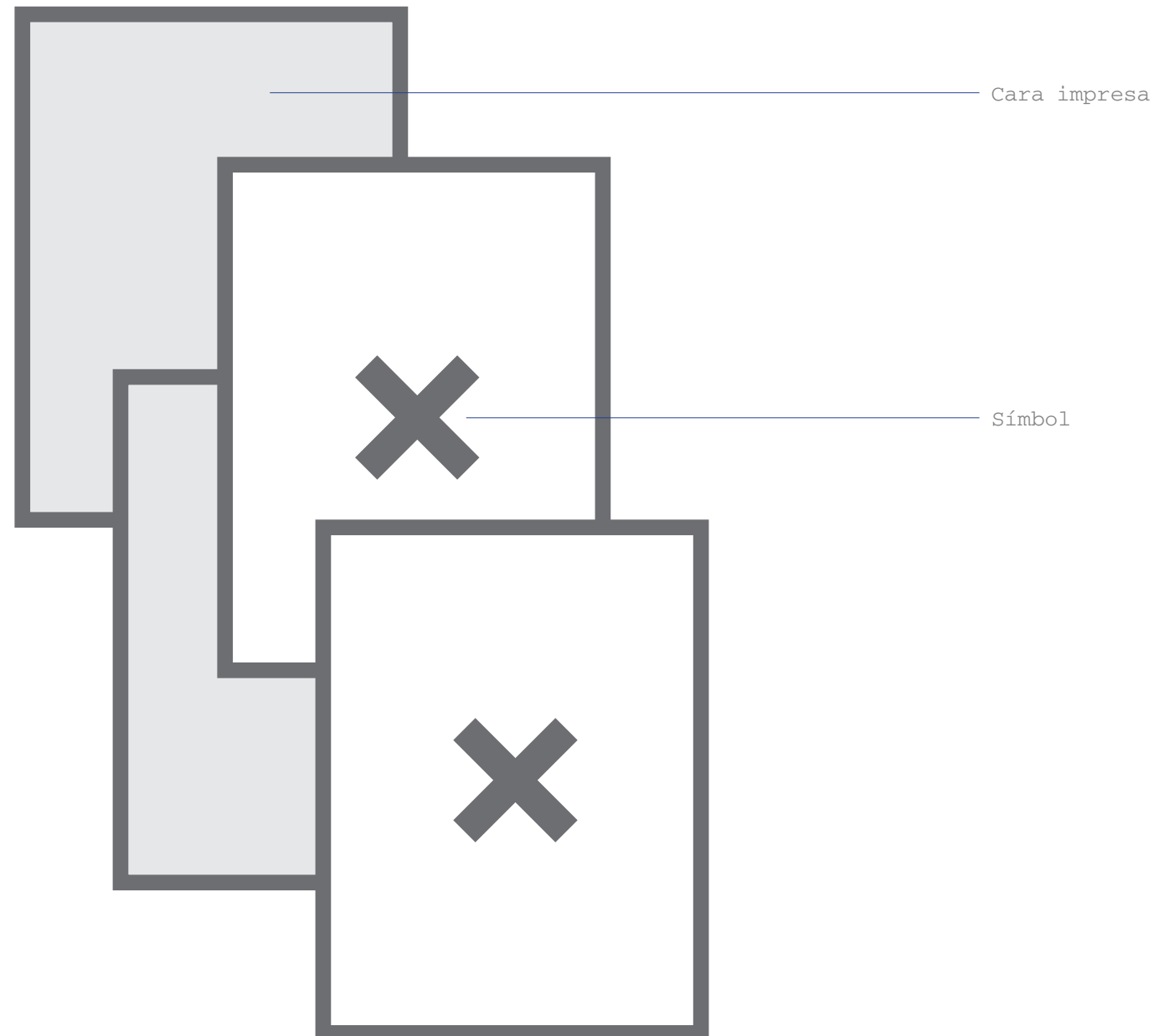
Ténen la funció de denunciar algunes dades preocupants sobre l'actualitat, i alhora publicitar el moviment.



4.8 Postals

Reutilitzant caixes d'embalatge impreses de qualsevol producte, s'estampa al dors no imprès el segell amb el símbol del moviment.

Aquest recurs evidència l'aprofitament o reutilització d'un element existent i el fet de "donar la volta" al sistema de consum actual.

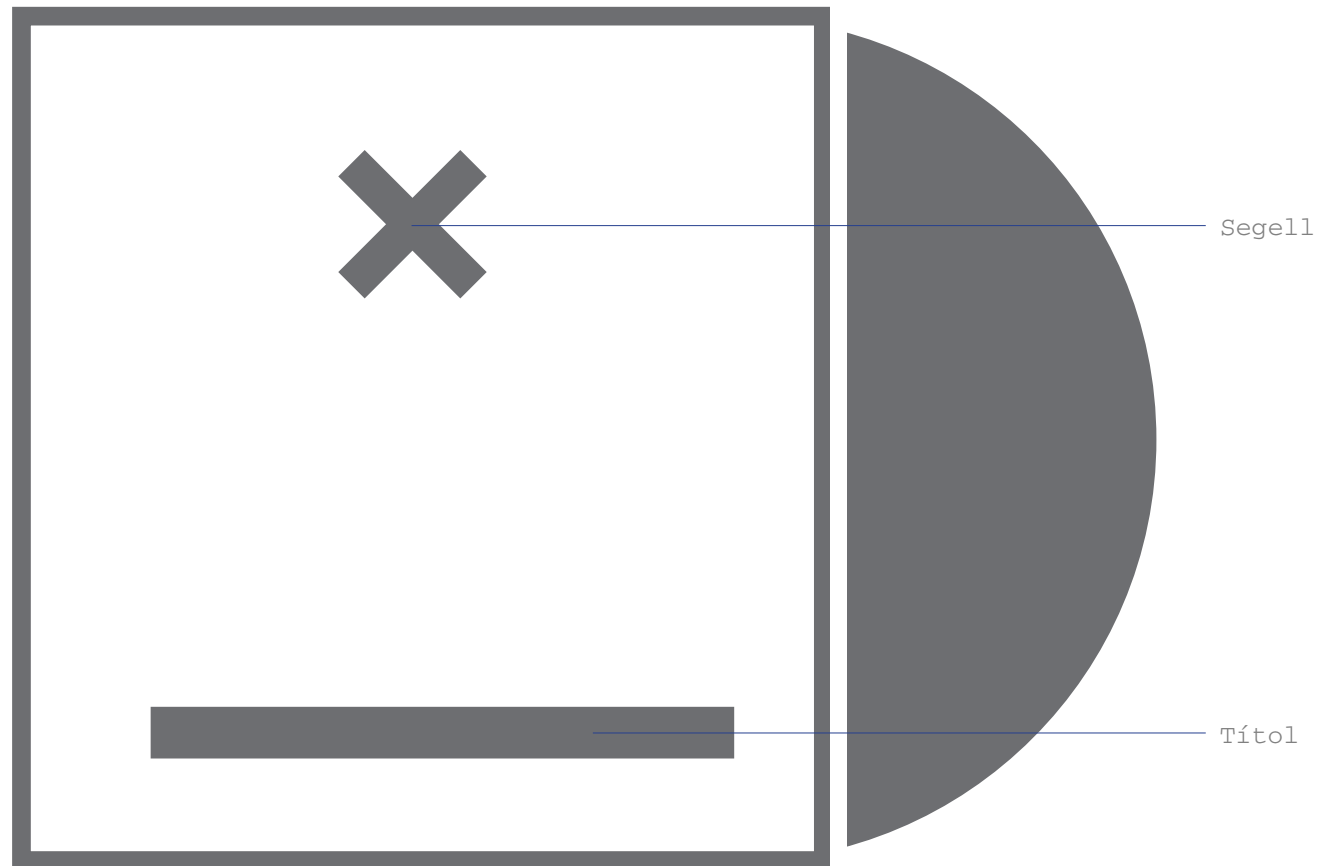


4.9 Vinil

Per tal de finançar el moviment, una sèrie de grups nacionals i internacionals afins, cedeixen els drets d'algunes de les seves cançons amb les quals es grava un vinil propi.

