Diseño de futuros

DOSIER DEL PROYECTO

Índice

01. Investigación y análisis pág. 3-8

1.1. Nuestra tendencia pág. 4
1.2. Evidencias pág. 5
1.3. Consecuencias del Individualismo pág. 6
1.4. Target: público objetivo pág. 7
1.5. Referentes: estéticas de futuros pág. 8

02. Diseño visual pág. 9-19

2.1. Desarrollo de la imagen de marca (Manual de Identidad corporativa) pág. 11-14
2.2. Mapa de Flujo (Video app) pág. 15-16
2.3. UIKIT pág. 17
2.4. Storyboard del vídeo teaser pág. 18
2.5. Wireframes pág. 19
2.6. Diseño de la Interfaz pág. 20-21

01. Investigación y análisis

1.1. Nuestra tendencia

Individualismo

Nosotros nos centramos en investigar acerca del individualismo porque teníamos la hipótesis de que esta corriente es una tendencia emergente en el mundo actual y pensábamos también que se iba a acrecentar en el futuro.

Def. RAE:

1. Tendencia a pensar y obrar con independencia de los demás, o sin sujetarse a normas generales.

2. Tendencia filosófica que defiende la autonomía y supremacía de los derechos del individuo frente a los de la sociedad y el Estado.

1.2. Evidencias

machos Sigma

UNA OLA ANTIFEMINISTA

Qué son los 'machos Sigma' y por qué son un peligro para los hombres jóvenes en TikTok

Andrew Tate

Una de cal y otra de arena para el 'influencer' misógino Andrew Tate

La justicia británica acecha al polémico excampeón de kickboxing y a su hermano Tristan tras acusarles de fraude fiscal, mientras un juez les permite que salgan de Rumanía si es a otros países de la UE

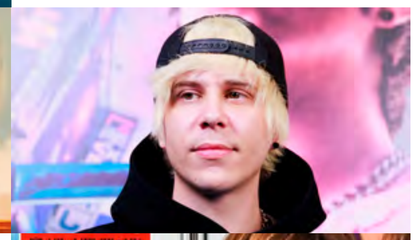
Peter Lim

Yados

LOS EXPERTOS DESMONTAN LA «ESTAFA» FITNESS DE LLADOS: «NO PUEDE HACER MILLONARIO A NADIE»

clasismo

Influencer y Andorra



machismo

Gestación Subrogada

vende humos

Arquitectura anti-personas sin hogar

1.3. Consecuencias del Individualismo

POLÍTICAS
A favor de la tendencia.

ECONÓMICAS
Más elitismo.
Más desigualdad.
Más corrupción.

SOCIALES
Estilo de vida que se basa en preocuparse por sacar el mayor beneficio posible sin importar las circunstancias sociales, éticas...
Más soledad.
Más diferencia de clases.
Más narcisismo.
Ejemplo erróneo para los jóvenes.
Generación de frustración en la sociedad.
Daños a la salud mental de las personas
Nuevas luchas sociales para impedir esto.

TECNOLÓGICAS
Investigación en tecnología.
Inversión.
Aumento del uso de RRSS.

ECOLÓGICAS
Más impacto medioambiental.
Más gasto de materias primas, más gasto de energía.

LEGALES
Aprovechamiento de lagunas legales.
Rozar la ilegalidad o incluso sobrepasarla.

1.4. Target: Público objetivo

Nuestro público objetivo sería muy amplio porque nuestra app quiere abarcar al mayor público posible tanto en cuanto a la edad como a las condiciones.

Por intentar afinar, consideramos que nuestro público ideal serían jóvenes adultos que tengan predisposición solidaria, que estén dispuestos a ofrecer ayuda a cualquier persona.

Pero nuestra app está abierta para que la utilice todo el mundo. Desde esa jóven estudiante que necesita una ayuda para superar los exámenes, como aquella persona mayor que necesita ayuda para hacer la compra, limpiar, etc.

También, la app está pensada para poner anuncios ofreciendo cosas que no utilizas para darles una vida extra y que la utilice otra persona.

