

# DISSENYEM COMERÇ

Escola Massana i Born Comerç

Con el objetivo de fomentar el comercio de proximidad y en colaboración con la red de apoyo entre comerciantes, vecinos y el Born, estos últimos cuatro meses hemos tratado de conocer el barrio desde diferentes perspectivas con tal de desarrollar una propuesta que hiciese frente a los retos planteados.

Dissenyem comerç es un proyecto promovido por el Ayuntamiento de Barcelona, el DissenyHub Barcelona y Barcelona Activa, y desarrollado por un equipo de estudiantes de la Escola Massana en colaboración con el eje comercial del Born y la asociación Born Comerç de artesanos, comerciantes, emprendedores y vecinos.

04 INTRODUCCIÓN

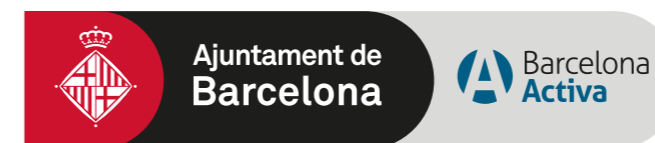
10 INVESTIGACIÓN

18 IDEACIÓN

22 PROYECTO

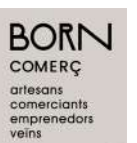
52 REFERENCIAS

Promovido por:



Desarrollado por:

ESCOLA MASSANA  
CENTRE D'ART I DISSENY



# INTRODUCCIÓN

## EL EQUIPO

El equipo de trabajo está compuesto por seis estudiantes de tercero y cuarto curso del Grado Universitario en Artes y Diseño de la Escola Massana. Tutorizados por dos profesionales en el ámbito del *service design*: Marta Domingo y Clara Subirats, responsable de la estrategia de diseño de HP Inc. y responsable de diseño avanzado de HP Inc respectivamente.

Cèlia Domingo



Clara Nadal



Arnau Peralta



Berta Pons



Lídia Sáez



Irene Sebastián



# INTRODUCCIÓN

## EL PROYECTO

## SCHEDULE

### BRIEFING

La Escola Massana, en colaboración con Barcelona Activa, participa en la iniciativa Dissenyem Comerç cuyo objetivo principal es plantear propuestas que ayuden a impulsar el comercio de proximidad con especial énfasis en la reactivación del comercio *post covid-19*.

### OBJETIVOS

Uno de los retos que este proyecto plantea es el de acercar a los estudiantes de diseño y a los comercios de la ciudad de Barcelona, concretamente del emblemático barrio del Born, para la visualización de los valores del comercio de proximidad y de diseño, en ambas direcciones.

Los estudiantes han de elaborar propuestas para impulsar el comercio de proximidad a la ciudad de Barcelona a partir de una mirada transversal que incluya temas de comunicación, servicios, eventos o señalización.

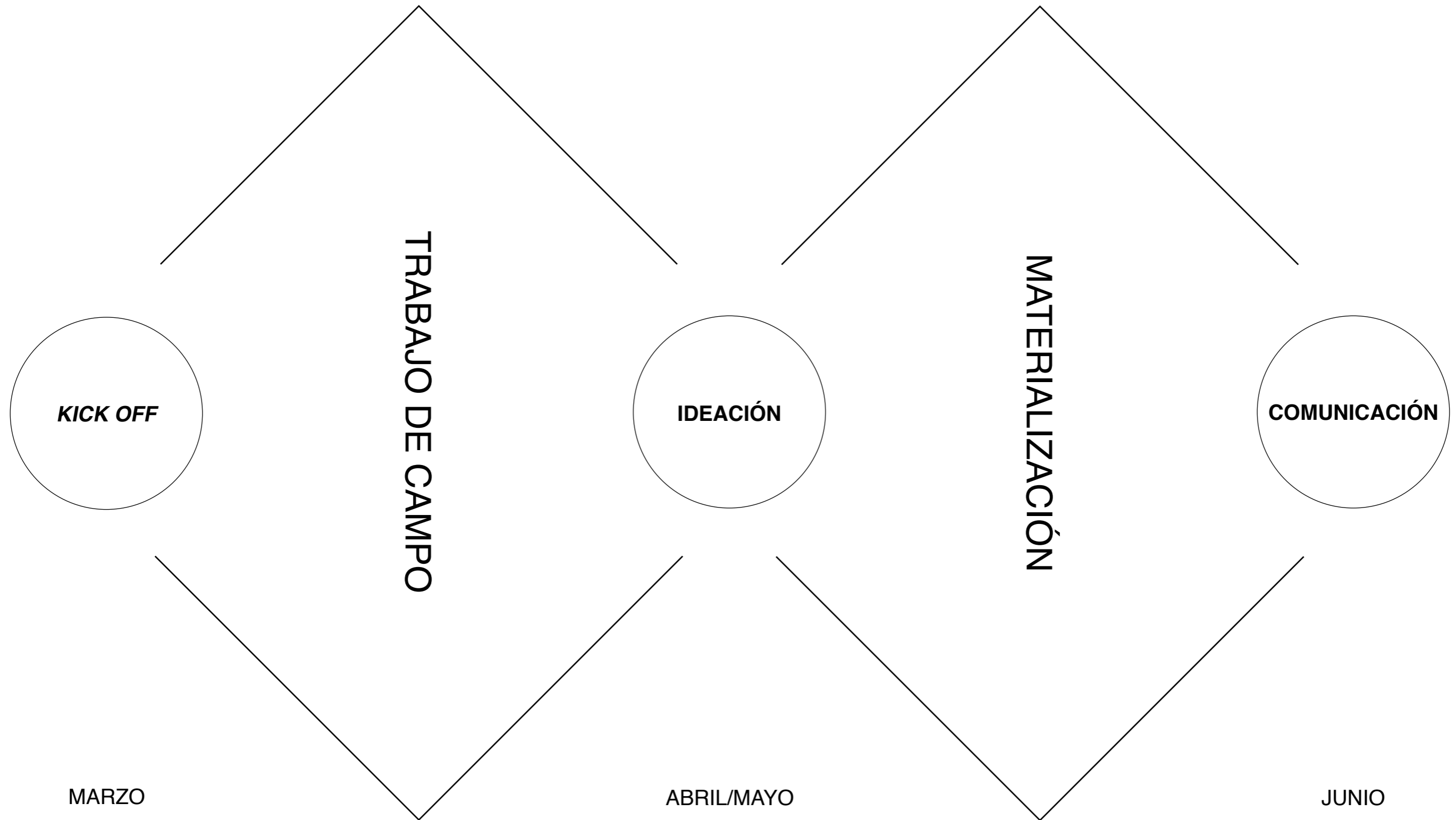
Incluyendo en el proceso de diseño a los diferentes agentes, estudiantes, comerciantes y vecinos a través de acciones o talleres creativos que se puedan desarrollar en espacios públicos y municipales del territorio.