Reivindicant l'ús del vinil com a producte del passat, tot i la seva vigència, de qualitat, perdurable i que requereix una certa pausa en la seva utilització.

També es preveu l'organització d'algun concert, on intervinguin aquests grups, i on es vengui aquest element, juntament amb les bosses i samarretes a mode de finançament.



4.10 Web

Aquest element és fonamental per tal de tenir tota la informació recopilada i a l'abast de tothom. Alhora funcionarà com a agenda d'esdeveniments relacionats amb el moviment.

Al entrar al web apareixen una sèrie de dades de denúncia (les mateixes que als cartells) i el cursor es transforma en el símbol del moviment. Al clicar, ens redirigim la pàgina d'inici.

Al "home", articles de fons, entrevistes, cites d'autors vinculats, actualitat i notícies referents al moviment.

També es podran visualitzar clips de denúncia per tal d'enriquir audio-visualment la visita.



Ratolí amb la forma del símbol



Menú

Estructura interior dividida en mòduls, alguns d'ells substituïts per text

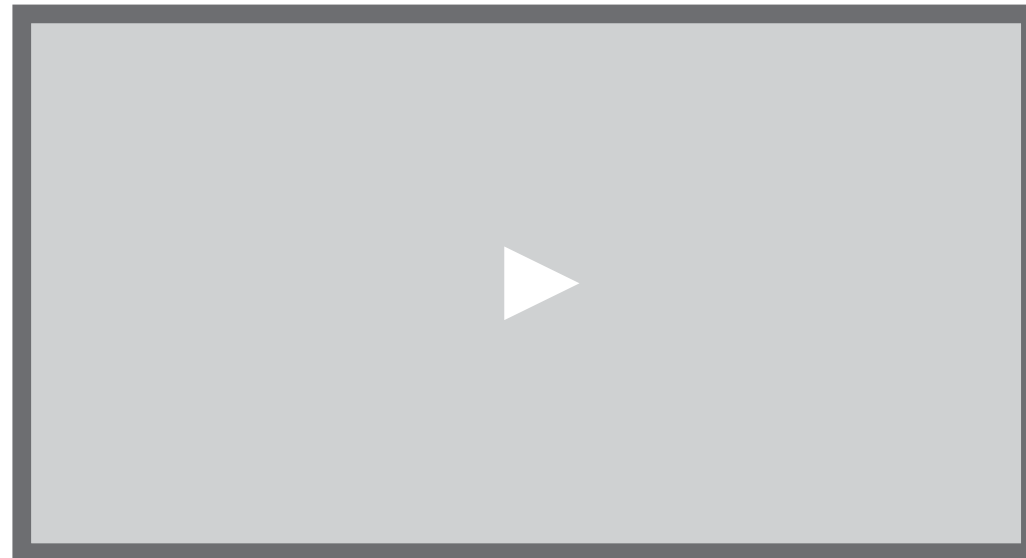
4.10.1 Clips de vídeo

Clips de vídeo de poca durada, que es troben al web, i com als cartells, ténen la intenció de donar a conèixer i denunciar certs fets.

Es caracteritzen per la visualització en marxa enrere del fet que es pretén denunciar.

Transmetren la voluntat del moviment, com seguir models de producció del passat, alhora que evitar el possible col·lapse és a l'avast de l'espectador.

Manifesten que el mal està fet, però són a temps d'evitar futurs desastres.



4.11 Formats i marges

4.11.1 Cartells

Format:

DIN-A3

297x420 mm

Aquest format estandaritzat permet la reproducció en sistemes tant econòmics com la fotocòpia o l'offset digital alhora que optimitza l'aprofitament del paper.

Marges:

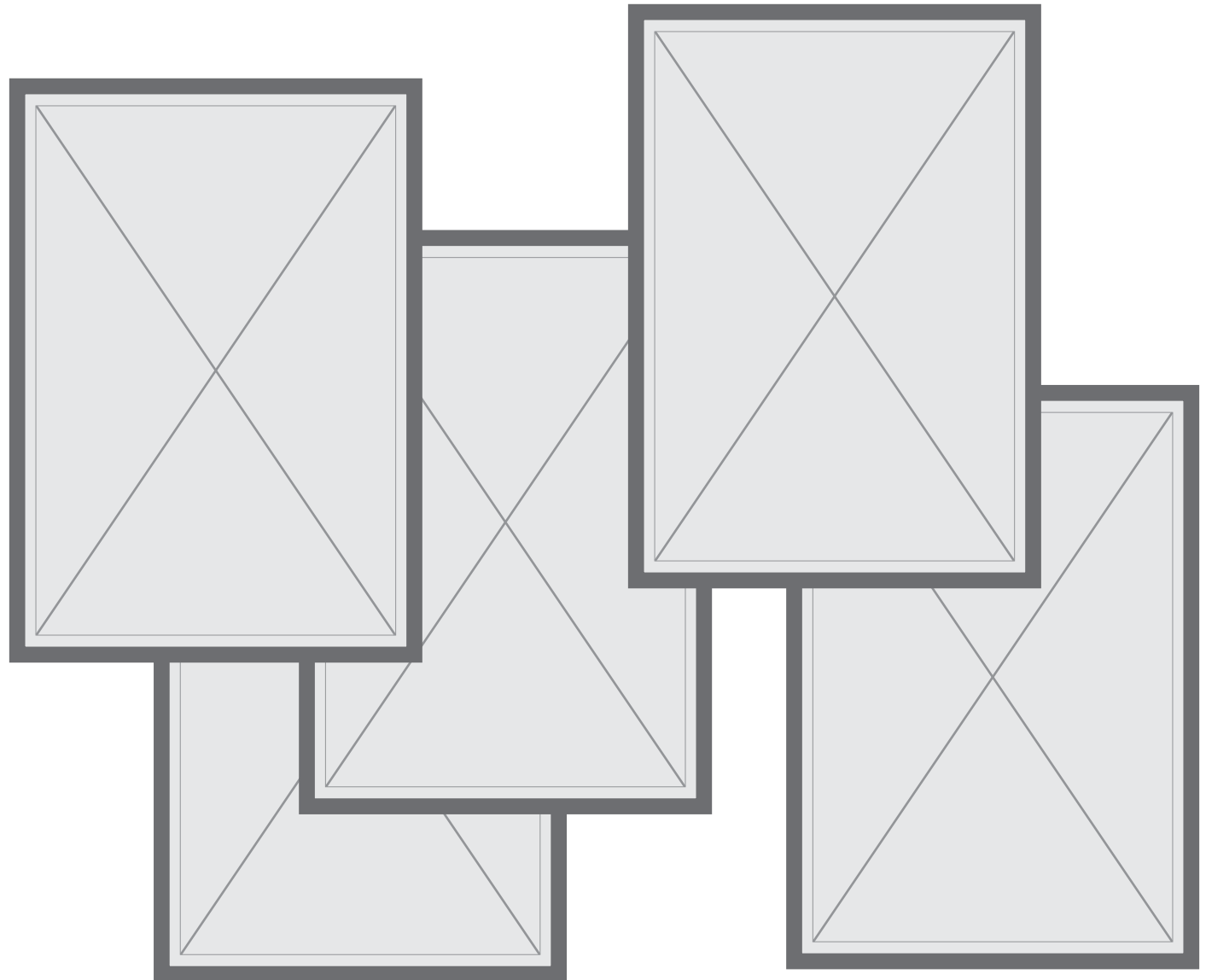
10 mm

10 mm

10 mm

10 mm

Marge mínim per a poder reproduir amb sistema de fotocòpia sense talls alhora que evidencia tant l'aprofitament màxim de la superfície del paper com el concepte d'excés de consum.



4.11.2 Manifest

Format:

DIN-A2 obert

DIN-A3 plegat

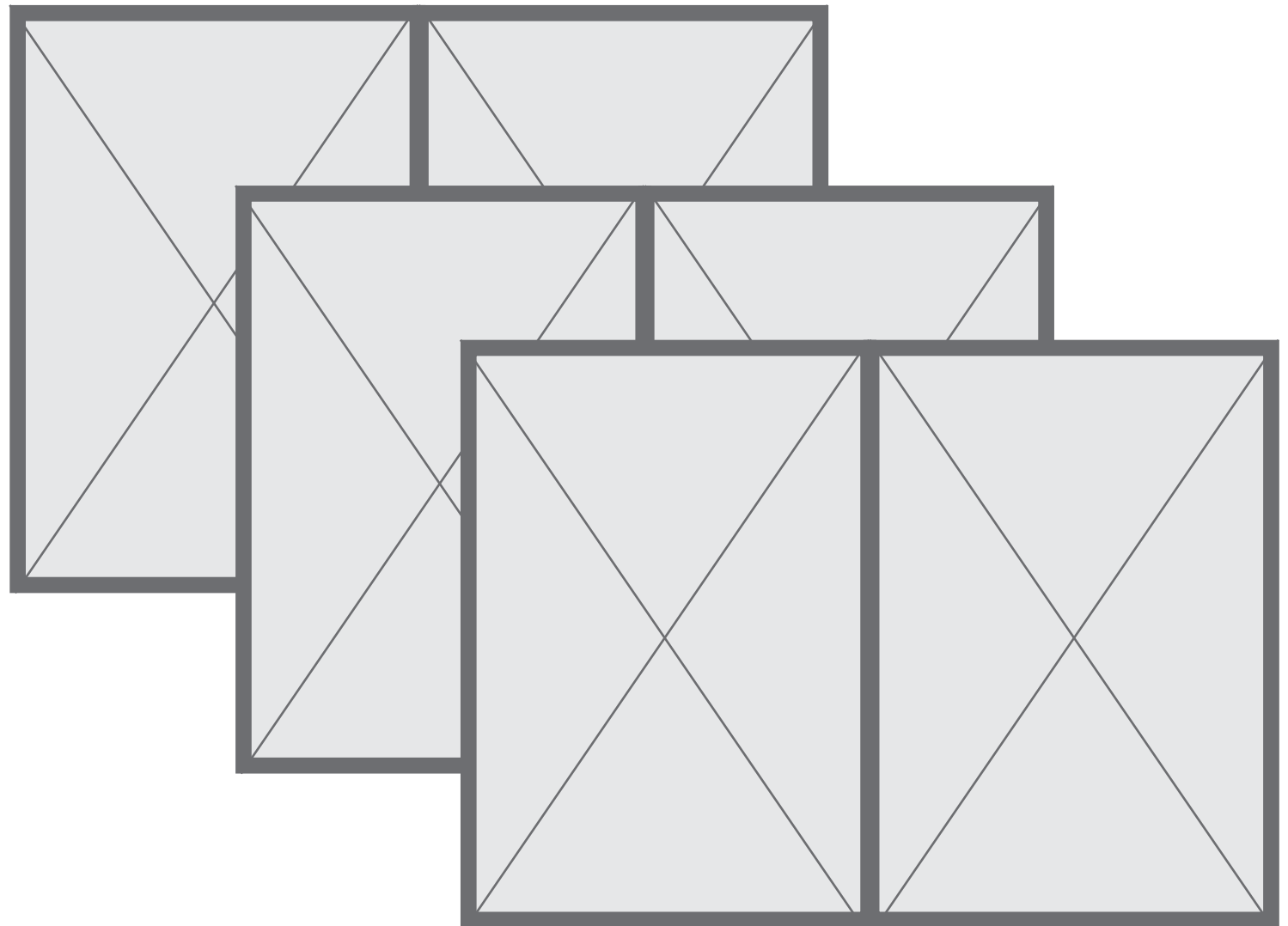
Marges:

10 mm

10 mm

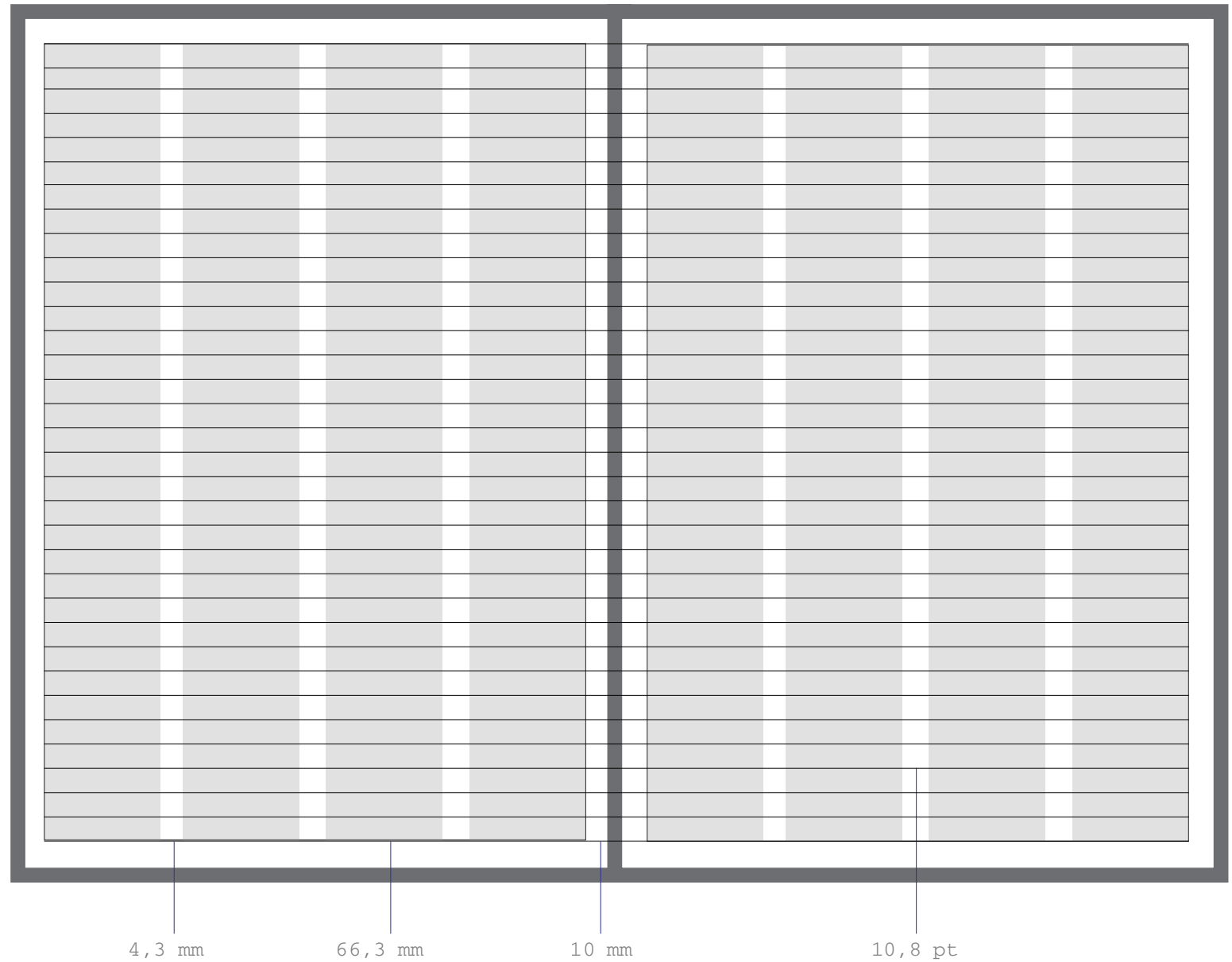
10 mm

10 mm



4.11.3 Retícula del manifest

Cada pàgina del manifest es divideix en 4 columnes.



5

Memòria
productiva

5.1 Cartells

5.1.1 Cartells de denúncia

Format:

DIN A-3

Tintes:

1+0 (negre 100%)

Paper:

Cyclus Offset 70 gr

El segell s'estampa
manualment sobre el cartell
imprès.



GAIREBÉ EL
50% DE LA
RIQUESA
MUNDIAL ESTÀ
EN MANS DE
L'1% DE LA
POBLACIÓ.

Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com



UN ESPANYOL
CONSUMEIX,
ANUALMENT,
L'EQUIVALENT
A 680.000 M².
SIS VEGADES
MÉS DEL QUE
POT SUPORTAR
EL PLANETA.

Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com



VIURE A
BARCELONA
EQUIVAL A
FUMAR CINQ
CIGARETETS
DIARIS. EN
DOS ANYS
EQUIVALDRÀ A
FUMAR-NE 7.

Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com



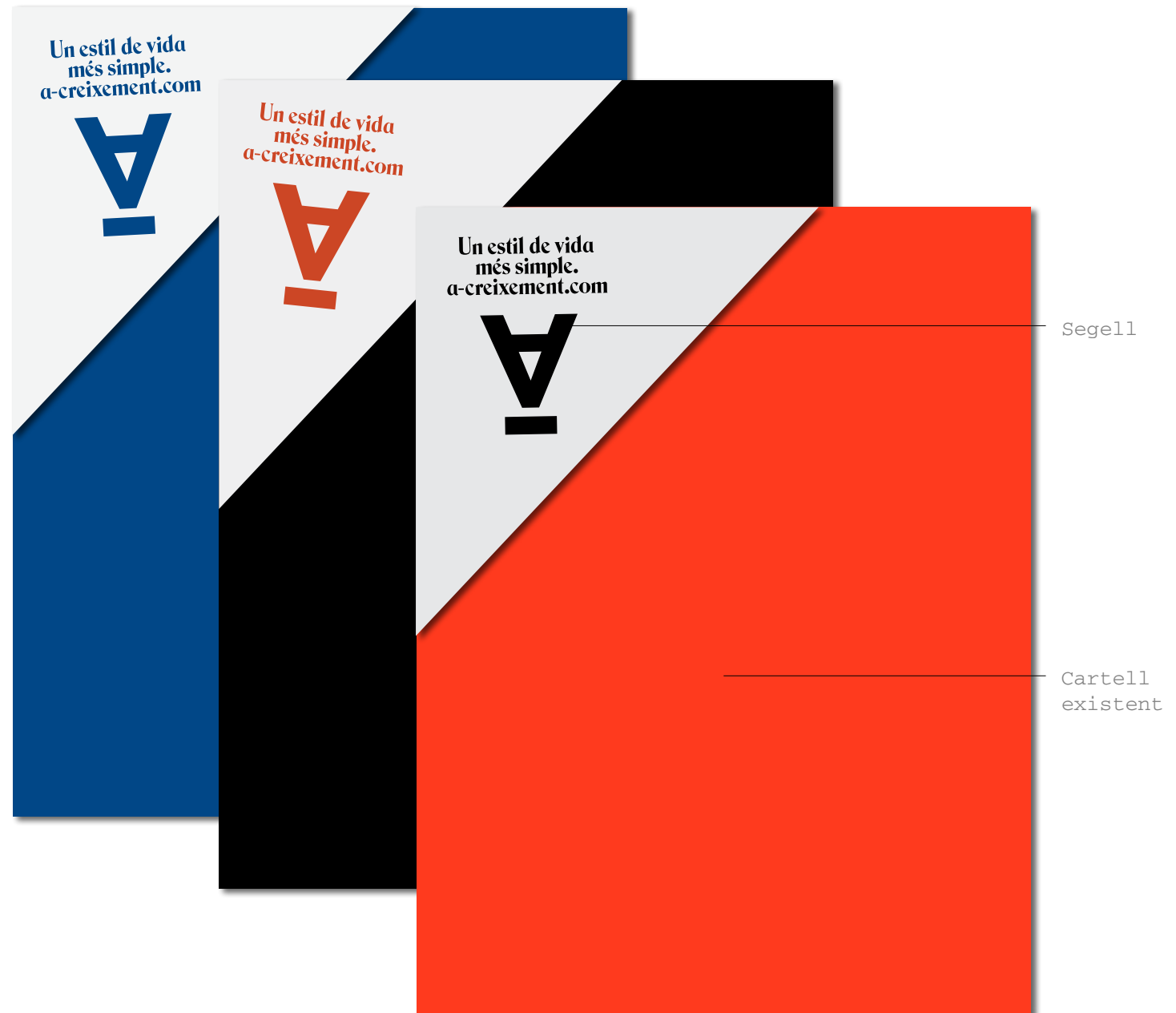
5.1.1 Cartells estripats

Format:
40x40cm

Tintes:
0

Paper:
Cyclus Offset 70 gr

El segell s'estampa
manualment sobre el cartell
imprès.



5.1.3 Cartells símbol

Format:

DIN A-3 o superior

Tintes:

0

Paper:

Cyclus Offset 70 gr

Sistema d'impressió:

Segell estampat en els diferents colors corporatius.



5.1.4 Cartells presentació
del manifest

Format:

DIN A-3 X 2

Tintes:

1+0 (negre 100%)

Paper:

Cyclus Offset 70 gr

El segell s'estampa
manualment sobre el cartell
imprès.



