

E

Gemma Alcalá Jurado
Eduard Arajol López
Mariona Asín Pueyo
Laia Aviñoa
Clàudia Balcells
Núria Ballesteros
Marc Blanes
Albert Bosch
Judith Bosch Castro
Adriana Cabeza
Ariadna Castro
Beatriz Cervantes Durán
Coralí Espuña Ribas
Júlia Falgàs Juncà
Maria Fallada Llandrich
Carla Ferrer
Berta Fontboté Pradilla
Nina Gannau Coma
Anna Gimenez
Natalia Ibárcena Callís
Maria Jané Canals
Xavier Latorre
Rubén Mecaliff Prado
Alba Martín Vidal
Jaume Martínez
David Massó Tuloch
Lorena Miguel
Sara Miranda Caso de los Cobos
Daniel Moliner Vázquez
Carolina Montero Espluga
Alba Moreno Lecha
Josep Muñoz Fité
Marta Muñoz Juncà
Marc Oliva Sanosa
Anna Parés Toran
Berta Peiró
Pol Pinyana Giner
Pol Puch i Gimisó
Albert Ramoneda Ruatg
Maria Riera Gálvez
Artur Rivera Prieto
Elena Roca Vives
Daniel Rovira Vilà
Judit Sánchez Torner
Sofia Soldevila de Vilallonga
Nil Vicens
Adrià Vives

I

N

A

**TFG
2015/2016**



<u>Introducció</u>	4	Anna Parés Toran	76
<u>Disseny d'Interiors</u>	7	Artur Rivera Prieto	78
Gemma Alcalá Jurado	8	Daniel Rovira Vilà	80
Clàudia Balcells	10	Judit Sàncchez Torner	82
Núria Ballesteros	12	Sofia Soldevila de Vilallonga	84
Júlia Falgàs Juncà	14	Adrià Vives	86
Carla Ferrer	16	<u>Creació Visual</u>	89
Sara Miranda Caso de los Cobos	18	Eduard Arajol López	90
Albert Ramoneda Ruatg	20	Coralí Espuña Ribas	92
Elena Roca Vives	22	Berta Fontboté Pradilla	93
<u>Disseny de Producte Industrial</u>	25	Maria Fallada Llandrich	94
Laia Aviñoa	26	Anna Gimenez	96
Nina Gannau Coma	28	Alba Moreno Lecha	98
Maria Jané Canals	30	Berta Peiró	100
Rubén Mecaliff Prado	32	Pol Pinyana Giner	102
Lorena Miguel	34	<u>Traducciones/Translations</u>	105
Marta Muñoz Juncà	36		
Pol Puch i Gimisó	38		
Maria Riera Gálvez	40		
Nil Vicens	42		
<u>Disseny Gràfic</u>	45		
Mariona Asín Pueyo	46		
Marc Blanes	48		
Albert Bosch	50		
Judith Bosch Castro	52		
Adriana Cabeza	54		
Ariadna Castro	56		
Beatriz Cervantes Durán	58		
Natalia Ibárcena Callís	60		
Alba Martín Vidal	62		
Jaume Martínez	64		
David Massó Tuloch	66		
Daniel Moliner Vázquez	68		
Carolina Montero Espluga	70		
Josep Muñoz Fité	72		
Marc Oliva Sanosa	74		

Index

Amb aquesta publicació, EINA, Centre universitari de Disseny i Art adscrit a la Universitat Autònoma de Barcelona, dóna a conèixer el recull dels Treballs de Fi de Grau presentats durant el curs 2015-2016. Voldríem que un recull com aquest donés una idea més precisa de la tasca que es realitza a EINA per tal de formar nous dissenyadors amb capacitat de respondre professionalment i intel·lectualment a les necessitats i exigències de la nostra societat. El treball formatiu s'orienta a oferir resultats que responguin tant a paràmetres de rigor acadèmic i capacitat d'anàlisi del context com a l'experimentació i la creació de nous llenguatges, tot fomentant el potencial innovador del disseny.

Des de la seva fundació, l'any 1967, EINA ha acumulat una àmplia experiència de dedicació a un ensenyament obert, atent a la novetat i relacionat amb els corrents internacionals del disseny i l'art. L'esperit crític ha estat una constant en el seu ideari i ha compromès el centre a una actualització permanent. D'EINA han sorgit diverses generacions de creadors que han participat activament en la configuració de la vida cultural de la ciutat i del país i que ara treballen en l'àmbit europeu i global.

Els estudis conduents al títol de graduat en Disseny finalitzen amb la presentació d'un Treball de Fi de Grau que suposa haver desenvolupat un projecte original i inèdit des del punt de vista conceptual, tècnic i formal, i acompañar-lo de la documentació necessària per a la seva comprensió i eventual realització. Aquesta publicació, d'una manera molt sintètica, documenta els TFG presents pels estudiants i, per tant, permet fer-se una idea del nivell que aquests han assolit. El desenvolupament del TFG per part de l'estudiant compta amb el suport d'un professor tutor i és avaluat per una comissió formada pel tutor i dos professors més, en una sessió de presentació pública.

Introducción

Con esta publicación, EINA, Centro universitario de diseño y arte adscrito a la Universidad Autónoma de Barcelona, da a conocer la recopilación de los Trabajos de Fin de Grado presentados durante el curso 2015-2016. Querriamos que una recopilación como ésta diera una idea más precisa del trabajo que se realiza en EINA para formar nuevos diseñadores con capacidad de responder profesional e intelectualmente a las necesidades y exigencias de nuestra sociedad. El trabajo formativo se orienta a ofrecer resultados que respondan tanto a parámetros de rigor académico y capacidad de análisis, como a la experimentación y la creación de nuevos lenguajes, al tiempo que se fomenta el potencial innovador del diseño.

Desde su fundación en 1967, EINA ha acumulado una vasta experiencia de dedicación a una enseñanza abierta, atenta a la novedad y relacionada con las corrientes internacionales del diseño y el arte. El espíritu crítico ha sido una constante en su ideario y ha comprometido al centro a una actualización permanente. De EINA han surgido diversas generaciones de creadores que han participado activamente en la configuración de la vida cultural de la ciudad y del país, y que ahora trabajan en el ámbito europeo y global.

Los estudios conducentes al título de graduado en Diseño finalizan con la presentación de un Trabajo de Fin de Grado que supone haber desarrollado un proyecto original e inédito desde el punto de vista conceptual, técnico y formal, y acompañarlo de la documentación necesaria para su comprensión y eventual realización. Esta publicación, de una manera muy sintética, documenta los TFG presentados por los estudiantes y, por tanto, permite hacerse una idea del nivel que estos han alcanzado. El desarrollo del TFG por parte del estudiante cuenta con el apoyo de un profesor tutor, y lo evalúa una comisión formada por el tutor y dos profesores más, en una sesión de presentación pública.

Introduction

With this publication, EINA, University School of Design and Art, ascribed to the Autonomous University of Barcelona, brings to the public eye the Final Degree Projects presented during the 2015-2016 academic year. Our hope is that this volume might offer a more precise idea of the task performed by EINA in training new designers, able to speak both professionally and intellectually to the needs and demands of our society. The educational task is oriented towards results that might respond to the parameters of academic rigour and the capacity for contextual analysis, as well as to considerations of experimentation and the creation of new languages, all the while reinforcing design's innovative potential.

Since EINA was founded in 1967 it has gathered a wide body of experience in its dedication to education that is open and responsive to novelty, responding as well to international currents in design and art. A critical spirit has been a constant factor in EINA's identity and has invited the centre to renew itself continually. Various generations of creators emerging out of EINA have come to actively participate in the character of cultural life of their city and country, and many of them now work all over Europe and around the world.

The studies leading to the Degree in Design close with the presentation of a Final Degree Project (FDP), with the idea of developing an original and unpublished project from a conceptual, technical and formal perspective. In turn, this project is to be accompanied by all necessary documentation for its comprehension and later execution. This publication documents the Final Degree Projects presented by students in a highly synthetic way, thus providing us with an idea of the level they have reached. The development of the FDP on the part of the student benefits from the support of a professor and a tutor, and is evaluated by a commission made up of the tutor and two more teachers, in the context of a public presentation.



Professora:

Anna Bach

Tribunal:

Anna Bach

Sara Coscarelli

Albert Crispi

Silvia Santaeugènia

Gemma Alcalá Jurado

8

Clàudia Balcells

10

Núria Ballesteros

12

Júlia Falgàs Juncà

14

Carla Ferrer

16

Sara Miranda Caso de los Cobos

18

Albert Ramoneda Ruatg

20

Elena Roca Vives

22

Disseny
d'Interior

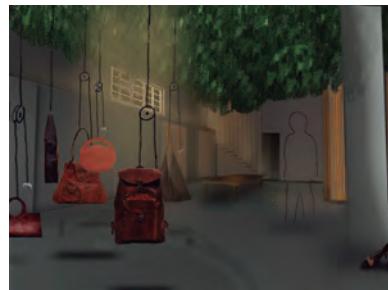
Cydwoq flagship store

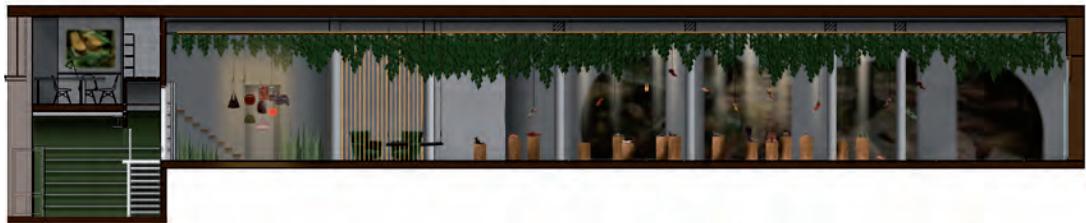
Cydwoq és una marca de sabates nord-americana que, per tradició familiar, produeix de forma manual. Més de 200 punts de venda als cinc continents són la principal finestra d'exposició de l'empresa. Tot i així, aquesta no té una imatge ben definida o adient al tipus de producte particular que ofereix. Conseqüentment,

els seus distribuïdors interpreten la marca de formes molt dispers. Proposem, doncs, reformular i consolidar una imatge de negoci a través de l'espai, en aquest cas, en forma de *flagship store*, a Barcelona.

Aquesta botiga es defineix com un bosc fantàstic i canviant, amb elements que

s'aproximen a la realitat de la natura, com ara el seu sostre frondós (generat a partir de les restes de pell del procés de fabricació, tot simulant un arbre), i que tenen com a objectiu formar part d'una experiència de compra i transmetre alhora una idea clara sobre la història, el caràcter i els objectius de *Cydwoq*.







Dissenyar un context educatiu. Reforma de l'edifici de parvulari de l'Escola Folch i Torres basada en una metodologia activa

L'interès personal per promoure una nova educació que valori l'infant i potencii les seves capacitats ens ha portat a detectar una manca de coherència entre aquesta i l'espai on es desenvolupa. La intenció d'aquest projecte ha estat dissenyar un nou tipus de context escolar en què la premissa sigui el caràcter educatiu dels seus espais.

El projecte s'ha basat en un cas concret, l'Escola Folch i Torres, que treballa en espais tradicionals. Aquests espais s'han reformat per tal d'adaptar-los a una metodologia activa d'aprenentatge. Per desenvolupar aquesta reforma, hem partit de vuit conceptes de la filosofia de Reggio Emilia, un referent mundial en educació, i l'hem transformat en eines de projecte en

l'espai: el grau de privacitat, la flexibilitat, les connexions i circulacions que s'hi creen, l'ús de la polisensorialitat o la relació entre interior i exterior, entre altres, com el confort i la lluminositat.

D'aquesta manera hem aconseguit un espai on preval per sobre de tot el valor educatiu.





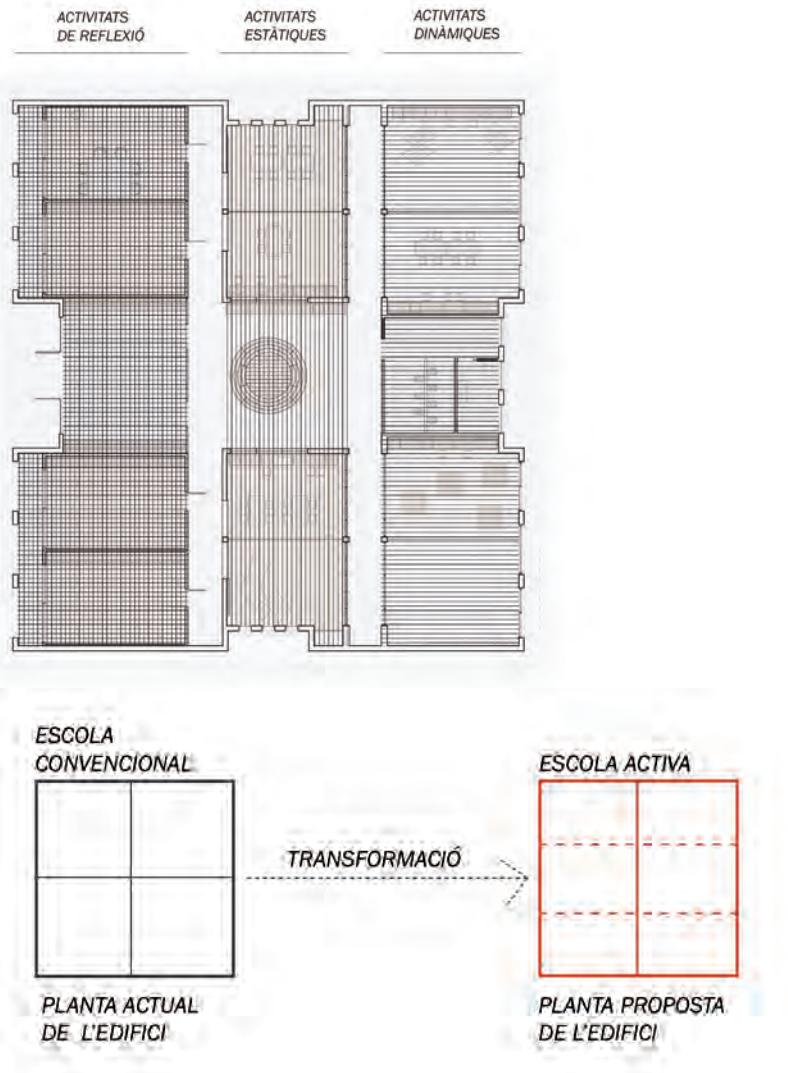
Disseny d'un centre escolar, quan es projecta a partir d'un model educatiu

Aquest projecte consisteix a fer una remodelació de l'edifici d'educació infantil de l'escola L'Aragai situada a Vilanova i la Geltrú. Aquest centre forma part d'una sèrie d'edificis que van ser projectats de manera estandarditzada, sense tenir en compte els valors arquitectònics.

La finalitat de la proposta ha estat fer una transformació radical de l'edifici a partir d'un model d'escola activa per evidenciar que l'espai físic d'un centre educatiu es pot modificar en funció de la presa de decisions en l'àmbit pedagògic.

A l'hora de plantejar el projecte partim de la premissa que l'escola ha d'imitar la diversitat de la ciutat, ha de contenir espais públics i privats i ha d'establir una correspondència entre passadís-carreter i aula-casa.

L'espai interior s'ha distribuït en diferents tipus d'ambients per dur a terme diverses activitats i agrupacions entre alumnes de diferents nivells educatius. Els espais es divideixen en: activitats dinàmiques, activitats estàtiques i activitats de reflexió.



Júlia Falgàs Junçà





Balneari

Balneari és un centre de creació i exposició d'arts plàstiques i visuals situat a l'edifici de l'antic Balneari de la Font Pudosa de Banyoles.

Es constitueix com a centre de confluència entre els diferents artistes i creadors, un punt de trobada, d'aprenentatge i de reflexió on es faciliten als usuaris l'espai i les

eines per experimentar i expressar-se en la seva totalitat. D'una banda, busca estimular la producció dels artistes locals i respondre a les seves necessitats, i de l'altra, ser un lloc d'acollida de noves propostes d'arreu del nostre país per fer possible l'intercanvi de coneixements i aportar a la ciutat les mirades artístiques més emergents.

La finalitat d'aquest projecte de rehabilitació és recuperar un edifici emblemàtic que actualment es troba en estat ruïnós, a més d'ampliar la xarxa d'entitats culturals identificadora de la ciutat, i incloure-hi un nou espai dedicat únicament a les arts.



L'Aixopluc, equipament social al districte del Mercat del Pla

El districte del Mercat del Pla és un barri ubicat al centre històric de Lleida que fa uns anys va començar a degradar-se i a viure constantment entre problemàtiques que conviden la resta de la ciutat a rebutjar-lo. Durant els darrers anys, amb l'objectiu de revitalitzar el barri, s'hi han obert espais d'oci (botigues i restaurants) que han permès que la gent torni a passejar i a fer vida pels seus carrers, però amb això no n'hi ha prou i el problema continua.

Per solucionar el problema proposem l'Aixopluc, un centre social que actua com a centre neuràlgic des del qual s'impulsen

activitats que ajuden a promoure els valors d'aquest "nou" districte, prenen com a base els conceptes d'educació, convivència, ciutadania, llibertat, cooperació i sostenibilitat. Per fer-ho possible el projecte transforma un local i un solar en desús en un equipament social format per una ludoteca, un espai de treball, aules, un espai polivalent i l'existent pati obert.

La meta de l'actuació és crear un espai de reunió on es generi vida, cohesió i més sentiment d'identitat al barri per aconseguir apropar la gent que hi viu, majoritàriament immigrants, a la resta de lleidatans.



Sara Miranda Caso de los Cobos





Géminis Cocktail Experience

Aquest projecte consisteix en la creació d'un escenari perquè els amants de la cocteleria puguin gaudir en qualsevol moment de l'art de la creació i el tast de còctels.

Està situat a Gijón, una ciutat amb una gran tradició en el gust pel bon beure, però sense un lloc especialitzat.

Géminis, el nom del projecte, és sinònim de dualitat i personalitats diferents que es complementen.

L'espai es concep a través de la interacció d'espais diferenciat dins del mateix local, que alhora es complementen.

Aquests són: la Terrassa o el Bar Cocteleria, amb un ambient distès i informal, i el Saló Cocteleria, que ofereix més tranquil·litat i privacitat. Els dos espais tenen la seva pròpia barra amb estació central.

El Taller-Escola de Cocteleria és un espai per a l'ensenyament de l'art del cóctel.

El disseny del projecte s'inspira en els ambients en què el cóctel va tenir el seu apogeu i inclou referències a escenografies, pel·lícules, sèries i fotografies que mostren aquest tipus d'espais.

Albert Ramoneda Ruatg

Carràs

Carràs és un espai per gaudir del vi i del cava Sumarroca on exterior i interior volen provocar una experiència en l'usuari. Aquest projecte es desenvolupa a partir de les tres fases del tast: la visual, l'olfactiva i la gustativa. Crea una atmosfera de nou luxe en què el luxe no vol ser un element costós ni prohibitiu, sinó una experiència

i una atmosfera. La idea neix de l'interès personal en el món dels cellers i del fet que des de fa uns anys el disseny juga un paper molt important en aquest àmbit.

La proposta vol mantenir un diàleg amb la tradició, tot i que amb un idioma actual i un llenguatge contradictori però entenedor, per

tal de poder col·locar els cellers en el mapa. Mantenim sempre la identitat de la marca fusionant tradició i modernitat, jugant amb la llum, els materials i les formes per poder mirar cap al futur.



CARRÀS

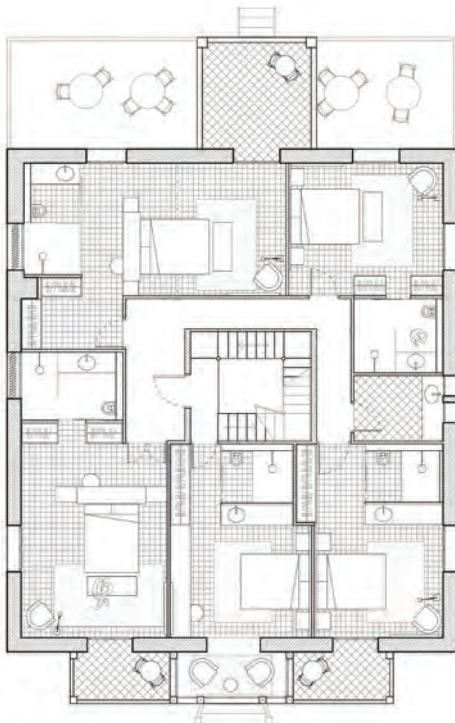




Villa Luz, Hotel Boutique

Villa Luz, Hotel Boutique és un projecte que neix de la necessitat de donar un nou ús a una casa indiana que es troba gairebé inutilitzada. El nou programa que s'hi genera és l'hotel boutique perquè es vol oferir a l'usuari un disseny molt acurat allunyat del de les grans cadenes hoteleres, juntament amb una bellesa arquitectònica que destaca per si sola.

En convertir-se en un hotel de petites dimensions, Villa Luz és un espai acollidor que fa que l'usuari s'hi senti com a casa. El concepte predominant en l'interiorisme ha estat el respecte de l'estruccura espacial original, que aconsegueix que se salvin tots els paviments i les motllures existents. Això s'ha aconseguit fent que la majoria dels elements col·locats posteriorment no arribin a les cotes d'altitud màxima, de manera que esdevenen objectes superposats a l'espai original. Això permet distingir perfectament la nova intervenció dels elements ja existents.