De esta manera se dará visibilidad al proyecto y se podrá compartir el proceso con la ciudadanía.

El proyecto se divide en tres etapas: investigación, análisis e ideación y, por último, implementación y comunicación.

Nos hemos reunido semanalmente durante los últimos meses con las tutoras del proyecto, Marta Domingo y Clara Subirats para poner en común la información, lanzar ideas, repensar propuestas y mejorar el contenido y la comunicación del proyecto. Esto nos ha permitido recibir las orientaciones necesarias en cada momento.

## CRONOGRAMA



## DESK RESEARCH

El desk research, también llamado *secondary research*, consiste en recoger información a partir de los estudios e investigaciones ya realizadas y que han publicado sus resultados.

Podemos distinguir dos tipos de *desk research* en esta fase de investigación:

### 1. DESK RESEARCH INTERNO

Recopilación de fuentes de información de la propia organización o que proporciona el cliente de un proyecto.

### 2. DESK RESEARCH EXTERNO

Uso de fuentes de información externas, como datos de tipo más estadístico y social (elaborados por organismos públicos), o más orientados al consumo o a la investigación (elaborados por empresas o universidades).

## DESK RESEARCH INTERNO

El Born es un barrio o sector de la ciudad de Barcelona que se extiende alrededor del Paseo del Born, el Mercado del Born y la iglesia de Santa María del Mar. Administrativamente está en el barrio de Sant Pere, Santa Caterina y la Ribera en el distrito de Ciutat Vella. Está delimitado por el Paseo de Picasso, la Calle de la Princesa hasta la Calle del Rec, el Paseo del Borne, Santa María del Mar, el Pla de Palau y la avenida del Marqués de la Argentera.

La Ribera es uno de los tres barrios históricos de Sant Pere, Santa Caterina y la Ribera, actualmente a veces el término Born se utiliza como sinónimo del barrio de la Ribera y otras para denominar sólo el sector noreste de la Ribera alrededor de Santa María del Mar y el Paseo del Borne, zona que había sido conocida como la Ribera del Rec Comtal o barrio de Santa María del Mar.



## DESK RESEARCH EXTERNO

Se recopiló por otro lado información sobre el carácter de los comercios dentro del Casco Antiguo y su transformación durante el tiempo y el proceso de gentrificación del barrio. Barrio lleno de historia artesana, amenazado por el sobre turismo, ya que se han vivido problemas en el Born causados por este último fenómeno, como cierres de comercios y ocupación de viviendas.

El Born tiene importancia en el comercio y la economía de Barcelona desde el siglo XIV hasta la actualidad.

Uno de los problemas que afectan al barrio es que se han visto en disputas durante años, entre las entidades gubernamentales y los vecinos a raíz de entidades públicas y privadas del barrio, como el Mercado del Born.

En cuanto a los vecinos al primer 'clic' se visualiza la disconformidad con el incivismo del barrio, sobre todo de noche. A la vez que también se visualiza la unión entre vecinos y con distintos barrios por las mismas problemáticas. También son visibles todas sus iniciativas para el comercio del Born y hacer barrio, como con la *Born Street food* y la cuenta en la red social Instagram *Gent Born* en donde promueven toda serie de eventos y descubren comercios de la zona.



## LA OBSERVACIÓN: INSTRUMENTO DE ANÁLISIS

Una vez recopilada suficiente información desde dentro y fuera del Born, era hora de comenzar a aprender sobre su contexto más amplio. Para esta fase de búsqueda, una segunda aproximación al barrio consistió en investigar con el método de observación como instrumento de análisis. Esta herramienta nos ayudó a identificar los diferentes actores que componen el ecosistema del Born y cómo actúan.

Gracias a esta metodología pudimos identificar tres preguntas clave:

- 1. ¿VIVES EN EL BORN? / ¿DÓNDE VIVES?**
- 2. ¿QUÉ VIENES A HACER AL BORN?**
- 3. ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE ATRAE DEL BORN?**





## DECLARACIÓN DE INTENCIONES

### VECINOS

Conocer y entender las dinámicas de consumo y la forma de relacionarse con el comercio de sus habitantes según los planes de vida ligados al barrio.

### COMERCIANTES

Entender con profundidad lo que incentiva a un comercio a instalarse en el Born y no a otros barrios.

Comprender qué significa éxito para los comerciantes y los factores que influyen en el bagaje de un comercio dentro del Born.

### VISITANTES

Conocer los intereses que mueven a los visitantes a consumir el comercio del Born y no de otro sitio.

Comprender la atracción que produce el barrio a los visitantes y qué diferencias ven de su lugar de origen y por qué.

Una vez escritas las declaraciones de intenciones para los distintos agentes, los seis miembros del grupo se dividieron en tres grupos y cada pareja se encargó de un tipo de agente.

Se comenzaron a estructurar las entrevistas organizando secciones y preguntas clave de más amplias a más específicas, informando al encuestado o encuestada del contexto, haciéndole sentir cómodo y dispuesto a aprender cosas del barrio.