Informació del
esdeveniment

Segell

Títol del
esdeveniment

**Presentació
del manifest
A-creixentista**

**19.12.1015
17.30 – 19.00
Pl. del Sol**

Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com



Re-

**Presentació
del manifest
A-creixentista**

**19.12.1015
17.30 – 19.00
Pl. del Sol**

Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com



Re-

**Presentació
del manifest
A-creixentista**

**19.12.1015
17.30 – 19.00
Pl. del Sol**

Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com



Re-

5.1.5 Cartells presentació
del concert

Format:

DIN A-3 X 2

Tintes:

1+0 (negre 100%)

Paper:

Cyclus Offset 70 gr

El segell s'estampa
manualment sobre el cartell
imprès.



Concert A-creixentista

**19.12.2015
Pl. del Sol
22.30**

**José González
Mishima
Baxter Dury**

**Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com**



DoReMi

Informació del
esdeveniment

Segell

Títol del
esdeveniment

Concert A-creixentista

19.12.2015
Pl. del Sol
22.30

José González
Mishima
Baxter Dury

Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com



DoReMi

Concert A-creixentista

19.12.2015
Pl. del Sol
22.30

José González
Mishima
Baxter Dury

Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com



DoReMi

Concert A-creixentista

19.12.2015
Pl. del Sol
22.30

José González
Mishima
Baxter Dury

Un estil de vida
més simple.
a-creixement.com



DoReMi

5.2 Manifest

Format:

DIN A-2 plegat

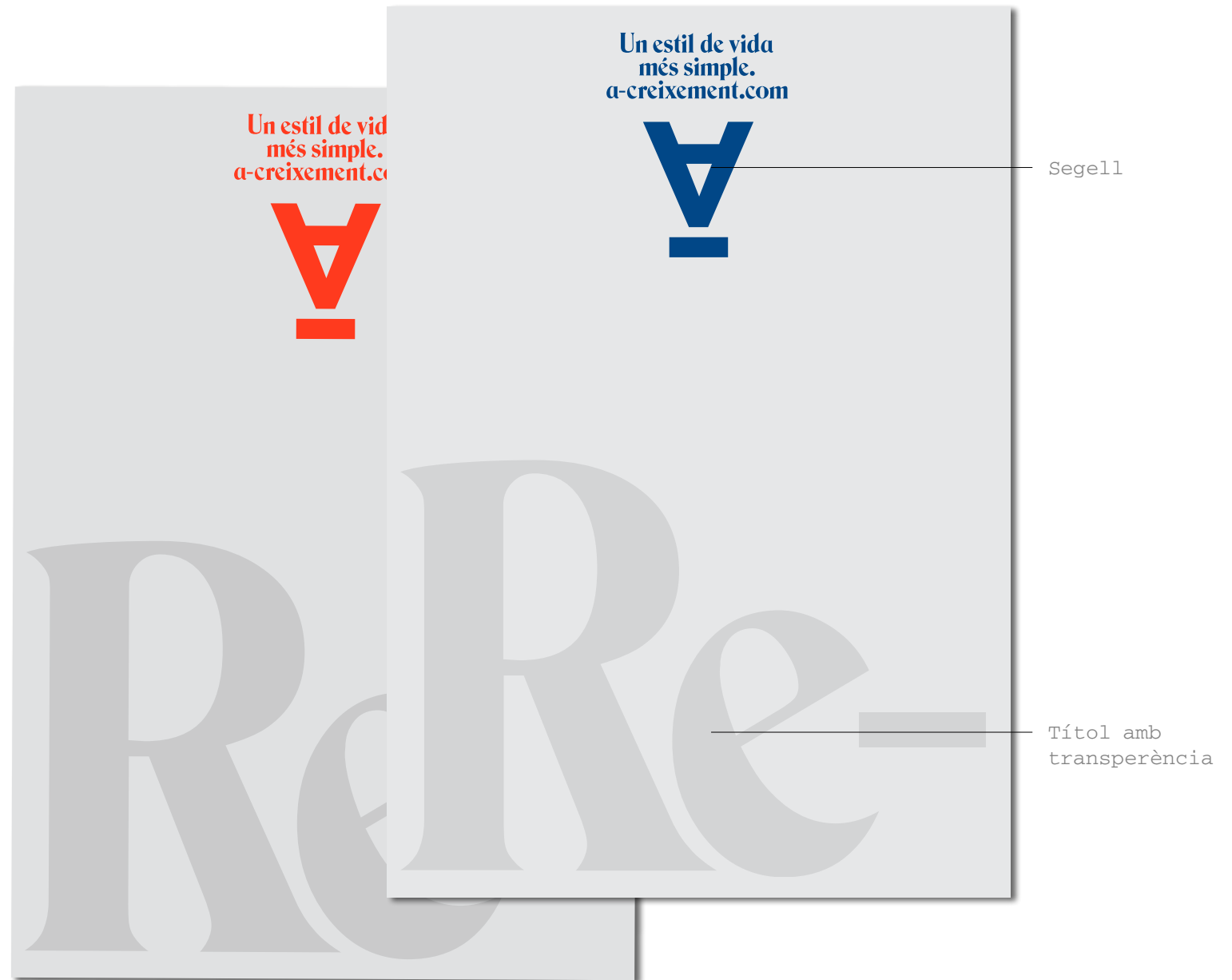
Tintes:

1+1 (negre 100%)

Paper:

Cyclus Offset 70 gr

El segell s'estampa
manualment sobre el cartell
imprès.



5.2.1 Interior del manifest

A la pàgina esquerra trobem, el títol invertit per a generar una transperència a la pàgina posterior.

A la dreta, una introducció al moviment i els 8 conceptes bàsics d'aquest.



5.2.1 Interior del manifest

A la pàgina esquerra trobem, la dada que es vol denunciar, invertida per a generar una transperència a la pàgina posterior.

A la dreta, la transperència amb l'explicació d'una de les bases del moviment.



5.2.1 Interior del manifest

A la contraportada es troba el manifest complet.

Re-

Això és més que una crisi econòmica i de règim, és una crisi de civilització.

Els ciutadans i ciutadanes europeus, en la seva gran majoria, assumeixen la idea de que la societat de consum actual pot "millorar" en el futur i que hauria de fer-ho). Entre tant, bona part dels habitants del planeta esperen anar acostant-se als nostres nivells de benestar material. Tot i així, el nostre nivell de producció i consum s'ha aconseguit al preu d'esgotar els recursos naturals i energètics, i trencar els equilibris ecològics de la Terra.

Res d'això és nou. Les investigadores i els científics més lúcids han estat donant-nos fonamentats senyals d'alarma des de començaments dels anys setanta del segle XXI de prosseguir amb les tendències de creixement vigents (econòmic, demogràfic, en l'ús de recursos, generació de contaminants i increment de desigualtats) el resultat més probable per al segle XXI és un col·lapse de la civilització. Avui s'acumulen les notícies que indiquen que la via del creixement és ja un guineu a càmera lenta.

El declivi en la disponibilitat d'energia barata, els escenaris catastròfics del canvi climàtic i les tensions geopolítiques pels recursos mostren que les tendències de progrés del passat s'estan trencant.

Davant d'aquest desafiament no n'hi ha prou amb els mantrics cosmètics del desenvolupament sostenible, ni amb la mera aposta per tecnologies eco-eficients, i tampoc amb una suposada "economia verda" que encobreix la mercantilització generalitzada de bons naturals i serveis ecosistèmics.