Professor:

Oriol Ventura

Tribunal:

Francesc Crous

Ariadna Fàbregas

Javier Nieto

Esther Pujol

Oriol Ventura

Daniel Vila

Laia Aviñoa

26

Nina Gannau Coma

28

Maria Jané Canals

30

Rubén Mecaliff Prado

32

Lorena Miguel

34

Marta Muñoz Juncà

36

Pol Puch i Gimisó

38

Maria Riera Gálvez

40

Nil Vicens

42

Disseny de Producte Industrial



Els valors del packaging a través d'un envàs take away per a restaurants ecològics

Veure i viure la contaminació de les platges és un fet cada vegada més habitual entre la població actual. Tones de deixalles són abocades al mar dia rere dia i, entre aquestes, el plàstic és el material més abundant i, a la vegada, el més nociu.

Per aquest motiu, hem intentat replantejar els usos actuals del plàstic i substituir-lo en diferents àmbits, en aquest cas el de l'alimentació, per tal de col·laborar a tenir un medi ambient menys contaminat, encara que sigui a petita escala.

Així doncs, l'objectiu d'aquest projecte és arribar a dissenyar un *packaging* ecològic per al sector *take away* d'una cadena d'hamburgueseries artesanes de Barcelona anomenada Bacoa, i trobar un material que pugui igualar o fins i tot millorar les característiques de conservació i envasatge del plàstic al món de l'alimentació, sense que deixi de ser ecològic.





Nina Gannau Coma





Pots

Pots és un producte artesà destinat a conservar, transportar i facilitar la compra a granel de les espècies per a la cuina.

Aquest tipus de compra (a granel) s'està recuperant poc a poc i crea un retorn del consum responsable i sostenible, ja que només comprem el que és necessari.

Pots també es basa en el retorn de l'artesanía, dels materials purs i nobles, i de la personalitat que tenen els productes artesanals, que també aporten sensacions i bellesa que donen valor al producte final.

L'objectiu de *Pots* és unificar el packaging, fer-ne més pràctica l'obtenció, el transport i la col·locació i

reduir els residus que crea en el moment de l'obtenció de les espècies gràcies a l'envas per guardar-les fet de ceràmica i fusta, i a la bossa per a transportar-les feta de cotó. Aquests dos punts aporten artesanía a un comerç en què es crea valor amb l'aspecte i també amb la creació.

Els pots es poden apilar gràcies a la forma de les tapes de fusta, que en faciliten la distribució tant a la cuina com a l'hora de transportar-los amb la bossa, que disposa de dues butxaques interiors que faciliten la seva posició vertical durant el trajecte i els mantenen així sense que es bolquin, es colpegin entre si i s'obrin.



GO! Bicicleta convertible a patinet per al desplaçament, la diversió i l'aprenentatge de nens i nenes de 18 mesos a 5 anys

El treball aborda la creació d'un producte multiús, convertible de patinet a bicicleta, destinat a infants d'entre 18 mesos i 5 anys aproximadament, ja que el seu ús també dependrà de les habilitats de cada criatura.

Es tracta d'un producte pedagògic que contribueix al desenvolupament de la coordinació de

moviments; l'impuls i la frenada, que es fan amb els peus i el desenvolupament de l'equilibri, perquè s'han de mantenir la direcció i l'orientació espacial.

Hem utilitzat materials com ara la fusta i el metall i un sistema de gir per simetria per passar d'una funció a l'altra. La bicicleta no inclou cap mecanisme complex, de manera

que totes les unions, tant les fixes com les que manipularà l'usuari, funcionen amb cargols.

GO! té una imatge gràfica que dóna personalitat al producte i alhora és atractiva, cridanera i divertida per als nens.





Rubén Mecaliff Prado

Koi – Empatía

Empatía és el projecte del dissenyador de producte Rubén Mecaliff. S'hi mostra el procés de creació (des de la investigació fins a la producció final) d'una peça de mobiliari adaptat per a una residència amb seu a Barcelona que barreja música, tecnologia intel·ligent i il·luminació per a gent gran amb un grau 1-3 de dependència. El projecte està format per una ressenya bibliogràfica del col·lectiu en qüestió, una ànalisi del centre en què es duu a terme la intervenció i el disseny gràfic / la fotografia / l'animació 3D / la creació industrial i el procés de manufactura de la peça esmentada. La proposta es basa en satisfer totes les necessitats dels usuaris, unes necessitats que s'extrauen directament de la investigació. Se centra en la

música / la il·luminació i en problemes, de caràcter locomotor o cognitiu, que té la gent gran i que poden afectar directament el disseny de la peça. El projecte acaba amb la implantació de la peça a la residència i amb la creació d'un vídeo en què es prova el producte.

“Els Kois sempre nedan a contracorrent a través del riu. Els que aconsegueixen arribar fins a la cascada i superar-la es converteixen en dracs per sempre”. Principal símbol de longevitat al Japó.







Hook it up

Vestir-nos és una cosa que fem cada dia. Ens vestim quan comença el dia, ens desvestim quan acaba i ens cordem els botons dels pantalons més de cinc cops al dia.

Una operació, una lesió, malaltia o degeneració causada per l'edat poden fer que accions de la vida quotidiana tan senzilles fins ara com les anteriors ens comportin un gran esforç o un impediment.

Hook it up és una ajuda tècnica per cordar botons adreçada a persones amb mobilitat reduïda a les extremitats superiors.

Forma part de la vida social, ja que dóna

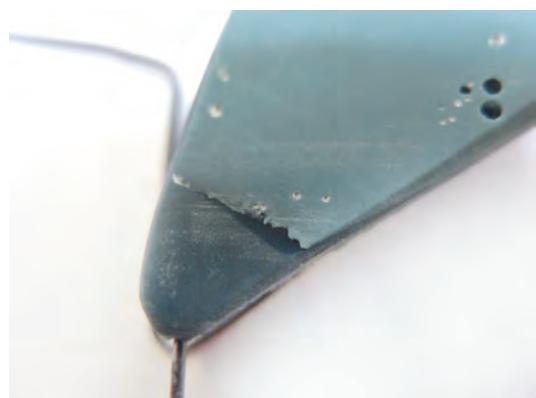
independència i dignitat quan cal cordar-se els texans, la jaqueta o la camisa.

És un accessori, el duem amb nosaltres. Se subjecta a la roba i s'hi integra: a la butxaca, al coll, la jaqueta, el cinturó...

La goma de poliuretà que té a l'interior fa que no rellisqui i la resina li dóna solidesa.

Permet diferents colors, formes i textures, segons els gustos, les mides i les limitacions de cada persona. Així es converteix en una peça única.

Hook it up vol dir “fer-ho possible i connectar”.





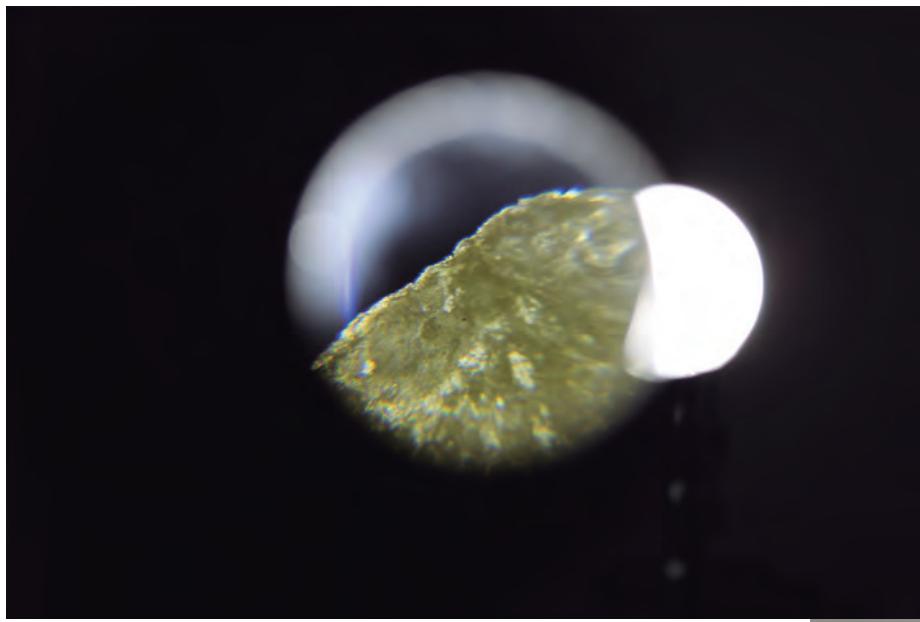
Miru

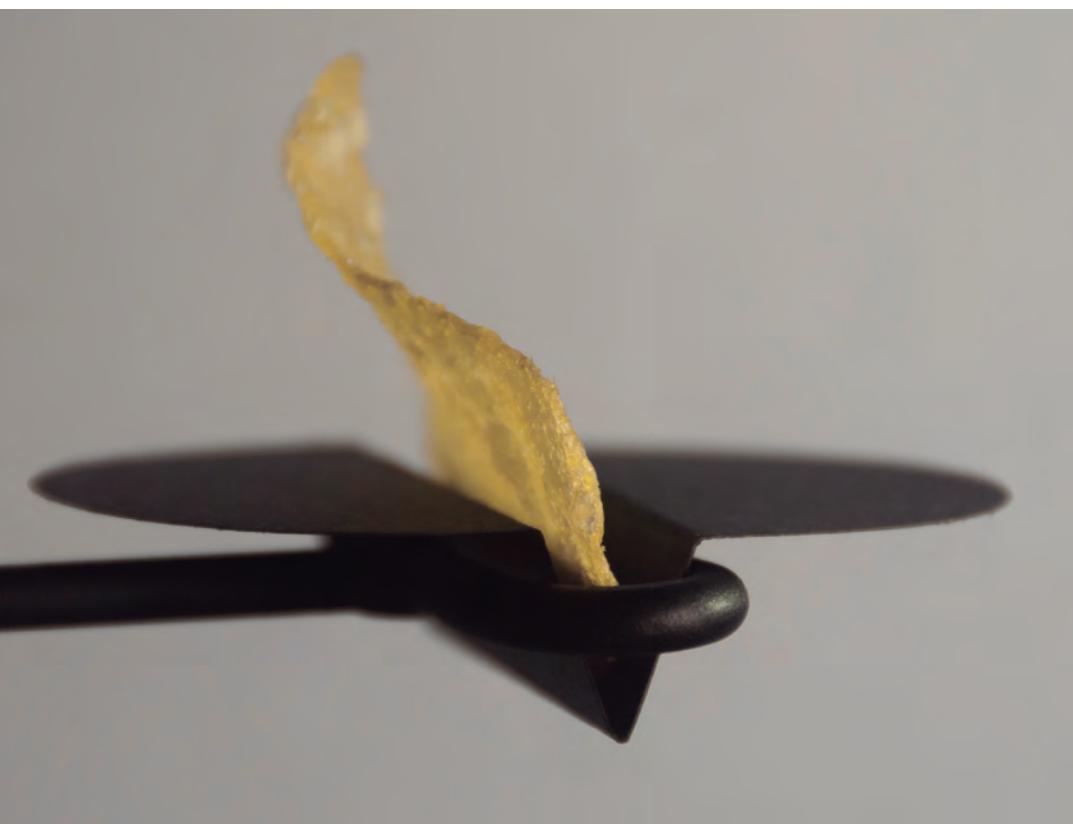
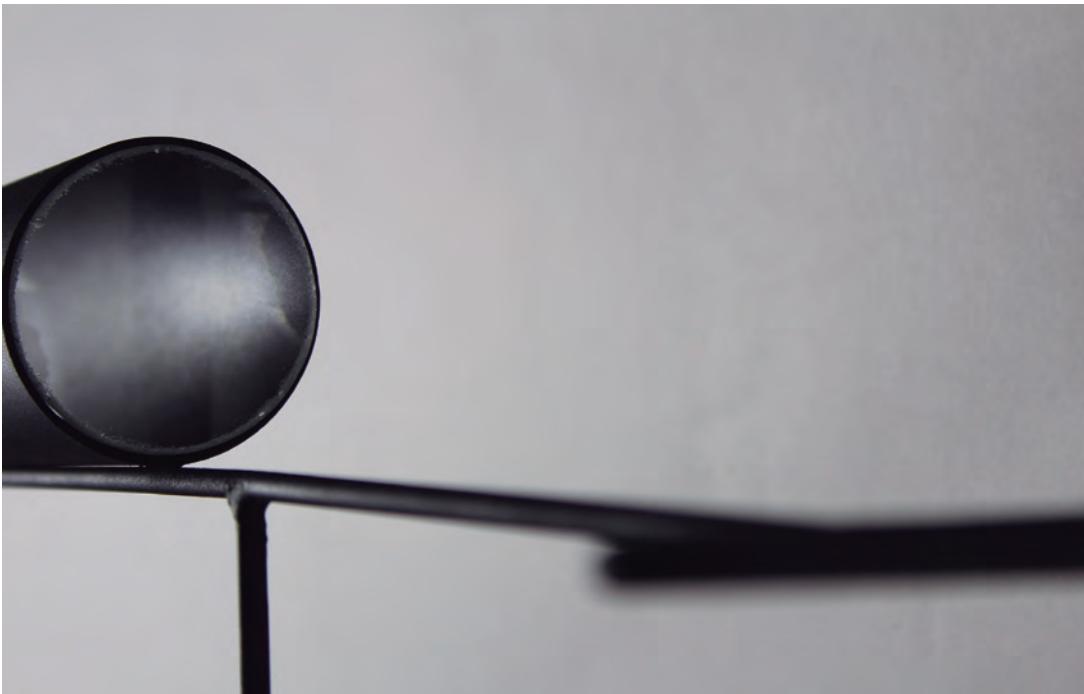
A partir d'un aliment molt conegut com són les patates xips, s'ha dissenyat un utensili per presentar-les i degustar-les en un restaurant gourmet. Un objecte que transforma la visió d'aquest aperitiu i el converteix en una peça d'alta cuina.

A través d'un relat en què intervenen concepcions com ara la textura o la llum, s'ha arribat a *Miru*, una nova manera d'interactuar amb la

patata que converteix aquest acte en tot un ritual. Una experiència que ens trasllada a la superfície d'un planeta desconegut i fa que tot allò que ens envolta passi a un segon pla.

A cavall entre la gastronomia d'avantguarda i el disseny experimental, *Miru* és un objecte que possibilita el tast d'una sola patata a partir d'un diàleg amb la peça dissenyada.





Obre'm

Estudiant l'entorn dels jocs de rol, es troben fàcilment els estereotips que els envolten.

Sorgits paral·lelament a aquests jocs, arran del que s'ha anomenat popularment “pànic moral”, un període en el qual se’ls acusava de ser l’origen de desaparicions, suïcidis i de ser una mala influència en general, aquests estereotips han quedat en l’imaginari popular i han fet que la societat miri malament aquest entreteniment i aquells que hi juguen. Prencent aquests jocs i estereotips com a base i acotant aquests últims en el que hem definit com “el rebuig causat per l’estranyesa”, l’objectiu del projecte va esdevenir crear un producte que servís per mostrar

aquest tipus de jocs en la seva part més bàsica, la imaginació i personalització.

Per aconseguir-ho, vam buscar un altre tipus de joc relacionat amb els de rol (els jocs de taula) i es van barrejar. Hem triat aquest jocs perquè tenen una imatge més bona i son més clars, senzills i entenedors que els de rol.

El resultat de la barreja de tots dos jocs és *Obre'm*, un joc que funciona amb el mecanisme d’un joc de rol, basat en tres característiques i amb un director que s’occupa de crear la partida, i que utilitza un seguit de fitxes com en els jocs de taula per a facilitar-ne la comprensió.

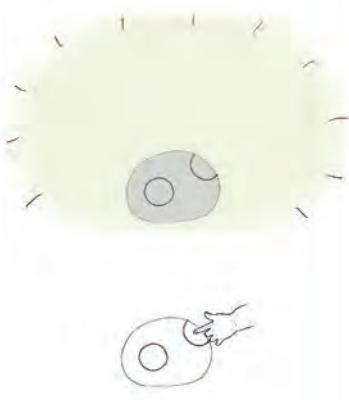




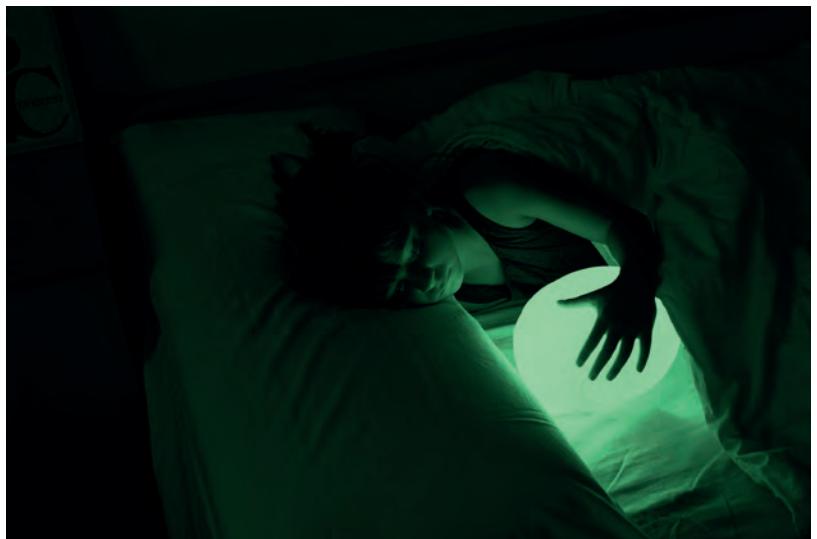
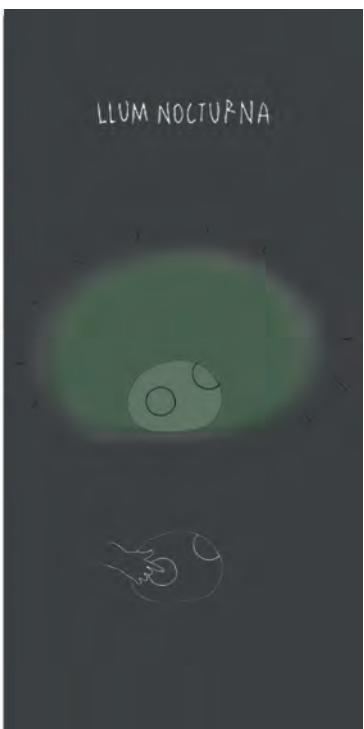
LLUM D'ESTUDI



LLUM AMBIENTAL



LLUM NOCTURNA



Aorate. Disseny d'un llum infantil

Fruit de l'interès pel món del disseny de llums i de la cerca d'un coneixement més ampli d'aquest àmbit neix *Aorate*, un llum infantil que recorda un asteroide i que vol trencar la relació passiva que actualment es produeix entre la majoria de lluminàries i el seu usuari.

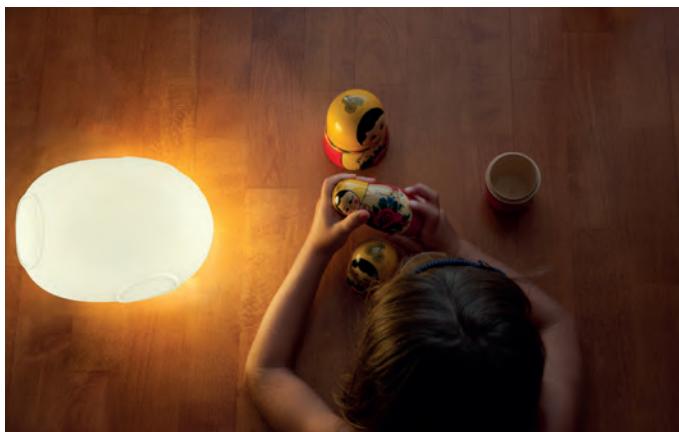
Un dels primers objectius d'aquest projecte és arribar a desenvolupar el disseny d'un llum de forma més profunda per tal d'obtenir

un producte perfectament preparat per ésser presentat a un fabricant que el comercialitzi.

La correcta il·luminació d'un espai dedicat als nens és molt important, ja que la llum no només els afecta emocionalment, sinó també físicament. Amb el llum dissenyat volem ajudar a aconseguir aquesta il·luminació adient per als més petits tot oferint tres opcions de llum diferents que acompanyin

els nens en les seves diferents activitats, a més d'una llibertat d'ubicacions infinita.

Com que és un producte dedicat a l'àmbit infantil, la seguretat és una prioritat durant el seu disseny. Per aquest motiu, tant els materials (polipropilè i silicona) com el seu mètode de càrrega per inducció han estat escollits perquè asseguren que cap nen no prendrà mal mentre utilitzi el llum.



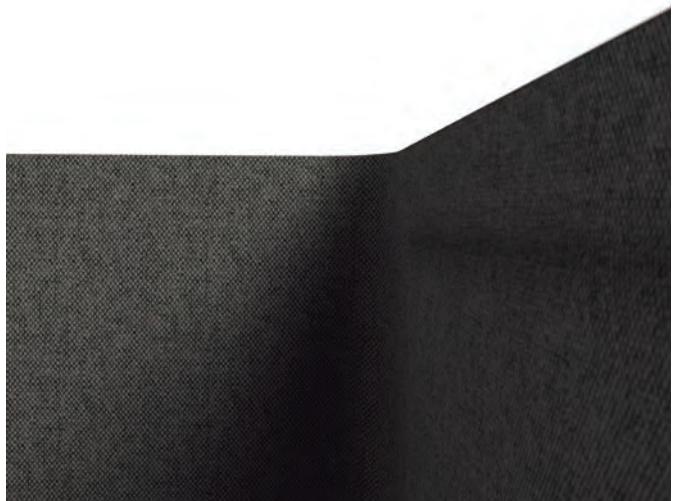
Kyoto

Preneint com a punt de partida un seguit de reflexions i referents sobre la idea d'espai generat a partir d'un objecte, com ara Chillida o Krijn de Kooning, s'inicia el projecte que acaba esdevenint *Kyoto*.