Además de las entrevistas formales, para amenizarlas, se usaron distintas herramientas que involucran a las personas y crean una sensación de comodidad ya que desvían la atención de la persona entrevistada. Además ayudan a desentrañar necesidades latentes que a menudo no se expresan y, en muchos casos, documentan de manera natural, la sesión de búsqueda. También ayudan a comprender detalles concretos que son difíciles de conseguir únicamente hablando.



## INSIGHTS

Con la aproximación y conocimiento de los agentes del Born y sus contextos, era nuestro turno para procesar y comenzar a idear propuestas, por lo que empezamos con la inscripción de los *insights*, unos enunciados que marcan y engloban los conglomerados de información más relevante, estos los dividimos según los tres grupos anteriormente identificados.

### VECINOS

El proceso de gentrificación presente en el Barrio del Born ha cambiado el tipo de comercio, pasando de un comercio más cotidiano a uno más puntual.

Los comerciantes se han visto obligados a adaptarse a las nuevas necesidades del barrio, rehuendo así de un aspecto importante de este: las necesidades de sus habitantes.

### COMERCIANTES

Los pequeños comercios que se encuentran en callejuelas, o están alejados de las calles de principal tránsito, no generan tantas ventas en tienda, ya que no acostumbran a tener demasiadas visitas.

### VISITANTES

El ambiente y la comunidad acompaña a ir a pasear por el barrio, sin objetivo de comer o comprar (pero se suele hacer).

Se escogen los sitios (hostelería) a partir de valoraciones en internet y precios.

**¿Cómo podríamos reactivar el comercio mediante la intervención en el acto de pasear?**

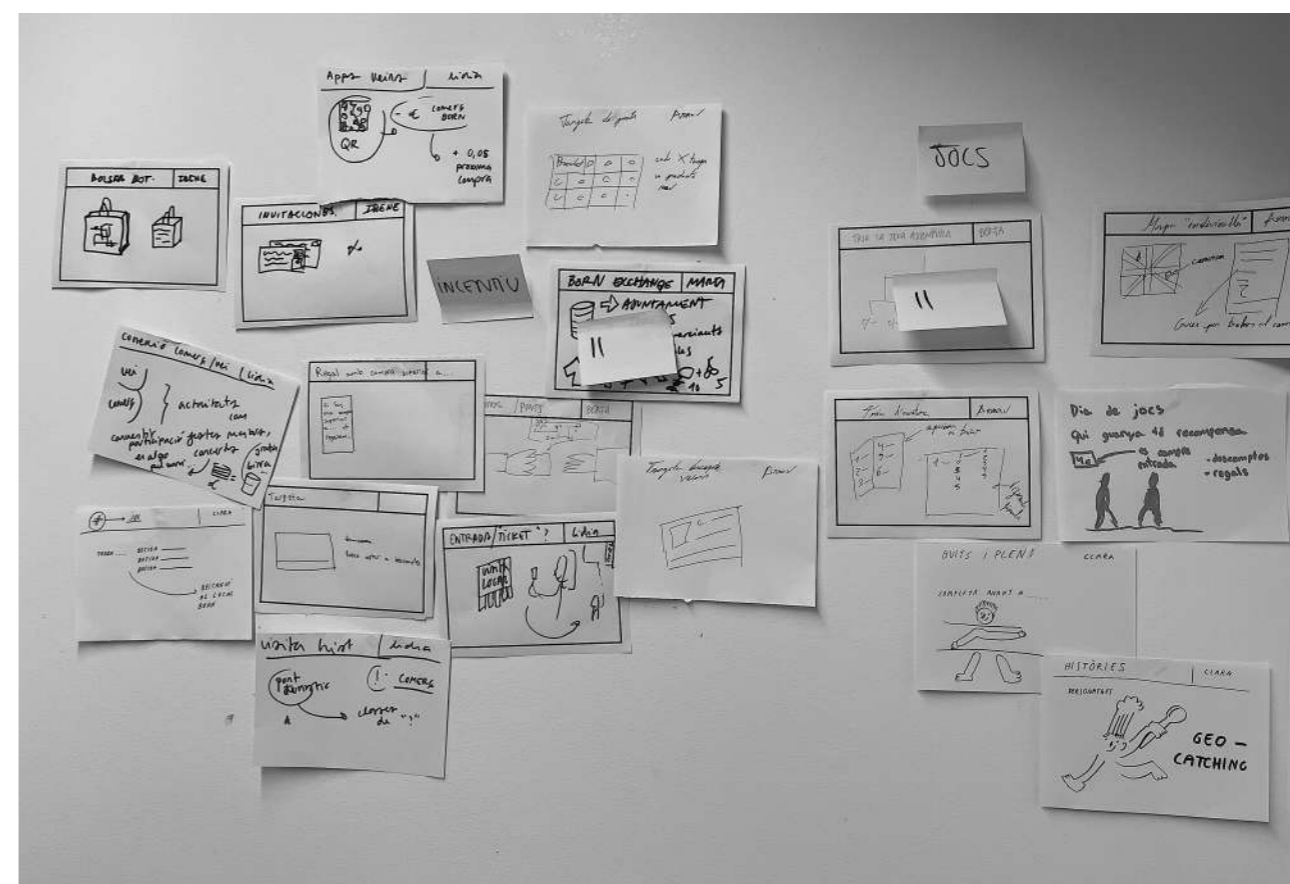
**¿Cómo podrían los diferentes actores del Born ayudarse entre sí?**

**¿Cómo podrían los comercios de tránsito hablar a los vecinos del Born? ¿Cómo podrían los comercios de siempre hablar a los turistas del Born?**

## BRAIN STORMING

Con las preguntas encima de la mesa, realizamos el primer ejercicio de ideación. Dentro de un límite de tiempo, cada integrante del grupo tenía que ilustrar ideas que dieran respuesta a cada una de las preguntas.

