

REFLEXIONES CRÍTICAS

**Oscar Huayamares**

Egresado de la Especialidad de Diseño Gráfico - PUCP

**PROYECTO:**

**BAIK**

### **Resumen**

Baik nace de la necesidad de apoyar a ese pequeño porcentaje de limeños que han decidido cambiar el transporte público por transportes alternativos y eco amigables como las bicicletas. Es un proyecto que los guía a su destino mediante geo localización, mostrándoles en el mapa las ciclovías más cercanas, nuevas rutas, atajos seguros, etc.

Otro de los aspectos importantes de la aplicación es el de crear una comunidad de ciclistas urbanos (ciclo red), en donde los usuarios podrán registrarse y compartir sus experiencias, rutas, rutinas de entrenamiento (usando el modo de ejercicios cardiovasculares de la app), alimentación saludable e información acerca de eventos, puntos de encuentro y “bicisalidas” colectivas.

### **Palabras clave**

Sostenible, ahorrador, activista, eco amigable, saludable y revolucionario.

## Introducción

Los campos en los cuales interviene el proyecto son los del transporte alternativo urbano (específicamente en el contexto de la ciudad de Lima), el uso de tecnología de geo localización y de red social, ambas por aplicación; y la sostenibilidad ambiental, con responsabilidad civil y eco amigable.

Según el informe “Ciclo-inclusión” del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Lima ocupa el penúltimo lugar en la lista de ciudades para ciclistas en América Latina. Uno de los mayores obstáculos es que las ciclovías existentes en Lima están desarticuladas y sus infraestructuras tienen muchos errores por corregir. En total, son más de 60 las rutas desconectadas entre sí. Otros problemas son la inseguridad ciudadana, el caos vehicular y el estrés en los ciudadanos causado por el tráfico permanente, que a su vez provoca contaminación ambiental excesiva (La Organización Mundial de la Salud OMS señaló que Lima tiene problemas ambientales. En el 2014 ocupó el primer lugar en la lista de ciudades más contaminadas de Latinoamérica.) En este contexto, los objetivos del proyecto son: fomentar el uso responsable de la bicicleta como medio de transporte alternativo y eficiente; revolucionar la ciudad y su transporte, transformándola en una ciudad eco amigable; concientizar a la ciudadanía acerca de los beneficios de movilizarse en bicicleta; educar sobre el impacto positivo en el medio ambiente y en la salud de la gente, que otorga el uso regular y constante de la bicicleta; economizar fuertes sumas de dinero invertidas en combustibles fósiles en transportes particulares, mantenimiento y peajes y en pasajes utilizando el transporte urbano; preservar

la biodiversidad sin tener que renunciar al progreso económico y social proyectando una ciudad mejor articulada para las futuras generaciones; independizar a los pasajeros que se movilizan hacia a sus trabajos o a sus centros de estudios, que son dependientes habituales del transporte público o del particular; ser guía del transporte ciclista urbano y velar por el bienestar de la comunidad de usuarios.

### 1. Situación de comunicación y mercado

En cuanto a la misión asumida, Baik se define como una organización que fomenta el uso responsable de la bicicleta como medio de transporte alternativo, económico y sostenible en la ciudad de Lima. Lo hace con ayuda de una app, creando una red para ciclistas urbanos, para servir como guía de las principales ciclovías, atajos y rutas a través de geo localización. Se parte de la idea que un ciclista urbano más es un pasajero estresado menos. La visión enfoca ser parte del cambio sostenible del transporte, en beneficio del ciclismo urbano en la ciudad, siendo reconocidos como promotores e incentivos permanentes del uso cotidiano de la bicicleta y de todo lo que gira a su alrededor. Baik, como marca, busca fomentar permanentemente el uso responsable de la bicicleta como medio de transporte alternativo y eco amigable y proyectar responsabilidad social, activismo, solidaridad, vitalidad, empatía, sostenibilidad y ser revolucionarios eco amigables. Desea ser considerada un amigo solidario, proactivo, consciente, entusiasta, que vela por la seguridad y la salud de los ciclistas, por el medio ambiente y por la naturaleza.