Amb la intenció inicial de crear un producte capaç de fraccionar un espai interior, s'han acabat unint tot un seguit d'elements que donen com a resultat l'híbrid entre paravent i sofà que és *Kyoto*.

Dissenyat per al món del mobiliari *contract*, una de les intencions del projecte és aportar un enfocament i una estètica més domèstics a un ambient que pot arribar a resultar fred i impersonal.

Estructura vista, un sol coixí i un petit espai privat flotant són alguns dels trets diferencials que es poden apreciar en aquest producte, al qual s'ha procurat fer una aproximació visual al més delicada possible.







Professores:	Mariона Asín Pueyo	46
Pilar Górriz	Marc Blanes	48
Laia Clos	Albert Bosch	50
	Judith Bosch Castro	52
Tutors i tribunal:	Adriana Cabeza	54
Elena Bartomeu	Ariadna Castro	56
Laia Clos	Beatriz Cervantes Durán	58
Pilar Górriz	Natalia Ibárcena Callís	60
Salvador Huertas	Alba Martín Vidal	62
Jon Marin	Jaume Martínez	64
Octavi Rofes	David Massó Tuloch	66
Tilman Solé	Daniel Moliner Vázquez	68
	Carolina Montero Esplugas	70
	Josep Muñoz Fité	72
	Marc Oliva Sanosa	74
	Anna Parés Toran	76
	Artur Rivera Prieto	78
	Daniel Rovira Vilà	80
	Judit Sánchez Torner	82
	Sofia Soldevila de Vilallonga	84
	Adrià Vives	86

Disseny
Gràfic

Mariona Asín Pueyo



01

Concentració contra la violència de gènere
Plaça St. Jaume /20-22h/ Convocatòria en suport a les dones que pateixen violència de gènere.

02

Xerrada sobre La còpa menstrual
Ateneu La Porxa /20h/ Es parlarà sobre l'ús de la còpa menstrual, de la menstruació, de la ginecologia naturista...

03

Cafès feministes Cercle Civic Can Folc /11.30h/ Debatre sobre diversos temes dins del feminisme.

04

Persépolis L'espai Jove Fontana /18h/ Passeig de la pel·lícula amb debat posterior. Es tractaran temes com el feminisme en la cultura islàmica.

05

Concentració contra la violència de gènere Plaça St. Jaume /20-22h/ Convocatòria en suport a les dones que pateixen violència de gènere.

06

Xerrada sobre La còpa menstrual Ateneu La Porxa /20h/ Es parlarà sobre l'ús de la còpa menstrual, de la menstruació, de la ginecologia naturista...

07

Cafès feministes Centre Civic Can Blau /11.30h/ Debatre sobre diversos temes dins del feminisme.

08

Xerrada sobre La còpa menstrual Ateneu La Porxa /20h/ Es parlarà sobre l'ús de la còpa menstrual, de la menstruació, de la ginecologia naturista...

09

Jornades feministes C.S.B. L'Astella /18h- Taller Com estimar sense possir. A LES 21H -Sopar vegà DE 22.30 A 03.30H - Concert flamenc Maruja Limon + DJ

Inquietuds

Inquietuds és un projecte editorial que vol ser una eina de transformació social a partir d'una mirada anticapitalista i antipatriarcal. Mitjançant un periodisme reposat s'hi tracten temes d'interès i s'hi fa difusió d'actes que es duen a terme en espais autogestionats de Barcelona. El treball es divideix en dues parts: d'una banda hi ha una revista que tracta temes que afecten la societat (gènere, política, economia, salut, etc.) a partir de reportatges, articles i entrevistes; i de l'altra, una agenda cultural.



Fuego Lento

Fuego Lento és una comunitat de cuina casolana que es genera a partir dels seus clients en una plataforma digital. La iniciativa els permet penjar les seves pròpies receptes culinàries a l'App i, a la vegada, consultar-ne

altres que han penjat la resta d'usuaris segons els ingredients de què disposen a la seva llar.

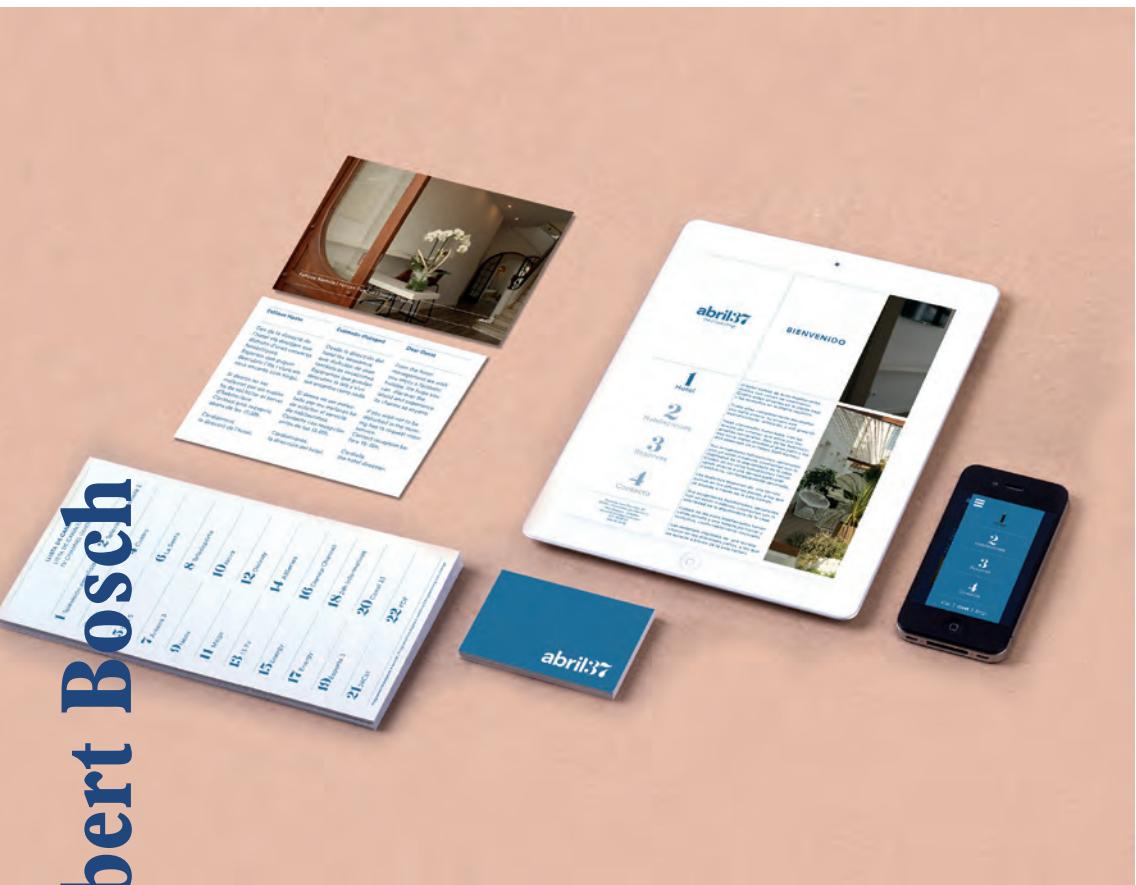
A partir d'aquí neix una botiga de menjar per emportar on es vendran les millors receptes de cada mes. D'aquesta

manera es constitueix un model de negoci que gira al voltant del propi client, ja que ell mateix és consumidor i a la vegada, creador dels productes de la comunitat.

a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z





Albert Bosch

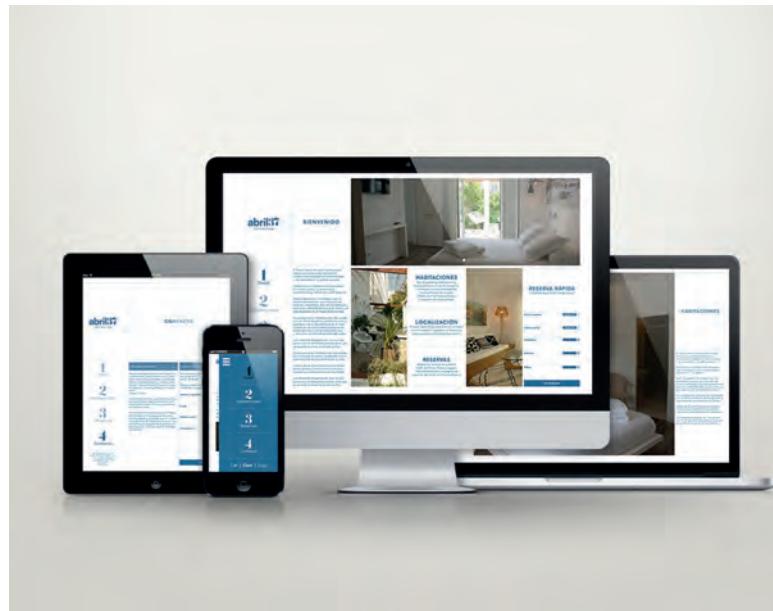
Abril37

Abril37 és un projecte d'identitat, un petit hotel de vuit habitacions situat a Ciutadella de Menorca.

Es tracta d'un treball que comporta la creació d'un sistema gràfic, una pàgina web, la senyalística de les habitacions i de l'hotel, vinils per als vidres, la papereria corporativa i també, d'unes petites guies de regal que tracten quatre temes diferents: llocs inhòspits, platges, cultura menorquina i festes populars de l'illa. La intenció d'aquestes guies és que els visitants puguin descobrir l'illa d'una forma diferent.

El concepte del projecte recau en l'eclecticisme, ja que l'hotel és una antiga casa menorquina reformada i combina nova construcció i mobiliari de disseny amb elements antics.

Així doncs, la solució formal presa és la unió de dues tipografies diferents amb gran contrast entre si.





Judith Bosch Castro





Alambí, identitat i packaging per a uns licors artesans

Alambí és un projecte que neix amb la finalitat de cobrir les necessitats de comunicació visual d'una marca de licors artesans. És, per tant, un treball d'identitat i packaging.

El repte de disseny és reflectir els valors del

producte en la seva imatge gràfica amb tots els elements necessaris per millorar-ne el posicionament en el mercat i diferenciar-lo de la resta. Això s'aconsegueix mitjançant una gràfica atractiva i coherent amb els valors de la marca.

El resultat final d'aquest projecte es materialitzarà en les etiquetes per a les diferents ampolles de licors, un llibret divulgatiu de les propietats i característiques de cada tipus de licor, un expositor per als punts de venda i un *pack premium*.

Azar, identitat d'una marca de joieria

Azar és un projecte que se centra a donar visibilitat a una nova marca de joieria artesanal i a posicionar-la respecte a les altres marques existents del mateix sector. Això es durà a terme a través d'una identitat corporativa que definirà l'ànima i la personalitat de la marca dins de les regles estètiques, i d'una campanya de comunicació que reflectirà els seus valors perquè el públic objectiu s'hi identifiqui. Quant a disseny, el repte del projecte consisteix a reflectir i transmetre els valors propis de la marca i a allunyar-los de l'estètica de la seva competència. Aquests valors són: singularitat, refinament subtil i quotidianitat. Tot aquest treball portarà a un resultat final que es materialitzarà en forma de: *naming i tagline*, logotip, papereria corporativa, campanya de comunicació, catàleg de col·lecció, web i *packaging* de la joia.





Spüma

Spüma és la identitat i el packaging per a una nova línia de cervesa artesanal de Girona.

Aquest projecte consisteix a generar tots els elements de comunicació necessaris per a fer-ne el llançament i el posicionament en el mercat.

El treball neix de la necessitat de constatar que, avui dia, les microcerveseries artesanes s'han multiplicat arreu, però, tot i així, aquests continuen essent negocis molt localitzats a determinats llocs i els és difícil sortir del seu

entorn més proper. Per tant, amb *Spüma* volem crear una nova marca de cervesa artesanal i, al mateix temps, fomentar la seva expansió en el mercat.

El procés de treball es realitza a partir de l'entrevista a Francesc López i del coneixement posterior del canvi i la renovació que ell volia fer a la seva indústria cervesera artesana situada a la ciutat de Girona. D'aquí s'estreuen uns valors que són l'essència del projecte *Spüma*.





Tarraco Fashion Day

Actualment, moltes ciutats organitzen esdeveniments per afavorir el consum dels comerços locals.

En el cas de Tarragona, una ciutat molt atractiva des del punt de vista cultural, turístic i

comercial, hi ha poques iniciatives organitzades en el sector de la moda.

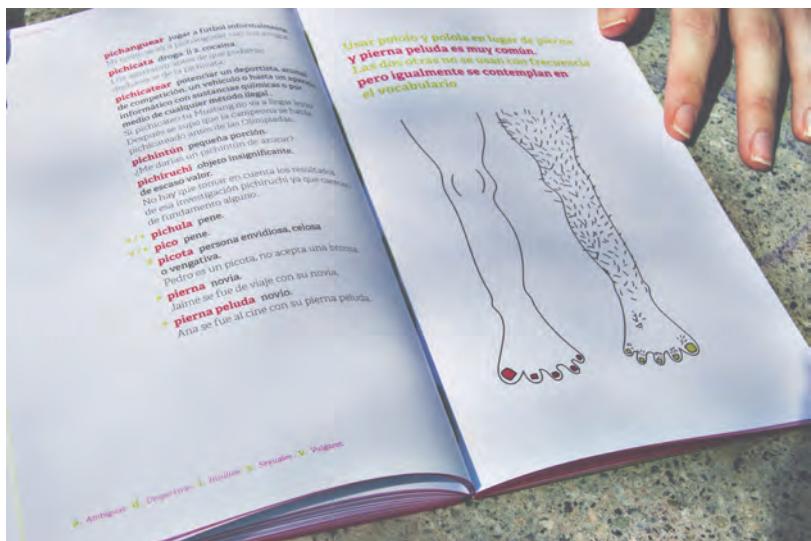
Per això neix el *Tarraco Fashion Day*, una desfilada benèfica que té com a objectiu unir els ciutadans amb la seva ciutat natal.

Per desenvolupar aquest projecte, es creerà un sistema d'identitat visual i tots els elements publicitaris que siguin necessaris per promoure aquesta passarel·la.





Natalia Ibárcena Callís



Jergología

Jergología és un projecte editorial l'objectiu principal del qual és donar a conèixer la varietat d'argots que hi ha als països de parla hispana. A partir d'aquesta observació, es recullen les expressions esmentades i es classifiquen

en una col·lecció de llibres, cadascun dedicat a un país específic. Tots giren al voltant d'un eix conceptual: els malentesos que es poden donar quan no es coneix aquest llenguatge.

Amb aquesta feina es vol utilitzar la riquesa de l'ús quotidià de la llengua espanyola com una eina de consulta perquè sigui útil en la comunicació de les persones hispanoparlants.



L'Arganier, cosmètica natural del Marroc

L'Arganier és un projecte de redisseny d'identitat corporativa que neix de l'observació que existeix una manca de comunicació i unificació en el disseny dels productes.

És una nova marca que, a través de la seva identitat visual, pretén reflectir un dels seus principals valors de diferenciació davant altres marques

de cosmètica natural, els seus orígens exòtics del Marroc. S'endinsa així, inicialment, en el mercat produïda i distribuïda a Espanya.

El Projecte de Fi de Grau se centra en el desenvolupament de la marca a partir de la identitat visual de la línia d'emballatge.





local=

Day 1 Day 2 Day 3 Day 4

The secret of flamingo migration



Familiar - amateur scientist
Scientific practice

Que estium omnium quae multas
notis imagines non solum ad intuendum,
verum etiam ad anterulum fortissimum
verorum expressas scriptiores el graeci et
latini reliquerunt; ego enim semper animum et
mentem misam conformaram ipsa
cognitione omnium excellentium.
quorum virtutes litera prodigiae sunt, nam
cetera studia rursum temporum sunt neque
sufficiunt omnibus ratione literis.

Riding horses by ancient trails



Medium level
Trailriding

intuendum; verum etiam ad imitandum
fortissimum virorum expressas
scriptiores et Graeci et Latini reliquerunt;
ego enim semper animum et mentem
misam conformaram ipsa cognitione
omnium excellentium quae multas
literas praeditae sunt, nam cetera studia
rursum temporum sunt neque sufficiunt
omnibus ratione literis.

Birds are my brothers

David Atenburg



Professional
Naturalist photographer

local=

Gastronomic
3 days in Priorat

Slate and hard weather for best wines



Blai Mesa
Xpressas scriptores et Graeci et Latini
reliquerunt; ego enim semper animum et
mentem misam conformaram ipsa cognitione

Scientific Birdwatching with Iwan Roset



Gastronomic Galetourism with Édouard Sosanna

2000 yrs of olive

Cultural Cellar Barbara Forés
Quam multas nobis imagines non solum ad
intuendum, verum etiam ad imitandum
fortissimum virorum expressas scriptiores et
Graeci et Latini reliquerunt; ego enim semper
animum et mentem misam conformaram ipsa cognitione omnium
excellentium. Quorum virtutes literis.

Active Trailriding with Pelet



local=
6 gastronomic escapes to discover
the best ecological products and
their farmer's philosophy
Oil, rice, peaches, cherries,
oysters and almonds

local= natural



People
Authentic handcrafters

My hands

local=
People
Authentic handcrafters

My hands are my tools

Joan Panisello
Que aetatum omnium.Qquam multas nobis
imagines non solum ad intundum, verum etiam
ad imitandum fortissimorum virorum expressas
scriptores el Graeci et Latini reliquerunt, ego enim
semper animum et mentem meam conformabam
ipsa cogitatione omnium excellentium.



Escapes - Active
Cala Estreta, Costa Brava

Awesome experience!

I dived with



Local=

Local= és una marca de viatges centrada en les persones. Petits productors, artesans, naturalistes i fotògrafs són la gent que t'acompanyarà durant les teves vacances per coneixer d'una manera directa el més interessant de cada lloc. La gastronomia, les tradicions, els vins, els productors i els racons més especials. Tot de manera personal, amb un grup reduït de persones i amb la voluntat de tenir cura del territori i de la gent que hi viu.

El projecte es desenvolupa a través d'un portal web en què es presentaran diferents propostes

de viatge classificades segons diferents temes, com ara la gastronomia i els seus productes o la cultura i les activitats a la natura. També es podrà començar a decidir aquest viatge a partir de l'interès que es tingui per una persona, un producte o un lloc en concret.

L'abast del projecte està limitat inicialment al territori de Catalunya, però la idea és que la comunitat es pugui estendre progressivament a altres territoris.



Sueño

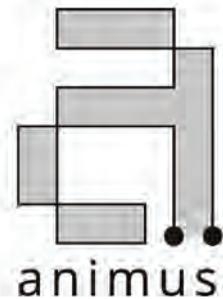
Sueño és un projecte editorial que neix a partir d'un interès pel món oníric. Aquest treball consisteix en la creació d'una peça editorial construïda a partir de la temàtica dels somnis. Un producte que, a partir del disseny gràfic, vol resoldre i modernitzar les obres que hi ha actualment al mercat sobre el tema oníric i

donar-los un altre punt de vista.

El treball s'aferra a l'ús del concepte per tal de desenvolupar un llibre amb un llenguatge gràfic fortament relacionat amb les activitats de la ment, el subconscient i els somnis. Per tant, s'utilitza un degradat de principi a fi per introduir l'usuari en la temàtica.

La finalitat del projecte és obtenir una peça editorial que comunigui el tema oníric i compleixi les expectatives que el consumidor hi diposita. Tot això s'aconsegueix gràcies a una bona direcció d'art i a la determinació a l'hora d'escollar i mostrar el concepte de disseny a tota l'obra.





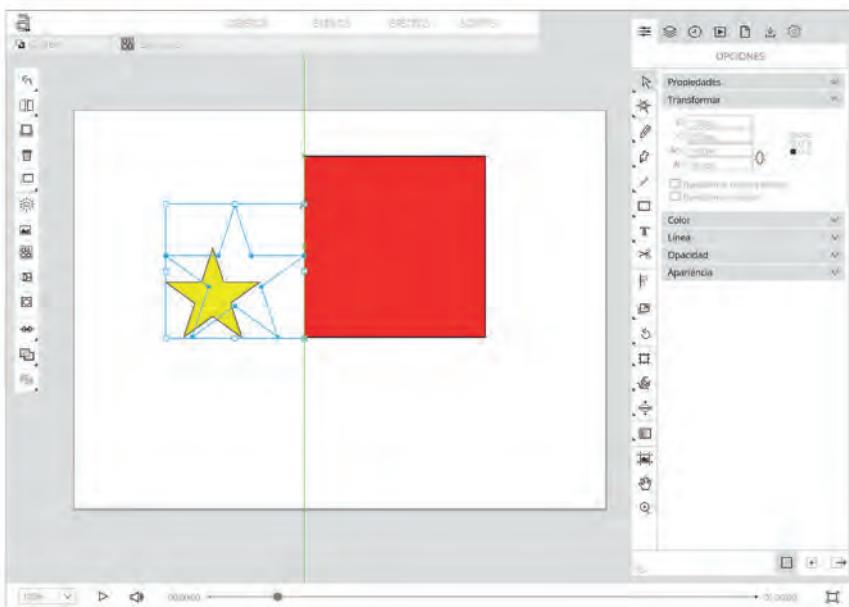
Animus

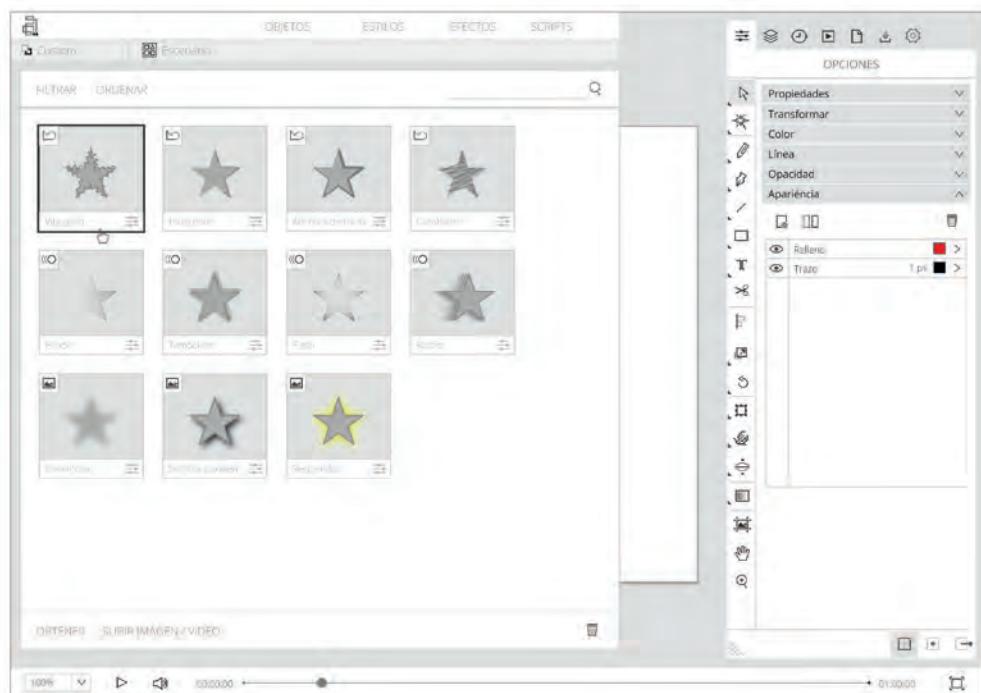
Fa uns anys, l'animació vectorial enfocada a la reproducció en web, liderada pel *software* d'animació Adobe Flash, va quedar obsoleta perquè Apple va refusar utilitzar aquest tipus de tecnologia en els seus dispositius.