1.5. Referentes: Estéticas de futuro

Moodboard

Ready Player One

Steven Spielberg

02. Diseño visual

Como hemos analizado anteriormente, el Individualismo es una tendencia emergente. No obstante, nosotros no estamos a favor de ello y por ende vamos a proponer que el concepto de nuestra empresa vaya en contra de esa dirección indivisualista de la sociedad.

Vamos a crear una nueva app que tiene como finalidad fomentar las relaciones sociales de ayuda comunitaria para crear una sociedad más unida y menos individualista.

Queremos hacer de este mundo un mundo más ***co***operativo, más ***co***mún, más ***co***laborativo, más ***co***lectivo.

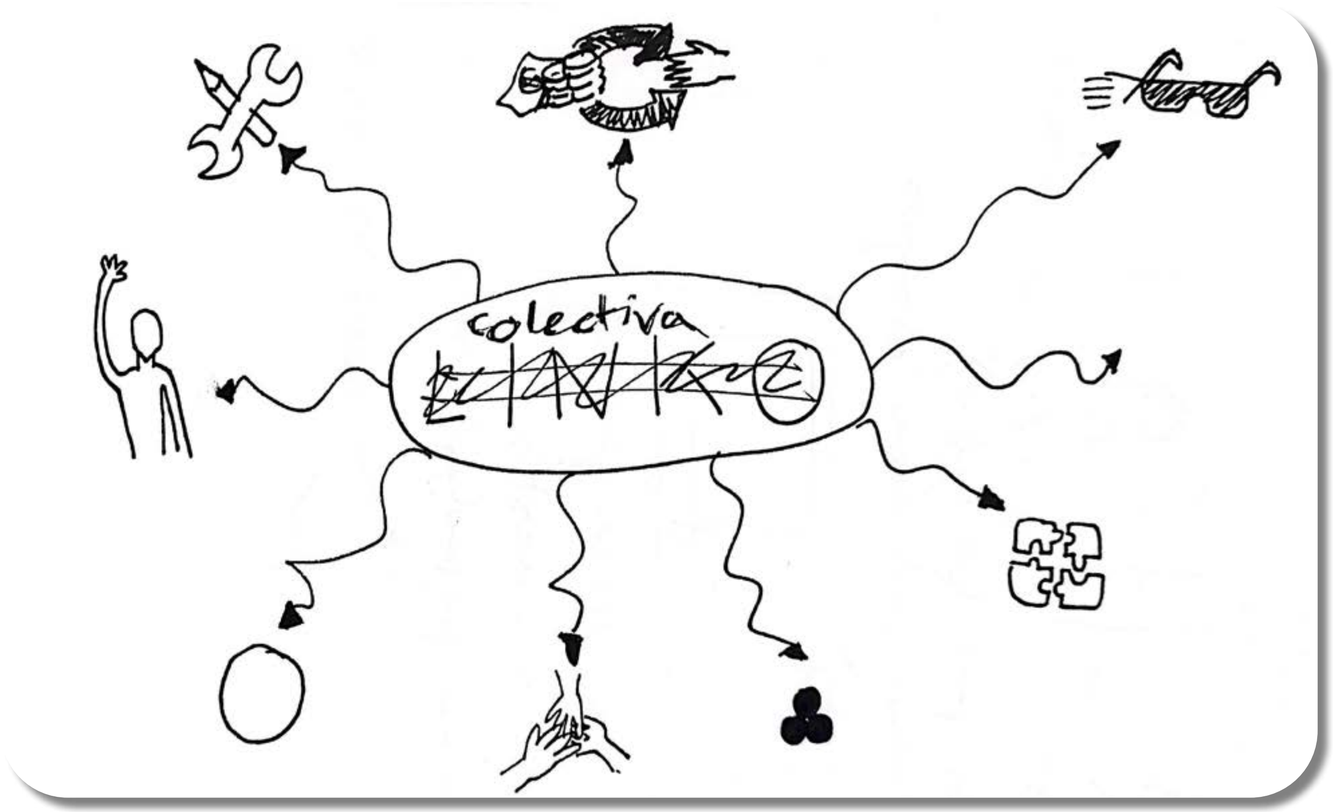
De ahí nace:

colectiva

Clicka aquí para ver nuestro Manual de Identidad Corporativa

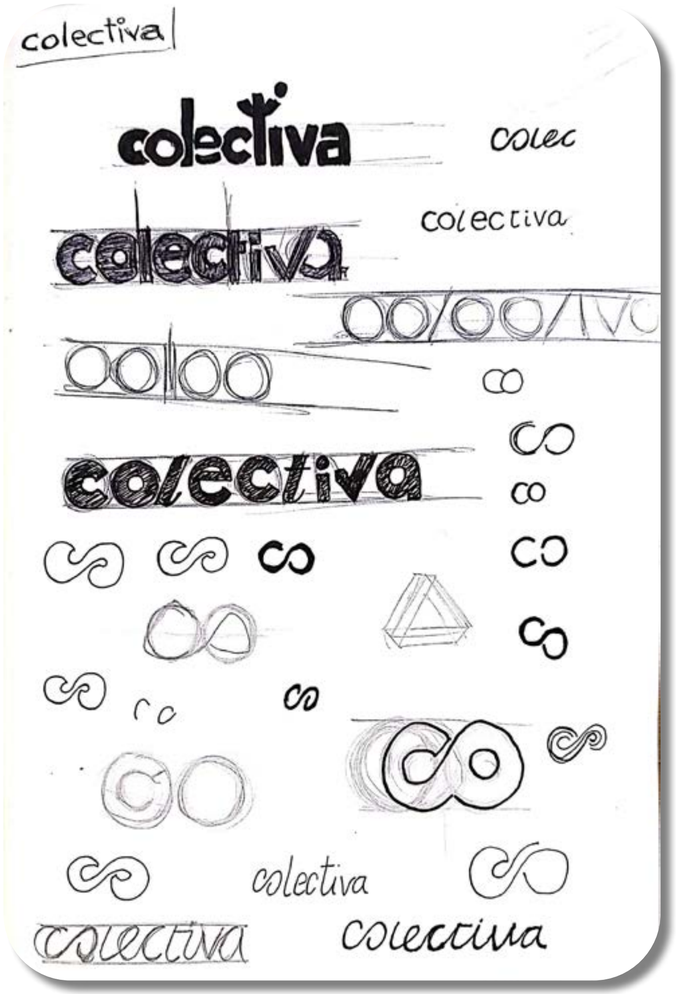
2.1. Desarrollo de la imagen de marca

Bocetos del logotipo con el nombre previo “Linko“.
Más tarde dimos con el definitivo “colectiva“.



Mapa mental con dibujos que nos sugiere colectiva como empresa.

2.1. Desarrollo de la imagen de marca



Bocetos colectiva

colectiva

colectiva

colectiva

co
lec
ti
va.

Bocetos colectiva digital con tipografía: Clash Display

2.1. Desarrollo de la imagen de marca

A partir de la palabra “colectiva” hemos resaltado la sílaba “co“ como símbolo. ya que todas las palabras del campo semántico de nuestra empresa empiezan por esta sílaba: común, cooperación, coolaboración... De ahí hemos sacado la unión de la “c” y la “o” dando como resultado un símbolo de infinito que argumenta esa idea de humanidad, solidaridad y empatía inagotable que tenemos todas las personas.

También hemos pensado que la tipografía Asap marida bien con el concepto de nuestra empresa proque nos transmite amabilidad y humanidad debido a sus remates y a sus acabados redondeados.

Todas las letras de la palabra están encajadas en la X y son de caja baja, simbolizando humildad, unión y comunidad.

Por último, hicímos un uppercase en la letra “L” y también realizamos correcciones en la “i“ y en la “t” para mejor legiblilidad y cohesión del logotipo.

Bocetos colectiva digital con tipografía: Asap Italic.

