

# ANUAR19/20

Treballs Finals d'Estudis

Ens plau presentar-vos el segon volum de l' *Anuari de Treballs Finals d'Estudis TFE* del curs 2019-2020 del Títol Superior de Grau en Disseny que imparteix ESDAP Catalunya.

L'ESDAP Catalunya —Escola Superior de Disseny i Arts Plàstiques de Catalunya— es va crear l'any 2010 mitjançant una ordre del Parlament de Catalunya. És una institució pública i oficial que gestiona el Títol Superior de Grau en Disseny. És un únic centre multicampus distribuït pel territori català.

L' *Anuari* té un doble objectiu: d'una banda, mostra les línies temàtiques dels TFE i es visualitzen i documenten els projectes que s'han presentant en les diferents especialitats que s'imparteixen als set campus que la institució té al territori català: Gràfic, Interiors, Moda, i Producte. I de l'altra, les línies temàtiques basades en la funció que té la disciplina artística del Disseny en les accions de transformació i innovació de la societat contemporània. També recull la filosofia que, en el tram final dels estudis, el currículum condueix l'alumnat a organitzar i sistematitzar els coneixements adquirits en un treball tutoritzat i defensat en un punt de trobada acadèmic amb un tribunal únic format per professionals i docents.

**Edita:** ESDAP Catalunya

**ISBN:** 978-84-09-30588-9

**DL:** B 9293-2021

## ÍNDEX

### Disseny Gràfic

<b>MATEU ALEMANY</b>	Advice	6
<b>ANDREA ALMO</b>	Feminismo de calle	7
<b>VÍCTOR CABELLO</b>	Dixi	8
<b>CRISTINA CREUS</b>	Petits traçuts	9
<b>SANDRA DE LEÓN</b>	Això no es fa, això no es diu, això no es toca	10
<b>CORINA DURANTE</b>	Com cal	11
<b>ROC FÀBREGA</b>	KAOS work in progress	12
<b>EDUARDO FERNÁNDEZ</b>	FanYu	13
<b>PAULA FORCADELL</b>	Punt lila: reformulació del servei	14
<b>ALBERT GÓMEZ</b>	Futur.cat, canviem l'etiqueta	15
<b>STEFANIA MATIJASEVIC</b>	Kahoa chocolate	16
<b>ÓSCAR MOLERO</b>	Tinc emocions amagades	17
<b>SARA MOLINA</b>	El dolor no és la nostra naturalesa	18
<b>GISELA NEIRA</b>	Voyage, voyage i a gaudir	19
<b>MARC PEDRÓS</b>	Rosadefoc, elegància & revolta	20
<b>JÚLIA REINA</b>	Solitud, set vides sense llar	21
<b>MARTA SANTO TOMÁS</b>	Bloc	22
<b>VÍCTOR VALIENTE</b>	A ver si me muero	23
<b>NINA VALLE</b>	Milfulles	24
<b>DAVID VELASCO</b>	Mescladís	25

### Disseny Interiors

<b>ANNA BLANCAFORT</b>	Puntos invisibles	28
<b>CLÀUDIA CODINA</b>	NUA	29
<b>MARIA GARCIA</b>	Els arenys	30
<b>MIREIA MARTORELL</b>	Bell&Co	31
<b>MARIA MONSENY</b>	L'atradicional. Centre de creació compartida	32
<b>SARA NICOLAU</b>	Habitar	33
<b>CARLA ROVIRA</b>	SAFE	34
<b>ANDREA SUEIRO</b>	Can Molins	35
<b>GEMMA TAPIAS</b>	El Brot	36
<b>CLARA TORRELLES</b>	Refugi temporal	37

### Disseny Producte

<b>ONA BOSCH</b>	Cau de terra	40
<b>CARLA GIMENO</b>	Re-creations	41
<b>JAUME MARTÍNEZ</b>	Indianes 2.0	42
<b>ROGER MONFORT</b>	Vine	43
<b>CLARA SANTOLARIA</b>	Segons	44
<b>JOSEP LLUÍS TANTIÑÁ</b>	Fàbrica de cel·lulosa bacteriana	45

### Disseny Moda

<b>AÏDA ALMACELLAS</b>	I used to love you, now you're only 25 cents	48
<b>EILA ALONSO</b>	Genesis	49
<b>ELISABET FORTEZA</b>	Arrels	50
<b>MARTA QUESADA</b>	The Witch Hunt	51
<b>ANNA SOLÀ</b>	Dress up your shit	52
<b>CARLES SOLER</b>	Moodify trashion	53
<b>HELENA TORRES</b>	The priory of the orange tree	54
<b>MARIONA VADRÍ</b>	La princesa i la granota	55
<b>TOTS ELS PROJECTES</b>		56
<b>TRADUCCIÓN</b>		66
<b>TRANSLATION</b>		82

**”  
Jo vull  
facilitar  
l'accés a la  
informació**

# MATEU ALEMANY

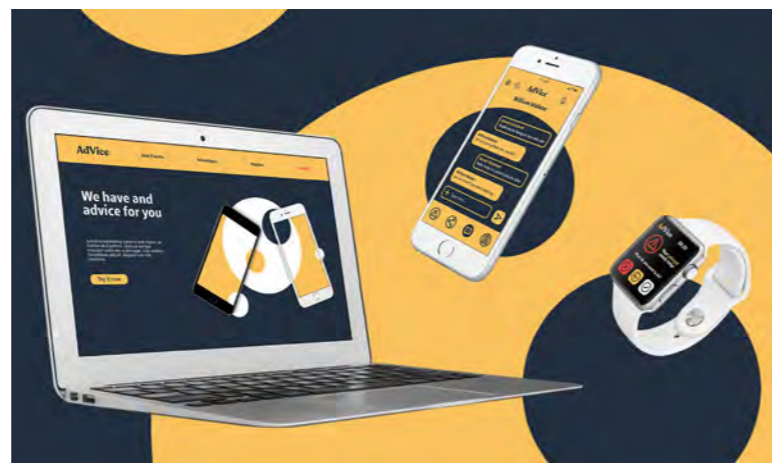
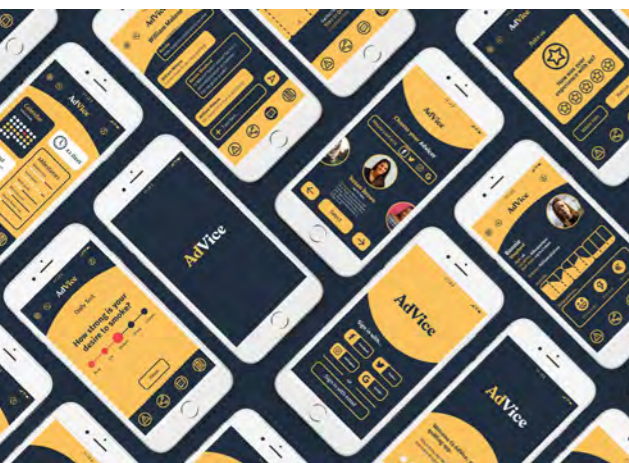
## Advice

*Deixar de fumar, acompanyament, amable, plataforma*

**Advice** és una plataforma que permet a aquells que volen deixar de fumar, trobar un company que els ajudi a fer el procés més agradable i, per tant, més exitós. Es tracta d'una manera de dessocialitzar el tabac a través de consells personals, a diferència de les prohibicions i missatges negatius als quals estem acostumats.

El propòsit principal del projecte és proporcionar totes les eines, informació i tot el suport que l'usuari necessiti, per tal que pugui prendre la decisió final de deixar el tabac per si mateix. **Advice** és més que un programa, és la combinació entre una xarxa social i una aplicació d'atenció sanitària que, com a resultat, esdevé una plataforma on compartir pensaments, dubtes i preocupacions amb un company que pugui ajudar l'usuari a superar-ho.

El plantejament del procés és amable, però tenint en compte un entorn adult i de confiança. Això permet que l'usuari prengui les seves pròpies decisions sobre quan avançar, però seguint les guies de l'estructura adaptable del programa.



# ANDREA ALMO

## Feminismo de calle

*Feminisme, sororitat, igualtat, patriarcat, masclisme*

«Un 10 % de dones entén el feminisme com la cerca de la superioritat de la dona envers l'home. Com repercuteix aquest fet al moviment feminista?»

El projecte **Feminisme de carrer** neix amb l'objectiu de donar visibilitat i denunciar els micromasclismes quotidians emesos per dones cap a altres dones, amb la finalitat de promoure el feminisme i la sororitat. També busca conscienciar les noves generacions sobre la necessitat de trencar amb l'opressió patriarcal per poder crear una futura societat ètica, respectuosa i igualitària.