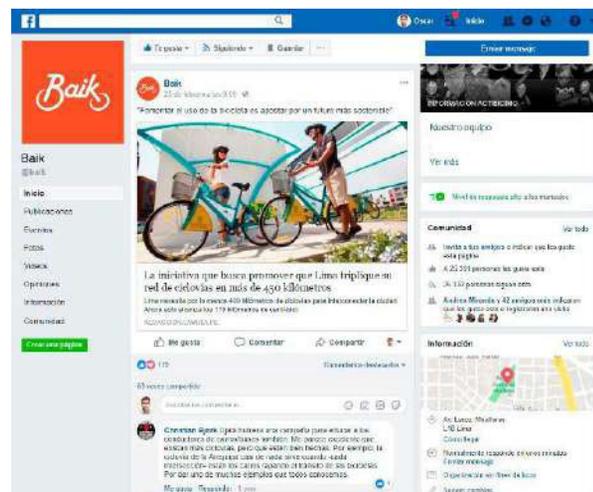
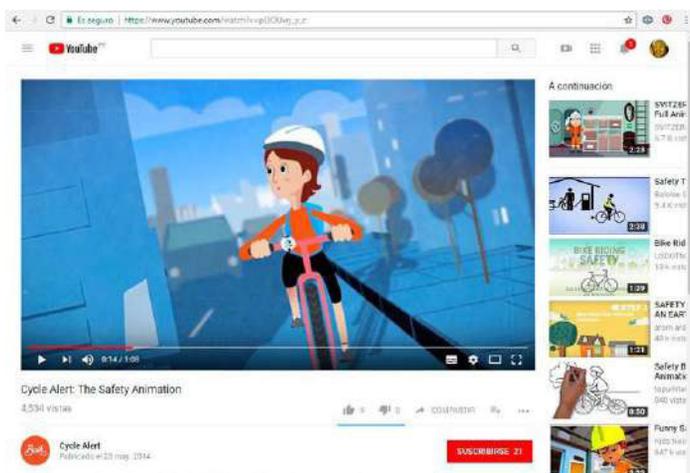
## 2. Referentes del proyecto

En cuanto al tema de promover el uso consciente y responsable de la bicicleta en Lima, existen dos referentes principales: las organizaciones “Ciclo-axión” y “Actibícimo” que son grupos de personas a quienes les preocupan la falta de alternativas viales en las ciudades, y proponen la incorporación del uso de la bicicleta como un medio de transporte. En el aspecto tecnológico propio de la propuesta de aplicación se ha tomado como referentes las propiedades geo localizadoras de la

aplicación para el transporte Waze y de las guías de mapas de Google Maps y de HERE We Go. Y como referente para la creación de la “Ciclo-red Baik” (registro de ciclistas urbanos y de sus contactos afines) se ha tomado en cuenta principalmente a Facebook, EcoBici (Buenos Aires) que trabaja conjuntamente con las municipalidades y a Map My Ride (esta última considerada la mejor app global para seguir tus rutas en bicicleta).

## 3. Recursos comunicacionales

Se propone una comunicación virtual a través de publicaciones, animaciones y videos en las principales redes sociales: página de Facebook, canal de YouTube e Instagram.



En espacios reales se propone la realización de campañas de publicidad móvil, intervenciones con afiches y colocación de vallas en paraderos estratégicos de la vía pública.