L'aparició d'HTML5, que incloïa en els seus estàndards la tecnologia necessària per crear gràfics programats en l'entorn web, va aportar una solució a aquest problema. No obstant això, encara no existeix al mercat

cap programa enfocat a l'animació vectorial per a HTML5.

Animus és un *software* d'animació per a plaforma web creat per donar solució al buit que va deixar Flash. A més, amb aquest projecte es proposa un nou sistema de treball en què il·lustració i animació es combinen al mateix nivell per aconseguir agilitzar i facilitar el procés d'animació i així apropar aquesta tecnologia a un públic més ampli.





Carolina Montero Espuga





Elements, medicinal chinese tea

Elements és un projecte de *packaging* i identitat d'una marca de te medicinal xinès. A partir de la investigació dels principis bàsics de la medicina xinesa es pretén crear una marca de te xinès com a alternativa a la medicina occidental per tal de recuperar els valors i coneixements d'aquesta cultura mil·lenària. El resultat del treball es materialitza en una línia de cinc productes de te medicinal xinès.



AN4L1TIC JOURN4L

Syria, the story of a conflict



AN4L1TIC JOURN4L

Spain, a real estate bubble



AN4L1TIC JOURN4L

Volkswagen,
cheating since 1992



Josep Muñoz Fité



Analitic Journal

Aquest Treball de Final de Grau és l'edició d'una col·lecció de fascicles d'una publicació de caràcter infogràfic sobre l'anàlisi de temes d'actualitat. El tret diferencial respecte d'altres publicacions, com ara diaris en què el contingut infogràfic és quelcom secundari, és que s'utilitza la infografia com a element vertebrador de la peça. Aquest projecte neix amb la intenció d'acostar al públic una nova manera d'interpretar els temes de l'actualitat mundial centrant la publicació en el llenguatge infogràfic. Cadascun dels fascicles editats estarà dedicat a un tema diferent i així es crearà una successió de publicacions monotemàti-

ques (el conflicte sirià, la bombolla immobiliària espanyola i la problemàtica dels sistemes dièsel de Volkswagen).

Les infografies són l'eix que ens permet comunicar les dades analitzades en cada publicació amb l'objectiu principal d'aconseguir una comprensió ràpida i directa per part del lector. Els recursos visuals principals són el tractament fotogràfic i un joc de mides de paper que permeten generar un contingut de gran format que crea un afany col·leccionista per part del lector que compra la publicació.



**Club Futbol Badalona,
disseny de la identitat
corporativa del club**



D'acord amb el salt qualitatiu que està fent el club (creació d'un nou estadi, millores en l'administració, aspiracions d'ascens a segona divisió A, etc.), és imprescindible una nova imatge comunicativa que convidi els socis, els simpatitzants i la població de Badalona en general a apropar-s'hi. La finalitat d'aquest projecte és oferir una imatge que representi les millores i els avenços del club i alhora sigui coherent amb les seves aspiracions. Hem fet un estudi històric i iconogràfic tant dels emblemes de la ciutat com del context futbolístic del club. També hem analitzat els equips més rellevants d'Europa. Un cop fet aquest estudi, hem fet la proposta d'escut a partir del qual es crea el sistema de comunicació.

Aquest sistema s'aplica a tots els camps: senyalística de l'estadi, papereria institucional, equipacions, merxandatge, publicitat, etc.





Tresca, un joc d'estimulació cognitiva per a malts d'Alzheimer

Tresca és un joc d'estimulació cognitiva per a persones amb demència, principalment afectades per la malaltia d'Alzheimer, que provoca un deteriorament físic i mental.

El material consta de 96 fitxes dividides en 3 categories diferents: imatges, colors i formes. La dinàmica consisteix a fer relacions de tres

fitxes, una de cada categoria, tot aconseguint una relació a nivell d'imatge, amb el seu color i la seva forma corresponent.

El joc, testat juntament amb una estudiant de logopèdia de la Universitat Autònoma de Barcelona, és una eina d'interacció social. Permet treballar de forma lúdica diferents

aspectes relacionats amb l'estimulació cognitiva, una tècnica terapèutica que procura alentir la regressió de la memòria. L'aspecte gràfic del joc intenta allunyar-se de l'infantilisme que trobem en el material existent en aquest camp.



OPPORTUNITY RACE



Opportunity Race

S'ha dissenyat un esdeveniment esportiu motociclista que es caracteritza pel fet de ser un punt de trobada de joves amb talent i patrocinadors. Aquesta reunió ofereix una possibilitat de promoció que esquiva les dificultats que apareixen a l'hora de competir i de formar un equip.

A partir de les analisis dels models de negoci actuals s'ha dissenyat una proposta nova que es diferencia de la resta amb una organització i uns valors que estan reflectits en la identitat de l'esdeveniment.

S'ha creat una única identitat que abraça les quatre

modalitats més populars del motociclisme sota un únic nom i un únic sistema gràfic modular que es pot modificar i adaptar a la categoria a què s'apliqui.



Clade: Creació d'un joc de taula d'estratègia i fantasia

Actualment, en el sector dels videojocs, hi ha una ràpida i continuada innovació, perquè és un sector molt competitiu que està en constant evolució. En comparació, en els jocs de taula s'innova d'una manera molt menys perceptible.

Aquest projecte pretén innovar en els jocs de taula, actualitzant-los amb els recursos i sistemes de joc que utilitzen alguns gèneres de videojoc dels darrers anys per adaptar-los a un joc analògic alternatiu i crear un sistema de joc simple, intuïtiu i dinàmic.

El joc es basa sobretot en el gènere de videojocs anomenat MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), que combinen l'acció i l'estratègia en temps real i es caracteritzen pel fet que cada jugador controla un sol personatge i perquè tenen una història de fantasia de rerefons que els dóna sentit i identitat.

Es busca un estil d'il·lustració conceptual que doni identitat al joc, representant la història i unificant els diferents elements del joc: la caixa, el tauler, les cartes, les fitxes i les plantilles.





Vaivé, interpretant marees

Vaivé és una revista impresa bianual que no tracta el tema de les marees des de la vessant científica, sinó des del punt de vista de l'etnologia marítima. Parla de com ens afecten i de com les interpretem en el territori espanyol, en fa una visió antropològica i artística.

Es traca d'una publicació que ens posa el mar a les mans i que conté una gran quantitat d'interpretacions artístiques entorn d'aquest tema gràcies a diversos col·laboradors i a un seguit d'articles que expliquen com vivim les marees en el nostre dia a dia.

L'objectiu principal de la revista, que es caracteritza per tenir un format i un disseny molt adients al vaivé de les aigües, és intentar acostar al públic el fenomen de les marees.



Judit Sàchez Turner





EL CORAZÓN
EL SISTEMA CIRCULATORIO

ESTRUCTURA

AURÍCULAS

Cámaras superiores a donde llega la sangre del cuerpo por las venas



LOS VASOS SANGUÍNEOS
EL SISTEMA CIRCULATORIO

CAPILARES

ESTRECHOS

los glóbulos rojos pueden llegar a circular en fila



CÉLULAS

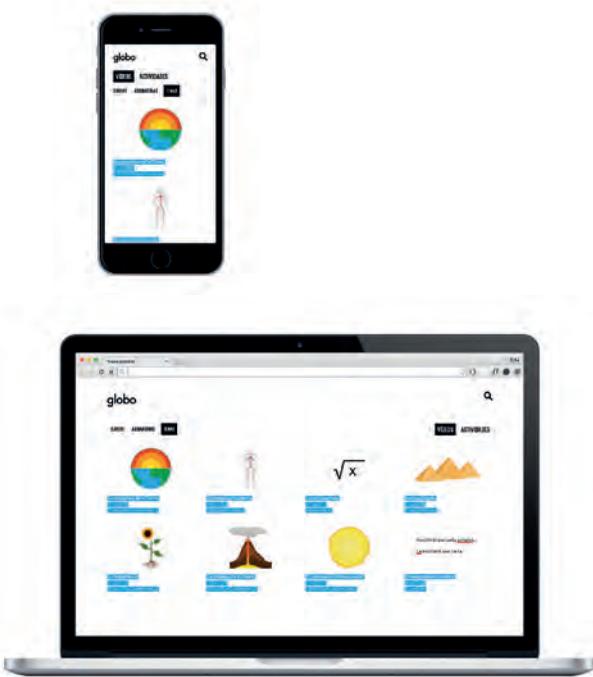
Se encuentran muy cerca, lo que facilita el intercambio de sustancias

Globo. Projecte per complementar l'educació a través de vídeos i activitats interactives

Globo és un projecte audiovisual i interactiu l'objectiu del qual és amenitzar l'estudi i aportar solucions per comprendre conceptes complexos d'una manera visual.

En una societat tan influenciada per allò digital, aquesta proposta vol apropar l'educació a les noves generacions a través d'un mitjà que coneixen i en què se senten còmodes. El valor afegit d'aquest projecte és explicar els temes curriculars de forma breu, visual i amb moviment (necessari en alguns casos per demostrar processos i útil per ajudar a captar i mantenir l'atenció del públic).

Per a aquest treball, s'han realitzat un vídeo i una activitat sobre un tema de l'educació secundària (públic objectiu), basats en el contingut de llibres de text escolars. S'ha creat una estructura base que servirà per facilitar la producció de futurs vídeos i activitats sobre els temes de les diferents assignatures.



LA SANGRE
EL SISTEMA CIRCULATORIO

GLÓBULOS ROJOS
Transportan Oxígeno

GLÓBULOS BLANCOS
Defienden, limpian y crean anticuerpos

PLAQUETAS
Coagulan la sangre

PLASMA
90% agua
10% nutrientes, desechos, hormonas...

Reincarnation

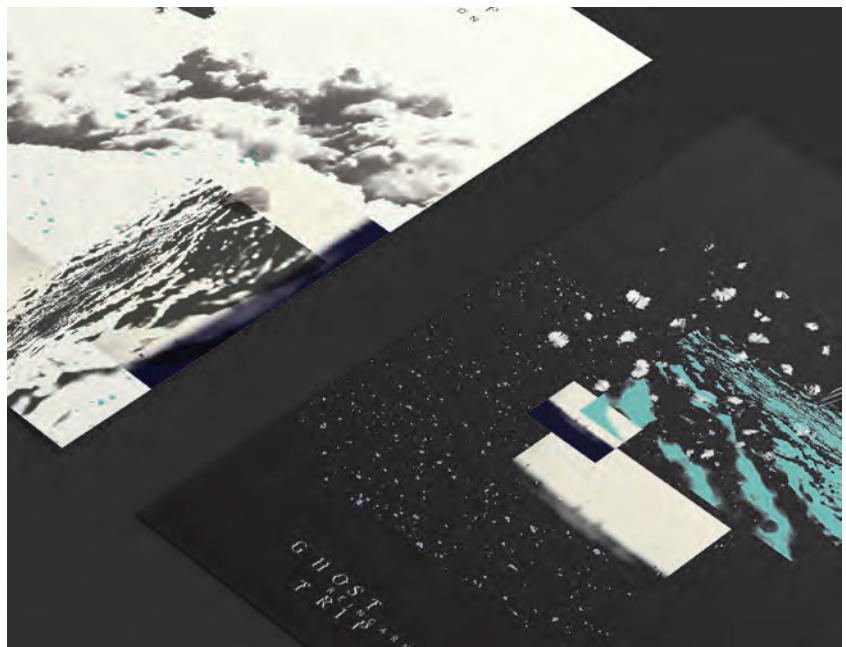
Reincarnation és un projecte real de disseny de la gràfica d'un LP per al grup de rock barceloní GHOST TRIP, així com del disseny d'elements de comunicació per a la seva promoció.

Amb la idea de la reencarnació com a punt de partida, s'ha creat un sistema visual basat en la transició del caos de la guerra cap a l'ordre de la pau, liderat per l'au fènix, que simbolitza el despertar de la consciència humana envers la violència.

L'objectiu principal ha estat crear una gràfica que s'adequí a la música de l'LP, que atregui oients, que destaqüi i que ajudi el grup a assolir l'èxit musical.

Amb aquest projecte hem volgut crear quelcom únic i personal, una experiència emocional en què la gràfica duu la música de la mà.







Professor:	
Artur Muñoz	
Tutors i tribunal:	
Enric Font	
Enric Mas	
Artur Muñoz	
Lluís Nacenta	

Eduard Arajol López	90
Coralí Espuña Ribas	92
Berta Fontboté Pradilla	93
Maria Fallada Llandrich	94
Anna Gimenez	96
Alba Moreno Lecha	98
Berta Peiró	100
Pol Pinyana Giner	102

Creació Visual



Spoiler Alert

Spoiler Alert és una publicació digital per a *tablet* que vol ajudar qualsevol usuari, fan o novell en el món cinematogràfic dels superherois, a comprendre tot allò que se li escapa de les pel·lícules d'aquesta temàtica. La publicació té dues rutes: l'orientació vertical i la horitzontal.

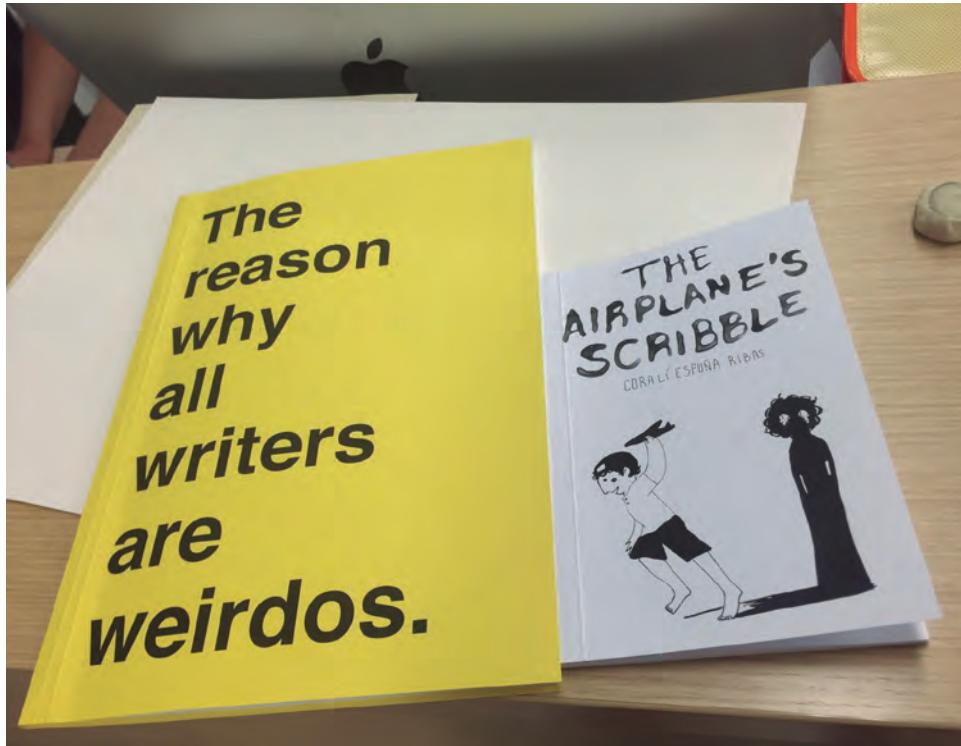
En primer lloc, l'orientació vertical ofereix una introducció dels personatges, la situació temporal en què tenen lloc els fets i altres dades prèvies necessàries per a entendre la pel·lícula. D'altra banda, quan giren el dispositiu, la publicació ofereix informació amb *spoilers*, ja que el que hi trobem és contingut que només s'hauria de visualitzar un cop vist el film.

En aquesta primera edició, la pel·lícula de què es parla és *Escuadrón Suicida*, estrenada l'agost de 2016. La publicació, tal com hem explicat abans, presenta els personatges amb detall, fa un resum introducitiu de la pel·lícula i, un cop vista, analitza i descobreix tots aquells moments significatius del film, així com els punts que cal destacar de cadascun dels personatges.

En el projecte s'han aplicat branques del disseny com ara la maquetació editorial, la direcció d'art o l'aplicació d'elements interactius, entre altres.



Coralí Espuña Ribas



The reason why all writers are weirdos

Aquest projecte és un estudi exhaustiu sobre el mètode britànic anomenat *Storytelling*. Mai no n'has sentit a parlar? Cap problema, aquest projecte està pensat per ser un manual per a qualsevol persona interessada a fer un cop d'ull ràpid a tots els principis (que no normes) de la creació d'una història. I si et sents perdut a l'hora de trobar sentit a la paraula *Storytelling*,

deixa que t'ajudem amb les paraules d'Audrey Stanton (2012): “*Storytelling* és explicar acudits. És saber la teva frase clau, el teu final, saber que tot el que estàs dient, des de la primera frase fins a l'última, et porta a una sola meta, i idealment confirma alguna veritat amagada en el nostre entendre sobre qui som com a éssers humans”.

Emoji: la imatge en línia

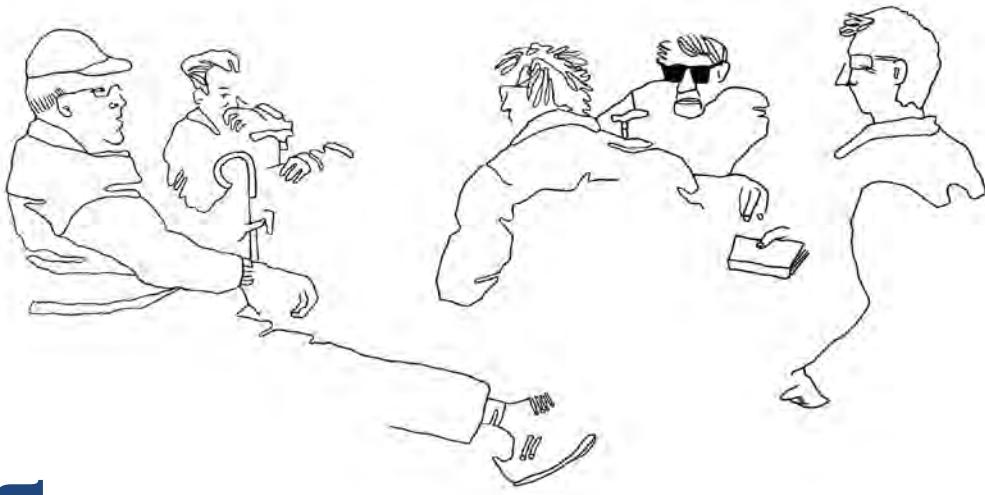
Lluny de representar un llenguatge universal reglat, els emojis, tal com s'han configurat, es caracteritzen per la seva naturalesa ambigua, flexible i connotativa. Ens hi acostem de manera intuïtiva i, a mode de passeig, caminem per la seva paleta fins que ens aturem en un. Quasi sense pensar, l'escollim entre els altres: aquella petita imatge és la idònia per a encapsular allò que volíem expressar.

En la intereficie de l'aplicació per a *smartphones* WhatsApp se'n ofereixen en paral·lel els recursos comunicatius del teclat *qwerty* i el teclat *emoji*. Aquest gest aparentment inofensiu ha obert un nou marc expressiu que permet el diàleg constant entre paraula i imatge. Però saber que a WhatsApp les paraules no marxen lluny, que es mantenen accessibles en tot moment, ens permet trobar un ús expansiu, connotatiu, i no només denotatiu d'aquests

petits pictogrames.

En una mateixa línia, lletra i emoji conviuen harmònicament. L'emoji habita en un medi textual, però la seva naturalesa és innegablement visual. Aquest treball es pregunta justament per la naturalesa dels emojis, que sota la seva condició de caràcter, es troben en un punt mig, als lílims entre el text i la imatge.





La no-ciutat. Una observació i interpretació de l'espai urbà

La no-ciutat és un treball d'investigació al voltant de la relació individu-ciutat l'objectiu principal del qual és entendre què és la ciutat i com ens hi relacionem a partir d'estudis sociològics, antropològics i psicogeogràfics, i especialment, mitjançant la pràctica del dibuix com a eina d'exploració i coneixement.