El producte editorial arriba al públic com un recull de la teoria bàsica per conèixer el món feminista, perquè tota lectora sàpiga bé de què es tracta. A part, també compta amb testimonis i opinions de 200 dones d'entre 12 i 65 anys que fan visible, de primera mà, el masclisme que tota dona té interioritzat. Tot això s'acompanya d'una gràfica reivindicativa de colors vibrants, moltes cites conegudes i un apartat de contingut extra amb algunes curiositats. L'emissor és l'editorial Lunwerg Editores i el receptor és el públic femení d'entre 12 i 18 anys, l'etapa en la qual passen de ser nenes a noies joves amb veu i vot.



# VÍCTOR CABELLO

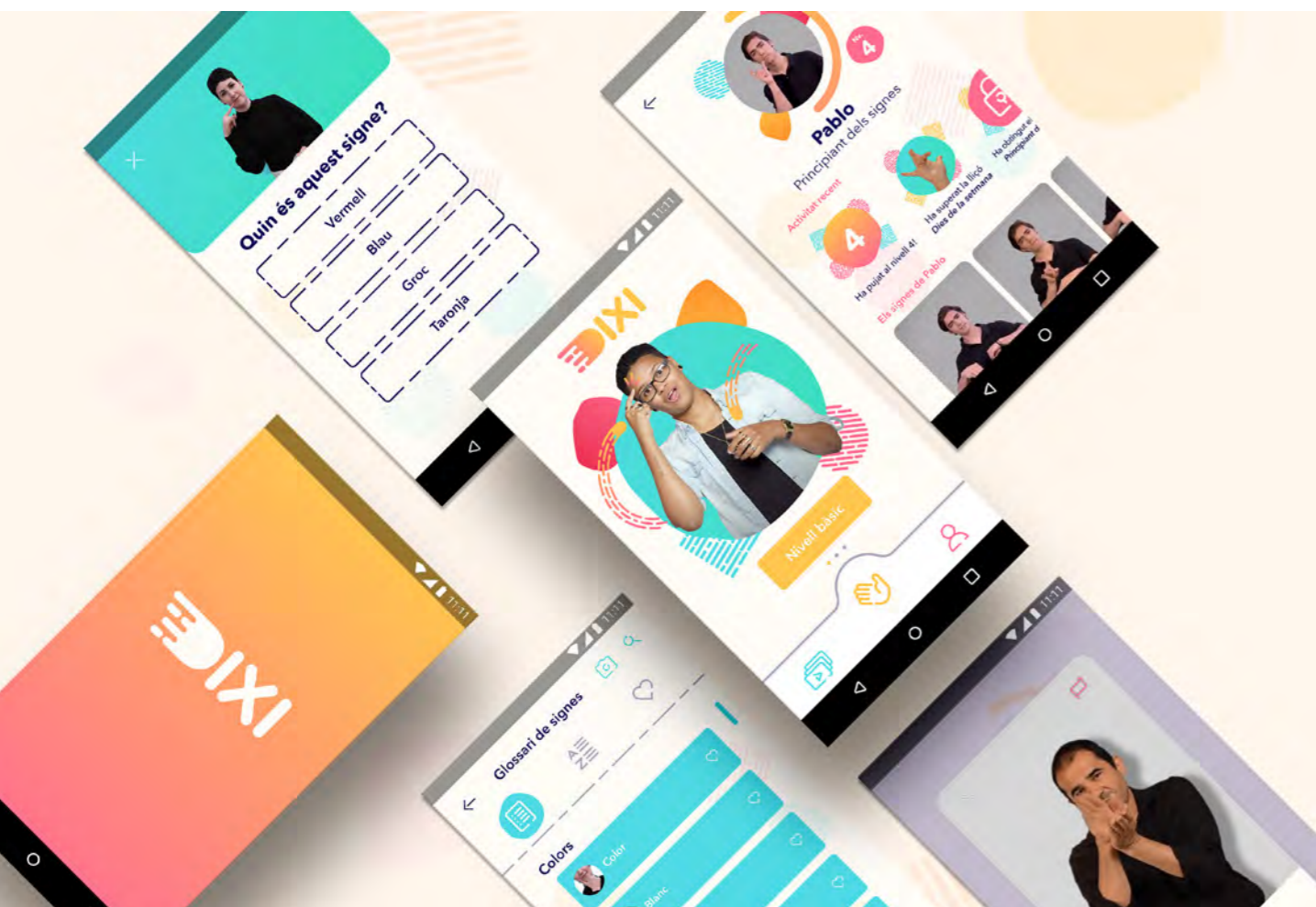
## Dixi

*Llengua de signes catalana, comunitat sorda, aplicació, interactiu, aprenentatge*

**Dixi** és un projecte que vol donar resposta a l'actual problema d'accessibilitat de la llengua de signes catalana (LSC) i apropar el seu aprenentatge a un públic més ampli a través dels mitjans digitals.

A partir del disseny d'una aplicació mòbil propera i desenfadada, es vol iniciar l'usuari en l'aprenentatge de la llengua de signes catalana mitjançant petites lliçons en vídeo que combinen el vessant educatiu amb el vessant lúdic i, d'aquesta manera, es crea una experiència entretinguda i fàcil d'assimilar. L'aplicació també facilita la consulta dels signes ja apresos amb un glossari i ofereix la possibilitat que l'usuari gravi signes que conegui i que no apareixen a l'app. Aquests signes es poden compartir amb altres usuaris, formant així vincles socials.

Durant les pantalles de càrrega es mostra informació interessant i útil sobre la comunitat sorda i les llengües de signes, que ajuden a combatre la desinformació i invisibilització que envolta una minoria poc representada als mitjans.



# CRISTINA CREUS

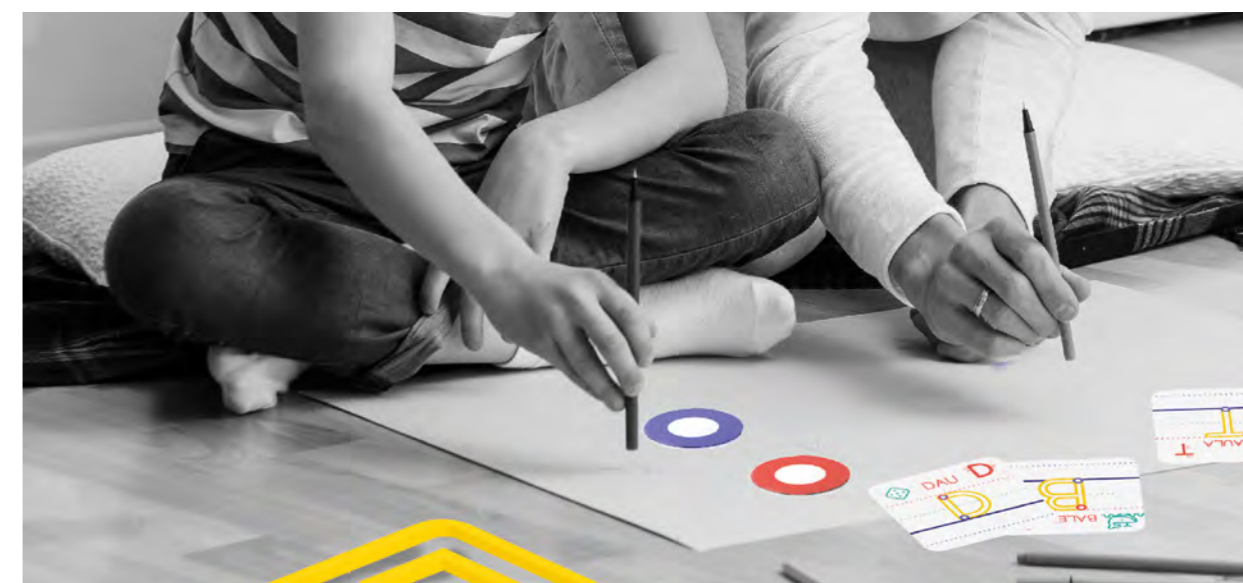
## Petits traçuts

*Kit, escriptura, cal·ligrafia, infància, joc, lúdic, experimental*

Actualment, molts experts i famílies entenen que l'escriptura i el joc formen part d'una gran etapa del creixement cognitiu, motriu i personal de l'infant. Malgrat la gran multitud de sistemes i materials existents per a la millora de l'escriptura, molts d'ells resulten difícils o no estan adaptats a les especificitats de l'infant o bé es veuen com una eina de reforç i no com un element de joc.

