

Entrevista

**Josep Martínez Ruzafa**

és director de projectes i dissenyador gràfic a l'empresa de comunicació visual La Page.

'Dissenyem per al canvi'

Josep Martínez lidera, amb **Sònia Martínez** i **Magda Escudero**, l'equip de **La Page Original**. Aquesta empresa de comunicació visual, constituïda l'any 1991, és la primera de l'Estat espanyol que té la certificació EMAS. La Page té un tret diferencial: Els seus projectes, a més de ser d'una gran qualitat visual amb un disseny gràfic curós, destaquen per la seva qualitat ambiental. Ells ofereixen solucions visuals sostenibles. Pot sonar estrany, curiós... però el seu treball és un exemple d'esforç i convenciment per dissenyar de manera sostenible, integral i coherent. Formen part de la nostra sèrie ecoemprenedors.

Ana Villagordo

Ambientòloga, consultora ambiental especialitzada en comunicació i ecodisseny
14-09-2014

Per què La Page Original?

Vam decidir posar el nom arran d'un llibre anomenat "*Mise en Page: the theory and practice of lay-out*" (1931) realitzat per **A. Tolmer**, on l'editor va realitzar el seu tractat sobre el disseny gràfic. És en aquest llibre on apareix el nom de la Page Original, el qual ens va agradar perquè defineix clarament la funció d'un dissenyador: crear la primera pàgina que servirà per reproduir la resta d'un llibre, un cartell, una campanya, una marca... Davant d'un nou projecte tot està per decidir, la pàgina s'ha de crear...

'Podem minimitzar l'impacte ambiental dels projectes de comunicació amb les nostres decisions creatives'

Per què una empresa de comunicació visual com La Page incorpora la sostenibilitat com un dels seus principis de gestió?

La Page és el primer estudi de disseny gràfic de l'Estat espanyol i un dels pocs en tot Europa que té la certificació EMAS. Aquesta certificació representa la garantia del nostre compromís per la millora ambiental dels nostres serveis com a dissenyadors i comunicadors visuals. La

nostra declaració ambiental comença amb una frase de **Joan Costa** "*Més enllà de la mirada: la vida*" que defineix la filosofia del nostre estudi. La missió del disseny és treballar per crear un entorn visual entenedor, que transmeti coneixements, valors i ens ajudi a crear un món millor.

Som conscients que els projectes de comunicació exerceixen un impacte ambiental important i, per tant, disposem del potencial per minimitzar, a priori, aquest impacte mitjançant les nostres decisions creatives. El nostre tret diferencial és precisament desenvolupar un disseny més sostenible que tingui en compte els diferents elements que intervenen en cada procés. Està a les nostres mans decidir el paper, les tintes, els formats, el tipus d'impressió de cada projecte així com què comuniquem i com ho fem.

Sempre diem que un bon disseny és el que és bo per a la societat, un disseny que aporta visions innovadores, que suma i no resta. Els dissenyadors som responsables de les decisions que afecten els processos de comunicació i producció.

'Tenim cura que els nostres projectes no generin conflictes en cap de les 3 esferes de la sostenibilitat: ambiental, social i cultural'

Com incorporeu la sostenibilitat als vostres projectes?

En general, les solucions sostenibles són una ambició, més que una realitat. **La sostenibilitat no és un element que s'afegeixi, sinó una manera diferent d'enfocar i desenvolupar els projectes.**

Aquests es pensen, es planifiquen, es dissenyen i es produeixen sota criteris sostenibles. Això demana una revisió del *status quo* que ens obliga a investigar en cada projecte, a replantejar noves opcions, a

buscar noves solucions per desenvolupar projectes coherents entre el que comuniquem i com ho comuniquem. Tenim cura que els nostres projectes a més de ser viables econòmicament, no generin conflictes en cap de les 3 esferes en les quals nosaltres entenem la sostenibilitat: ambiental, social i cultural.

Com respon el client a la qualitat ambiental dels vostres treballs? Ho valoren de manera especial?

Responen de forma molt positiva. Per al client és un valor afegit presentar els seus treballs

basant-se en criteris de sostenibilitat. Els que ja tenen una certa sensibilitat ambiental, cerquen accions que els donin coherència amb la seva filosofia. No només en la seva parcel·la ambiental, sinó també coherència en l'estratègia de comunicació.

La incorporació d'aquests criteris en la nostra manera de treballar respon a una actitud de voler fer les coses bé sense alterar el nostre entorn. Els primers beneficiats som nosaltres, els humans, les persones, ja que n'obtenim un treball de major qualitat, més equitatiu, just, local i respectuós amb l'entorn. Tot suma. A més, el client també hi surt guanyant. Li aportem la possibilitat de tenir una actitud més positiva cap a la societat, cosa que els seus usuaris sens dubte li reconeixen i valoren.

'El nostre mètode valora l'impacte ambiental en totes les fases del cicle de vida dels projectes que desenvolupem. Des dels materials d'origen, fins a la seva producció, distribució, ús i eliminació final'

Feu un balanç ambiental dels vostres projectes? Com és aquest balanç?

Hem desenvolupat una eina per poder valorar l'impacte dels nostres projectes la qual ens ajuda a conèixer els processos, i a reflexionar i valorar les decisions que prenem en l'àmbit de la comunicació gràfica.