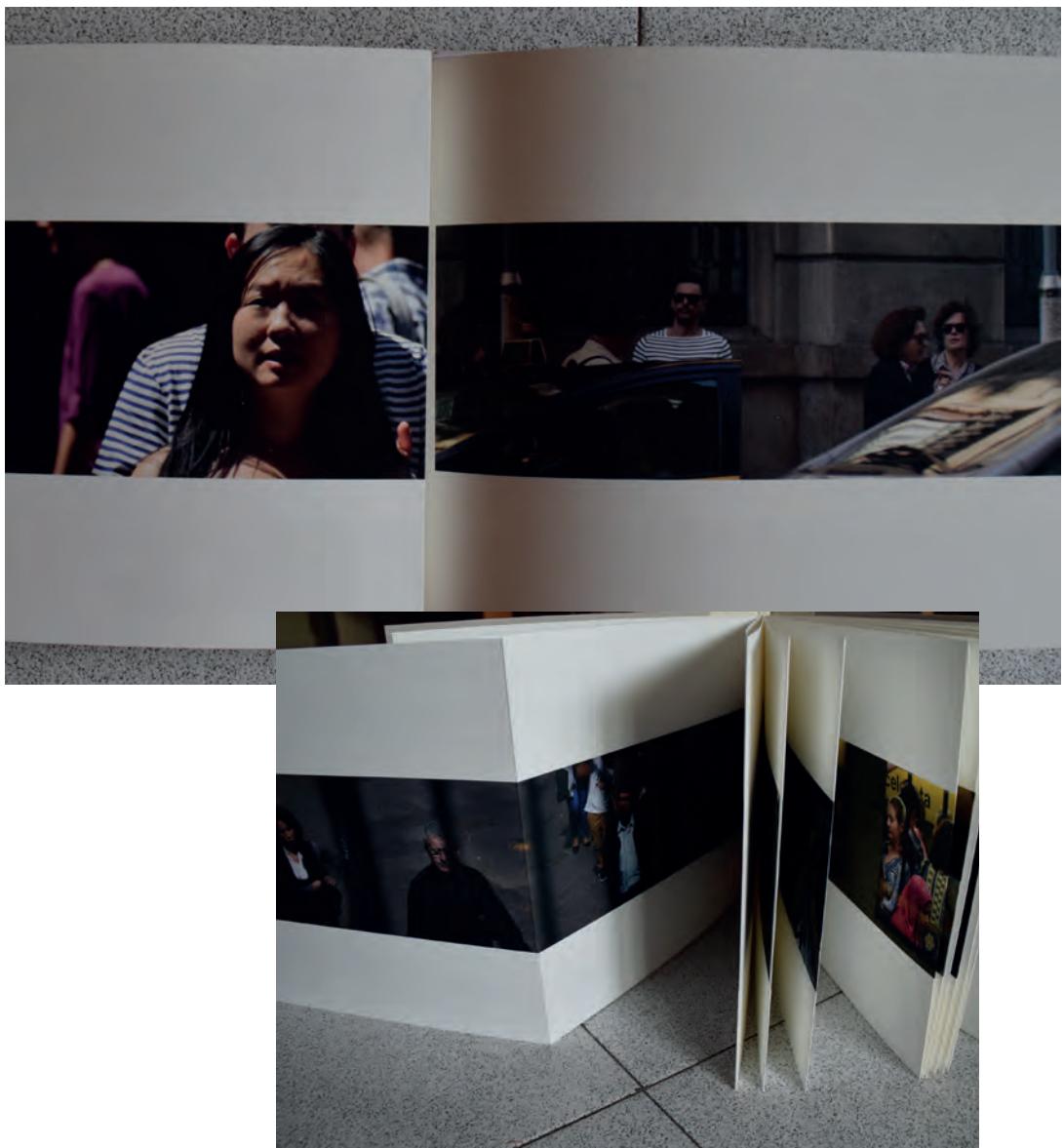
Aquest projecte suposa una investigació en l'art, és a dir, es tracta d'un cas de pràctica com a recerca, perquè suposa una reflexió en

l'acció i no hi ha distància entre l'investigador i la seva pràctica artística. També és, però, un cas d'investigació sobre l'art perquè hi ha la intenció d'extreure'n conclusions vàlides sobre la pràctica artística des d'una distància teòrica, que implica una separació fonamental entre l'investigador i l'objecte investigat (en aquest cas la ciutat i concretament, l'espai urbà). Les característiques comunes d'aquest tipus d'investigació són la reflexió i la interpretació (Borgdorff, 2006).



Anna Gimenez





Aliens. La màscara fotogràfica

Partint de la idea que la gent modifica la seva manera de fer quan sap que està sent observada, *Aliens* és un projecte fotogràfic que pretén capturar de forma encoberta persones anònimes sumides en els seus pensaments i crear paisatges inventats a través de fotomuntatges.

El resultat del projecte d'investigació és un llibre austèr, blanc, silenciós, desplegable, que (sense cridar) ens mostra mirades internes, individus immersos en els seus pensaments més profunds. Un llibre en què podem veure aquests planetes inventats plens de cares alienades a través d'aquestes realitats construïdes.



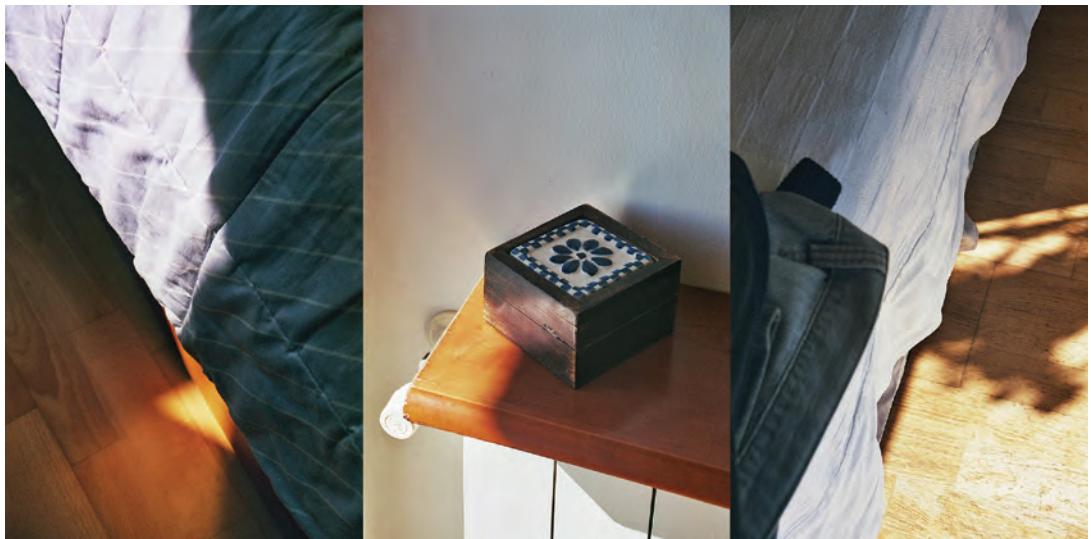
Elogi a la llum

En l'estètica tradicional japonesa, l'ombra és un element essencial en tots i cadascun dels seus aspectes. A occident, en canvi, tenim la llum com a poderós aliat de la nostra cultura. Quan la llum reposa sobre unes estovalles, fa brillar una aixeta o crea reflexos en un got de vidre, també estem parlat d'estètica. El mateix que amb accions quotidianes com sortir a passejar i esmorzar en una terrassa. Sense el sol i la claror la nostra manera de viure i entendre la bellesa no té sentit, ja que tot i mantenir uns vincles invisibles amb ells, estan molt presents en nosaltres. *Elogi a la llum* explora aquests vincles i els fa protagonistes d'aquest petit assaig.

o esmorzar en una terrassa. Sense el sol i la claror, la nostra manera de viure i entendre la bellesa no té sentit, ja que tot i mantenir-hi uns vincles invisibles, estan molt presents en nosaltres.

Elogi a la llum és una peça editorial com a resposta a l'obra *L'elogi de l'ombra* de Junichiro Tanizaki. Intenta parlar de la llum des dels aspectes més quotidi-

ans i invisibles de la nostra cultura, en el nostre dia a dia i els nostres costums. És la culminació de la recerca que explora la llum i l'ombra com a agents estètics en una cultura i en un entorn. Un seguit de reflexions que sorgeixen de la recerca des de la pràctica, utilitzant el text escrit i la fotografia.







Sempre junts, tractament del dol infantil

Sempre junts és un lot d'ajuda per als nens que pateixen un dol paternal prematur. La finalitat del producte, que està destinat a un públic objectiu d'entre 5 i 10 anys, és acompanyar-los en aquest procés i ajudar-los a superar-lo de la millor manera possible.

El lot està format per un llibre, unes preguntes, una carta, una nina, unes targetes i una capsula. Tots aquests elements estan dissenyats per acomplir una funció en cada etapa del procés, en el qual és essencial l'acompanyament dels pares, per aconseguir la plena comprensió i enfortir el vincle afectiu familiar.



El tatuatge: La marca de singularitat

El tatuatge és una forma d'expressió creativa i per tal de comprendre-la s'han d'analitzar una sèrie de factors que han influït en el seu desenvolupament al llarg dels diferents contextos socials i culturals. Al llarg d'aquest treball descobrirem les causes que han fet que el tatuatge deixi de ser un tabú i s'hagi generalitzat en la nostra societat.

El cert és que vivim en un sistema que ens dictamina unes condicions socioeconòmiques que s'imposen sobre qualsevol cos, i que han provocat una sèrie de canvis culturals que han propiciat una estandardització de la personalitat. Els mitjans de comunicació ens influeixen i ens marquen unes pautes de consum i de comportament. L'ús de les xarxes podria certificar que ens trobem immersos en un context social en què predomina el poder de la imatge i de l'aparença per damunt de la realitat. Tot i així, paradoxalment, la imatge també ens permet fer associacions amb sentiments, estats d'ànim, lligams afectius, etc., que van més enllà de la superficialitat.

Davant de la pèrdua dels valors i de la identitat individual que provoca l'estandardització de l'estil de vida que proposa el sistema

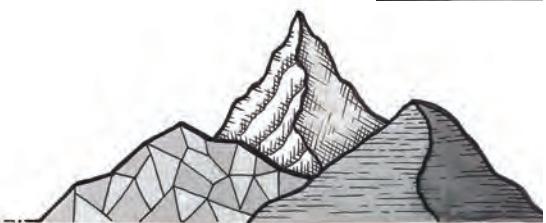
en la societat capitalista, busquem a través de la imatge plasmada en el cos una manera de veure representats els nostres motius existencials d'identitat. El gust pel tatuatge es troba en una mescla ambi-gua de la reivindicació de la singularitat de l'individu i la seva exteriorització, confrontades amb el sotmetiment del context social; en definitiva, reproduir una acció de consum estètic per tal d'obtenir una certificació de pertinença a l'entorn. Tot i així, el tatuatge no només es presenta com un producte de consum estètic, sinó que al mateix temps genera un vincle amb una condició de permanència física que li afegeix un valor tant simbòlic i estètic com personal i identitari.

Actualment, l'expressió creativa del tatuatge se centra sobretot en l'individu, en l'entorn i en la societat en què aquest viu, en les inquietuds, les idees i els sentiments que aquesta li transmet. El tatuatge genera una connexió visceral entre l'expressió artística del tatuador i l'individu tatuat. Està esdevenint una eina de comunicació entre els individus del nostre temps, que hi troben la possibilitat de veure's representats a través d'un canvi estètic, que els singularitza i els identifica amb

unes idees i uns valors que ells consideren propis, representats en unes formes usualment simbòliques inserides en la seva pell de forma permanent.

He volgut acompañar el treball d'investigació d'una part creativa, que ha evolucionat tant en un sentit qualitatius com en un sentit intel·lectual gràcies als coneixements adquirits al voltant de l'estudi de la concepció del tatuatge. He volgut generar un conjunt d'il·lustracions en què es pogués distingir un estil personal i aplicar-lo al tatuatge. Per tal de fer una apreciació i una anàlisi sobre el meu treball, he de tenir clar quins són els meus referents. La base del meu estil, que em motiva i impulsa la meva creativitat, es deriva d'una sèrie de tendències que en l'actualitat estan marcant un full de ruta nou en el món del tatuatge.

Com que hi ha un salt qualitatius quant a l'habilitat tècnica del tatuatge respecte de les il·lustracions, algunes no han estat tatuades, però tot i així, el recull no deixa de ser una mostra de la meva capacitat creativa i una fita per assolir quant al meu nivell de tatuatge.





Traducciones Translations

**Gemma Alcalá
Jurado**

Cydwoq flagship store

Cydwoq es una marca de zapatos norteamericana que, por tradición familiar, produce de forma manual. Más de 200 puntos de venta en los cinco continentes son la principal ventana de exposición de la empresa. Aun así, esta no tiene una imagen bien definida o adecuada al tipo de producto particular que ofrece. En consecuencia, sus distribuidores interpretan la marca de maneras muy dispares. Proponemos, pues, reformular y consolidar una imagen de negocio a través del espacio, en este caso, en forma de *flagship store*, en Barcelona.

Esta tienda se define como un bosque fantástico y cambiante, con elementos que se aproximan a la realidad de la naturaleza, como su techo frondoso (generado a partir de los restos de piel del proceso de fabricación, simulando un árbol), y que tienen como objetivo formar parte de una experiencia de compra y transmitir al mismo tiempo una idea clara sobre la historia, el carácter y los objetivos de *Cydwoq*.

8

Cydwoq flagship store

Cydwoq is a brand of American shoes that are made by hand, following a family tradition. Over 200 points of sale on five continents comprise the company's main shop window display. Despite this, it does not have a well-defined image or one suited to the type of unique product it offers. Consequently, distributors interpret the brand in very different ways. Therefore, we propose reformulating and establishing a business image through the space, in this instance, in the form of a flagship store in Barcelona.

This store is defined as a fantasy and ever-changing forest, with elements similar to the reality of nature, such as the leafy canopy (created using remnants of leather from the manufacturing process to simulate a tree), the aim of which is to become part of the shopping experience and at the same time convey a clear idea of the story, character and objectives of Cydwoq.

Clàudia Balcells

Diseñar un contexto educativo:

Reforma del edificio de parvulario de la Escola Folch i Torres basada en una metodología activa

El interés personal por promover una nueva educación que valore al niño y potencie sus capacidades nos ha llevado a detectar una falta de coherencia entre esta y el espacio donde se desarrolla. La intención de este proyecto ha sido diseñar un nuevo tipo de contexto escolar en el que la premisa sea el carácter educativo de sus espacios.

El proyecto se ha basado en un caso concreto, la Escola Folch i Torres, que trabaja en espacios tradicionales. Estos espacios se han reformado para adaptarlos a una metodología activa de aprendizaje. Para desarrollar esta reforma, hemos partido de ocho conceptos de la filosofía de Reggio Emilia, un referente mundial en educación, y lo hemos transformado en herramientas de proyecto en el espacio: el grado de privacidad, la flexibilidad, las conexiones y circulaciones que se crean, el uso de la polisensorialidad o la relación entre interior y exterior, entre otras, como el confort y la luminosidad.

De este modo hemos logrado un espacio donde prevalece por encima de todo el valor educativo.

10

Designing an educational context:

Renovation of the play school building at the Folch i Torres School based on an active methodology

The personal interest in promoting a new education that values the child and fosters their abilities has led to our detecting a lack of coherence between this and the space where it is carried out. The aim of this project was to design a new type of school context where the premise is the educational nature of its spaces.

The project has been based on a specific case, the Folch i Torres School, which works in traditional spaces. These spaces have been renovated to adapt them to an active learning methodology. To carry out this renovation, we started from eight concepts in the philosophy of Reggio Emilia, a world reference in education, and we have transformed it into project tools in the space: the degree of privacy, the flexibility, the connections and circulations that are created there, the use of polysensoriality and the relationship between interior and exterior, inter alia, such as comfort and luminosity.

This way, we have achieved a space where the whole educational value prevails over all else.

Núria Ballesteros

12

Diseño de un centro escolar, cuando se proyecta a partir de un modelo educativo

Este proyecto consiste en hacer una remodelación del edificio de educación infantil de la escuela L'Aragai situada en Vilanova i la Geltrú. Este centro forma parte de una serie de edificios que se proyectaron de manera estandarizada, sin tener en cuenta los valores arquitectónicos.

La finalidad de la propuesta ha sido hacer una transformación radical del edificio a partir de un modelo de escuela activa para evidenciar que el espacio físico de un centro educativo se puede modificar en función de la toma de decisiones en el ámbito pedagógico.

Al plantear el proyecto partimos de la premisa de que la escuela debe imitar la diversidad de la ciudad, debe contener espacios públicos y privados y debe establecer una correspondencia entre pasillo-calle y aula-casa.

El espacio interior se ha distribuido en varios tipos de ambientes para llevar a cabo distintas actividades y agrupaciones entre alumnos de diferentes niveles educativos. Los espacios se dividen en: actividades dinámicas, actividades estáticas y actividades de reflexión.

Design of a school, when it is based on an education model

This project consists of remodelling the primary education building at the L'Aragai school in Vilanova i la Geltrú. This school is part of a series of buildings that were created in a standardised design that did not take architectural values into consideration.

The aim of the proposal was to make radical transformations to a building based on an active school model to demonstrate that the physical space of a school can be modified in accordance with decision-making processes within education.

When designing the project, we started from the premise that the school had to imitate the diversity of the city, it had to contain public and private spaces and it had to establish a correspondence between the corridor-street and the classroom-home.

The interior space has been divided into different types of areas for different types of activities and groups of students at different levels of education. The spaces are divided into: dynamic activities, static activities and activities of reflection.

Júlia Falgàs Juncà

14

Balneari

Balneari es un centro de creación y exposición de artes plásticas y visuales situado en el edificio del antiguo Balneario de la Font Pudosa de Banyoles.

Se constituye como centro de confluencia entre distintos artistas y creadores, un punto de encuentro, de aprendizaje y de reflexión donde se facilitan a los usuarios el espacio y las herramientas para experimentar y expresarse en su totalidad. Por una parte, busca estimular la producción de los artistas locales y responder a sus necesidades, y por otra, ser un lugar de acogida de nuevas propuestas de todos los rincones de nuestro país para hacer posible el intercambio de conocimientos y aportar a la ciudad las miradas artísticas más emergentes.

La finalidad del proyecto de rehabilitación es recuperar un edificio emblemático que actualmente se encuentra en estado ruinoso, además de ampliar la red de entidades culturales identificadora de la ciudad, e incluir un nuevo espacio dedicado únicamente a las artes.

Balneari

Balneari is a centre for the creation and exhibition of plastic and visual arts in the building of the former Balneari de la Font Pudosa spa in Banyoles.

It is designed as a centre where different artists and creators come together, a meeting point, a learning and reflection space, where the space and its tools are offered to users to enable them to experiment and express themselves fully. On the one hand, it seeks to encourage production by local artists and meet their needs, and, on the other, to be a place that welcomes new proposals from all over Catalonia where knowledge is exchanged and more emerging artistic views are brought to Banyoles.

The aim of this renovation project is to recover an emblematic building, currently in ruins, as well as expand the network of cultural institutions that identify our town and include a new space at the site devoted solely to the arts.

Carla Ferrer

16

L'Aixopluc, equipamiento social en el distrito del Mercat del Pla

El distrito del Mercat del Pla es un barrio situado en el centro histórico de Lérida que hace unos años empezó a degradarse y a vivir constantemente entre problemáticas que invitan al resto de la ciudad a rechazarlo. En los últimos años, con el objetivo de revitalizar el barrio, se han abierto espacios de ocio (tiendas y restaurantes) que han permitido que la gente vuelva a pasear por el lugar y a hacer vida por sus calles, pero eso no ha sido suficiente y el problema persiste.

Para solucionar el problema proponemos l'Aixopluc, un centro social que actúa como centro neurálgico desde el que se impulsan actividades que ayudan a promover los valores de este “nuevo” distrito, tomando como base los conceptos de educación, convivencia, ciudadanía, libertad, cooperación y sostenibilidad. Para lograrlo el proyecto transforma un local y un solar en desuso en un equipamiento social formado por una ludoteca, un espacio de trabajo, aulas, un espacio polivalente y el existente patio abierto.

La meta de la actuación es crear un espacio de reunión donde se genere vida, cohesión y más sentimiento de identidad en el barrio para lograr acercar a la gente que vive allí, mayoritariamente inmigrantes, al resto de leridanos.

L'Aixopluc, social facility in the Mercat del Pla district

The Mercat del Pla district is a neighbourhood located in the historic heart of Lleida, which began to deteriorate a few years ago and to live with constant problems that led to the rest of the city to reject it. In recent years, with the aim of revitalising the neighbourhood, leisure spaces have opened (shops and restaurants) that have enabled people to walk there once again and live out in the streets, but this is not enough and the problems continue.

To solve this problem, we propose L'Aixopluc (The Shelter), a social centre that acts as a nerve centre from where activities aimed at promoting the values of this “new” district are promoted, taking as the basis the concepts of education, coexistence, citizenship, freedom, cooperation and sustainability. To make the project possible, the project transforms disused premises and land into a social facility comprised of a play centre, a work space, classrooms, a multi-purpose space and the existing open courtyard.

The action goal is to create a meeting space to generate life, cohesion and more of a feeling of identity in the neighbourhood to bring the people who live there, predominantly immigrants, closer to the other people of Lleida.

Sara Miranda Caso de los Cobos

18

Géminis Cocktail Experience

Este proyecto consiste en la creación de un escenario para que los amantes de la coctelería puedan disfrutar en todo momento del arte de la creación y la cata de cócteles.