Con esta dinámica obtuvimos conceptos y formas de abordar el reactivamiento del comercio, concretamente coincidimos en tres puntos de partida para el desarrollo final de la propuesta.



## PROPUESTAS

El siguiente paso fue una elaboración más específica de cada punto, unas propuestas más detalladas y concretas. Propuestas enfocadas al recorrido y a la intervención de materiales.

Con estas propuestas iniciales fuimos a presentarlas a agentes externos del mundo del diseño y a los propios comerciantes del Born, para así recoger las opiniones de diferentes miradas y asegurar un desarrollo situado y cercano.

Moco Museum, El Foro y Dr. Flow, además de Born Comerç fueron algunos de los agentes del barrio a los que les enseñamos las propuestas.

¡ESCANEA O HAZ CLIC  
SOBRE EL QR PARA VER EL  
PROCESO DE IDEACIÓN!



## FEEDBACK

Con esta sesión vimos lo que sería o no viable acorde al barrio y su paisaje urbano, además de la posibilidad de participación de los propios comercios. Los puntos y aportaciones destacadas y más repetidas fueron:

1. La propuesta de preferencia para los comerciantes era trabajar desde lo visual: murales, carteles, etc.
2. Idear ciertos elementos visuales que representarán al barrio y atraerán a todo tipo de agentes.
3. No disruptir el espacio público y arquitectura única del barrio, preservar la estructura histórica tan representativa y atractiva del Born.
4. Aprovechar para resaltar la historia y carácter único del Born.

## EL BASTAIX TORNA AL BORN!

Finalmente, y gracias al *feedback* de los propios comercios, desarrollamos una propuesta sobre el barrio y para el barrio que incita al usuario a adentrarse y descubrir el encanto del Born, su ambiente único y comercio local mediante una actividad temporal.

Desarrollamos la propuesta a partir de los *how might we* que establecimos después de los *insights*. Esta se basa en una actividad creada para fomentar la visibilidad de los distintos comercios que forman parte del eje comercial del Born, de una forma sutil y útil. Basándonos en el encanto de recorrer y pasear por el barrio, se construyó toda la actividad, con sus complementos necesarios.

Para llevar a cabo el proyecto de una forma coherente, consideramos encontrar un hilo conductor que ayudara a entenderlo así como dar un seguimiento al proceso. Se barajaron distintas opciones de personajes basados en personas que habían surgido a lo largo de la investigación.

Finalmente decidimos decantarnos por el Bastaix, un personaje histórico del Born que nos sirvió tanto como imagen gráfica del proyecto como conceptual para mostrar toda la información necesaria.

### ¿QUIÉN ERA EL BASTAIX?

Una de las actividades que más atraen del Born es visitar la basílica de Santa María del Mar y esto quiere decir, hacer un recorrido por la historia de los bastaixos. Pero ¿quiénes eran los bastaixos?

Los bastaixos eran descargadores fuertes y valientes que, con su esfuerzo físico, transportaron durante 54 años, desde la cantera real de Montjuïc y desde el Puerto de Barcelona hasta la Plaza de Santa María, enormes y pesadas piedras durante largas jornadas de trabajo.

El templo, no sólo representa el sudor y esfuerzo de los bastaixos. Representa la prosperidad de un barrio humilde que vio como sus calles se llenaron de comerciantes que encontraron en las aguas del mediterráneo y en el comercio marítimo una fuente de ingresos. Los bastaixos fueron una figura fundamental en el auge del comercio marítimo.

**A partir de este personaje emblemático, histórico y único del barrio, comenzamos a hilar la narrativa de la propuesta ¿Hacia dónde nos podría conducir el Bastaix? ¿De qué forma?**



## DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Una vez tuvimos la actividad decidida, empezamos la parte de ideación sobre cómo hacer llegar toda esta información a los paseantes, también los *timings* en que teníamos que proporcionar esta información para que la actividad fuera efectiva y funcional.

Decidimos que una buena manera de llegar a las personas era encartelar las calles del Born con carteles que despertarían la curiosidad de los paseantes del barrio en cuestión.

Tal y como hemos comentado, le dimos mucha importancia a que el material gráfico que produjeramos fuese llamativo y generará curiosidad. Para ello, jugamos con los colores de las piezas, eligiendo una paleta cromática de colores vibrantes.

Por otro lado, hablamos de reinventar la figura del *bastaix* y extraer cuatro diferentes que representasen a los cuatro ejes comerciales del Born.

Estos cuatro se diferenciaban por el color de sus vestimentas y el elemento que transportan, relacionado con el tipo de eje comercial al que representan:

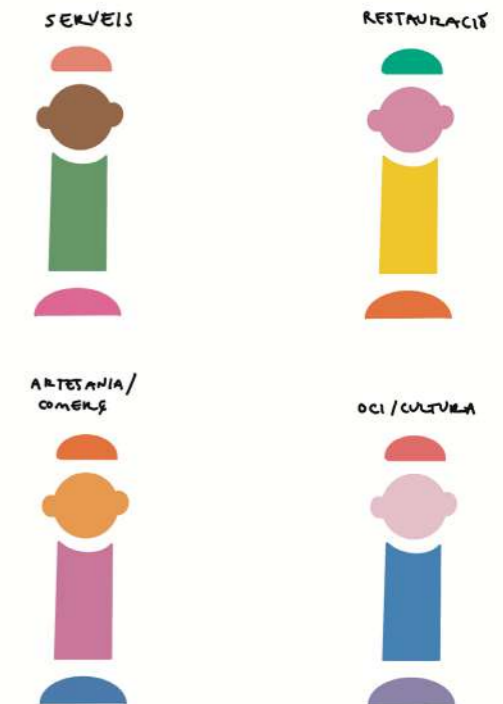
1. El *Bastaix* de gastronomía y restauración va de amarillo y lleva una oliva.
2. El *Bastaix* de artesanía y comercio, de color magenta, transporta una pieza de cerámica.
3. El *Bastaix* de servicios, vestido con el color verde carga una caja de objetos y alimentos variados.
4. El *Bastaix* de ocio y cultura, en azul, lleva en sus brazos una obra de arte.