Les solucions tecnològiques, tant a la crisi ambiental com al declivi energètic, són insuficients. A més a més, la crisi ecològica no és un tema parcial sinó que determina tots els aspectes de la societat: alimentació, transport, indústria, urbanització, conflictes bèl·lics... Es tracta, en definitiva, de la base de la nostra economia i de les nostres vides.

Estem atrapatats en la dinàmica perversa d'una civilització que si no creix no funciona, i si creix destrueix les bases naturals que la fan possible, la nostra cultura, tecnològia i mercaderia, oblidada que som, des de l'arrel, dependents dels ecosistemes i interdependents. La societat productivista i consumista no pot ser sustentada pel planeta.

Necessitem construir una nova civilització capaç d'assegurar una vida digna a una enorme població humana (avui més de 7.200 milions), encara creixent, que habita un món de recursos finits. Per això, seran necessaris canvis radicals als nostres modes de vida, les nostres formes de producció, el disseny de les ciutats i l'organització territorial: i sobre tot als valors que guien tot l'anterior.

Necessitem una societat que tingui com a objectiu recuperar l'equilibri amb la biosfera, i utilitzi la investigació, la tecnologia, la cultura, l'economia i la política per a avançar cap a aquest objectiu. Per això necessitem tota la imaginació política, generositat moral i creativitat tècnica que aconseguim desplegar.

Però aquesta Gran Transformació es troba amb dos obstacles titànics: la inèrcia del mode de vida capitalista i els interessos dels

grups privilegiats. Per a evitar el caos i la barbàrie cap a on avui estem dirigint-nos, necessitem una ruptura política profunda amb l'hegemonia vigent, i una economia que tingui com a fi la satisfacció de necessitats socials dins dels límits que imposa la biosfera, i no l'increment del benefici privat.

Per sort, cada cop més gent està reaccionant davant dels intents de les elits de fer-los pagar els plats trencats. Avui, a l'Estat espanyol, el despertar de dignitat i democràcia que va suposar el 15M (des de la primavera de 2011) està gestant un procés constituent que obre possibilitats per a d'altres formes d'organització social.

Malgrat tot, és fonamental que els projectes alternatius prenguin consciència de les implicacions que suposen els límits del creixement i dissenyin propostes de canvi molt més audaces.

La crisi de règim i la crisi ecològica només es podran superar si al mateix temps se supera la crisi ecològica. En aquest sentit, no basten polítiques que tornin a les receptes del capitalisme keynesià. Aquestes polítiques ens van portar, durant els dècennis que van seguir a la segona guerra mundial, a un cicle d'expansió que ens va col·locar en el llindar dels límits del planeta. Un nou cicle d'expansió és inevitable: no hi ha base material, ni espai ecològic, ni recursos naturals que puguin sustentar-lo.

El segle XXI serà el segle més decisiu de la història de la humanitat. Suposarà una gran prova per a totes les cultures i societats, i per a l'espècie en el seu conjunt. Una prova on es dirimirà la nostra continuïtat a la Terra i la possibilitat d'anomenar "humana" a la

vida que siguem capaços d'organitzar després. Tenim davant nostre el repte d'una transformació d'un calibre anàleg al de grans esdeveniments històrics com la revolució neolítica o la revolució industrial.

Atenció: la finestra d'oportunitat s'està tancant. És cert que hi ha molts moviments de resistència al voltant del món en pro de la justícia ambiental (l'organització Global Witness ha registrat gairebé mil ambientalistes morts només als últims deu anys, en les seves lluites contra projectes miners o petrolers, defensant les se

ves terres i les seves aigües). Com a molt, tenim un lustre per a assentar un debat ample i transversal sobre els límits del creixement, i per a construir democràticament alternatives ecològiques i energètiques que siguin a la vegada rigoroses i viables.

Hauríem de ser capaços de guanyar grans majories per a un canvi de model econòmic, energètic, social i cultural. A més a més de combatre les injustícies originades per l'exercici de la dominació i l'acumulació de riquesa, parlem d'un model que assumeixi la realitat, faci les paus amb la naturalesa i possibiliti la vida bona dins dels límits ecològics de la Terra.

Una civilització s'acaba i n'hem de construir una altra de nova. Les conseqüències de no fer res -o fer massa poc- ens porten directament al col·lapse social, econòmic i ecològic. Però si comencem avui, encara podem ser les i els protagonistes d'una societat solidària, democràtica i en pau amb el planeta.

5.3 Bosses

Format:

60x70cm

Tintes:

1+0 (negre 100%)

Roba

El segell s'estampa
manualment sobre el cartell
imprès, el missatge
serigrafiat.



5.4 Samarretes

Tintes:

1+0 (negre 100%)

Tela

El segell s'estampa
manualment sobre el cartell
imprès, el missatge
serigrafiat.



Transperència

5.5 Postals

Format

DIN A-5

Tintes:

0+0

Caixes

El segell s'estampa
manualment sobre el cartell
imprès.