**Petits traçuts** és un kit que respon al repte de crear materials i eines didàctiques per fonamentar i ensenyar l'escriptura i el traç en un entorn lúdic. El seu valor afegit és la creació d'una jerarquia bàsica on l'infant, a poc a poc, s'anirà introduint en l'escriptura gràcies al joc.

Així doncs, **Petits traçuts**, se centra en la ideació i el disseny del sistema del kit amb la finalitat d'obtenir una eina pedagògica però sobretot lúdica, per tal d'iniciar-se en l'escriptura.



# SANDRA DE LEÓN

Això no es fa, això no es diu, això no es toca

*Crítica, convivència, consell, manual, social*

L'origen del projecte neix del descontentament personal i de la crítica constant a una societat individualista, centrada en el benefici propi i no en la convivència entre individus i el respecte mutu.

Arran d'aquest descontentament s'inicia una investigació sobre la pèrdua de valors en la societat i de com es fomentaven aquests al segle passat amb els manuals d'urbanitat, un gènere il·lustrat que ha quedat obsolet en l'actualitat. Eren uns manuals gràfics que adoctrinaven la societat mitjançant lliçons i consells sobre com comportar-se en llocs i àmbits públics i privats, com ara la llar, la família, l'escola i el treball. Tots ells basats en la moral cristiana.

El projecte, per tant, versarà sobre la creació d'una publicació il·lustrada en la qual es farà referència a situacions que, segons la meua opinió, són poc correctes, amb la finalitat de comunicar males conductes socials i posar-les en evidència amb l'objectiu que algunes persones se sentin al·ludides, i repercuteixi en la societat i la convivència.



# CORINA DURANTE

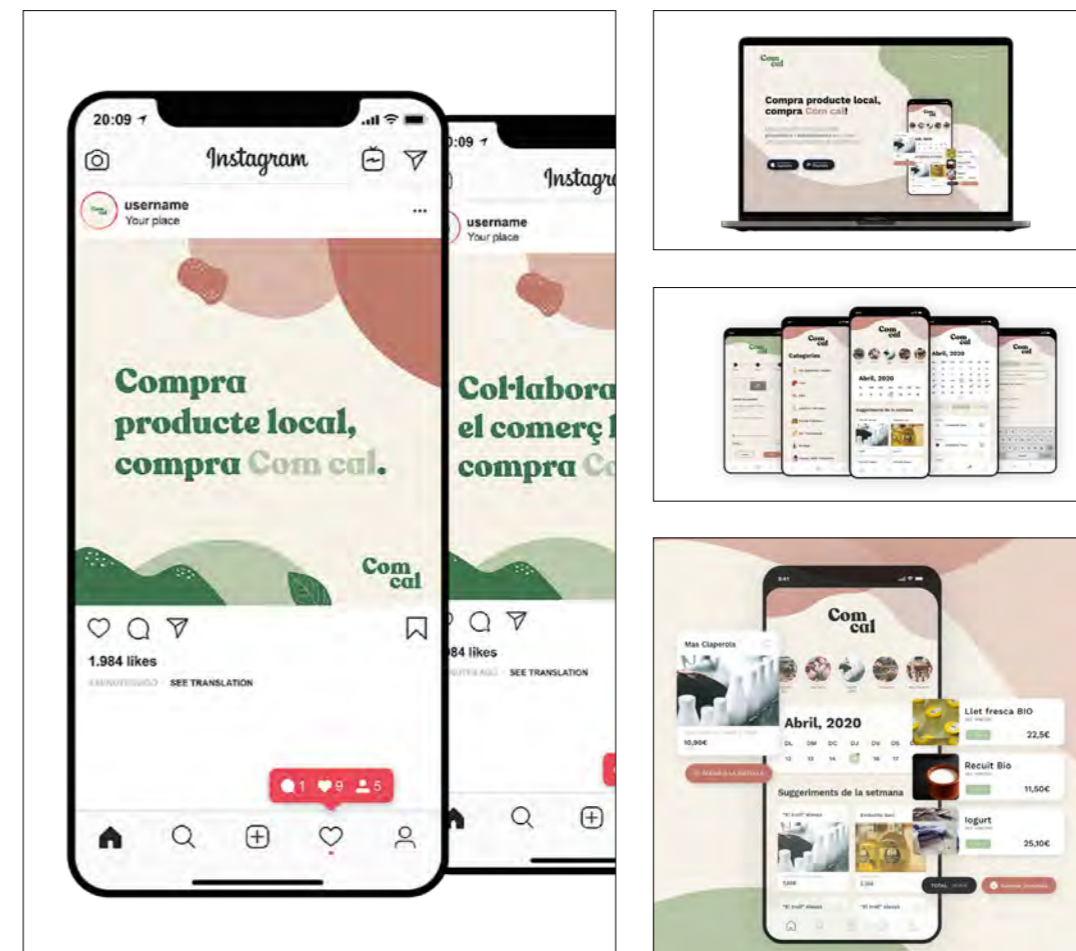
Com cal

*Producte local, la Garrotxa, aplicació, restauradors, proveïdors locals, comunicació, desenvolupament*

La manca d'opcions per tenir un contacte fluid entre establiments i proveïdors o, més ben dit, una plataforma des d'on fer-ho és una realitat. En qualsevol territori hi ha més proveïdors locals dels que tenim constància i molts negocis perden l'oportunitat de gaudir d'un producte de proximitat per aquesta causa.

La Garrotxa, la comarca en la qual centro el projecte, gaudeix del privilegi de ser una terra plena de productes autòctons i de comptar amb una gastronomia pròpia. **Com cal** vol ser una eina o un mitjà per a la comunicació entre proveïdors i establiments locals. L'aplicació crea una xarxa amb l'objectiu de donar a conèixer productes de proximitat i negocis de la zona, ampliant el ventall de possibilitats. El projecte passa per diversos punts d'estudi, creació de *branding*, disseny web i d'una aplicació.

El resultat és un disseny interactiu, orgànic i atractiu, ajuda a modernitzar els costums de compravenda i facilita l'entrada al món digital a través d'una app. La marca **Com cal** defineix els valors del territori, defensa el comerç local i ajuda a promoure el seu producte. També es pot veure com funciona la proposta gràcies a un procés de promoció de la marca.



# ROC FÀBREGA

## KAOS work in progress

KAOS, sostenibilitat, integració, skate, Olot

**KAOS** vol oferir l'oportunitat a joves i adolescents de sentir-se part d'un col·lectiu, involucrar-se en la vida sociocultural de la ciutat i fer noves amistats. Alhora també es vol donar l'oportunitat d'aprendre els valors socials que es desprenen de l'*skate* mitjançant tallers i activitats esportives, de lleure i culturals.

Aquest projecte vol donar a conèixer **KAOS**, perquè aquest pugui ajudar i contribuir a la millora social de la població. No es pretén només inserir la població en risc d'exclusió social i crear una organització exclusiva per a ells, sinó que també es tracta d'integració. Els diferents estrats de la societat han de poder conèixer els uns amb els altres.

A través del tractament gràfic de marca aplicada a diversos suports, siguin físics o digitals, es vol conscienciar la població d'aquest deure que tenim i promocionar l'*skate* com a eina per fer-ho possible, inculcant als joves valors de companyonia, respecte i sostenibilitat.



# EDUARDO FERNÁNDEZ

## FanYu

Talent, autoconeixement, motivació, guia, web

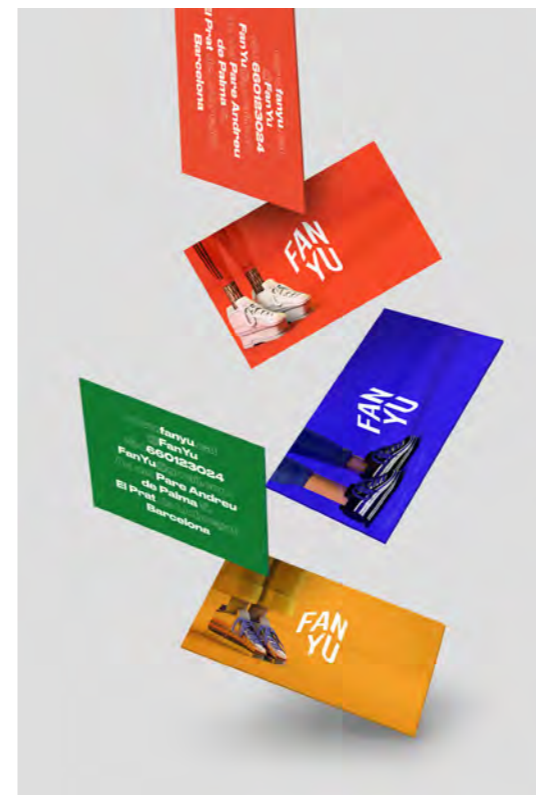
Com podem motivar els estudiants a no abandonar els estudis?