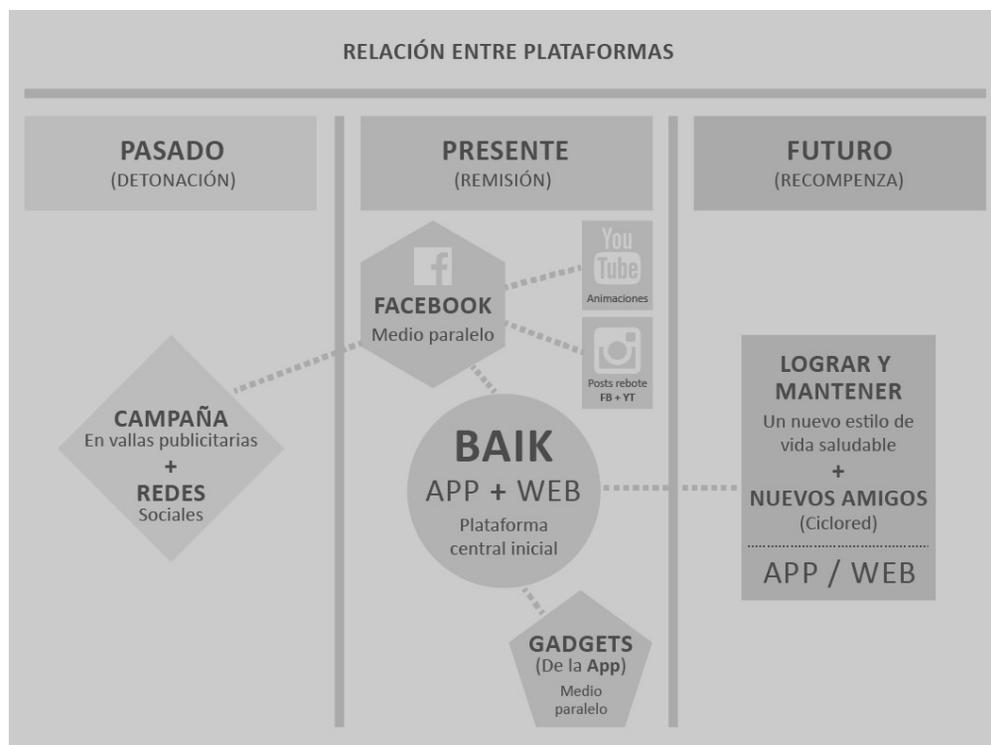
#### 4. Planificación de las piezas y de los medios

**Crossmedia:** El nacimiento de Baik se da en su aplicación y en su plataforma web, relacionándose directamente y retroalimentándose con sus redes sociales, Facebook, YouTube e Instagram; y posteriormente con sus gadgets (dispositivo guía de voz y luces inteligentes).

**Transmedia:** En la primera etapa del proyecto se realizará una campaña de lanzamiento tanto virtual como impresa, dando a conocer lo que es Baik y lo que desea aportar a la sociedad limeña, mediante historias canalizadas en redes sociales y vallas publicitarias en espacios públicos.

**Identidad de marca:** Valores emocionales: marca empática, consciente, conservacionista, independiente y amical; Valores funcionales: sostenible, económica, viable y activista; Valores centrales: eco amigable, saludable y responsable.

**Organización de la marca:** Monolítica. Por el momento la aplicación / plataforma web Baik no cuenta con sub marcas.



**Cuadro de código de marca:**

Empresa	Identidad de marca	Mensaje de identidad	Promesa de valor	Posicionamiento
	Sostenibilidad	Mantén el equilibrio	Vive feliz, libre y saludable	Eco amigo revolucionario del transporte

## 5. Desarrollo de las piezas

### Construcción de logotipo

#### ■ Proceso



#### Logotipo

Junto con el elemento circular rojo que rodea al isologo, recalcamos la idea de rueda, de unidad y de ciclo red.



#### ■ Proporciones



El diámetro del círculo es de 8 unidades "x" y el isologo de 6x; y este se ubica exactamente en el centro.