2.1. Desarrollo de la imagen de marca

colectiva
colectiva
colectiva
colectiva
colectiva
colectiva
colectiva
colectiva

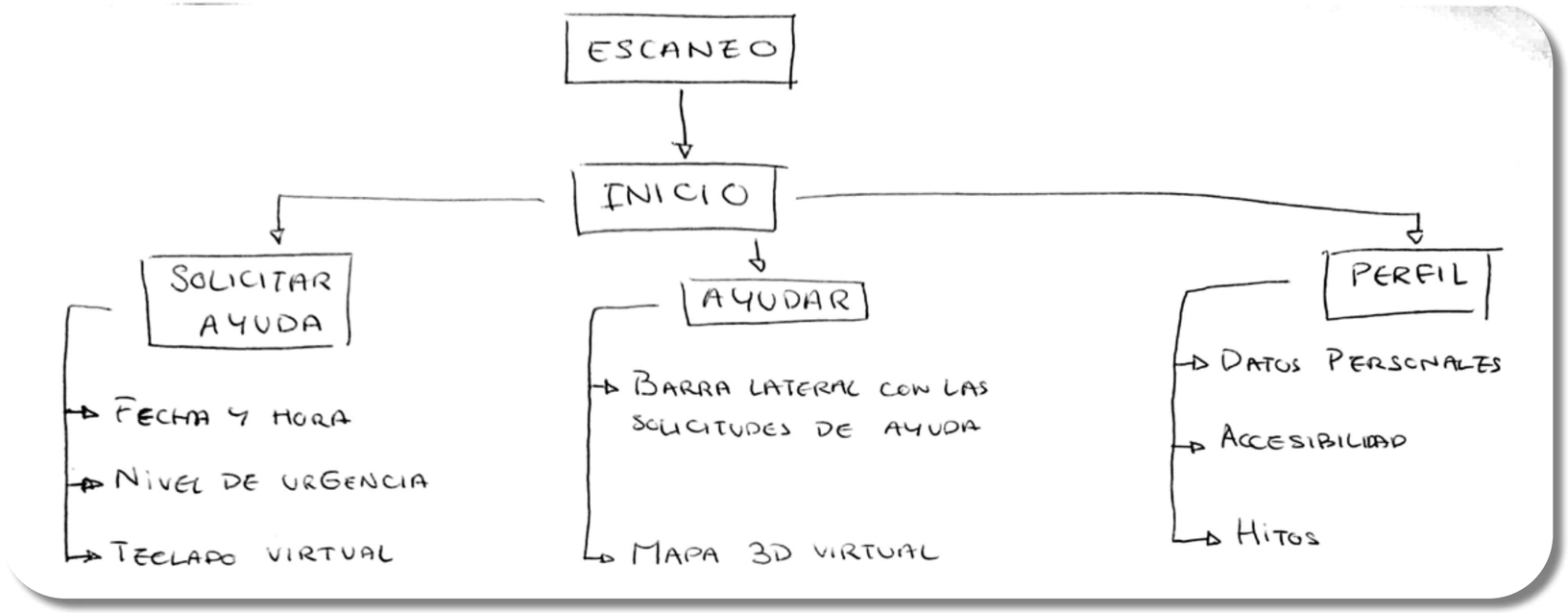
colectiva
colectiva
colectiva

Proceso de creación del logotipo

Tanto para dar a entender el funcionamiento de nuestra app como para tener una vista global del mundo que imaginamos en el futuro, hemos hecho un vídeo a modo de teaser explicativo de la interfaz y su usabilidad.

Clicka aquí para ver el funcionamiento de nuestra app.