Aquest projecte és la mostra del procés realitzat per trobar una resposta a aquesta pregunta. La proposta neix de la preocupació per l'elevada taxa d'abandonament escolar a Espanya i té un objectiu clar: motivar els estudiants ajudant-los a descobrir el seu talent.

**FanYu** sorgeix com a resultat d'un procés d'investigació i es constitueix com una empresa que imparteix l'assignatura optativa als instituts d'educació secundària, amb un funcionament únic. La proposta ofereix una àmplia varietat d'activitats que exploren tot tipus de temes, des del dibuix o el disseny de videojocs fins a la pesca o la robòtica. En cas que alguna de les activitats cridi l'atenció a l'alumne, aquest té la possibilitat d'apuntar-se al centre físic **FanYu**, un espai on es realitzen totes les activitats després de l'escola.

S'ha creat una pàgina web on es mostren gràficament tots els cursos i amb l'opció de registrar-s'hi. Alhora, compta amb *Fan Sessions*, una secció en la qual es poden veure conferències d'estudiants –tant actuals com anteriors– que expliquen les seves experiències personals en la recerca de les seves passions.

Tant el lloc web com la imatge corporativa general de **FanYu** estan marcats per la il·lustració i l'animació 3D, que contribueix a donar-li un aspecte innovador i atractiu per als joves d'avui. També s'ha creat un *Brandbook* per al bon ús d'aquesta gràfica, on s'hi troben una sèrie d'instruccions que asseguraran l'assoliment d'una imatge homogènia i fàcilment identificable.





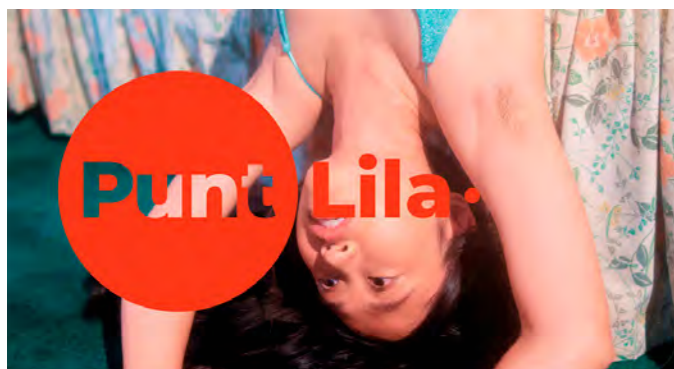
# PAULA FORCADELL

## Punt lila: reformulació del servei

*Feminisme, igualtat, masclisme, visibilització, conscienciació*

Aquest treball presenta una proposta de millora del servei **Punt lila**. El projecte es concretaria en la unificació del servei actual a partir de la creació d'una associació i del disseny d'una imatge corporativa, així com l'ampliació dels seus objectius i procediments i dels seus usuaris, ja que va dirigit a ambdós gèneres. El que es vol aconseguir és reduir les creences i els actes masclistes i per tant les seves conseqüències. L'associació oferiria xerrades i un servei informatiu, educatiu i d'assessorament a les possibles víctimes en esdeveniments festius.

Per poder dur a terme el projecte es va realitzar una recerca sobre diversos temes que envolten el moviment feminista, una investigació sobre els mitjans de comunicació actuals i una cerca de referents conceptuals i formals.



# ALBERT GÓMEZ

## Futur.cat

*Infants adults, immigrants, menors no acompanyats, estigmatització, MENA, campanya de conscienciació*

Ser superheroi, doctor o cantant són somnis força habituals en els infants, però hi ha nens i nenes que malauradament en tenen d'altres més bàsics, com ser cuidat, acceptat, viure tranquil i en pau. Aquests somnis essencials són els dels menors estrangers no acompanyats, un col·lectiu conegut popularment amb les sigles MENA, que la societat ha estigmatitzat.

Com s'entén que en una societat tan plural com la nostra es creïn estigmes constantment, s'etiquetin aquests col·lectius amb sigles sense mirar més enllà, es creï un mur social, visible per alguns i invisible per altres? De fet, aquest mur social no és l'únic que aquest col·lectiu ha de superar, ja que en el camí cap al #FuturDigne han de superar moltes barreres físiques, amb l'objectiu de fugir de la seva dura realitat.

Per lluitar contra aquesta estigmatització i visualitzar la realitat, neix aquesta campanya de comunicació, sota el nom de **Futur.cat**, que defensa que són infants en perill i no infants perillosos.



# STEFANIA MATIJASEVIC

## Kahoa chocolate

*Igualtat, dona, educació, xocolata, cacau*

Uns 50 milions de persones al món depenen de la producció de cacau, en la qual les dones realitzen aproximadament entre el 40 i 70% de la feina a les cadenes de producció i reben un salari molt inferior al dels homes, si és que en reben algun.

El sexisme als camps de cacau exclou les dones de la presa de decisions, de la propietat de la terra i de l'etapa més important: vendre el cultiu. Legalment sense terres –i per tant, no considerades «grangeres»– la capacitat de les dones per unir-se a les cooperatives, rebre formació, accedir a finançament i millorar les seves vides és molt limitada.

L'objectiu del projecte **Kahoa chocolate** és donar visibilitat a la desigualtat i discriminació que viuen les dones que es troben en aquesta situació, mitjançant una sèrie de productes de xocolata, que serviran com a canal per denunciar aquesta realitat. Es pretén que el consumidor reflexioni sobre el producte que està adquirint, no només sobre la seva qualitat sinó també sobre el seu origen i circumstàncies en què es produeix.



# ÓSCAR MOLERO

## Tinc emocions amagades

*TEA (trastorn de l'espectre autista), habilitats socials, emocions bàsiques, llibre interactiu, recurs pedagògic*

Avui en dia, tot i que s'està treballant per aconseguir una societat inclusiva, encara no hi ha prou consciència de les barreres que es troben els infants amb TEA (trastorn de l'espectre autista) en els seus primers contactes comunicatius socials, que són aquells que es realitzen a l'inici de l'escola bressol. Tenir accés a materials que s'adaptin a les necessitats d'aquests infants i que facilitin el reconeixement d'emocions i l'adquisició d'habilitats socials, seria una de les claus de la seva integració social.

El projecte **Tinc emocions amagades** pretén crear una publicació editorial interactiva i atractiva, adaptada a les necessitats d'un nen de 2 anys amb TEA, que l'ajudi a facilitar la identificació de les emocions bàsiques pròpies i dels altres, a través del joc. El propòsit d'aquest treball ve motivat per aquesta mancança, que troben famílies i professionals d'educació infantil, d'un material que s'adapti a les necessitats dels infants de 0 a 3 anys amb TEA.



# SARA MOLINA

## El dolor no és la nostra naturalesa

*Campanya, sensibilitzar, menstruació, dolor, endometriosis*

Com donar visibilitat a un dolor invisible?

L'endometriosis és una malaltia que afecta 1 de cada 10 dones, cosa que equival a 2 milions de dones diagnosticades només a l'Estat espanyol, sense comptar les dones que no saben que la pateixen. El fet que es triga una mitjana de vuit anys a diagnosticar-la agreuja la malaltia. La normalització del dolor menstrual és un fet que sovint està provocat pels tabús existents en la salut femenina i la manca d'informació. Però no és una malaltia que només afecta les dones, sinó que pertoca a la societat fer que aquesta malaltia es conegui i es consideri com a tal.

El principal objectiu d'aquesta campanya publicitària és donar visibilitat al dolor de l'endometriosis, representar el dolor o les sensacions que experimenten les afectades. És un dolor que costa molt d'entendre per part del seu entorn més proper i de la societat en general. Amb aquesta campanya es pretén reduir el retard del seu diagnòstic i també sensibilitzar sobre aquesta malaltia a través de la difusió de continguts i de facilitar informació.

La campanya **El dolor no és la nostra naturalesa** planteja diferents elements de comunicació, tant impresos com digitals, amb l'objectiu de proporcionar informació amb un to pròxim i donar valor al testimoni de les dones que pateixen aquesta malaltia.