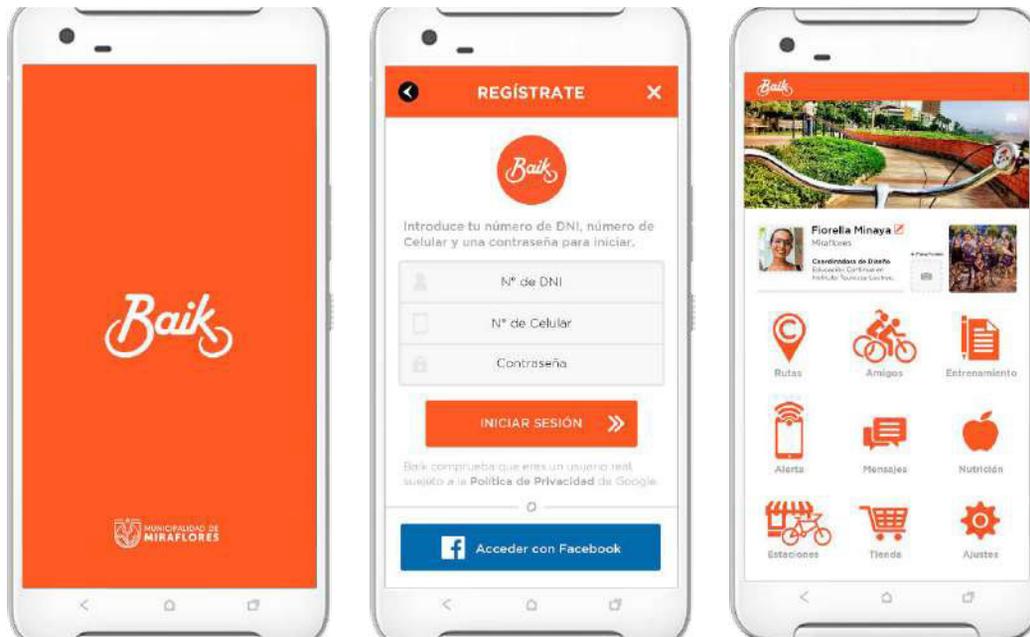
MANUAL DE USO DEL LOGOTIPO

### Merchandisign

#### ■ Indumentaria y gadgets



MANUAL DE USO DEL LOGOTIPO



Interfaz (ejemplos: pantalla de presentación, pantalla de registro y perfil del usuario) de la aplicación Baik, que es eje principal de la marca, conjuntamente con su plataforma web:



## 6. Los signos del proyecto

La propuesta del logotipo, en cuanto a la proyección del significante, está representando al color rojo bermellón como vitalidad, pasión, energía y revolución (eco amigable); su forma circular como rueda, unidad y conjunto de personas (comunidad - ciclo red) y el dinamismo expuesto en las formas de las letras blancas (itálicas) sumadas al ícono de bicicleta aplicado en el isologo.

El significado general se resume en dinamismo, progresión, evolución, amistad, unidad, “punto” de encuentro y conjunto de personas o comunidad que gira alrededor de la bicicleta (Baik), velando por ella, “sosteniéndola” y asegurándose del bienestar de los ciclistas urbanos; y de alguna manera también está implícito el concepto de peruanidad (colores patrios), creando afinidad en el público usuario local.



La Intertextualidad en la siguiente pieza publicitaria pone en un contexto moderno y cotidiano de nuestra ciudad al personaje del Antiguo Testamento (Éxodo) Moisés y su famosa acción divina de separar las aguas del Mar Rojo, para que los hebreos puedan cruzar y huir de los egipcios.

En este contexto él está abriendo paso a los ciclistas urbanos a través de una ciclovía descubierta, separando el mar de autos que impiden la circulación eficiente, libre y rápida hacia sus destinos. Observamos también que Moisés está publicitando en primer plano el producto (app Baik) el cual es responsable de fomentar el poder mágico y emancipador del uso de la bicicleta.

En el aspecto denotativo de la imagen, son cinco los elementos protagonistas de la publicidad: la aplicación del celular, el predicador Baik (Moisés), el usuario ciclista, la ciclovía y los autos estancados por el tráfico. La connotación remite a los conceptos de libertad y sostenibilidad.



Ejemplo de esta publicidad móvil aplicada en una de las bicivallas Baik que recorrerá la ciudad:



En cuanto a la sintaxis de las piezas publicitarias:

### Imagen portada para Facebook



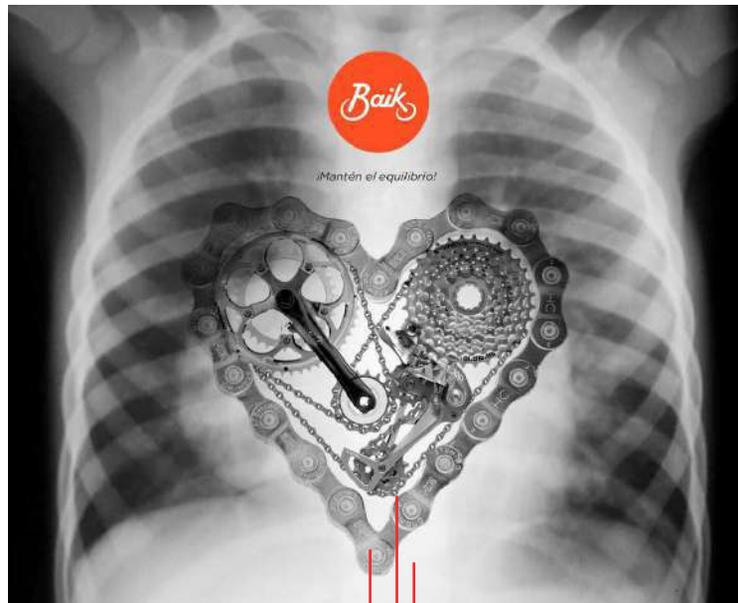
**Formato y cuadrantes:** Rectangular (851 x 315), composición dividida en partes iguales (zona gris y zona de color + logo Baik).

**Profundidad:** Clásica - 3 planos: En 1er plano la pista con los autos y el ciclista; en 2do plano los árboles y los edificios; y en 3er plano el cielo con el arcoíris + el logotipo Baik en la esquina superior derecha.

**Lenguaje cromático:** Gama en degradé, del gris al color saturado llevado a cian y a turquesa, creando a la vez contraste y destacando el color rojo bermellón.

**Funcionamiento:** Se busca crear un contraste entre los siguientes conceptos: negativo y positivo; tristeza y alegría; enfermedad y sanidad; malestar y bienestar; y opresión y libertad. La imagen es clara en varios sentidos y de fácil lectura para todo público.

## Imagen para vallas en estaciones de bus y buses



**Formato:** Rectangular, casi cuadrado y con composición central de sus elementos.

**Profundidad:** Clásica - 3 planos: En 1er plano el corazón mecánico, más el logotipo y el eslogan; en 2do plano las costillas contenedoras y en 3er plano el fondo de color negro.

**Lenguaje cromático:** Fondo negro, con escala de grises (elementos en gama de color invertida - radiografía), con única excepción en el logo que se mantiene en su versión original de color rojo.