2.2. Mapa de flujo



2.3. UIKIT

Iconos

Ubicación

Perfil

Operación confirmada

Botones

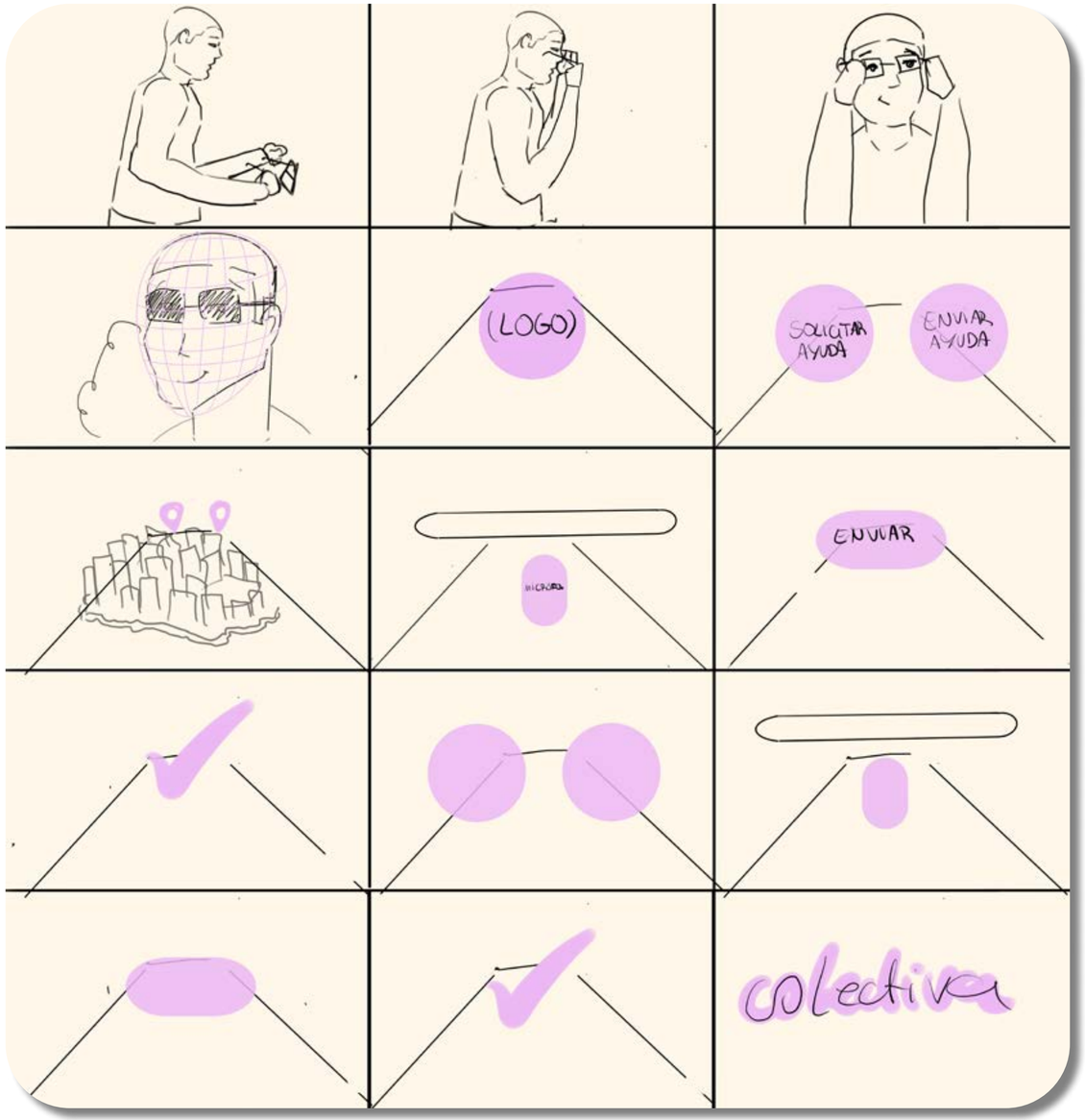
Estático

Click

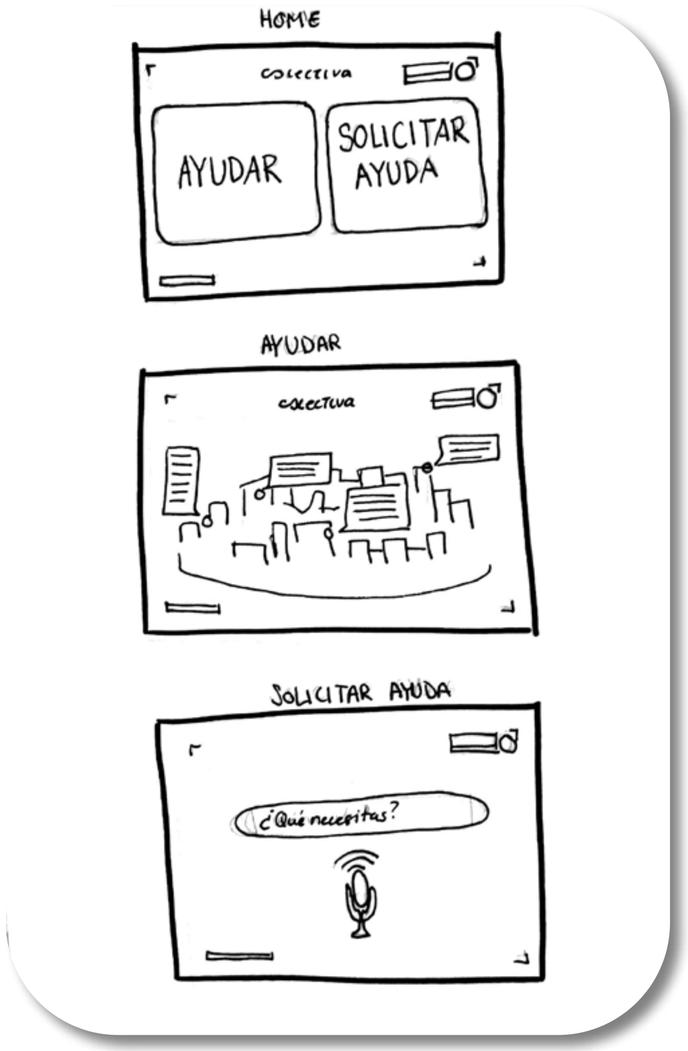