En cuanto al texto, nos apoyamos en preguntas, invitaciones y explicaciones hablando “de tú a tú” con el espectador para interpelar directamente.

Al escoger tipografía, tuvimos en cuenta escoger una fuente que no eclipsara la parte ilustrativa del cartel para que no se estableciera una jerarquía entre los dos elementos pero a la vez que fuese legible al pasear.

La combinación de ambos elementos tendría que ser la receta perfecta para conseguir un acercamiento con el paseante.

En cuanto al idioma, nos decantamos en hacer la propuesta en catalán o en castellano aunque se podría realizar en otros idiomas. En nuestras visitas al Born durante el trabajo de investigación escuchamos a los turistas hablar en inglés, francés e italiano por lo que se podría hacer la propuesta en estos idiomas para atraer a más participantes.



## CUATRO BASTAIXOS, CUATRO EJES COMERCIALES

Decidimos que habría cuatro bastaixos distintos personalizados, uno para cada tipo de eje comercial en el Born. Siguiendo la distribución en la web de Born Comerç los tipos de comercio son: artesanía y comercio; gastronomía y restauración; ocio y cultura; y en último lugar, servicios.

Estos cuatro bastaixos serían los guías de la dinámica de la actividad que proponemos y que explicamos a continuación.

### GASTRONOMÍA Y RESTAURACIÓN



### ARTESANÍA Y COMERCIO



### SERVEIS



### OCIO Y CULTURA

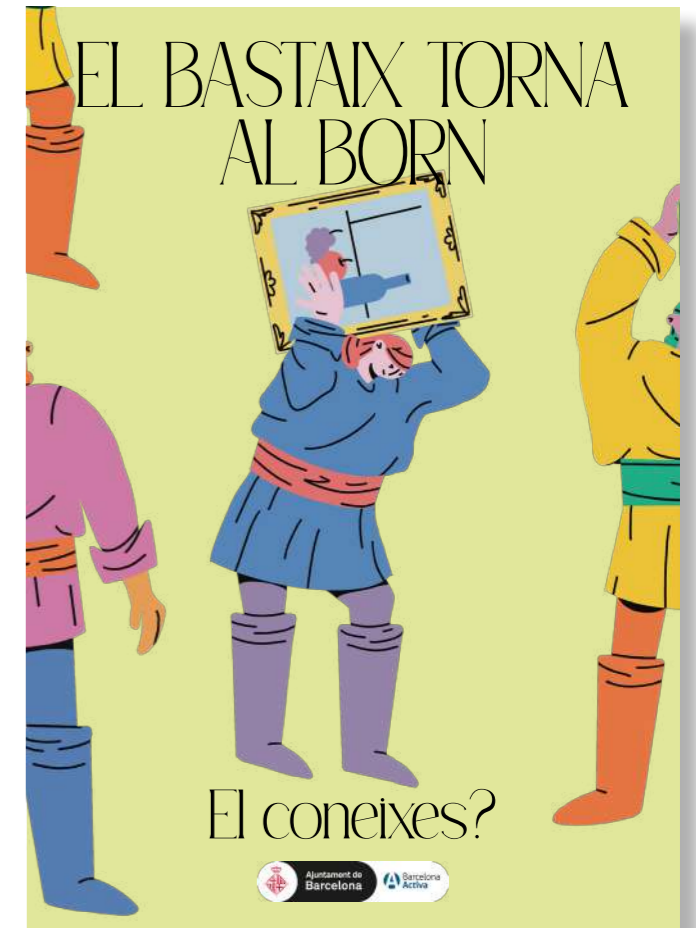
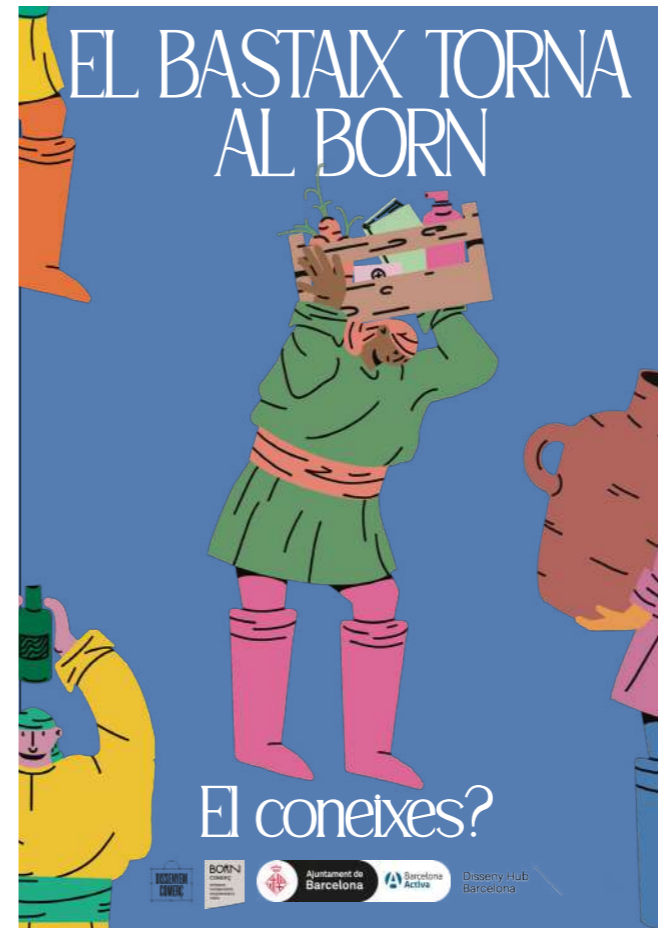
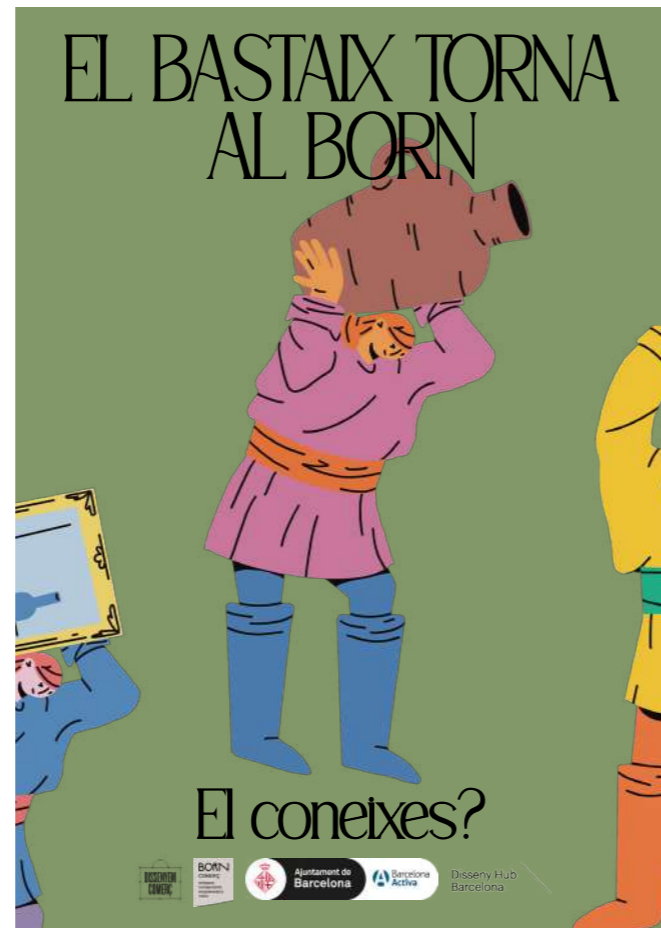
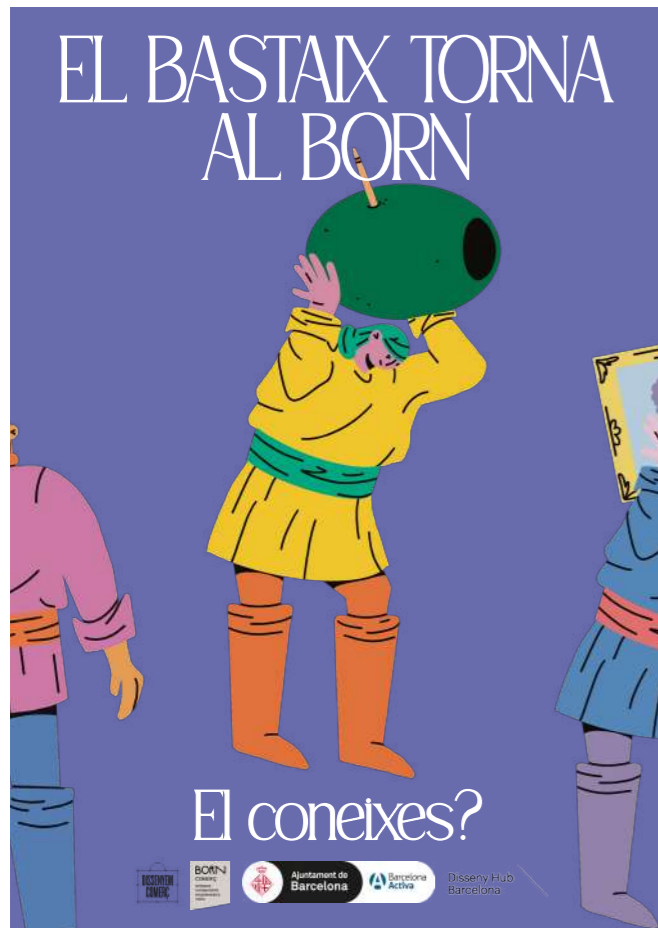