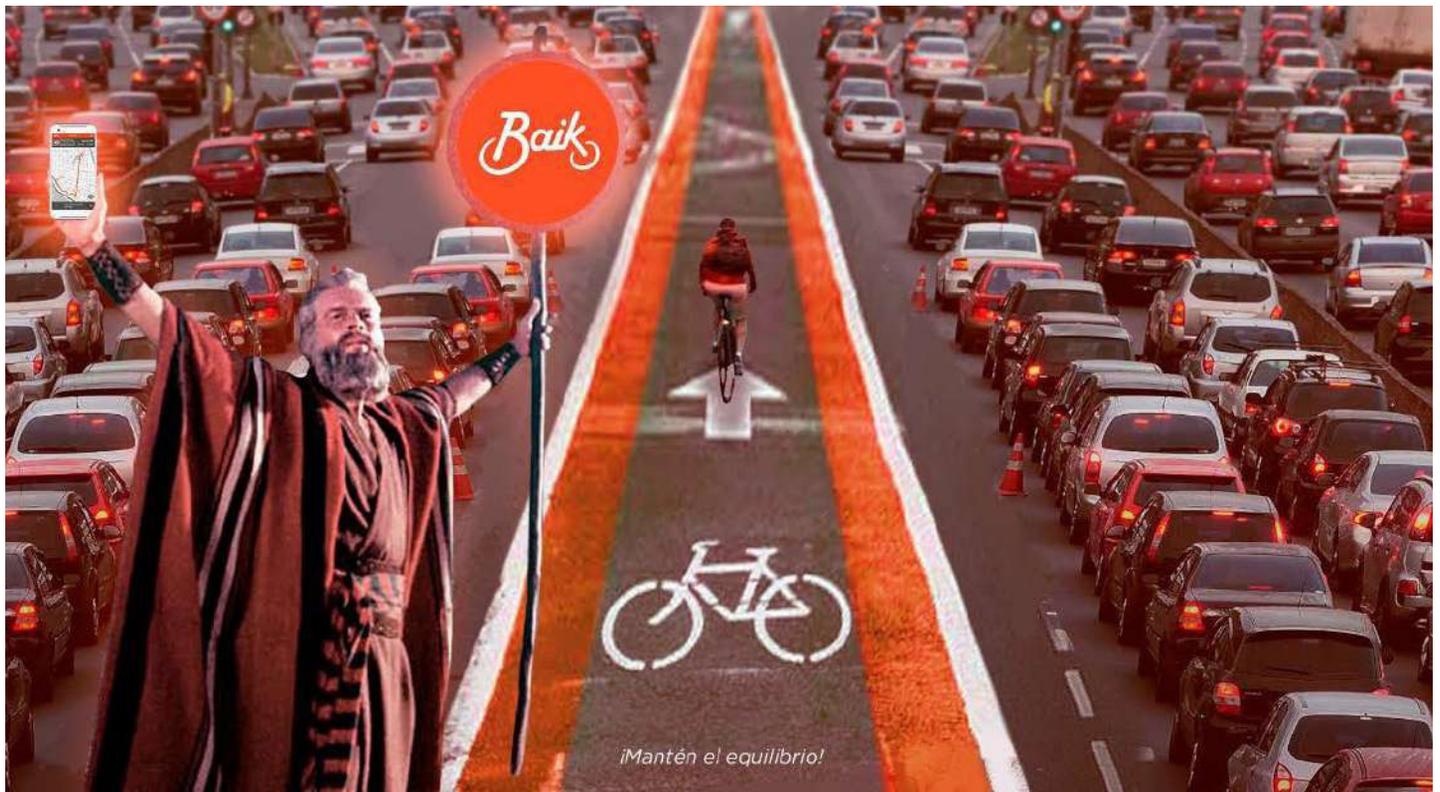
**Funcionamiento:** La imagen remite al corazón como motor natural de vida y a una conexión recíproca y vital con la bicicleta; proyectando movimiento en armonía con su estructura y diseño. Cabe mencionar lo inclusivo de la bicicleta, no distingue entre razas, sexos, estatus, etc... es para todos.

## Pragmática del proyecto

La estrategia del proyecto, mediante estas imágenes publicitarias, busca vincular directamente al espectador o posible usuario, de manera concientizadora y emocional con la marca Baik.

## Valores de consumo prácticos y lúdicos

Esta imagen plantea el problema del tráfico vehicular tal y como lo conocemos, pero insertando una alegoría o símbolo libertador en la figura de Moisés, con lo que buscamos representar una solución manifiesta en la aplicación (llegarás más rápido a tu destino, si usas una bicicleta y vas por ciclovía).



## Valores de consumo utópicos

Exponemos la problemática del tráfico y el caos vehicular como algo denso, estresante y negativo. Buscamos crear en el espectador anhelo, afinidad y descubrimiento de lo positivo y beneficioso que resulta el movilizarse en bicicleta, tanto para el cuerpo como para la mente.



## 7. Alcances planificados

**Primera etapa:** Campaña a través de las redes sociales, animaciones, vallas publicitarias y afiches; realizada por diseñadores gráficos, ilustrador, animadores, community manager, guionista, mercadólogo y comunicadores audiovisuales.

**Segunda etapa:** Gestación, prueba y desarrollo de la aplicación Baik de geo localización y más funciones para ciclistas urbanos; y más contenido para redes sociales. Realizada por los mismos profesionales de la primera etapa del proyecto más los programadores.

**Tercera etapa:** Diseño, materialización y operatividad de los productos “gadgets” Baik; mante-

nimiento y monitoreo de la aplicación; y movimiento permanente en las redes sociales. A los profesionales antes mencionados se acoplarían los diseñadores industriales.

Después del lanzamiento, conocimiento y uso continuo de la aplicación (experiencia Baik de los ciclistas urbanos) la proyección planificada será a largo plazo y de tiempo indefinido. La empresa buscará ser parta activa de la comunidad y de la red de ciclistas urbanos, siendo consecuente con sus acciones positivas, manteniendo de diversas maneras su sostenibilidad y apoyo al cambio del transporte local y a la conservación del medio ambiente.