Embalatge
reutilitzat

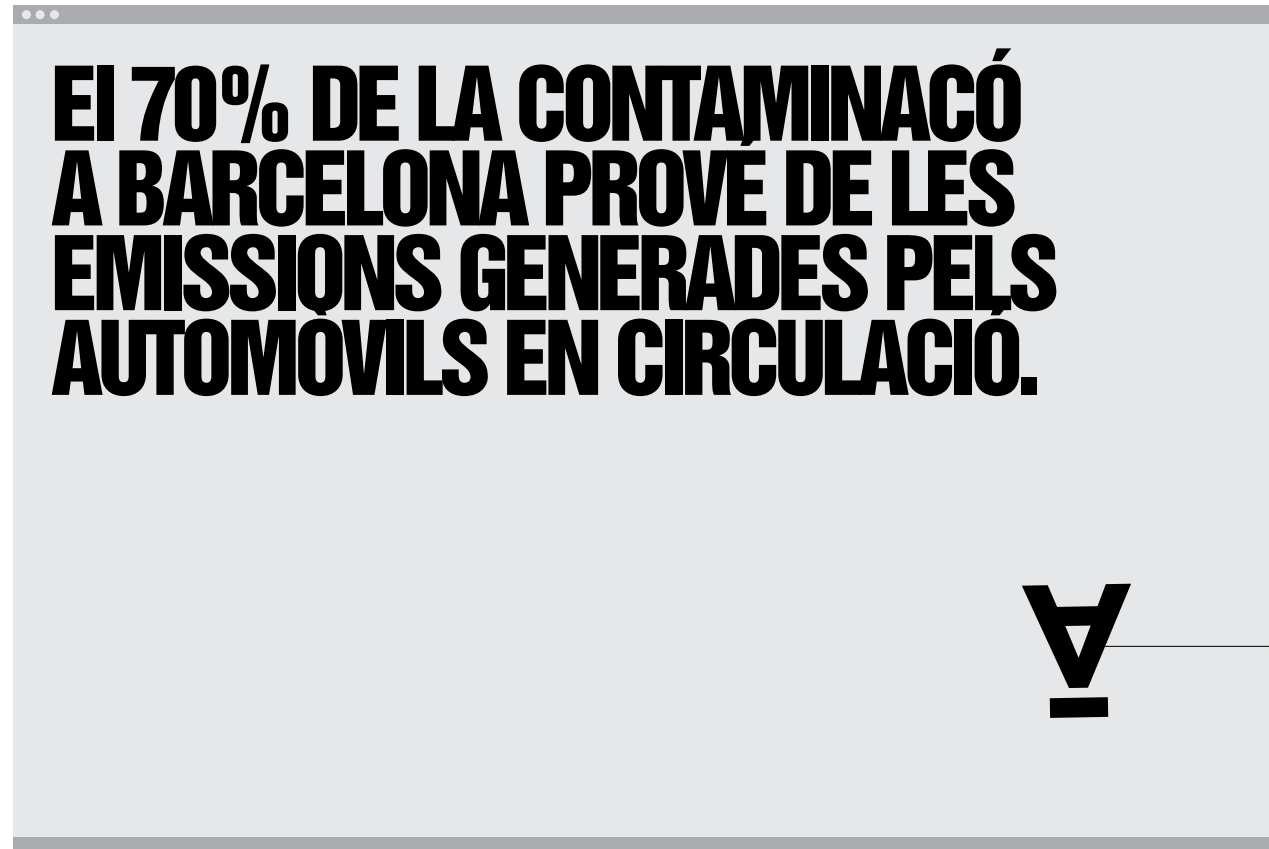


5.6 Web

5.6.1 Pantalla d'inici

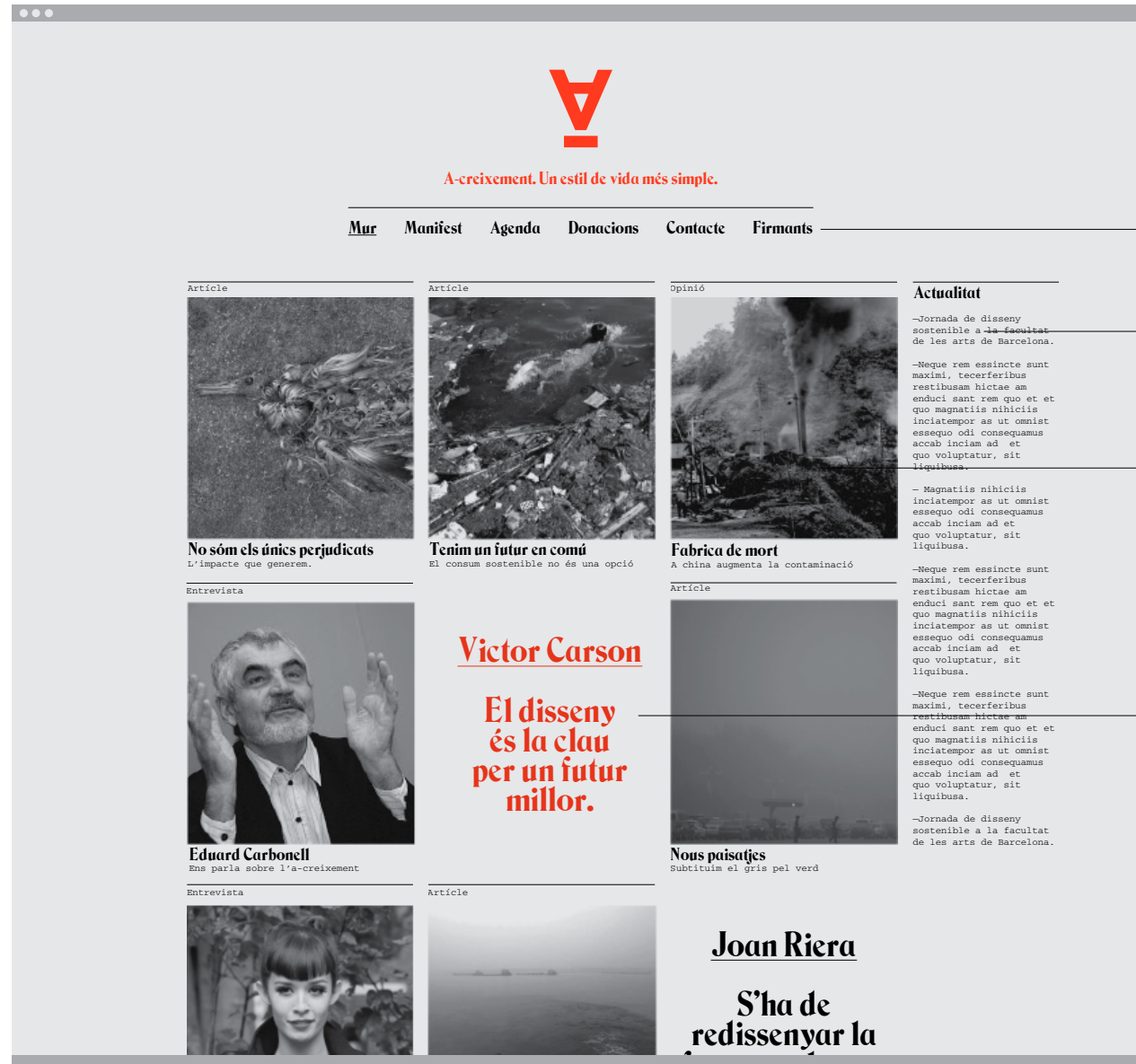
Ratolí en forma del símbol
del moviment.

Missatjes que canvien cada
5 segons.



Ratolí

5.6.2 Interior web



Mur **Manifest** **Agenda** **Donacions** **Contacte** **Firmants**

Menú

Article



No són els únics perjudicats
L'impacte que generem.

Article



Tenim un futur en comú
El consum sostenible no és una opció

Opinió



Fabrica de mort
A china augmenta la contaminació

Actualitat

-Jornada de disseny sostenible a la facultat de les arts de Barcelona.

-Neque rem essincte sunt maximi, tegerferibus restibusam hictae am enduci sant rem quo et et quo magnatiis nihiciis inciatempor as ut omnist essequo odi consequamus accab inciam ad et quo voluptatur, sit liquibus.

- Magnatiis nihiciis inciatempor as ut omnist essequo odi consequamus accab inciam ad et quo voluptatur, sit liquibus.

-Neque rem essincte sunt maximi, tegerferibus restibusam hictae am enduci sant rem quo et et quo magnatiis nihiciis inciatempor as ut omnist essequo odi consequamus accab inciam ad et quo voluptatur, sit liquibus.

-Neque rem essincte sunt maximi, tegerferibus restibusam hictae am enduci sant rem quo et et quo magnatiis nihiciis inciatempor as ut omnist essequo odi consequamus accab inciam ad et quo voluptatur, sit liquibus.

-Jornada de disseny sostenible a la facultat de les arts de Barcelona.

Pròxims esdeveniments

Articles

Entrevista

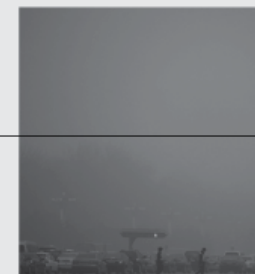


Eduard Carbonell
Ens parla sobre l'a-creixement

Victor Carson

El disseny és la clau per un futur millor.

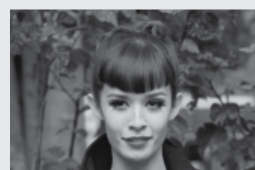
Article



Nous paisatges
Substituim el gris pel verd

Cita.
Canvi cromàtic al passar per sobre amb el cursor

Entrevista



Article



Joan Riera

S'ha de redissenyar la

5.6.2 Interior web



V

A-creixement. Un estil de vida més simple.