## CARTELES DEL PERSONAJE Y LA ACTIVIDAD

Esta dinámica comienza con cuatro primeros carteles, donde se presentará sobre todo al personaje principal de la actividad: el bastaix. Estos carteles se verían en la calle una o dos semanas antes de colocar el resto de piezas que formarían parte de la actividad. Dado que la función de estos primeros carteles es la de introducir este personaje y reconocerlo.

Pasado este tiempo, se iniciaría la colocación de los otros cuatro carteles, los cuales introducirán la actividad, proporcionando la información necesaria para poder participar en esta búsqueda por el Born.

A la vez que estos segundos carteles lleguen a la calle, lo harán también las postales y los bastaixos con códigos adhesivos que veremos más adelante.







## POSTALES

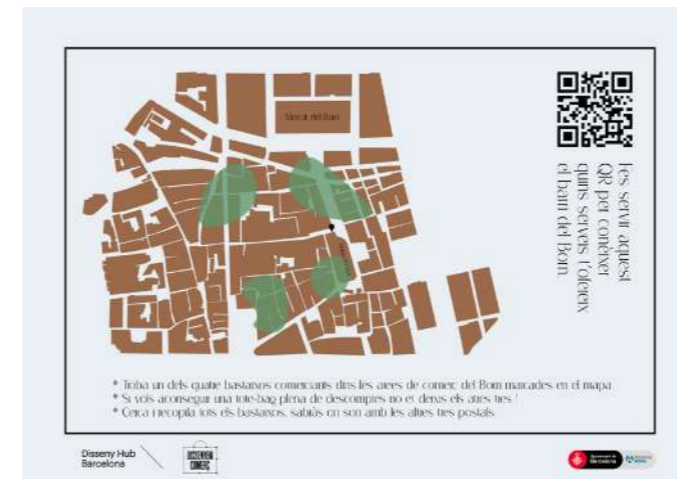
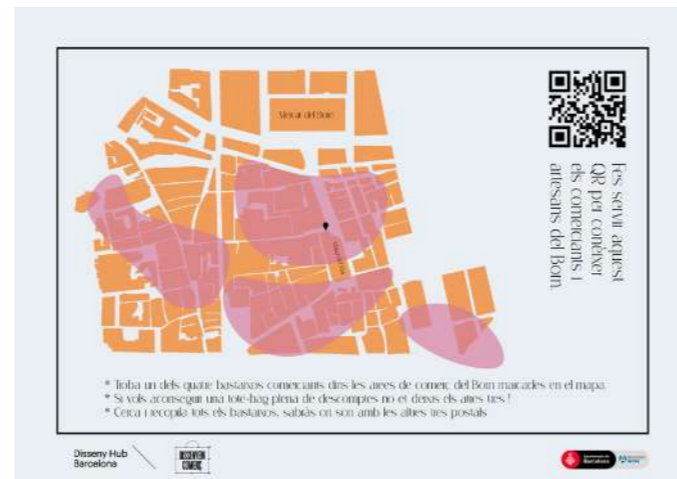
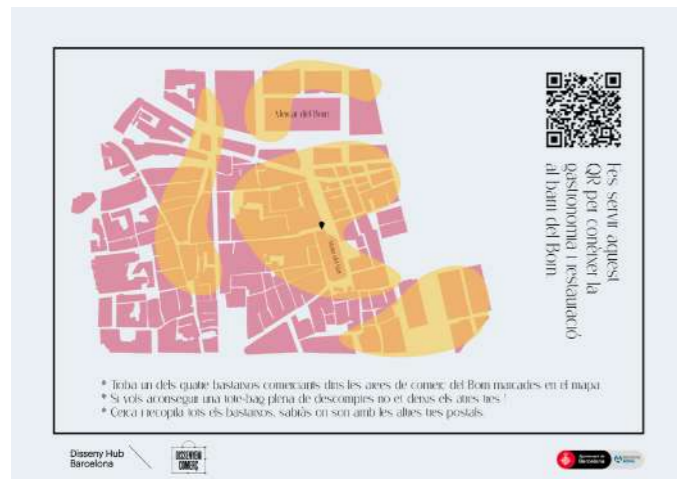
A raíz de los carteles, los participantes podrán adquirir cuatro postales en el punto de información de Born Comerç.

Cada una de las cuatro postales corresponde a un eje comercial, siguiendo la misma narrativa gráfica y cromática de los carteles.

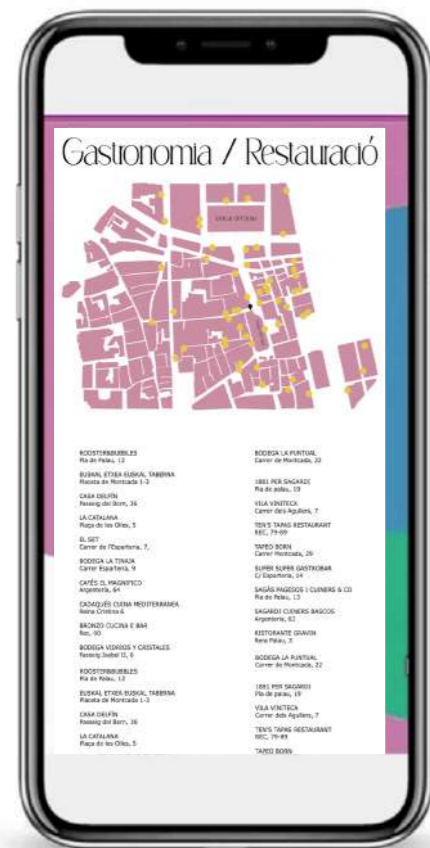
Cada postal contiene un mapa del Born con unas zonas marcadas en el color del bastaix del eje comercial que le corresponda. ¡Estas zonas marcan los lugares en los que se esconde el bastaix!

Además del mapa se encuentra un código QR con la información necesaria para conocer al personaje, y con él a los distintos comercios relacionados con el eje comercial que representa la postal.





## POSTALES: MAPAS COMERCIALES



## BÚSQUEDA

Los cuatro bastaixos están escondidos y acompañados con un código QR por las zonas marcadas en cada postal. Están colocados de manera estratégica, adheridos a las fachadas de las calles donde hay mayor concentración de comercios del tipo de cada bastaix.