Aquesta eina de valoració ens mostra els punts més forts i els més febles del projecte que estem realitzant. El nostre mètode valora diferents graus de l'impacte ambiental en les successives fases del cicle de vida dels projectes que desenvolupem; i això ens condueix vers una reflexió constant sobre com les nostres decisions creatives incideixen

en el balanç ambiental global. Des dels materials d'origen, fins a la seva producció, distribució, ús i eliminació final.

Quan concebem un producte visual el pensem des d'un principi perquè el seu impacte ambiental sigui mínim. L'elecció dels materials i dels formats que generen menys residu, l'ús de tintes menys impactants, la tria de coles més sostenibles, així com altres elements d'acabats o d'unió. I també li donem molta importància al missatge que transmeten els nostres projectes un cop produïts i distribuïts. En això som especialistes, en comunicar missatges; i no podíem deixar d'explicar que aquell producte ha estat concebut i dissenyat de manera sostenible.

Fins ara, aquest balanç ambiental ha estat una eina interna que no hem comunicat i que en alguns casos no hem mostrat als clients. A partir d'ara li volem donar més valor i estem treballant en elements gràfics senzills i impactants que mostrin el valor ambiental del conjunt del projecte i permetin que el client en sigui més conscient i ho pugui comunicar si vol.

'L'impacte real està en la nostra capacitat per comunicar, persuadir i, finalment, canviar actituds que poden ser més sostenibles'

Per què hi ha poques empreses de comunicació visual que com vosaltres incorporin la sostenibilitat en els seus productes? Us considereu com un 'agent de canvi' respecte altres empreses del vostre sector?

Considerem que existeix un gran desconeixement de com aplicar criteris de sostenibilitat en un projecte gràfic. Per a nosaltres també és

un camp on cada dia descobrim nous reptes. Quan es parla de disseny sostenible s'associa més al disseny de producte, perquè és on més s'ha investigat i més avenços s'han aconseguit. En la comunicació gràfica creiem que hi ha molt per fer.

Però entenem que la sostenibilitat no és una moda, sinó que és una realitat que a poc a poc s'ha d'incloure en totes les activitats professionals. Nosaltres no volem esperar que ens diguin quan hem d'incloure aquests criteris en un projecte. Creiem que aquesta actitud només depèn de nosaltres i és una nova manera de treballar que afecta tota la nostra activitat. Com a estudi tenim una política de bones pràctiques, contractem energia de fonts renovables, controlem els consums no només de paper i altres materials, sinó també de la llum i l'aigua; i compensem les nostres emissions de CO₂. En definitiva, som un estudi "net".

Tot aquest plantejament, sense dubte, implica feina afegida de forma voluntària, ningú t'ho exigeix i has de ser molt disciplinat. Però creiem que contribueix a ser cada vegada millors professionals i oferir un millor servei.

La comunicació de les empreses té un paper fonamental per explicar *qui* ets i *què* fas i cada cop més *com* ho fas i aquesta comunicació s'ha de fer sota una estratègia que sigui coherent amb els valors que et defineixen. Un estudi de comunicació que comparteix les mateixes afinitats, sens dubte, donarà coherència a tot el projecte.

Ser agents de canvi? L'impacte més gran del disseny gràfic no està en els materials ni en l'energia que utilitzem en els nostres processos. L'impacte real està en la nostra capacitat per comunicar, persuadir i, finalment, canviar actituds que poden ser més sostenibles. En la seva essència, ser un dissenyador es tracta de ser un agent de canvi. Ser un dissenyador eco-responsable és ser un agent de canvi positiu. La comunicació canvia la manera de percebre les empreses o marques des de fora i ofereixen als públics una opció d'una elecció més responsable.

'En la fase de disseny es decideix el 70% de

També parlem de disseny eco-responsable. Com ho definiu? Us

***L'impacte ambiental
d'un producte o servei'*****fa més competitiu respecte d'altres estudis o encara no?**

Com a professionals del disseny gràfic i la comunicació visual ens preocupa com oferir cada dia un millor servei als nostres clients i com créixer professionalment. Per això apostem per un disseny gràfic responsable.

Cal ser crítics amb el nostre treball: què és un bon disseny, avui? És aquell que compleix els seus objectius de comunicació i creativitat? O és el que, a més d'això, incorpora un benefici per a la societat?

Aquesta nova visió o dimensió del nostre treball ens obliga a prendre una actitud d'investigació i de revisió constant dels processos creatius i de les estratègies per assolir l'eficiència que desitgem.

En la fase de disseny es decideix el 70% de l'impacte ambiental d'un producte o servei, les decisions del dissenyador són claus per poder parlar d'un disseny Eco-responsable.

L'ecoresponsabilitat per definició ja implica una reducció i optimització de recursos per obtenir un màxim resultat. Com més eficient és una comunicació menys recursos necessitem per complir els nostres objectius i això implica un estalvi econòmic.

Quan els dissenyadors concentrem la nostra creativitat en la reducció de recursos, trobem noves formes de fer les coses i això ens convida a cercar noves idees, a experimentar, a investigar. Dissenyem per al canvi.

On i com us veieu d'aquí 5 anys?

Esperem que en un futur pròxim, la normalitat d'incorporar criteris ambientals en el plantejament d'estratègies i accions de comunicació gràfica sigui una realitat. Nosaltres com a pioners tenim el repte de normalitzar aquesta dimensió de qualitat.

El compromís de ser aportadors de valors "nets" i en positiu a la societat ha de formar part de tot el col·lectiu de dissenyadors gràfics.



[Què són aquests serveis?](#)