# GISELA NEIRA

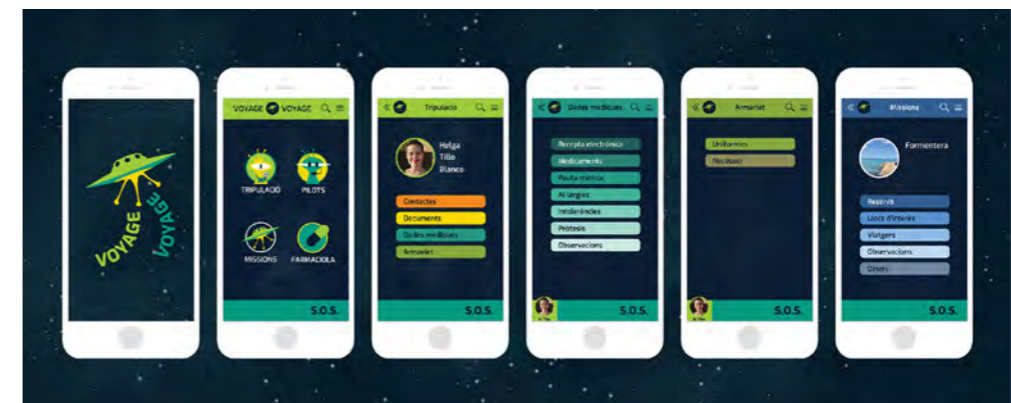
## Voyage, voyage i a gaudir

*Aplicació, viatge, documentació, maleta, medicaments*

El projecte pren forma d'aplicació per a dispositius mòbils i està enfocat a persones educadores de gent amb discapacitat intel·lectual. És una eina que ajuda a gestionar la preparació d'un viatge de manera pràctica, ràpida, visual i responsable.

L'aplicació té quatre parts diferenciades:

- **TRIPULACIÓ.** Hi trobem totes les dades de les persones amb discapacitat intel·lectual: contactes, documents, dades mèdiques, pròtesis, roba, productes d'higiene, etc.
- **PILOTS.** Espai que conté les dades dels educadors de l'entitat.
- **MISSIONS.** És l'àrea on creem els viatges, hi afegim els pilots, els tripulants i els elements que s'enduran a cada viatge.
- **FARMACIOLA.** Espai on es pot veure, per dia i àpat i també per a viatge, els tripulants que prenen medicació.



# MARC PEDRÓS

## Rosadefoc, elegància & revolta

*Roba, elegància, reivindicació, ètica, sostenibilitat*

Des de l'aparició del moviment *punk*, la roba també s'ha utilitzat per fer crítica social i reivindicar diferents causes. Els seus dissenys però, han estat molt recurrents, no han evolucionat amb el temps i s'han estancat molt en un receptor sovint juvenil i alternatiu.

Les grans marques de roba empenen mètodes poc ètics per a la confecció dels seus productes: deslocalitzacions d'empreses, règims de semiesclavatge i poca cura del medi ambient formen part de la seva praxi habitual. El context sociopolític actual amenaça drets fonamentals i té reminiscències d'altres temps que es creien enterrats.

**Rosadefoc, elegància & revolta** vol crear un nou concepte de roba –amb la defensa dels drets humans i la justícia social com a leitmotiv– que permeti traspasar el seu públic habitual a través de la subtilitat i l'estètica. Es tracta d'una roba que es pot utilitzar en contextos formals i informals, dotada del valor afegit del disseny, des de la seva gràfica fins a tot el seu procés d'elaboració, per tal que sigui ètic, sostenible i proper.



# JÚLIA REINA

## Solitud, set vides sense llar

*Fred, llar, exclusió, labilitat emocional, resiliència*

Aquest projecte pretén donar visibilitat a un col·lectiu molt present i, a la vegada, molt marginat de la nostra societat: la gent sense llar. Quantes vegades ens topem, en el nostre dia a dia, amb algú que es troba en aquesta situació? I, en aquestes ocasions, quantes vegades passem de llarg i convertim aquestes persones en quelcom inexistent?

Amb la creació d'un llibre, que també comptarà amb un seguit de postals que convidin el lector a participar activament, desitgem donar visibilitat a aquest grup fent arribar a la resta de la població la situació de pobresa extrema en què es troba tanta gent. Aquest producte, compost per fotografies, il·lustracions i textos de l'autora, amb declaracions reals de testimonis que han viscut o que viuen al carrer, mostrarà la rudesia que representa aquest estil de vida i com n'és de dura la solitud tot i estar envoltat de tanta gent.

L'objectiu del projecte **Solitud, set vides sense llar** és fer un crit d'ajuda per tal de sensibilitzar i aconseguir que el lector mostri empatia amb les persones afectades i que es decideixi així a actuar davant la problemàtica.



# MARTA SANTO TOMÁS

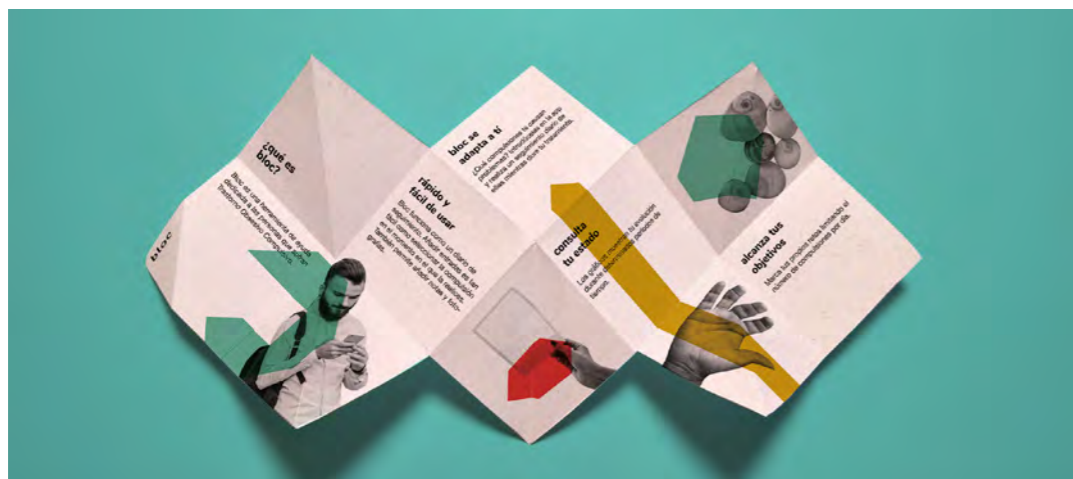
## Bloc

*TOC, aplicació, compulsió, seguiment, obsessió*

**Bloc** és un projecte dirigit a les persones amb Trastorn Obsessiu Compulsiu (TOC). Parteix de les dificultats o manca de recursos que existeixen a l'hora de realitzar un seguiment del progrés d'una persona amb TOC durant el seu dia a dia. Actualment, existeixen ja alguns mètodes com ara escriure un diari, però de vegades aquests presenten algunes limitacions o incompatibilitats amb l'usuari.

Partint d'aquest punt, es decideix desenvolupar una aplicació amb la finalitat de digitalitzar aquest seguiment i buscar una solució als problemes presentats. L'aplicació és desenvolupa amb l'objectiu de poder introduir informació al llarg del dia de forma fàcil i ràpida, així com també mostrar el progrés de l'usuari d'una forma visual.

**Bloc** compta amb altres atributs d'utilitat com la funció de marcar-se límits, funció especialment útil si l'usuari està en tractament. Paral·lelament a l'aplicació, el projecte també proposa un element físic (desplegable) amb l'objectiu de donar a conèixer **Bloc** a l'usuari.