Estático Click

Estático Click

2.4. Storyboard del video teaser

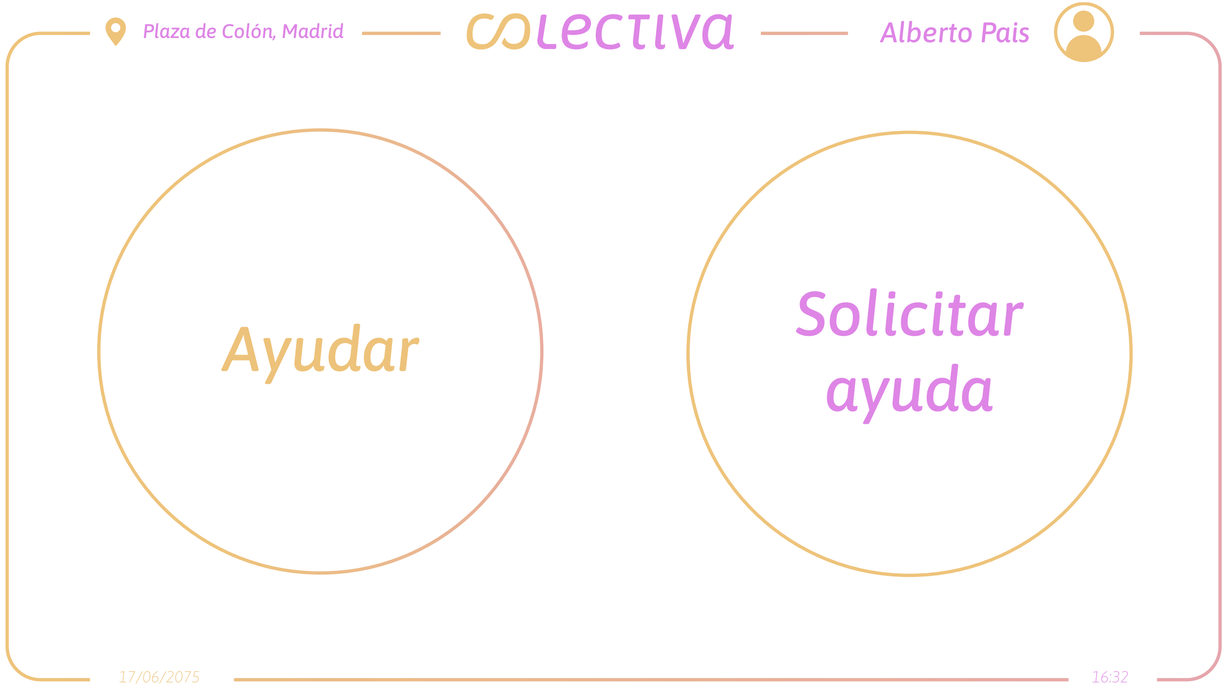


2.5. Wireframes



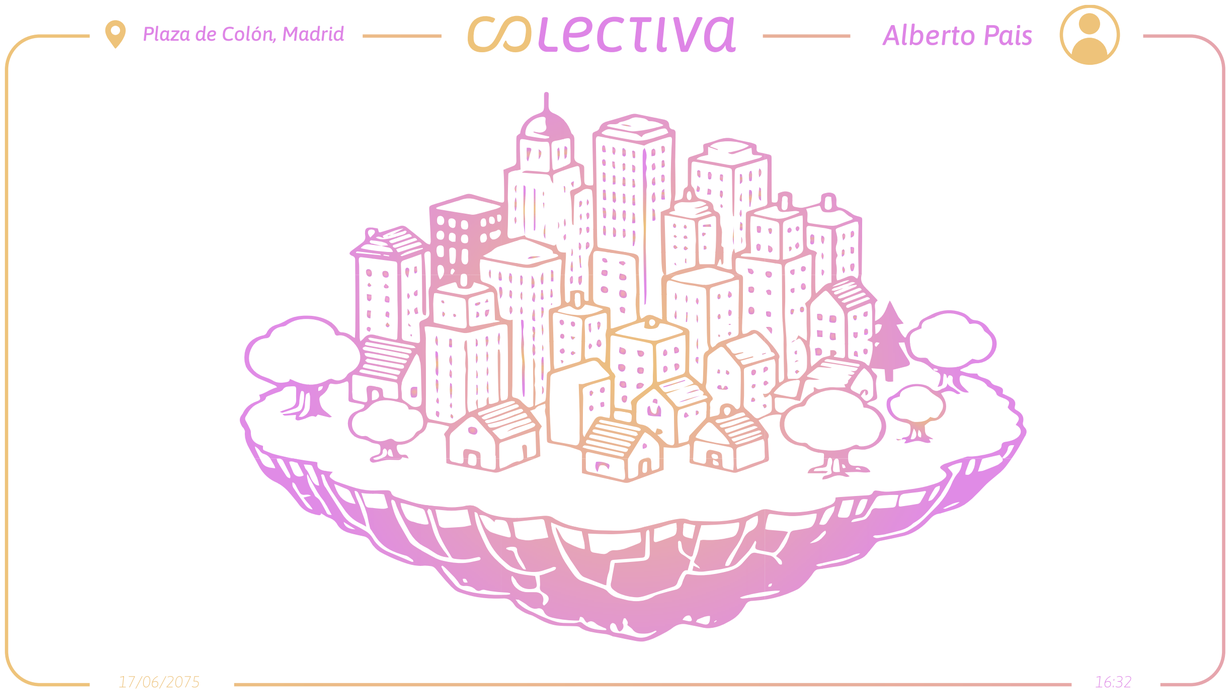
2.6. Diseño de la interfaz

Pantalla de carga Inicio



Inicio

2.6. Diseño de la interfaz



Pantalla “Ayudar“

*no es el mapa 3d definitivo

Pantalla “Solicitar ayuda“