Está situado en Gijón, ciudad que cuenta con una gran tradición en el gusto por el buen beber pero que carece de un lugar especializado.

Géminis, el nombre del proyecto, es sinónimo de dualidad y de personalidades distintas que se complementan.

El espacio se concibe a través de la interacción de espacios diferenciados dentro del mismo local, que a la vez se complementan.

Estos son: la Terraza o el Bar Coctelería, con un ambiente distendido e informal, y el Salón Coctelería, que ofrece más tranquilidad y privacidad. Ambos espacios tienen su propia barra con estación central.

El Taller-Escuela de Coctelería es un espacio para la enseñanza del arte del cóctel.

El diseño del proyecto se inspira en los ambientes en los que el cóctel tuvo su apogeo e incluye referencias a escenografías, películas, series y fotografías que muestran este tipo de espacios.

Geminis Cocktail Experience

This project consists of the creation of a scenario where cocktail lovers can enjoy the art of creating and tasting cocktails whenever they wish.

It is located in Gijón, a city with a long tradition of a good drink but with no specialist venue.

Géminis, the name of the project, is a synonym for duality and different personalities that complement each other.

The space has been designed so that the different spaces within the same venue interact, but also complement, with each other.

They are: the Terrace or Cocktail Bar, with a relaxed and informal feel, and the Cocktail Salon, which is quieter and offers greater privacy. Both spaces have their own bar with a central island.

The Cocktail Workshop-School is a space where the art of the cocktail is taught.

The design of the project was inspired by bars where cocktails enjoyed their heyday and includes references to stage designs, films, series and photographs showing this type of space.

**Albert Ramoneda
Ruatg**

20

Carràs

Carràs es un espacio para gozar del vino y del cava Sumarroca donde exterior e interior quieren provocar una experiencia en el usuario. Este proyecto se desarrolla a partir de las tres fases de la cata: la visual, la olfativa y la gustativa. Crea una atmósfera de nuevo lujo en la que el lujo no quiere ser un elemento costoso ni prohibitivo, sino una experiencia y una atmósfera. La idea nace del interés personal por el mundo de las bodegas y del hecho que desde hace unos años el diseño juega un papel muy importante en este ámbito.

La propuesta quiere mantener un diálogo con la tradición, aunque con un idioma actual y un lenguaje contradictorio pero comprensible, para poder colocar las bodegas en el mapa. Mantenemos siempre la identidad de la marca fusionando tradición y modernidad, jugando con la luz, los materiales y las formas para poder mirar hacia el futuro.

Carràs

Carràs is a space where you can enjoy Sumarroca wines and cava, where the exterior and interior aim to create an experience for users. This project was created using the three stages involved in a tasting: visual, olfactory and taste. It creates an environment of nouveau luxury, where luxury is not an expensive or prohibitive element, but an experience and an environment. The idea came from a personal interest in wineries and the fact that design has played a very important role in them for many years.

The aim of the proposal is to maintain a dialogue with tradition, although with a current language and a contradictory but easily understood language that helps put wineries on the map. We always maintain brand identity by fusing tradition with modernity, playing with light, materials and shapes to be able to look towards the future.

Elena Roca Vives

22

**Villa Luz, Hotel
Boutique**

**Villa Luz, Boutique
Hotel**

Villa Luz, Hotel Boutique es un proyecto que nace de la necesidad de dar un nuevo uso a una casa india que está casi inutilizada. El nuevo programa que se genera es el hotel boutique porque se quiere ofrecer al usuario un diseño muy refinado alejado del de las grandes cadenas hoteleras, junto con una belleza arquitectónica que destaca por sí sola.

Al convertirse en un hotel de pequeñas dimensiones, Villa Luz es un espacio acogedor que hace que el usuario se sienta como en casa. El concepto predominante en el interiorismo ha sido el respeto de la estructura espacial original, que logra que se salven todos los suelos y las molduras existentes. Esto se ha logrado haciendo que la mayoría de los elementos colocados posteriormente no lleguen a las cotas de altura máxima, de manera que se convierten en objetos superpuestos al espacio original. Eso permite distinguir perfectamente la nueva intervención de los elementos ya existentes.

Villa Luz, Boutique Hotel is a project that was created due to the need to repurpose a Catalan colonial Indiana-style house that was hardly being used. The new programme created from this the boutique hotel which offers guests a highly painstaking design far removed from that of the large hotel chains, together with an architectural beauty that truly holds its own.

Having been converted into a boutique hotel, Villa Luz is a welcoming space that makes guests feel at home. The main concern in terms of the interior design was to respect the original structure of the space, preserving all the existing floorings and coving. This was achieved by not allowing the majority of the elements subsequently positioned to reach the ceiling, so they became objects superimposed on the original space. This enables us to distinguish perfectly the new intervention of the existing elements.

Laia Aviñoa

26

Los valores del packaging a través de un envase take away para restaurantes ecológicos

Ver y vivir la contaminación de las playas es algo cada vez más habitual entre la población actual. Toneladas de basura se vierten al mar día tras día y, en ellas, el plástico es el material más abundante y, al mismo tiempo, el más nocivo.

Por eso hemos intentado replantearnos los usos actuales del plástico y sustituirlo en distintos ámbitos, en este caso, el de la alimentación, para colaborar a tener un medio ambiente menos contaminado, aunque sea a pequeña escala.

Así pues, el objetivo de este proyecto es llegar a diseñar un packaging ecológico para el sector *take away* de una cadena de hamburgueserías artesanas de Barcelona llamada *Bacoa*, y encontrar un material que pueda igualar o incluso mejorar las características de conservación y envasado del plástico en el mundo de la alimentación, sin que deje de ser ecológico.

Packaging values in take-away packaging for organic restaurants

Experiencing and seeing pollution on the beach is becoming more common for people today. Tons of rubbish spill into the sea every day, including plastic which is the most abundant as well as the most poisonous.

This led us to rethink the current uses of plastic and replace it in different fields, in this case the food industry, to work together to create a less polluted environment, albeit on a small scale.

Therefore, the aim of this project is to design ecological packaging for the take-away sector for a chain of artisan hamburger stores in Barcelona called Bacoa and find material that equals or even improves the conservation and packaging characteristics of plastic in the food industry while still being ecological.

Nina Gannau Coma

28

Pots

Pots es un producto artesano destinado a conservar, transportar y facilitar la compra a granel de las especias para la cocina.

Este tipo de compra (a granel) se está recuperando poco a poco y crea un retorno del consumo responsable y sostenible, ya que solo compramos lo necesario. Pots también se basa en el retorno de la artesanía, de los materiales puros y nobles, y de la personalidad que tienen los productos artesanos, que también aportan sensaciones y belleza que dan valor al producto final.

El objetivo de *Pots* es unificar el packaging, hacer que sea más práctica su obtención, transporte y colocación y reducir los residuos que crea en el momento de la obtención de las especias gracias al envase para guardarlas, que está hecho de cerámica y madera, y a la bolsa para transportarlas, que está hecha de algodón. Estos dos puntos aportan artesanía a un comercio en el que se crea valor con el aspecto y también con la creación.

Los potes se pueden apilar gracias a la forma de las tapas de madera, que facilitan su distribución tanto en la cocina como en el momento de transportarlos en la bolsa, que dispone de dos bolsillos interiores que facilitan su posición vertical durante el trayecto y los mantienen así sin que se tumben, se golpeen entre ellos y se abran.

Pots

Pots is an artisan product designed to preserve, transport and make buying loose cooking ingredients easier.

This type of buying (loose) is gradually making a comeback and is reviving responsible and sustainable consumption, as we only buy what we need. Pots is also based on the return of artisan work, of pure and noble materials and the personality of artisan products that also add emotions and a sense of beauty that bring value to the end product.

The aim of Pots is to unify packaging, to make it more practical to procure, carry, store and reduce waste created when buying ingredients, thanks to the ceramic and wood container they are in, and the cotton bag they are carried in. These two points bring a touch of the artisan to a shop, creating value with appearance and also with creation.

The pots can be stacked thanks to the shape of the wooden lids that make it easier to move them around, both in the kitchen and when carrying them in the bag which has two interior pockets keeping them upright during the journey and stops them from turning over, capsizing and opening.

Maria Jané Canals

30

GO! Bicicleta convertible en patinete para el desplazamiento, la diversión y el aprendizaje de niños y niñas de 18 meses a 5 años

El trabajo aborda la creación de un proyecto multiuso, convertible de patinete a bicicleta, destinado a niños de entre 18 meses y 5 años aproximadamente, ya que su uso también dependerá de las habilidades de cada criatura.

Se trata de un producto pedagógico que contribuye al desarrollo de la coordinación de movimientos, del impulso y el frenado, que se hacen con los pies y al desarrollo del equilibrio, porque hay que mantener la dirección y la orientación espacial.

Hemos utilizado materiales como la madera y el metal y un sistema de giro por simetría para pasar de una función a otra. La bicicleta no incluye ningún mecanismo complejo, de manera que todas las uniones, tanto las fijas como las que manipulará el usuario, funcionan con tornillos.

GO! tiene una imagen gráfica que da personalidad al producto y al mismo tiempo es atractiva, llamativa y divertida para los niños.

GO! Bicycle that converts into a scooter for children aged 18 months to 5 years they can use to move about, have fun and learn

The project involved the creation of a multi-purpose product that converts from a scooter to a bicycle, aimed at children aged approximately 18 months to 5 years, as using it also depends on each child's abilities.

This is an educational product that helps develop movement coordination; speed and braking, which children do with their feet, and develops balance, as children need to maintain their steering and spatial awareness.

We have used materials such as wood and metal and a turning system that uses symmetry to change from one function to another. The new bicycle does not include any complex mechanism, so that all the joints, both the fixed ones and the ones operated by users, function with screws.

GO! has a graphic image that gives the product a personality and is also attractive, child-friendly and fun for children.

**Rubén Mecaliff
Prado**

32

Koi – Empatía

Empatía es el proyecto del diseñador de producto Rubén Mecaliff. En el proyecto se muestra el proceso de creación (desde la investigación hasta la producción final) de una pieza de mobiliario adaptado para una residencia con sede en Barcelona que mezcla música, tecnología inteligente e iluminación para mayores con un grado 1-3 de dependencia. El proyecto está formado por una reseña bibliográfica del colectivo en cuestión, un análisis del centro donde se lleva a cabo la intervención y el diseño gráfico / fotografía / 3D animación / industria creativa y proceso de manufactura de la pieza citada. La propuesta se basa en satisfacer todas las necesidades de los usuarios, necesidades que se extraen directamente de la investigación. Se centra en la música / iluminación y en problemas, ya sean de carácter locomotor o cognitivo, que tienen los ancianos y que pueden afectar directamente al diseño de la pieza. El proyecto termina con la implantación de la pieza en la residencia y con la creación de un video donde se prueba el producto (Behance video).

“Los Kois siempre nadan a contracorriente a través del río. Aquellos que consiguen llegar hasta la cascada y superarla se convierten en dragones para siempre.” Principal símbolo de longevidad en Japón.

Koi – Empathy

Empathy is the project by product designer Rubén Mecaliff. The project shows the creation process (from research to the end product) of a piece of furniture adapted for a nursing home in Barcelona that combines music, intelligent technology and lighting for the elderly with a 1-to-3 degree of dependency. The project comprises a bibliographic summary of the lives of the group in question, an analysis of the home where the intervention was carried out and the graphic design / photography / 3D animation / industrial creation and manufacturing process of the piece. The proposal is based on meeting all the users' needs, which were obtained directly from the research. It focuses on music/lighting and problems, be they movement or cognitive, that elderly people have and that may directly affect the design of the piece. The project culminates with the piece of furniture being installed at the nursing home and the creation of a video in which the product can be tested (Behance video).

“Kois always swim against the current in the river. Those that reach the waterfall and get over it become dragons forever.”

The greatest symbol of longevity in Japan.

Lorena Miguel

34

Hook it up

Vestirnos es algo que realizamos a diario. Nos vestimos al empezar el día, nos desvestimos al terminarlo y nos abrochamos los botones de los pantalones más de cinco veces al día.

Una operación, lesión, enfermedad o degeneración por la edad puede provocar que acciones de la vida cotidiana tan sencillas hasta ahora como las anteriores nos supongan un gran esfuerzo o impedimento.

Hook it up es una ayuda técnica para abrochar botones dirigida a personas con movilidad reducida en las extremidades superiores.

Forma parte de la vida social ya que da independencia y dignidad cuando hay que abrocharse los vaqueros, la chaqueta o la camisa.

Es un accesorio, lo llevamos con nosotros. Se sujeta y se integra a la ropa: bolsillo, cuello, chaqueta, cinturón...

La goma de poliuretano de su interior hace que no se deslice y la resina le da solidez.

Permite diferentes colores, formas y texturas, atendiendo a los gustos, tamaños y limitaciones de cada uno, convirtiéndose así en una pieza única.

Hook it up significa, "hacerlo posible y conectar".

Hook it up

Getting dressed is something we do every day. We get dressed at the start of the day, we get undressed at the end of it and we do up the buttons on our trousers more than five times a day.

An operation, injury, illness or being less able due to age may make everyday actions that were so simple up to now require great effort or become an impediment.

Hook it up provides technical assistance in doing up buttons for people with reduced mobility in their arms.

It forms part of their social life and gives them independence and dignity when doing up their jeans, jacket or shirt.

It is an accessory, we carry it on us. It fastens to and becomes part of your clothing: pocket, collar, jacket, belt...

The polyurethane rubber inside means it will not slip and the resin gives it solidity.

It comes in different colours, shapes and textures, in line with the taste, size and limitations of each individual, thereby becoming a unique piece.

Hook it up means, "making it possible and getting connected".

Marta Muñoz Juncà

36

Miru

A partir de un alimento muy conocido como son las patatas *chips*, se ha diseñado un utensilio para presentarlas y degustarlas en un restaurante *gourmet*. Un objeto que transforma la visión de este aperitivo y lo convierte en una pieza de alta cocina.

A través de un relato en el que intervienen conceptos como la textura o la luz, se ha llegado a *Miru*, una nueva manera de interactuar con la patata que convierte este acto en un auténtico ritual. Una experiencia que nos traslada a la superficie de un planeta desconocido y que hace que todo cuanto nos rodea pase a un segundo plano.

A caballo entre la gastronomía de vanguardia y el diseño experimental, *Miru* es un objeto que permite probar una sola patata a partir de un diálogo con la pieza diseñada.

Miru

Taking a very well-known food such as crisps as our starting point, we have designed a utensil for displaying and eating them in a gourmet restaurant. An object that changes our view of this aperitif and transforms it into haute cuisine.

A story which includes new concepts, such as texture and light, has led to the creation of Miru, a new way of interacting with the potato that preserves this act as a true ritual. An experience that takes us to the surface of an unknown planet that makes everything around us fade into the background.

Part avant-garde gastronomy, part experimental design, Miru is an object that makes tasting just a single potato possible through dialogue with the designed piece.

Pol Puch i Gimisó

38

Obre'm

Estudiando el entorno de los juegos de rol, se pueden encontrar fácilmente los estereotipos que los rodean.

Surgidos en paralelo a estos juegos, a raíz de lo que se ha venido en llamar popularmente “pánico moral”, un periodo en el que eran acusados de ser el origen de desapariciones, suicidios y de ser una mala influencia en general, estos estereotipos han quedado en el imaginario popular y han hecho que la sociedad mire con malos ojos este entretenimiento y a aquellos que juegan a él. Tomando estos juegos y estereotipos como base y acotando estos últimos en lo que hemos definido como “el rechazo causado por la extrañeza”, el objetivo del proyecto terminó siendo crear un proyecto que sirviera para mostrar este tipo de juegos en su parte más básica, la imaginación y personalización. Para lograrlo buscamos otro tipo de juego relacionado con los de rol (los juegos de mesa) y se mezclaron. Hemos elegido estos juegos porque tienen una imagen más buena y son más claros, sencillos y comprensibles que los de rol.

El resultado de la mezcla de los dos juegos es *Obre'm*, un juego que funciona con el mecanismo de un juego de rol, basado en tres características y con un director que se ocupa de crear la partida, y que utiliza una serie de fichas como en los juegos de mesa para facilitar su comprensión.

Obre'm

Studying role-playing games easily reveals the stereotypes that surround them.

Emerging parallel to these games, based on what is popularly called “moral panic”, a time when these games were accused of being the reason for disappearances, suicides and a bad influence in general, these stereotypes have remained in the popular imagination and made society look unfavourably on this form of entertainment and those who play it. Taking these games and stereotypes as a basis and paring the latter down to what we have defined as “rejection due to being unusual”, the aim of the project was to create a product that would help show this type of game in their most basic aspects, imagination and personality.

To do this, we looked for another type of game linked to role-playing (board games) and merged them. We chose this type of game because their image is more attractive and they are clearer, simpler and easier to understand than role-playing games.

*The result from merging these two types of games is *Obre'm*, a game that uses the role-playing game mechanism, based on three characteristics and with a director responsible for creating play, and that uses a series of cards like board games to make it easier to understand.*

Maria Riera Gálvez

40

Aorate. Diseño de una luz infantil

Fruto del interés por el mundo del diseño de luces y de la búsqueda de un conocimiento más amplio de este ámbito nace Aorate, una luz infantil que recuerda a un asteroide y que quiere romper la relación pasiva que actualmente se produce entre la mayoría de luminarias y sus usuarios.

Uno de los primeros objetivos de este proyecto es llegar a desarrollar el diseño de una luz de forma más profunda para obtener un producto perfectamente preparado para ser presentado a un fabricante que lo comercialice.

La correcta iluminación de un espacio dedicado a los niños es muy importante, ya que la luz no solo les afecta emocionalmente, sino también físicamente. Con la luz diseñada queremos ayudar a lograr esta iluminación adecuada para los más pequeños mediante tres opciones de luz diferentes que acompañen a los niños en sus distintas actividades, además de una libertad de ubicación infinita.

Al ser un producto dedicado al ámbito familiar infantil, la seguridad es una prioridad durante su diseño. Por ello se han elegido tanto los materiales (polipropileno y silicona) como su método de carga por inducción de manera que aseguren que ningún niño se lesionará utilizando la luz.

Aorate. Design of a light for children

An interest in lighting design and the search for more extensive knowledge in this field led to the creation of Aorate, a light for children in the shape of an asteroid that seeks to break the passive relationship there currently is between most lamps and their users.

One of the main aims of this project is to design a light in detail which achieves a product that is ready to go and can be submitted to a manufacturer for them to sell.

Correct lighting in a space for children is very important, as light does not only affect them emotionally, but also physically. In designing the light, our aim is to ensure suitable lighting for young children with three different light options to accompany children in their different activities, as well as opening up complete freedom of spaces.

Since it is a product for children, safety is a priority throughout its design. This is why both the materials (polypropylene and silicone) and their induction charging method were chosen because they ensure that no child will become ill while using the light.

Nil Vicens

42

Kyoto

Tomando como punto de partida una serie de reflexiones y referentes sobre la idea de espacio generando a partir de un objeto, como por ejemplo Chillida o Krijn de Kooning, empieza el proyecto que termina siendo Kyoto.

Con la intención inicial de crear un producto capaz de fraccionar un espacio interior, se han terminado uniendo una serie de elementos que dan como resultado el híbrido entre biombo y sofá que es Kyoto. Diseñado para el mundo del mobiliario *contract*, una de las intenciones del proyecto es aportar un enfoque y una estética más domésticos a un ambiente que puede llegar a resultar frío e impersonal.

Estructura vista, un solo cojín y un pequeño espacio privado flotante son algunos de los rasgos que se pueden apreciar en este producto, al que se ha procurado hacer una aproximación visual lo más delicada posible.

Kyoto

A series of reflections and references about the idea of space created using an object, such as Chillida or Krijn de Koning, was taken as the starting point to the project that became Kyoto.

Although the initial intention was to create a product that would break up an interior space, a series of elements were merged together resulting in a hybrid windbreak-sofa that is Kyoto. Designed for the contract furniture industry, one of the aims of the project was to give a more domestic focus and aesthetic to a space that could become cold and impersonal.

A visible structure, a single cushion and a small floating private space are some of the distinguishing characteristics of this product for which I have tried to provide the most delicate visual approximation possible.

Disen o
Gr afico
Graphic
Design

Mariona Asín Pueyo

46

Inquietuds

Inquietuds es un proyecto editorial que quiere ser una herramienta de transformación social a partir de una mirada anti-capitalista y antipatriarcal. Mediante un periodismo reposado se abordan temas de interés y se hace difusión de actos que se llevan a cabo en espacios auto-gestionados de Barcelona. El trabajo se divide en dos partes: por una parte hay una revista que trata temas que afectan a la sociedad (género, política, economía, salud, etc.) a partir de reportajes, artículos y entrevistas; y por otra, una agenda cultural.

Inquietuds (Concerns)

Inquietuds is a publishing project aimed at being a tool for social change based on an anti-capitalist and anti-patriarchal approach. Laid-back journalism discusses topics of interest and informs readers about events taking place in self-managed spaces in Barcelona. The project is divided into two sections: on the one hand, a magazine covering topics that affect society (gender, politics, economy, health, etc.) based on reports, articles and interviews; and, on the other, a cultural diary.

Marc Blanes

48

Fuego lento

Fuego lento es una comunidad de cocina casera que se genera a partir de sus clientes en una plataforma digital. La iniciativa les permite colgar sus propias recetas culinarias en la app y, al mismo tiempo, consultar otras que han colgado los demás usuarios en función de los ingredientes que tengan en su hogar.

A partir de ahí nace una tienda de comida para llevar donde se venderán las mejores recetas de cada mes. De este modo se constituye un modelo de negocio que gira alrededor del propio cliente, ya que él mismo es consumidor y al mismo tiempo creador de los productos de la comunidad.