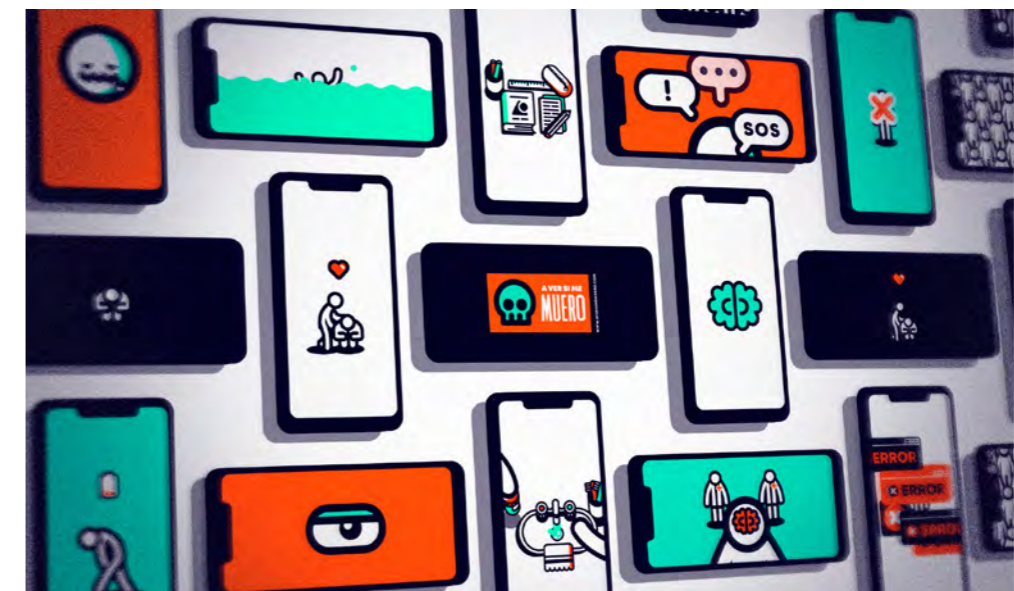
# VÍCTOR VALIENTE

## A ver si me muero

*Salut mental, suïcidi, joves, generació Z, xarxes socials*

És curiós que puguem ser capaços d'acceptar que algú es vulgui morir i que, fins i tot, ens pugui arribar a fer gràcia. A vegades, es fan comentaris graciosos sobre el sofriment propi i es comparteixen a Internet com si res. Es parla molt poc de la salut mental i és normal, ja que és un tema difícil, però no per això s'ha d'evitar.

**A ver si me muero** és una campanya de conscienciació que pretén cobrir aquest buit. A través dels nous canals comunicatius i aprofitant el llenguatge visual, còmic i satíric de la Generació Z, aquesta campanya tracta la salut mental i el suïcidi mitjançant l'ús del disseny gràfic i el *Motion Design*. Es tracta d'una campanya molt enfocada a mitjans digitals en què la informació es consumeix de manera ràpida i concisa. Una campanya que parla del suïcidi juvenil, que ja toca.



# NINA VALLE

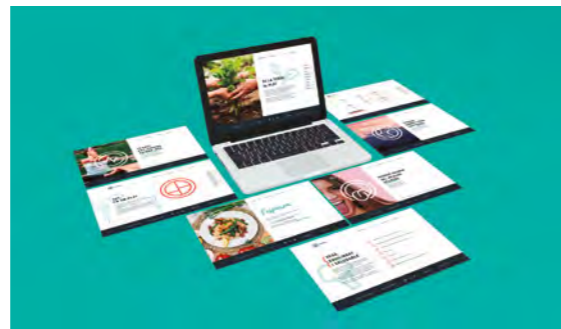
## Milfulles

Veganisme, sostenibilitat, restaurant, identitat corporativa

**Milfulles** és un projecte d'identitat corporativa per a un restaurant vegà. El veganisme creix a escala global i també ho fa la seva oferta. Malgrat tot, a Osona no hi ha cap restaurant dedicat expressament a aquest tipus de cuina. Es tracta d'una cuina que ajuda a ser conscient del que es menja i de com repercuteix l'alimentació al nostre cos, als animals, a la societat i al planeta.

L'objectiu és obrir les portes del veganisme a la població osonenca, que conviu en primera persona amb la sobreexplotació animal i els problemes que comporta. D'una manera positiva i empírica, es pretén mostrar que fer un àpat vegà equilibrat és senzill i aporta molts beneficis.

El disseny corporatiu pretén reflectir tant el vessant estricte del veganisme, que requereix força de voluntat i organització, com aquell més despreocupat i vinculat a la naturalesa, orientant-se a un públic jove i inquiet. Aquest dualisme es plasma en el contrast entre formes geomètriques i orgàniques, així com colors freds i càlids.



# DAVID VELASCO

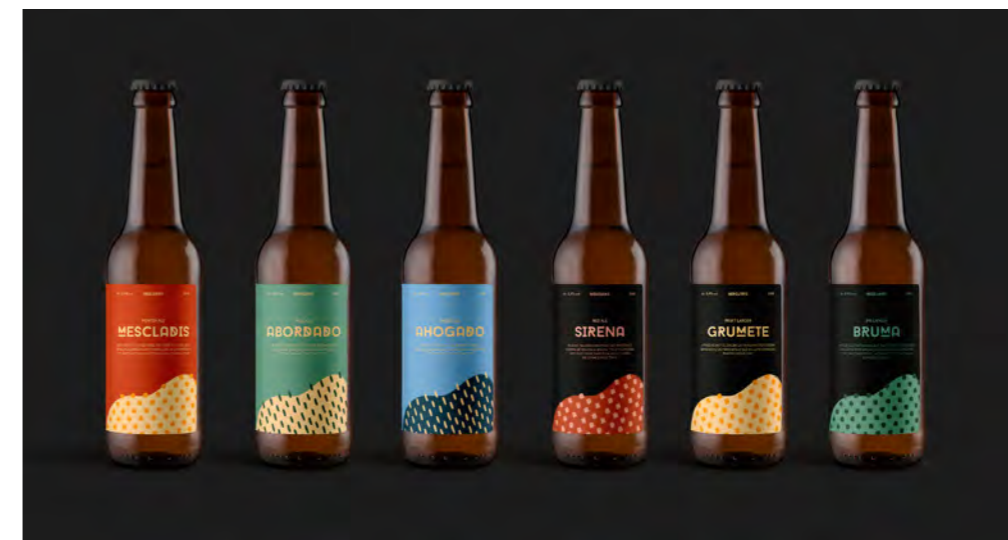
## Mescladís

Mescladís, migració, empatia, respecte

Segons dades d'ACNUR, cada dia 37.000 persones es veuen forçades a fugir de les seves llars a causa de conflictes i persecucions polítiques, ideològiques i de gènere. Molts dels que aconsegueixen arribar a les ciutats refugi, es troben amb persones que els jutgen sense saber quines són les raons per les quals han arribat al país.

Davant del desconeixement de la situació migratòria, es pretén ajudar a resoldre la desinformació que hi ha entre els habitants locals de Barcelona i pretén contribuir a millorar la convivència entre les diferents cultures als barris de la ciutat. Això s'ha fet millorant la seva identitat i creant un diari que permet difondre informació contrastada sobre quina és la situació migratòria actual.

**Mescladís**, una entitat barcelonina sense ànim de lucre que dona formació relativa a l'hostaleria a immigrants en perill d'exclusió social i laboral i els ofereix una oportunitat per entrar al món laboral, és qui ha donat veu al projecte.





**Jo vull  
crear espais  
per compartir**

**Disseny  
Interiors**

# ANNA BLANCAFORT

## Puntos invisibles

*Cocreació, experimentació, validació, emoció, diversitat visual*

**Puntos invisibles** és un projecte centrat en el disseny i, per tant, focalitzat en la societat. Es proposa crear un espai de cocreació per a dissenyadors, persones amb diversitat visual i projectes. D'aquesta manera, s'ha creat una tipologia d'espai d'interacció, experimentació i validació de projectes des de l'emoció, que doni valor als sentits i a l'experiència sensitiva de les persones amb poca o sense visió.

És un projecte que es planteja des del punt de vista de dissenyadora i usuària de la societat actual. S'observen les problemàtiques socials, s'entén el disseny com una necessitat i es reconeix que existeixen altres tipus de capacitats de percebre que no són a través de la visió.

La societat necessita noves experiències i el disseny ens ha d'emocionar. Allò essencial és invisible als ulls i, actualment, la part visual abasta el 95 %.



# CLÀUDIA CODINA

## NUA

*Crear, interactuar, conscienciar, ensenyar, art*

**NUA** és una nova proposta de pastisseria, en la qual la interacció entre treballadors i clients esdevé protagonista, ja que l'obrador es converteix en l'expositor mateix.

Aquest projecte, d'una banda, aporta a la societat una oportunitat de realitzar tallers per ajudar les persones que tenen problemes com ara la depressió i conscienciar-les sobre la bona pastisseria tradicional envers la industrial. I, de l'altra, dona un servei de cafeteria que permet als clients de prendre els productes *in-situ*.

La proposta també vol canviar el concepte de pastisseria que la gent coneix, en la qual l'obrador es troba al fons del local, completament fora de la vista, o bé només amb una petita part visible, cosa que fa que els clients puguin desconfiar pel fet de no veure amb els seus propis ulls com, quan i de quina manera s'elabora el producte.

**NUA** és partidària de portar l'obrador –que les pastisseries normalment amaguen– al davant de tot i convertir-lo en un mitjà de comunicació entre l'exterior i interior.





# MARIA GARCIA

## Els arenys

*Rehabilitació, agricultura, producció, comerç, km 0*

El projecte **Els arenys** aposta per dissenyar la rehabilitació d'un edifici antic que ha quedat obsolet i donar-li una nova vida que concordi amb el territori.