[Mur](#) [Manifest](#) [Agenda](#) [Donacions](#) [Contacte](#) [Firmants](#)

Tenim un futur en comú.



México 1968. Ceremonia de entrega de medallas de los 200 metros lisos. Un pódium olímpico. Dos atletas de color, sin zapatillas en sus pies como símbolo de pobreza, levantan sus puños enfundados en guantes negros mientras inclinan sus cabezas. Suena el himno de Estados Unidos de América. Tommie Smith y John Carlos, con su gesto a modo de grito pidiendo libertad, recordaron a medio mundo la existencia de la discriminación racial en su país de origen.

Las fotografías que congelaron el momento, el poder de difusión de los medios y en especial el de la televisión hicieron que ese instante jamás fuese olvidado y que se convirtiera, pocos meses después del asesinato de Martin Luther King, en un momento histórico en las reivindicaciones de los derechos civiles. Aquel gesto, que salió un poco caro a sus protagonistas, demostró que los Juegos

«Barcelona'92: una olimpiada del diseño», en las que participaron algunos de sus protagonistas.

Menú

Títol

Imatge

Destacats

5.6.2 Interior web



Títol

Destacats

6

Conclusions

6. Conclusions

Depurar la idea a través del treball

L'exhaustiu treball de documentació, anàlisi i estudi sobre l'a-creixement, i d'altres moviments similars, ha resultat ser part primordial en el procés de disseny i, per tant, en el resultat final del projecte.

Ha proporcionat una perspectiva àmplia i detallada del seu ideari i ha servit per donar una forma coherent als continguts recopil·lats al llarg d'aquest procés.

Durant aquesta anàlisi s'han valorat diversos mitjans de comunicació alhora que s'ha realitzat un estudi de l'evolució comunicativa de gran part dels moviments revolucionaris, és a dir de totes aquelles iniciatives que preténen un canvi social o que reclamen, amb veu alta, una altra manera de fer.

El resultat d'aquest estudi és que no es troben gaires moviments amb una imatge global, fet que els resta credibilitat i unitat visual. En molts casos la seva imatge resulta dispersa i amb deficiències clares d'identitat.

En el cas que ens ocupa, el moviment a-creixentista, s'han detectat mancances en l'unitat gràfica del conjunt dels col·lectius existents que l'integren, que evidencien una desvinculació entre ells.

Ser coherent amb el contingut

L'a-creixement és un moviment políticament transversal, amb un discurs veraç i ben estructurat, el qual es fonamenta sobre vuit pilars fonamentals.

Concepte ideat per Serge Latouche, reconegut teòric del moviment, el qual denomina aquests fonaments com les 8R: revaluar, reconceptualitzar, reestructurar, redistribuir, relocalitzar, reduir, reutilitzar i reciclar.

Es considera de vital importància, reflectir aquests continguts en el resultat gràfic, i basar el procés de disseny en aquets valors intel·lectuals, és a dir, realitzar un sistema de reproducció coherent amb aquest ideari, intentant sempre economitzar recursos i tenir el mínim impacte medioambiental possible.

Aquests han estat valors determinant en tot el projecte i han servit per afegir contingut i veracitat a la forma final.

D'altra banda, aquest no és un moviment radical en la forma però si en el contingut, per això es decideix mostrar la voluntat del moviment de canviar l'angle en el que es mira la societat en general i poder valorar altres maneres de fer.

També es tracta d'un moviment que elogía la lentitud i valora molt la pausa relacionada amb un descans en la producció i el consum, per això s'ha considerat important generar un sentiment de reflexió en l'usuari, tot relacionat amb la simplicitat voluntària que ells proposen.

A mida que ha anat avançant el projecte, s'ha experimentat el valor de la simplificació. Com poder explicar més contingut amb menys forma i així no perdre coherència amb les idees del moviment.

Treure'n partit de les limitacions

Si bé és cert que aquesta coherència amb l'ideari ha limitat necessàriament els recursos també és cert que s'ha procurat treure'n partit dels mateixos, i alhora, trobar-se còmode dins aquest escenari.

L'ús d'un disseny mínim, ha estat, doncs, una conseqüència que ha resultat natural i no formalment forçada.

Arribats a aquest punt s'ha buscat portar la idea al límit, treballant amb un sistema de comunicació simple i amb la personalitat suficient per tal que aquest sigui clarament reconeixible.

7. Bibliografia

-Aluich, James, War Posters weapons of mass communication, Thames & Hudson, Unitetd Kingdom, 2007

-Baines, Phil, Penguin by design, Penguin, primera Edició, Xina, 2005

-Banksy, Wall and piece, Century, Primera edició, Unitetd Kingdom: London, 2005

-Bizot, Jean-François, 200 trips from Contreculture. Graphics ans Stories from the Underground Press Syndicate, Thamnes and Hudson, primera edició, United Kingdom, 2006

-Buremand, MIchelle, Affiches polotiques es sociales, Colletion Par Voie, Espanya: Barcelona, 1995

-Cushing, Lincoln, ¡Revolución! Cuban Pòster Art, Chronicle, Pprimera edició, San Francisco: Chronicle, 2003

-Fairey, Shepard, May day, Steinherd, Simon, Ginko Books, primera edició, Berkeley: Fifth Street, 2011

-Glaser, Miltton-Ilic, Mikro. Diseño de protesta. Glòria Bohigas, Gustavo Gili, segona edició, Mèxic: Naucalpan, 2006

-Heller, Steven-Ilic, Mirko, Escrito a mano, diseño de letras manuscritas en la era digital, Gustavo Gili. Mèxic: Naucalpan, 2004

-Hessel, Stéphane, ¡Indignaos!, Destino, segona edició, Espanya, 2011

-McQuiston, Liz, Graphic agitation, social and Political Graphics since the Sixties, Phaidon, cinquena edició, New York: Phaidon, 2006

-Llotja, Agitadors de consciència, Llotja, primera edició, Barcelona, 2012

-Viejo, Rimundo, Les raons dels indignats, Pòric, primera edició, Barcelona, 2011.

Referents literaris

-Orwell, George, 1984, cinquena edició, labutxaca, Barcelona, 2004

Novel·la que tracta temes similars en què els humans són controlats de manera excessiva.

-Huxley, Aldous, Un món feliç, Quarta edició, Barcelona, 2012

Novel·la prèvia a la Segona Guerra Mundial.

Explica la unificació radical de la societat a partir de mètodes tecnològics futuristes, on tothom és exactament igual i teòricament feliç. Són eliminats la família, l'art, la diversitat social i cultural, i la filosofia, etc.

Webs consulta

www.decredocus.blogspot.com

www.decrecimiento.info

www.equomadrid.org

www.montejana.net

www.lavanguardia.com

www.noazmadrid.blogspot.com

www.transicionsostenible.com

www.teoriadeldecrecimiento.jimdo.com

www.viaverda.org

www.seminaritaifa.org

www.powertotheposter.org

www.monografica.org

www.decreciendo.wordpress.com

www.ultimallamadamanifiesto.wordpress.com

www.dinou.net

www.madrimasd.org

Agraïments

A Pilar Gorriz, per la seva dedicació i per la quantitat de referents que m'ha descobert.

A Laia Clos, per la seva dedicació i paciència.

A "Un mundo feliz" pels seus consells.

A "Última llamada" per proporcionar-me el manifest.

Al grup "Decreixement" pel seu ajut i interès en el projecte.