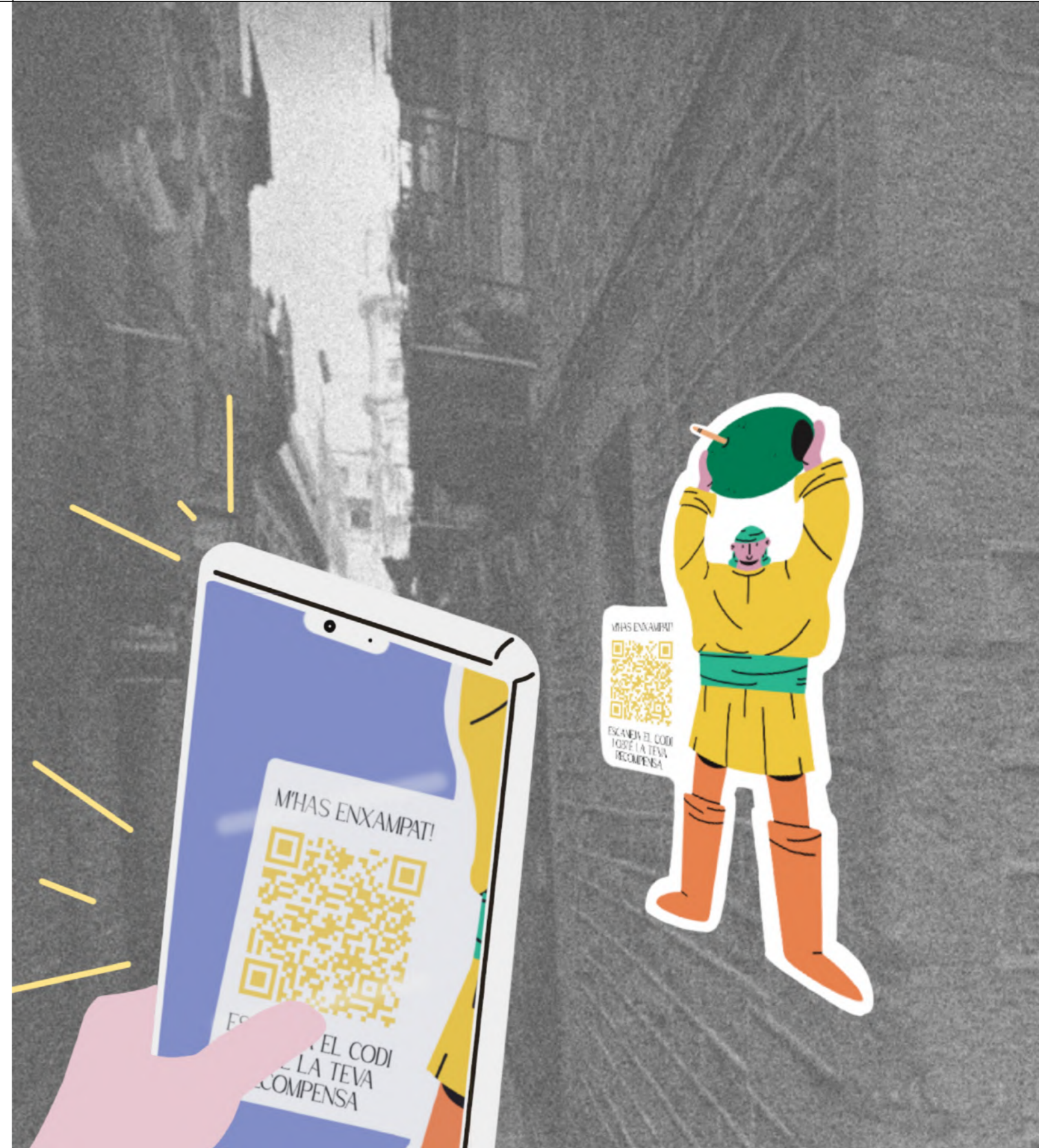
Es decir, los bastaix de artesanía y comercio con ayuda de la postal correspondiente se encontrarán en alguna de las calles de las cuatro zonas marcadas en color amarillo. De la misma manera se encontrarán los demás bastaixos, ¡por lo que es necesario hacerse con todas las postales!





## SCAN

Los códigos QR que acompañan al bastaix adherido en la pared conducen a una plataforma web en la que una vez el participante quede registrado, debe seleccionar el tipo de bastaix que ha descubierto, y así dejar constancia para hacerse con el premio una vez encontrados los cuatro tipos de bastaixos.





## OBSEQUIO

Cuando ya se hayan encontrado y escaneado los cuatro tipos de bastaixos, la web conducirá al participante al punto de información de Born Comerç donde se obtendrá una *tote bag* llena de descuentos y promociones de los distintos tipos de comercios del Born.







¡ESCANEA O HAZ CLICK SOBRE EL CÓDIGO QR  
PARA VER CÓMO ENCUENTRAN AL BASTAIX!



# CONCLUSIONES Y AGRADECIMIENTOS

## CONCLUSIONES

Gracias a la fase inicial de investigación y a las conversaciones realizadas con artesanos y partes interesadas, pudimos definir un problema y un objetivo de diseño bien definido: en primer lugar mejorar las relaciones entre los principales actores del barrio, e incitar a los paseantes a transitar por las calles más discretas del barrio.

Por lo tanto, nuestra propuesta se centra en el acto de intervenir, con los medios que ofrece la comunicación, sobre el imaginario del barrio para establecer un tipo de frecuentación por sus calles más sostenible para sus habitantes y sus comerciantes.

Reivindicando así que un barrio puramente dedicado al 'turismo de borrachera' y necesidades de los turistas que pasan solo pueden traer a la larga a la pérdida total de su tejido social y su riqueza cultural, como lo demuestra la desertificación del Born durante la pandemia.

De esta manera, se intentó integrar un personaje histórico reconocido que llama al alma joven y recreativa del barrio, con una nueva y estimulante actividad: el Bastaix torna al Born.

Esta intención se traduce en una serie de piezas gráficas formadas por carteles, postales y adhesivos mediante los cuales el barrio anima a los vecinos, los comerciantes y los visitantes a recorrerlo en busca del Bastaix y en este recorrido adentrarse en los comercios más únicos de Barcelona.

Se espera que esta intervención contribuya a largo plazo a la constitución de una comunidad ampliada de barrio, capaz de reunir a los habitantes y visitantes en virtud de una sensibilidad común hacia la auténtica e innovadora creatividad de artesanos, comerciantes, emprendedores y vecinos.

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la Concejalía de Turismo e Industrias Creativas, a la Concejalía de Comercio, Mercados, Régimen Interno y Hacienda, al Disseny Hub Barcelona y a Barcelona Activa, la gran oportunidad de participar en este proyecto.

También agradecer al eje comercial Born, a Born Comerç, a la Asociación de Vecinos del casco antiguo, y a todos los comerciantes y vecinos que nos han dedicado su tiempo, su conocimiento y su experiencia con las que nos han ayudado a desarrollar el proyecto.

En definitiva, queremos agradecer también a los tutores Marta Domingo, Clara Subirats y Diego Ramos por orientarnos y ayudarnos durante todo el proyecto.

Este trabajo es el resultado de un esfuerzo conjunto entre las personas que dan forma al Born cada día. Gracias por su disposición y ayuda.

# DISSENYEM COMERÇ

Escola Massana i Born Comerç