Es presenta en un espai on l'usuari interactuï d'una manera propera amb la producció agrícola km 0 i de temporada amb la finalitat de recuperar i establir una connexió amb el camp i la natura, assolir la instauració d'un comerç just i una vida alimentària saludable.

L'objectiu del projecte és materialitzar el funcionament verídic del procés de producció agrícola, per tal de mostrar a l'usuari com arriba el producte directe del camp fins a les seves mans.



# MIREIA MARTORELL

## Bell&Co

*Comunitat, coliving, coworking, despoblació juvenil*

**Bell&Co** és un projecte amb un objectiu molt clar: acabar amb la despoblació juvenil que pateix Bellvís, un petit poble de Lleida. Es proposa crear un espai que solucioni aquesta problemàtica i que, a més, ajudi als joves emprenedors residents en aquesta població a realitzar la seva activitat econòmica.

Així doncs, **Bell&Co** és un espai de *coliving* dissenyat amb l'objectiu de potenciar la vida en comunitat i el creixement entre habitants. Alternant zones privades amb zones comunitàries i amb una capacitat per a vuit joves incorpora en els seus espais comunitaris diferents zones de *coworking* per tal que els joves *freelance* duguin a terme els seus projectes.

Gràcies a un disseny actual, atractiu i juvenil s'aconsegueix crear aquest espai únic de convivència que potenciarà l'intercanvi de coneixements i experiències entre els joves residents.



# MARIA MONSENY

## L'atradicional. Centre de creació compartida

*Disseny universal, cocreació, SQM, bioconstrucció, tradició*

Les festes locals i la cultura popular són tan perpetradores com generadores de pensament.

El moviment associatiu balaguerí havia estat l'impulsor i organitzador de les diferents representacions de la seva cultura popular fins que, a causa del canvi de dinàmiques socioculturals i altres factors adversos, la Paeria en va agafar la responsabilitat. Ara, l'organització i la preservació del calendari cultural popular ha quedat íntegrament a les seves mans. Aquestes representacions –amb tanta càrrega simbòlica i discursiva– s'executen seguint discursos originats fa decennis i s'ha perdut l'oportunitat pedagògica i de millora social que pot arribar a provocar si es treballen des d'altres enfocaments més participatius i inclusius.

**L'atradicional** és un projecte que vol crear un entorn que afavoreixi la revisió de la tradició i el redisseny de les seves representacions des dels mateixos paràmetres que es pensen indispensables en tot allò que sorgeixi en aquest espai: inclusivitat, sostenibilitat, territori i molt de respecte.



# SARA NICOLAU

## Habitar

*Habitatge cooperatiu, transició, sostenibilitat, emancipació juvenil, comunitat, flexibilitat*

**Habitar** és un projecte residencial situat al municipi de Castellbisbal. Està adreçat a joves que volen emancipar-se. Parteix de la recuperació i la rehabilitació d'un edifici plurifamiliar aïllat que no va arribar a acabar-se.

Actualment l'edifici està en desús a causa de l'anterior crisi financera i es rehabilitarà per crear petits habitatges per a joves que actualment no poden accedir a un lloguer tradicional. Així, doncs, l'objectiu és poder cobrir la demanda actual que hi ha al municipi proposant aquests habitatges de transició ja equipats, ideats per a una estada breu d'entre tres i quatre anys amb unes dotacions de qualitat, de fàcil manteniment, amb durabilitat, confortabilitat, sota uns criteris de sostenibilitat i eficiència energètica.

Es tracta d'un edifici amb habitatges privats, amb centralització de les seves instal·lacions, espais comunitaris amb diferents serveis i instal·lacions per aconseguir que sigui com més econòmic millor. S'hi estableixen uns espais comunitaris que serveixin de transició entre els espais públics i privats, entre l'interior i l'exterior, per tal d'aconseguir-ne una major integració. Un espai plantejat de manera que els veïns interaccionin entre ells i pensat perquè s'autogestioni.

El projecte té com a objectiu principal garantir el dret d'accés a un habitatge digne, però també la idea de trencar amb el concepte de l'edifici d'habitatges tradicional.



# CARLA ROVIRA

## SAFE

*Referent, seguretat, llibertat, inclusió, dones, LGBTI*

El projecte consisteix en la creació d'un espai de referència dirigit a les dones i al col·lectiu LGBTI. **Safe** és un espai lliure d'agressions, situat a la comarca d'Osona, en el qual hi ha llibertat, on pots acudir en cas de trobar-te perduda, on pots anar a demanar ajuda i ésser escoltada. Aquest espai són les orelles que t'escoltaran, els ulls que et veuran, els braços que et recolliran i la boca que guardarà els teus secrets.

**Safe** va dirigit a totes aquelles usuàries que no es troben còmodes allà on són, que simplement s'estan descobrint o que, al contrari, s'estan adonant d'una nova realitat a les seves vides. Es tracta d'un espai referent en el qual aquestes usuàries es puguin sentir segures.

El projecte contempla la diversitat d'usuàries com a futures ocupants de l'espai. Serà un espai adreçat a dos grups de persones molt concretes i que mai exclourà a ningú. **Safe** pretén trencar la barrera existent amb aquest tabú, fer-ne una crítica social i qüestionar-ne alhora la seva existència.



# ANDREA SUEIRO

## Can Molins

*Diàleg, simbiosi, innovació, originalitat, redefinició*

**Can Molins** és una masia situada a Sant Climent del Llobregat, a la comarca del Baix Llobregat. Es tracta d'un edifici del segle XVIII en desús en el qual s'introduirà un nou concepte: la simbiosi d'un refugi animal amb una casa de colònies. Aquesta idea sorgeix de dues necessitats de millora social: l'abandonament d'animals i la falta de conscienciació ciutadana envers aquesta situació. Dos problemes que es poden resoldre amb una sola acció, la creació del projecte **Can Molins**.

Tota l'acció es desenvolupa en les dues plantes de l'edifici. A la planta principal hi ha l'*Espai Blanc*, un espai destinat a les zones habitualment comunes d'una casa de colònies: sala de tallers, la cuina, el menjador i els lavabos. En aquesta planta s'hi trobaran els gats. A l'altra planta, l'*Espai Refugi*, s'hi realitzaran les activitats amb els gossos i hi haurà el seu refugi; per tant, serà un espai d'interacció amb els animals.

D'altra banda, en aquesta masia es crearà un diàleg entre allò antic i allò nou i els materials originals de la masia conviuran amb estructures noves de metall.



# GEMMA TAPIAS

## El Brot

*Cooperativa, economia circular, comerç de proximitat, ecofriendly, torrent històric*

**El Brot** és una cooperativa del barri d'Horta basada en l'economia circular de l'aliment. A Horta, un indret amb un passat agrícola no gaire llunyà, hi havia molts torrents i rieres. Prop del nostre espai s'hi troba part del traçat de l'antic Torrent de la Carabassa, actualment en desús i abandonat. **El Brot** proposa la seva recuperació com a element singular històric i té la intenció de donar-li una funcionalitat.

**El Brot** vol promoure i incloure el barri en l'economia circular de l'aliment, que té com a objectiu fonamental generar un *residu zero*. En aquest cas, es faria en les diferents etapes per les quals passa un aliment. **El Brot** també busca promoure els productes de proximitat, la petjada ecològica, la cura del medi ambient, la sostenibilitat i l'ètica social.

En el seu programa funcional oferirà diferents espais i serveis als usuaris, basats en cada una de les diferents etapes de l'aliment: el cultiu (hort urbà), la compra (botiga a granel), la manipulació (taller de cuina) i la consumició (bar-cafeteria).

A més a més, seguint la mateixa filosofia, la cooperativa procurarà tenir cura del medi ambient mitjançant ventilacions naturals, energies renovables, reutilització de les aigües grises i pluvials, i compostatge dels residus orgànics.

En definitiva, **El Brot** pretén ser un referent dins del barri, que col·labori amb les diferents associacions, escoles, empreses i entitats, per ajudar a estendre i fer participis els usuaris d'aquesta filosofia. D'aquesta manera, anar tots plegats cap a un món una mica més ecològic i sostenible, tan necessari i urgent avui en dia.



# CLARA TORRELLES

## Refugi temporal

*Temporalitat, rehabilitació, materials naturals, Km 0, sostenibilitat, ecoeficència, biointeriorisme, conservació, espai integrador, disseny social*

**Refugi temporal** és un alberg per a temporers, treballadors que cada any en l'època d'estiu arriben a les terres de Lleida per treballar a la recol·lecció de la fruita dolça dels camps. L'alberg es troba a la població de Vilanova del Segrià, un poble on hi ha moltes terres de cultiu, tant de fruita dolça com de cereals.