Fuego lento (Low Heat)

Fuego lento is a home-cooking community created on the basis of its customers on a digital platform. The project allows users to post their own recipes on the app while consulting other recipes that other users have posted depending on the ingredients they have in their cupboards.

This was the start of a take-away food shop selling the best recipes from each month. This has led to a customer-based business model, as they are both the consumer and the creator of the community's products.

Albert Bosch

50

Abril37

Abril37 es un proyecto de identidad, un pequeño hotel de ocho habitaciones situado en Ciutadella de Mallorca.

Se trata de un trabajo que comporta la creación de un sistema gráfico, una página web, la señalética de las habitaciones y del hotel, vinilos para los cristales, la papelería corporativa y también de unas pequeñas guías de regalo que tratan cuatro temas distintos: lugares inhóspitos, playas, cultura menorquina y fiestas populares de la isla. La intención de estas guías es que los visitantes puedan descubrir la isla de una forma diferente.

El concepto del proyecto radica en el eclecticismo, ya que el hotel es una antigua casa menorquina reformada y combina nueva construcción y mobiliario de diseño con elementos antiguos.

Así pues, la solución formal tomada es la unión de dos tipografías distintas con gran contraste entre sí.

Abril37

Abril37 is an identity project, an eight-room boutique hotel in Ciutadella de Menorca.

This project involves the creation of a graphic system, a website, signage for the hotel rooms and hotel, window vinyls, corporate stationery and a series of free short guides covering four different topics: remote spots, beaches, Menorcan culture and popular festivals on the island. The aim of these guides is for visitors to discover the island from a different perspective.

The concept behind the project lies in eclecticism, as the hotel is an old renovated Menorcan house that fuses new construction and designer fixtures and fittings with original features.

As a result, the formal solution taken is to unite two different hugely contrasting typographies.

Judith Bosch Castro

52

Alambil, identidad y packaging para unos licores artesanos

Alambil es un proyecto que nace con la finalidad de cubrir las necesidades de comunicación visual de una marca de licores artesanos. Es, pues, un trabajo de identidad y packaging.

El reto de diseño consiste en reflejar los valores del producto en su imagen gráfica con todos los elementos necesarios para mejorar su posicionamiento en el mercado y diferenciarlo del resto. Eso se consigue mediante una gráfica atractiva y coherente con los valores de la marca.

El resultado final de este proyecto se materializará en las etiquetas para las distintas botellas de licores, un libro divulgativo de las propiedades y características de cada tipo de licor, un expositor para los puntos de venta y un pack premium.

Alambil, identity and packaging for artisan liqueurs

Alambil is a project that was created to meet the visual communication needs of an artisan liqueur brand. It is, therefore, an identity and packaging project.

The challenge for the design is to reflect the product's values in its graphic image with all the elements needed to improve its market positioning and make it stand out from the rest. This was achieved using an attractive graphic that was consistent with the values of the brand.

The end result of this project will be the labels for the different bottles of liqueur, a booklet explaining the properties and characteristics of each type of liqueur, a point of sale display and a premium pack.

Adriana Cabeza

54

Azar, identidad de una marca de joyería

Azar es un proyecto que se centra en dar visibilidad a una nueva marca de joyería artesana y en posicionarla respecto a las demás marcas existentes del mismo sector. Eso se llevará a cabo a través de una identidad corporativa que definirá el alma y la personalidad de la marca dentro de las reglas estéticas, y de una campaña de comunicación que reflejará sus valores para que el público objetivo se identifique con ella. En cuanto al diseño, el reto del proyecto consiste en reflejar y transmitir los valores propios de la marca y en alejarlos de la estética de su competencia. Estos valores son: singularidad, refinamiento sutil y cotidianidad. Todo este trabajo llevará a un resultado final que se materializará en forma de: *naming* y *tagline*, logotipo, papelería corporativa, campaña de comunicación, catálogo de colección, web y *packaging* de la joya.

Azar, a jewellery brand identity

Azar is a project aimed at raising the profile of an artisan brand of jewellery and positioning it in relation to other existing brands in the same sector. This will be carried out using a corporate identity that will define the soul and personality of the brand within the rules of aesthetics, and a communication campaign that will reflect its values so that the target audience can identify with it. In terms of design, the challenge of the project is to reflect and convey the values of the brand and distance them from the aesthetics of its competition. These values are: singularity, subtle refinement and everydayness. All this work will lead to an end result encapsulated in: naming and tagline, logo, company stationery, communication campaign, collection catalogue, website and packaging of the jewellery.

Ariadna Castro

56

Spüma

Spüma es la identidad y el *packaging* para una nueva línea de cerveza artesana de Gerona.

Este proyecto consiste en generar todos los elementos de comunicación necesarios para realizar su lanzamiento y posicionamiento en el mercado.

El trabajo nace de la necesidad de constatar que, hoy día, las microcervecerías artesanas se han multiplicado por todas partes, y aun así, continúan siendo negocios muy localizados en ciertos lugares y les cuesta salir de su entorno más próximo. Por tanto, con Spüma queremos crear una nueva marca de cerveza artesana y, al mismo tiempo, fomentar su expansión en el mercado.

El proceso de trabajo se realiza a partir de la entrevista a Francesc López y del conocimiento posterior del cambio y la renovación que él quería hacer en su industria cervecería artesana en la ciudad de Gerona. De ahí se extraen unos valores que son la esencia del proyecto Spüma.

Spüma

Spüma is the identity and packaging for a new range of artisan beer from Girona.

This project consists of generating all the communication elements needed to launch it and position it in the market.

The project came from the need to show that artisan microbreweries are now springing up everywhere, although they continue to be highly localised businesses in specific places and it is difficult for them to move out of their closest environment. Consequently, our aim with Spüma is to create a new brand of artisan beer and, at the same time, strengthen its expansion in the market.

The work process was based on the interview with Francesc López and subsequent knowledge of the changes and renovation he wanted to achieve for his artisan beer industry in Girona. This became the starting point for a series of values that constitute the essence of the Spüma project.

**Beatriz Cervantes
Durán**

58

Tarraco Fashion Day

En la actualidad, muchas son las ciudades que organizan eventos para favorecer el consumo de los comercios locales.

En el caso de Tarragona, una ciudad muy atractiva desde el punto de vista cultural, turístico y comercial, son pocas las iniciativas que se organizan en el sector de la moda.

Por este motivo nace el Tarraco Fashion Day, un desfile benéfico que tiene como objetivo unir a los ciudadanos con su ciudad natal.

Para desarrollar este proyecto, se creará un sistema de identidad visual y todos los elementos publicitarios que sean necesarios para la promoción de esta pasarela.

Tarraco Fashion Day

A lot of cities now hold events to promote consumer spending in local shops and businesses.

Tarragona, which is a very attractive city in terms of culture, tourism and trade, has few fashion initiatives.

This led to the creation of Tarraco Fashion Day, a charity fashion show aimed at joining the public with their home city.

To develop this project, a visual identity system and all the advertising elements needed to promote this fashion show will be created.

**Natalia Ibárcena
Callís**

60

Jergología

Jergología es un proyecto editorial cuyo objetivo principal es dar a conocer la variedad de jergas que se dan en los países de habla hispana. A partir de esta observación, se recogen dichas expresiones y se clasifican en una colección de libros, cada uno dedicado a un país específico. Todos giran en torno a un eje conceptual: los malentendidos que se pueden dar al no conocer este lenguaje.

Con este trabajo se pretende utilizar la riqueza del uso cotidiano de la lengua española como una herramienta de consulta que sea útil en la comunicación de las personas hispanohablantes.

Jergología

Jergología is a publishing project concerning the different types of slang found in Spanish-speaking countries. Taking this observation as the basis, these expressions have been collated and recorded in a collection of books, with each one devoted to a specific country. They all have one central focus: misunderstandings that may arise from not knowing the language.

This project uses the rich everyday use of Spanish as a consultation tool to help in communication for Spanish-speakers.

Alba Martín Vidal

62

L'Arganier, cosmética natural de Marruecos

L'Arganier es un proyecto de rediseño de identidad corporativa que nace de observar que existe una falta de comunicación y unificación en el diseño de los productos.

Es una nueva marca que, a través de su identidad visual, pretende reflejar uno de sus principales valores de diferenciación ante otras marcas de cosmética natural, sus orígenes exóticos de Marruecos. Se adentra así, inicialmente, en el mercado producida y distribuida en España.

El Proyecto de Fin de Grado se centra en el desarrollo de la marca a partir de la identidad visual de la línea de embalaje.

L'Arganier, natural cosmetics from Morocco

L'Arganier is a corporate identity redesign project which grew from observations that there is a lack of communication and unification in the design of the products.

This is a new brand which, through its visual identity, aims to reflect one of its main values that sets it apart from other natural cosmetic brands, its exotic origins of Morocco. Initially, it enters the market this way and is produced and distributed in Spain.

The Final Degree Project centres on the development of the brand on the basis of the visual identity of the line of packaging.

Jaume Martínez

64

Local=

Local= es una marca de viajes centrada en las personas. Pequeños productores, artesanos, naturalistas y fotógrafos son la gente que te acompañará durante tus vacaciones para conocer de una manera directa lo más interesante de cada lugar. La gastronomía, las tradiciones, los vinos, los productores y los rincones más especiales. Todo de manera personal, con un grupo reducido de personas y con la voluntad de cuidar el territorio y la gente que vive en él.

El proyecto se desarrolla a través de un portal web en el que se presentarán distintas propuestas de viaje clasificadas según distintos temas, como por ejemplo la gastronomía y sus productos o la cultura y las actividades en la naturaleza. También se podrá empezar a decidir este viaje a partir del interés que se tenga por una persona, un producto o un lugar concreto.

El alcance del proyecto está limitado inicialmente al territorio de Cataluña, pero la idea es que la comunidad se pueda extender progresivamente a otros territorios.

Local=

Local= a people-based travel brand. Small producers, artisans, naturalists and photographers are the people who will be with you on your holidays, giving you first-hand information about the most interesting points of each place. Gastronomy, traditions, wines, producers and the most special sites. All with a personal touch, with a small group of people and the desire to care for region and the people who live there.

The project will be carried out from a web portal where different travel proposals will be offered and arranged by theme, such as gastronomy and its products, culture and nature activities. We can also start deciding on this trip based on the interest there is for a specific person, product or place.

The scope of the project is initially limited to Catalonia, but the idea is that the community can be progressively rolled out to other regions.

**David Massó
Tuloch**

Sueño

Sueño es un proyecto editorial que nace a partir de un interés por el mundo onírico. Este trabajo consiste en crear una pieza editorial construida a partir de la temática de los sueños. Un producto que, a partir del diseño gráfico, quiere resolver y modernizar las obras que hay actualmente en el mercado sobre el tema onírico y darles otro punto de vista.

El trabajo se aferra al uso del concepto para desarrollar un libro con un lenguaje gráfico fuertemente relacionado con las actividades de la mente, el subconsciente y los sueños. Por tanto, se utiliza un degradado de principio a fin para introducir al usuario en la temática.

La finalidad del proyecto es obtener una pieza editorial que comunique el tema onírico y cumpla las expectativas que el consumidor deposita. Todo ello se logra gracias a una buena dirección de arte y a la determinación en el momento de elegir y mostrar el concepto de diseño a toda la obra.

66

Sueño (Sleep)

Sueño is a publishing project that grew from an interest in oneirics. This project consists of the creation of a publishing piece taking dreams as its basis. A product which, through graphic design, seeks to resolve and modernise works about oneirics currently on the market and offer a different perspective.

The project is based on using the concept to design a book with a graphic language closely linked to the activity of the mind, the subconscious and dreams. Therefore shading has been used from start to finish to introduce users to the topic.

The aim of the project is to create a publishing piece that talks about oneirics and meets consumer expectation of it. This is achieved thanks to good art direction and the determination to choose and show the concept of design throughout the book.

**Daniel Moliner
Vázquez**

Animus

Hace unos años, la animación vectorial enfocada a la reproducción en web, liderada por el software de animación Adobe Flash, quedó obsoleta porque Apple se negó a utilizar este tipo de tecnología para sus dispositivos.

Con el HTML5 apareció una solución a este problema que incluía en sus estándares la tecnología necesaria para crear gráficos programados en el entorno web. A pesar de ello, todavía no existe en el mercado ningún programa enfocado a la animación vectorial para Html5.

Animus es un software de animación para plataforma web creado para dar solución al vacío provocado por Flash. Además, con este proyecto proponemos un nuevo sistema de trabajo en el que ilustración y animación se combinan en el mismo nivel para conseguir agilizar y facilitar el proceso de animación y acercar esta tecnología a un público más amplio.

68

Animus

Some years ago, vector animation focused on reproduction on websites, led by Adobe Flash animation software, became obsolete because Apple refused to use this type of technology on its devices.

A solution to this problem appeared with HTML5, which as part of its standards included the technology needed to create graphics programmed in the website environment. However, despite this, there is still no programme on the market that focuses on vector animation for Html5.

Animus is animation software for website platforms that has been created to provide a solution to the gap caused by Flash. Also, with this project we are proposing a new work system where illustration and animation combine at the same level to streamline and facilitate the animation process and bring this technology to a wider audience.

**Carolina Montero
Espluga**

70

Elements, medicinal
chinese tea

Elements es un proyecto de packaging e identidad de una marca de té medicinal chino. A partir de la investigación de los principios básicos de la medicina china se pretende crear una marca de té chino como alternativa a la medicina occidental para recuperar los valores y conocimientos de esta cultura milenaria. El resultado del trabajo se materializa en una línea de cinco productos de té medicinal chino.

Elements, medicinal
Chinese tea

Elements is a packaging and identity project for a brand of medicinal Chinese tea. Based on research into the basic principles of Chinese medicine, the aim is to create a brand of Chinese tea as an alternative to western medicine to recover the values and knowledge of this ancient culture. The result of the work is a range of five medicinal Chinese tea products.

Josep Muñoz Fité

72

Analitic Journal

Analitic Journal

El Trabajo de Final de Grado es la edición de una colección de fascículos de una publicación de carácter infográfico sobre el análisis de temas de actualidad. La característica diferencial respecto de otras publicaciones, como periódicos en los que el contenido infográfico es algo secundario, es que se utiliza la infografía como elemento vertebrador de la pieza. Este proyecto nace con la intención de acercar al público una nueva manera de interpretar los temas de la actualidad mundial centrando la publicación en el lenguaje infográfico. Cada uno de los fascículos editados estará dedicado a un tema diferente y así se creará una sucesión de publicaciones monotemáticas (el conflicto sirio, la burbuja inmobiliaria española y la problemática de los sistemas diésel de Volkswagen).

Las infografías son el eje que nos permite comunicar los datos analizados en cada publicación con el objetivo principal de lograr una comprensión rápida y directa por parte del lector. Los recursos visuales principales son el tratamiento fotográfico y un juego de medidas de papel que permiten generar un contenido de gran formato que crea un afán coleccionista por parte del lector que compra la publicación mensual.

The Final Degree Project is to publish a collection of serialised infographic publications on the analysis of current affairs. The difference between this and other publications, such as newspapers where the infographic content is secondary, is that this uses infography as the backbone to the piece. The idea behind this project is to offer the public a new way of interpreting world current affairs focusing publication on the infographic language. Each serialised publication will be devoted to a different topic, so creating a succession of single-topic publications (the conflict in Syria, the Spanish property bubble and the problems with Volkswagen's diesel systems).

Infography is the cornerstone that enables us to communicate the information analysed in each publication with the principal aim of ensuring that readers understand it quickly and directly. The main visual resources are photographic treatment and a set of paper measurements that help generate large-format content which creates an eagerness to collect among readers who buy the publication.

Marc Oliva Sanosa

74

**Club Futbol Badalona,
diseño de la identidad
corporativa del club**

En consonancia con el salto cualitativo que está llevando a cabo el club (creación de un nuevo estadio, mejoras en la administración, aspiraciones de ascenso a segunda división A, etc.), es imprescindible una nueva imagen comunicativa que invite a los socios, los simpatizantes y la población de Badalona en general a acercarse. La finalidad de este proyecto es ofrecer una imagen que represente las mejoras y los avances del club y al mismo tiempo sea coherente con sus aspiraciones. Hemos hecho un estudio histórico e iconográfico tanto de los emblemas de la ciudad como del contexto futbolístico del club. También hemos analizado los equipos más destacados de Europa. Una vez realizado dicho estudio, hemos hecho la propuesta de escudo a partir del cual se crea el sistema de comunicación.

Este sistema se aplica a todos los campos: señalética del estadio, papelería institucional, equipaciones, artículos de promoción comercial, publicidad, etc.

***Badalona Football Club,
designing the corporate
identity of the club***

Given the huge strides that the club is making (the building of a new stadium, improved administration, aspirations of going up to Second Division A, etc.), it needs a new communication image to encourage season ticket holders, fans and the people of Badalona in general to get to know it better. The aim of this project is to offer an image that represents the improvements and progress made by the club, while staying true to its aspirations. We have studied the history and iconography of both the emblems of the city and the footballing context of the club. We have also analysed the most relevant European clubs. Having completed the study, we proposed the shield on which the communication system was based.

This system involves every aspect of the club: stadium signage, club stationery, facilities, merchandising, advertising, etc.

Anna Parés Toran

76

**Tresca, un juego de esti-
mulación cognitiva para
enfermos de Alzheimer**

Tresca es un juego de estimulación cognitiva para personas con demencia, principalmente afectadas por la enfermedad del Alzheimer, que provoca un deterioro físico y mental.

El material consta de 96 fichas divididas en 3 categorías distintas: imágenes, colores y formas. La dinámica consiste en hacer relaciones de tres fichas, una de cada categoría, logrando así una relación a nivel de imagen, con su color y su forma correspondiente.

El juego, probado junto con una estudiante de logopedia de la Universitat Autònoma de Barcelona, es una herramienta de interacción social. Permite trabajar de forma lúdica distintos aspectos relacionados con la estimulación cognitiva, una técnica terapéutica que intenta ralentizar la regresión de la memoria. El aspecto gráfico del juego intenta alejarse del infantilismo que encontramos en el material existente en este campo.

Tresca, a cognitive stimulation game for people with Alzheimer's

Tresca is a cognitive stimulation game for people with dementia, primarily those affected by Alzheimer's, which leads to a physical and mental deterioration.

The material consists of 96 cards divided into 3 different categories: images, colours and shapes. The aim is to link three cards, one from each category, and create a relationship between them in terms of image, with their corresponding colour and shape.

The game, which has been tested with a speech therapy student from the Universitat Autònoma de Barcelona, is a social interaction tool. It gives players a fun way to develop different aspects of cognitive stimulation and is a therapeutic technique that aims to slow down memory loss. The graphic aspect of the game tries to move away from the childlike style found in material in this field.

Artur Rivera Prieto

78

Opportunity Race

Se ha diseñado un evento deportivo motociclista caracterizado por ser un punto de encuentro de jóvenes con talento y patrocinadores, proporcionando así una posibilidad de promoción que sortee las dificultades que existen a la hora de competir y de formar un equipo.

A partir del análisis de los modelos de negocio actuales se ha diseñado una propuesta nueva que se distingue del resto, con una organización y unos valores que se ven reflejados en la identidad del acontecimiento.

Se ha creado una única identidad que abarca las cuatro modalidades más populares del motociclismo bajo un único nombre y un único sistema gráfico modular que se puede variar y adaptar a la categoría a la que se aplique.

Opportunity Race

We have created a motorbike sports event designed as a meeting point for talented young people and sponsors, which offers potential promotion to help overcome difficulties when competing and putting a team together.

A new proposal which differs from others has been designed using analysis of current business models with an organisation and values reflected in the identity of the event.

A unique identity has been created that embraces the four most popular forms of motorbiking under a single name and a unique modular graphics system that changes and adapts to the category to which it has been applied.

Daniel Rovira Vilà

80

Clade: Creación de un juego de mesa de estrategia y fantasía

Actualmente, en el sector de los videojuegos, hay una rápida y continuada innovación, porque es un sector muy competitivo que está en constante evolución. En comparación, en los juegos de mesa se innova de una manera mucho menos perceptible.

Este proyecto pretende innovar en los juegos de mesa, actualizándolos con los recursos y sistemas de juego que utilizan algunos géneros de videojuego de los últimos años para adaptarlos a un juego analógico alternativo y crear un sistema de juego simple, intuitivo y dinámico.

El juego se basa sobre todo en el género de videojuegos llamado MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), que combinan la acción y la estrategia en tiempo real y se caracterizan porque cada jugador controla un solo personaje y porque tienen una historia de fantasía como telón de fondo que les da sentido e identidad.

Se busca un estilo de ilustración conceptual que dé identidad al juego, representando la historia y unificando los distintos elementos del juego: la caja, el tablero, las cartas, las fichas y las plantillas.

Clade: Creating a strategy and fantasy board game

Today's video games industry enjoys fast continuous innovation, as it is a highly competitive sector that is constantly evolving. In comparison, innovation in board games goes almost unnoticed.

This project aims to innovate board games, to update them using gaming resources and systems used by certain video game genres in recent years and adapt them to an alternative similar game and create a simple, intuitive and dynamic game system.

*The game is based on the MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*) video game genre that combines action and strategy in real time and is characterised by each player controlling a single character and having a fantasy backstory that gives them meaning and identity.*

We are looking for a conceptual illustration style to give the game an identity, representing the story and unifying the different elements of the game: box, board, cards, files and templates.

**Judit Sàncchez
Torner**

Vaivé, interpretando
mareas

Vaivé es una revista impresa bianual que no trata el tema de las mareas desde la vertiente científica, sino desde el punto de vista de la etnología marítima. Habla de cómo nos afectan y de cómo las interpretamos en el territorio español, hace una visión antropológica y artística.

Se trata de una publicación que nos pone el mar en las manos y que contiene una gran cantidad de interpretaciones artísticas en torno a este tema gracias a varios colaboradores y a una serie de artículos que explican cómo vivimos las mareas en nuestro día a día.

El objetivo principal de la revista, que se caracteriza por tener un formato y un diseño muy adecuados al vaivén de las aguas, es intentar acercar el fenómeno de las mareas al público.

82

Vaivé, interpreting tides

Vaivé is a biannual journal that does not cover tides from a scientific perspective, but from a maritime ethnological point of view. It discusses how they affect us and how we in Spain interpret them, offering an anthropological and artistic vision.

This publication places the sea in our hands and it contains a great many artistic interpretations of the subject from a number of collaborators, as well as a series of articles explaining how we experience the tides in our daily lives.

The main aim of the journal, characterised by its informal style and design very closely linked to the to and fro of water, is to bring the phenomenon of tides closer to the public.

**Sofia Soldevila
de Vilallonga**

Globo. Proyecto para
complementar la edu-
cación mediante vídeos y
actividades interactivas

Globo es un proyecto audiovisual e interactivo que tiene como objetivo amenizar el estudio y aportar soluciones para la comprensión de conceptos complejos de una manera visual.

En una sociedad tan influenciada por lo digital, esta propuesta busca acercar la educación a las nuevas generaciones a través de un medio que conocen y en el que se sienten cómodos. El valor añadido de este proyecto es explicar los temas curriculares de forma breve, visual y con movimiento (necesario en algunos casos para demostrar procesos y útil para ayudar a captar y mantener la atención del público).

Para este trabajo, se ha realizado un vídeo y una actividad interactiva sobre un tema de la educación secundaria (público objetivo), basándose en el contenido de libros de texto escolares. Se ha creado una estructura base que servirá como sistema para facilitar la producción de futuros videos y actividades sobre los temas de las diferentes asignaturas.

84

Globo (Balloon).
Project to complement
education through
videos and interactive
activities

Globo is an audiovisual and interactive project aimed at enlivening studying and providing solutions to help the understanding of complex concepts visually.

In a society as influenced by all things digital, this idea seeks to bring education to the new generations through a medium that they know and in which they feel comfortable. The added value of this project is explaining the curricular subject areas briefly, visually and with movement (necessary in some case to show processes and useful for helping capture and maintain the public's attention).

For the project, a video and an interactive video on a secondary education (target public) subject area have been produced, based on the content of school text books. A base structure has been created which will act as a system for aiding the production of future videos and activities on the areas of the various subjects.

Adrià Vives

86

Reincarnation

Reincarnation es un proyecto real de diseño de la gráfica de un LP para el grupo de rock barcelonés Ghost Trip, así como del diseño de elementos de comunicación para su promoción.

Con la idea de la reencarnación como punto de partida, se ha creado un sistema visual basado en la transición del caos de la guerra hacia el orden de la paz, liderado por el ave fénix, que simboliza el despertar de la conciencia humana hacia la violencia.

El objetivo principal ha sido crear una gráfica que se adecue a la música del LP, queatraiga a oyentes, que destaque y que ayude al grupo a alcanzar el éxito musical.

Con este proyecto hemos querido crear algo único y personal, una experiencia emocional en la que la gráfica lleva a la música de la mano.

Reincarnation

Reincarnation is a real graphic design project of an LP for the Barcelona rock band Ghost Trip, and the design of communication elements for its promotion.

Taking the concept of reincarnation as its starting point, a visual system was created based on the transition from the chaos of war to the order of peace, led by the phoenix, which symbolises the awakening of human conscience towards violence.

The main objective was to create a graphic that matched the music on the LP, attracted listeners, raised the profile of the band and helped them achieve success with their music.

The aim of this project was to create something unique and personal, an emotional experience where graphics lead the music by the hand.

**Eduard Arajol
López**

Spoiler Alert

Spoiler Alert es una publicación digital para tabletas que quiere ayudar a cualquier usuario, fan o novel en el mundo cinematográfico de los superhéroes, a comprender todo lo que se le escapa de las películas de esta temática. La publicación tiene dos rutas: la orientación vertical y la horizontal.

En primer lugar, la orientación vertical ofrece una introducción de los personajes, la situación temporal en la que tienen lugar los hechos y otros datos previos necesarios para comprender la película. Por otra parte, cuando giramos el dispositivo, la publicación ofrece información con *spoilers*, ya que encontramos contenido que solo se debería visualizar una vez visto el filme.

En esta primera edición, la película de la que se habla es *Escuadrón Suicida*, estrenada en agosto de 2016. La publicación, tal como hemos explicado antes, presenta a los personajes con detalle, hace un resumen introductorio de la película y, una vez vista, analiza y descubre todos aquellos momentos significativos del filme, así como los puntos que hay que destacar de cada uno de los personajes.

En el proyecto se han aplicado ramas del diseño como la maquetación editorial, la dirección de arte o la aplicación de elementos interactivos, entre otros.

90

Spoiler Alert

Spoiler Alert is a digital publication for tablets to help all users, be they fans or newcomers to the superheroes of the cinema, understand everything that they miss in films of this genre. The publication has two routes: vertical and horizontal layout.

First, the vertical layout offers an introduction to the characters, the timescale over which the events take place and other prior information that you will need to understand the film. On the other hand, when you turn the device, the publication offers information with spoilers, where you will find content that you should only view once you have seen the film.

This initial edition discusses the film Suicide Squad, which premiered in August 2016. As we have already mentioned, the publication presents the characters in detail, gives a brief introduction to the film, and, once you have seen it, analyses and reveals all the significant moments of the film, as well as the points about each character that need highlighting.

Different branches of design have been applied to the project, such as publishing layout, art direction and the application of interactive elements.

**Coralí Espuña
Ribas**

The reason why all writers are weirdos

Este proyecto es un estudio exhaustivo sobre el método británico llamado *Storytelling*. ¿No has oído hablar de él? No hay problema, este proyecto está pensado para ser un manual para cualquier persona interesada en dar un vistazo rápido a todos los principios (que no normas) de la creación de una historia. Y si te sientes perdido intentando encontrar sentido a la palabra *Storytelling*, déjanos ayudarte con las palabras de Andrew Stanton (2012): “*Storytelling* es explicar chistes. Es saber tu frase clave, tu final, saber que todo lo que estás diciendo, desde la primera frase hasta la última, te lleva a una sola meta, e idealmente confirma alguna verdad escondida en nuestra comprensión sobre quiénes somos como seres humanos”.

92

The reason why all writers are weirdos

This project is an in-depth study into the British method known as Storytelling. Never heard of it? No problem. This project has been designed as a manual for anyone interested in taking a quick look at all the principles (and not rules) for creating a story. And if you are feeling lost when it comes to the meaning of the word Storytelling, let us help you with the words of Andrew Stanton (2012): “Storytelling is about telling jokes. It is knowing your key sentence, your last sentence, knowing that everything you are saying, from the first sentence to the last sentence, is leading to a singular goal, and ideally it confirms some bitter truth in our understanding of who we are as humans”.

**Berta Fontboté
Pradilla**

93

[Emoji: la imagen en línea](#)

Lejos de representar un lenguaje universal reglado, los emojis, tal como se han configurado, se caracterizan por su naturaleza ambigua, flexible y connotativa. Los abordamos de manera intuitiva y, a modo de paseo, caminamos por su paleta hasta que nos paramos en uno. Casi sin pensar, lo elegimos entre los demás: aquella pequeña imagen es la idónea para encapsular lo que queríamos expresar.

En la interfaz de la aplicación para teléfonos inteligentes WhatsApp se nos ofrecen en paralelo los recursos comunicativos del teclado Qwerty y el teclado emoji. Este gesto aparentemente inofensivo ha abierto un nuevo marco expresivo que permite el diálogo constante entre palabra e imagen. Pero saber que en WhatsApp las palabras no se van lejos, que están accesibles en todo momento, nos permite encontrar un uso expansivo, connotativo, y no solo denotativo de estos pequeños pictogramas.

En una misma línea, letra y emoji conviven armónicamente. El emoji vive en un medio textual, pero su naturaleza es innegablemente visual. Este trabajo se pregunta justamente por la naturaleza de los emojis, que en su condición de carácter, se encuentran en un punto medio, en el limbo entre el texto y la imagen.

[Emoji: online image](#)

Far from representing a regulated universal language, emojis, as they have been configured, are characterised by their ambiguous, flexible and connotative nature. We approach them intuitively and, like a stroll, we wander through their palette until we stop at one. Almost without thinking, we choose it from the rest: that small image is ideal for encapsulating what we wanted to express.

In the WhatsApp smartphone app interface, we are offered the communicative resources of the Qwerty keyboard and the emoji keyboard parallel to each other. This apparently inoffensive gesture has opened up a new framework that permits constant dialogue between word and image. But knowing that in WhatsApp words do not go far away, that they remain accessible at all times, allows us to find an expansive connotative and not simply denotative use for these little pictograms.

Letter and emoji live together in harmony on the same line. The emoji inhabits a textual medium, but its nature is undeniably visual. This work questions precisely the nature of emojis, which by their nature as a character are at a halfway point, in limbo between text and image.

**Maria Fallada
Llandrich**

94

[The non-city. An observation and interpretation of the urban space](#)

La no-ciudad es un trabajo de investigación sobre la relación individuo-ciudad cuyo objetivo principal es entender qué es la ciudad y cómo nos relacionamos con ella a partir de estudios sociológicos, antropológicos y psicogeográficos, y especialmente, mediante la práctica del dibujo como herramienta de exploración y conocimiento.

Este proyecto supone una investigación en el arte, es decir, se trata de un caso de práctica como investigación, porque supone una reflexión en la acción y no hay distancia entre el investigador y su práctica artística. Al mismo tiempo, también es un caso de investigación sobre el arte porque existe la intención de extraer conclusiones válidas sobre la práctica artística desde una distancia teórica, que implica una separación fundamental entre el investigador y el objeto investigado (en este caso, la ciudad, y concretamente, el espacio urbano). Las características comunes de este tipo de investigación son la reflexión y la interpretación (Borgdorff, 2006).

The non-city is a research project into the individual-city relationship, the main objective of which is to understand what the city is and how we relate to it based on sociological, anthropological and psycho-geographical studies and particularly through the practice of sketching as a tool for exploration and knowledge.

This project consists of research into art, in other words, a case study as research as it is a reflection on the action and there is no distance between the researcher and their artistic practice. However, it is also research into art because it has the intention of extracting valid conclusions about the artistic practice from a theoretical distance, which involves a fundamental separation between the researcher and the object of the research (in this case, the city and specifically the urban space). The common characteristics of this type of research are reflection and interpretation (Borgdorff, 2006).

Anna Gimenez

96

Aliens. La máscara fotográfica

Partiendo de la idea de que la gente modifica su manera de actuar cuando sabe que la observan, Aliens es un proyecto fotográfico que pretende capturar de forma encubierta a personas anónimas sumidas en sus pensamientos y crear paisajes inventados a través de fotomontajes.

El resultado del proyecto de investigación es un libro austero, blanco, silencioso, desplegable, que (sin gritar) nos muestra miradas internas, individuos sumidos en sus pensamientos más profundos. Un libro en el que podemos ver estos planetas inventados llenos de caras enajenadas a través de estas realidades construidas.

Aliens. The photographic mask

Taking as its starting point the idea that people change their way of doing things when they know they are being watched, Aliens is a photography project aimed at secretly capturing anonymous people absorbed in their thoughts and creating invented landscapes using photo montages.

The result of the research project is an austere, white, silent, fold-out book which (without attracting attention) reveals internal gazes, individuals immersed in their deepest thoughts. A book where we see these invented planets full of alien faces through these constructed realities.

Alba Moreno Lecha

98

Elogio a la luz

En la estética tradicional japonesa, la sombra es un elemento esencial en absolutamente todos sus aspectos. En occidente, en cambio, tenemos la luz como poderoso aliado en nuestra cultura. Cuando la luz reposa sobre unas toallas, hace brillar un grifo o crea reflejos en un vaso de cristal, también estamos hablando de estética. Pasa lo mismo con acciones cotidianas como salir a pasear o desayunar en una terraza. Sin el sol y el resplandor, nuestra manera de vivir y entender la belleza no tiene sentido, ya que aunque mantenemos con ellos unos vínculos invisibles, están muy presentes en nosotros.

Elogio a la luz es una pieza original como respuesta a la obra *El elogio de la sombra* de Junichiro Tanizaki. Intenta hablar de la luz desde los aspectos más cotidianos e invisibles de nuestra cultura, en nuestro día a día y en nuestras costumbres. Es la culminación de la búsqueda que explora la luz y la sombra como agentes estéticos en una cultura y en un entorno. Una serie de reflexiones que surgen de la búsqueda desde la práctica, utilizando el texto escrito y la fotografía.

In praise of light

In traditional Japanese aesthetics, shadow is an essential element in all its aspects. However, for us in the west light is a powerful ally to our culture. When light shines on a tablecloth, it makes a tap glint and creates sparkles in a glass, this is also aesthetics. The same happens with everyday actions, such as going out for a walk or having breakfast on a terrace. Without the sun and the sunlight, our way of life and our understanding of beauty would not make sense, because, despite maintaining invisible links, these are extremely present in us.

In praise of light is an editorial piece in response to the work by Junichiro Tanizaki entitled *In praise of shadows*. Its aim is to talk about light, from the more everyday and invisible aspects of our culture, in our everyday lives and our customs. It is the culmination of research which explores light and shadow as agents of the aesthetic in a culture and an environment. A series of reflections arising from research from practical aspects, using written texts and photographs.

Berta Peiró

100

Sempre junts, tratamiento del duelo infantil

Sempre junts es un lote de ayuda para los niños que sufren un duelo paterno prematuro. La finalidad del producto, que está destinado a un público objetivo de entre 5 y 10 años, es acompañarles en este proceso y ayudarles a superarlo del mejor modo posible.

El lote está formado por un libro, unas preguntas, una carta, una muñeca, unas tarjetas y una caja. Todos estos elementos están diseñados para cumplir una función en cada etapa del proceso, en el que es esencial el acompañamiento de los padres, para lograr la plena comprensión y fortalecer el vínculo afectivo familiar.

Together forever, treating child pain

Together forever is a help package for children suffering from premature paternal pain. The aim of the product, which has a target audience of between 5 and 10 years old, is to accompany them during this process and help them overcome it as fully as possible.

The package contains a book, questions, a letter, a doll some cards and a box. All these elements have been designed to carry out a function at each stage of the process, during which parents must accompany their child, to achieve full understanding and strengthen the affectionate family bond.

Pol Pinyana Giner

102

El tatuaje: la marca de singularidad

El tatuaje es una forma de expresión creativa y para comprenderla hay que analizar una serie de factores que han influido en su desarrollo a lo largo de los distintos contextos sociales y culturales. A lo largo de este trabajo descubriremos las causas que han hecho que el tatuaje deje de ser un tabú y se haya generalizado en nuestra sociedad.

Lo cierto es que vivimos en un sistema que nos dictamina unas condiciones socioeconómicas que se imponen sobre cualquier cuerpo, y que han provocado una serie de cambios culturales que han propiciado una estandarización de la personalidad. Los medios de comunicación nos influyen y nos marcan unas pautas de consumo y de comportamiento. El uso de las redes podría certificar que estamos inmersos en un contexto social en el que predomina el poder de la imagen y de la apariencia por encima de la realidad. Aun así, paradójicamente, la imagen también nos permite hacer asociaciones con sentimientos, estados de ánimo, vínculos afectivos, etc., que van más allá de la superficialidad.

Ante la pérdida de los valores y de la identidad individual que provoca la estandarización del estilo de vida que propone el sistema en la sociedad capitalista, buscamos a través de la imagen plasmada en el cuerpo una manera de ver representados nuestros motivos existenciales de identidad. El gusto por el tatuaje se encuentra en una mezcla ambigua de la reivindicación de la singu-

Tattoos: the sign of uniqueness

Tattoos are a form of creative expression and to understand them we need to analyse a series of factors that have influenced their development throughout the different social and cultural contexts. Throughout this project, we will discover the reasons why tattoos are no longer taboo and have become more widespread in our society.

It is true to say that we live in a system that determines certain socio-economic conditions which are imposed on any body and have led to a series of cultural changes that have resulted in personality standardisation. The media influences us and establishes a series of consumption and behaviour guidelines. Using networks could support the idea that we are immersed in a social context where the power of the image and appearance dominate over reality. Paradoxically, despite this, image also enables us to make associations with feelings, statuses, bonds of affection, etc. which go beyond superficiality.

Given the loss of values and individual identity caused by the standardisation of lifestyle proposed by the system in the capitalist society, we use the image tattooed on our bodies as a way of representing our existential reasons of identity. The taste for tattoos comes from an ambiguous blend of the demand for the uniqueness of the individual and its exteriorisation compared with the subjection of the social context: in short, reproducing an act of aesthetic consumption to accredit the fact that we belong to our environment. Even so, tattoos are not just

laridad del individuo y su exteriorización, confrontadas con el sometimiento del contexto social; en definitiva, reproducir una acción de consumo estético para obtener una certificación de pertenencia al entorno. Aun así, el tatuaje no solo se presenta como un producto de consumo estético, sino que al mismo tiempo genera un vínculo con una condición de permanencia física que le añade un valor tanto simbólico y estético como personal e identitario.

Actualmente, la expresión creativa del tatuaje se centra sobre todo en el individuo, en el entorno y en la sociedad en la que este vive, en las inquietudes, las ideas y los sentimientos que esta le transmite. El tatuaje genera una conexión visceral entre la expresión artística del tatuador y el individuo tatuado. Se está convirtiendo en una herramienta de comunicación entre los individuos de nuestro tiempo, que encuentran en ella la posibilidad de verse representados a través de un cambio estético, que les singulariza y les identifica con unas ideas y unos valores que ellos consideran propios, representados en unas formas normalmente simbólicas inseridas en su piel de forma permanente.

He querido acompañar el trabajo de investigación con una parte creativa, que ha evolucionado tanto en un sentido cualitativo como en un sentido intelectual gracias a los conocimientos adquiridos alrededor del estudio de la concepción del tatuaje. He querido generar un conjunto de ilustraciones en las que se pudiera distinguir un estilo personal

seen as a product of aesthetic consumption, but, at the same time, they create a bond with a state of physical permanency that imbues them with a value that is both symbolic and aesthetic, personal and one which identifies us.

Creative tattoo expression now focuses primarily on the individual, the environment and the society in which they live, their concerns, ideas and feelings that this expression conveys. Tattoos create a visceral connection between the artistic expression of the tattooist and the individual tattooed. It is becoming a communication tool between individuals today, for whom it offers the possibility of seeing themselves represented through an aesthetic change, which distinguishes them and identifies them with ideas and values that they consider to be their own, represented usually in symbolic forms inserted into their skin permanently.

My aim was to accompany this partly creative research work which I carried out both in a qualitative and intellectual sense, thanks to the knowledge acquired from studying tattoo design. I wanted to create a set of illustrations that had my own personal style and apply it to tattoos. In order to assess and analyse my work, I need to have a clear idea of my references. The basis to my style, what motivates me and what drives my creativity comes from a series of trends that are currently defining a new road map in the world of tattoos.

Since there is a qualitative leap in terms of the technical skill involved in tattoos regarding illustrations, some have not been tattooed, however, despite this, the

y aplicarlo al tatuaje. Para hacer una apreciación y un análisis sobre mi trabajo, debo tener claro cuáles son mis referentes. La base de mi estilo, que me motiva e impulsa mi creatividad, se deriva de una serie de tendencias que en la actualidad están marcando una hoja de ruta nueva en el mundo del tatuaje.

Puesto que hay un salto cualitativo en cuanto a la habilidad técnica del tatuaje respecto de las ilustraciones, algunas no han sido tatuadas, pero aun así, la recopilación no deja de ser una muestra de mi capacidad creativa y un hito por lograr en cuanto a mi nivel de tatuaje.

collection is still an example of my creative ability and a challenge for me to achieve in terms of my tattooing.



Disseny Gràfic

claseben.com

Coordinació Editorial i Maquetació

Irene Sierra

Traduccions

Traduccions Mon S.L.

© Dels textos i de les imatges el seus autors

Impress a SYL

ISBN-13: 978-84-617-6272-9

D.L. B. 23312-2016

Monografies d'EINA núm. 31

Barcelona, desembre 2016

eina.cat

E

I

galcala@eina.cat
earajol@eina.cat
masin@eina.cat
lavinoa@eina.cat
cbalcells@eina.cat
nballesteros@eina.cat
mblanes@eina.cat
abosch@eina.cat
jbosch@eina.cat
acabeaza@eina.cat
acastro@eina.cat
bcervantes@eina.cat
cespuna@eina.cat
jfalgas@eina.cat
mfallada@eina.cat
cferrer@eina.cat
bfontbote@eina.cat
ngannau@eina.cat
agimenez@eina.cat
nibarcena@eina.cat
mjane@eina.cat
xlatorre@eina.cat
rmecliff@eina.cat
amartin@eina.cat
jmartinez@eina.cat
dmasso@eina.cat
lmiguel@eina.cat
smiranda@eina.cat
dmoliner@eina.cat
cmontero@eina.cat
amoreno@eina.cat
jmunoz@eina.cat
mmunoj@eina.cat
moliva@eina.cat
apares@eina.cat
bpeiro@eina.cat
ppinyana@eina.cat
ppuch@eina.cat
aramoneda@eina.cat
mriera@eina.cat
arivera@eina.cat
eroca@eina.cat
drovira@eina.cat
jsanchez@eina.cat
ssoldevila@eina.cat
nvicencs@eina.cat
avives@eina.cat

N

A