Aquest projecte proposa la creació d'un espai per resoldre la problemàtica de manca d'habitatge per als treballadors temporers. L'objectiu principal és crear un espai econòmic, de fàcil execució, de proximitat i amb les condicions dignes que es mereixen. Per aquest motiu es crea un interiorisme amb materials recuperats, reciclats i de quilòmetre zero per reduir despeses de mobilitat i aportar un benefici econòmic als productors de la zona.





**Jo vull  
transformar  
les idees  
en objectes**

**Disseny**  
Producte

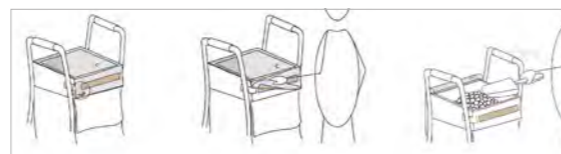
# ONA BOSCH

## Cau de terra

Sac de graneria, mobiliari de retail, autoservei, emmagatzematge

**Cau de terra** és un projecte de mobiliari de *retail* destinat a l'emmagatzematge, conservació i servei –exposició i venda– de sacs de graneries. Actualment, la gran majoria dels sistemes de compra no són sostenibles, ja que produeixen grans masses de residus innecessaris i perjudicials per al planeta. El sector d'intervenció és el de l'alimentació sostenible.

S'ha treballat per fomentar, facilitar i millorar la venda a granel. Els principals beneficis d'aquest disseny són, en primer lloc, la millora del confort de les persones treballadores i l'economia del seu temps. També, la comoditat dels consumidors de productes a granel. És un producte que es pot transportar. Es tracta d'una peça de disseny flexible i adaptable a les necessitats i requeriments del comerç. La higiene curiosa és un punt remarcable de **Cau de terra**, i més en els temps que estem vivint. Aquest objecte permet una neteja de l'espai fàcil i eficaç, a més d'evitar el contacte de partícules de l'ambient amb el contingut del sac.



# CARLA GIMENO

## Re-creations

Rehabilitació, joguina inclusiva, discapacitat motora infantil, Design For All

Molts infants entre 3 i 5 anys pateixen diversitats funcionals i es veuen obligats a realitzar exercicis de rehabilitació física que resulten repetitius, monòtons i feixucs. Són exercicis que no tenen en compte que la principal eina de creixement en aquesta edat és el joc.

L'objectiu de **Re-creations** és fusionar aquests dos conceptes en un joc que amenitzi la rehabilitació manual dels infants. Al mateix temps, va dirigit a tots aquells que vulguin divertir-se jugant i, alhora, desenvolupar les habilitats motores de manera que esdevinguin un producte de *Design For All*.

La metodologia que s'ha fet servir per arribar als resultats ha estat principalment l'assistència a un seguit de sessions de rehabilitació física, entrevistes a una fisioterapeuta d'estimulació precoç i una gran recerca bibliogràfica. Així doncs, el projecte ha confluït en una joguina terapèutica i, a la vegada, divertida i original, que estimula la creativitat, ajuda en les habilitats motores dels seus usuaris i desenvolupa la imaginació a través del joc simbòlic. **Re-creations** és també *ecofriendly*, donades les característiques del seu material principal: el suro.



# JAUME MARTÍNEZ

## Indianes 2.0

*Indianes, estampació, eina, DIY, expositiu*

El projecte **Indianes 2.0** és una aposta per un sistema d'estampació alternatiu format per diverses peces fabricades amb impressió 3D. Aquestes s'uneixen per formar dues eines que ofereixen a l'usuari la possibilitat d'adornar superfícies llises d'una manera ràpida i atractiva, amb un gran ventall de combinacions de colors i formes, anant de la mà del corrent conegut com a DIY (*Do it yourself*).

Partint d'una llarga tradició que gira entorn de la indústria tèxtil, aquesta és una proposta que fa referència a un tipus d'estampats que al seu moment van provocar un canvi absolut en la forma de vida a Catalunya: *les indianes*.

Gràcies a la tecnologia d'impressió FDM, aquesta sèrie obre les portes a una nova tipologia d'estampats amb textures orgàniques i parcialment espontànies que, en aquest cas, han estat aplicades sobre taulers de fusta i certs tipus de perfils quadrats i corbats, mitjançant els dos corrons que la conformen.



# ROGER MONFORT

## Vine

*Set, enoturisme, maridatge, vinyes, suspensió*

**Vine** és un set creat per donar resposta a una nova experiència de cuina i maridatge, sota el nom *Entre vinyes, foc i vi*, en un entorn únic: la masia de *Can Calopa de dalt*. El set pretén crear una nova interacció entre els usuaris i el maridatge de forma autònoma i personal. La seva estructura, inspirada en el conreu de la vinya, busca integrar-se a l'entorn i alhora adquirir un caràcter formal propi.

**Vine** és un set format per vuit elements que aporten els diferents recursos necessaris per al desenvolupament del maridatge i, simultàniament, aquests esdevenen un espai on degustar-lo. Els components que formen **Vine** són mòbils i deixen estàtica únicament l'estructura. D'aquesta manera el set es pot muntar i desmuntar fàcilment quan faci falta.



# CLARA SANTOLARIA

## Segons

*Dinamitzador, assistent, optimització, gestió del temps, facilitador, interfície, dispositiu, reunions.*

**Segons** és una proposta realitzada per aconseguir que les reunions es resolguin de manera ràpida, fàcil i eficaç. El projecte proposa un sistema de dispositiu i aplicació mòbil que creen una experiència més propositiva, fent la funció d'assistent.

L'objectiu del producte és resoldre les necessitats de les empreses on els treballadors malbaraten fins a un 18 % del seu temps en reunions i també vol optimitzar el temps en conferències, assemblees i exposicions. Es tracta d'un producte innovador al mercat que proporciona avantatges econòmics i de benestar en millorar la gestió del temps.

D'una banda, el dispositiu funciona com a dinamitzador visual de la reunió, de manera que avisa quan s'acaben els punts de l'ordre del dia o bé si algú parla més del compte. Això ho fa mitjançant notificacions lumíniques que eviten interrompre el discurs com ho faria un dispositiu sonor. A més, l'aparell permet donar veu en remot a aquells qui no han pogut assistir a la reunió.

I, de l'altra, l'aplicació mòbil permet programar prèviament la reunió i els tempos, afegir els convidats i preparar les votacions del que cal decidir oferint diferents sistemes de preguntes. Durant la reunió, l'app gestiona el temps i modera les intervencions dels convidats fent parpellejar el dispositiu.

Tot això es complementa amb un historial de decisions i notes de veu emmagatzemades durant la reunió. Una altra funcionalitat afegida és la possibilitat de compartir fitxers interessants i de pujar-ne d'altres des de les aplicacions de *Google Suite*.

El dispositiu està fabricat en ABS i silicona i disposa d'una nansa per al seu fàcil transport o per poder-lo penjar. A més, la seva potent bateria fa que tingui autonomia per ser utilitzat durant més d'una hora.



# JOSEP LLUÍS TANTIÑÁ

## Fàbrica de cel·lulosa bacteriana

*Sistema (màquina), producció, ecologisme, cel·lulosa bacteriana, compostable*

*Com tornar a l'usuari final el control de la producció?*

Aquest projecte es basa en la recerca de nous sistemes de creació que donin l'oportunitat a l'usuari de crear el seu propi disseny. Es va trobar un material senzill i amb certa història; la cel·lulosa bacteriana, que es crea a partir del te. Es va investigar per conèixer el material i finalment es va idear un sistema de producció.

Amb el sistema de creació de cel·lulosa bacteriana es busca ensenyar un sistema de producció amb un material sostenible amb el qual l'usuari pot adaptar i modificar les propietats del material, crear el seu propi producte a través de l'experimentació. El protagonisme d'aquest sistema és el te, material del qual s'aprofiten les seves propietats per a elaborar una bossa.

Aquest sistema està format per tres elements amb els quals es fan diversos processos del material: el cultiu, la manipulació i l'assecat. En tot moment s'intenta que el procés sigui simple i comprensible. Aquestes diferents estacions tenen diverses funcions, que s'han dissenyat a partir de les necessitats trobades en la investigació de la cel·lulosa bacteriana.

La cel·lulosa bacteriana és un material que cerca sumar-se al canvi que ha de fer la societat per ser sostenible. Aquesta màquina planteja una manera de produir un plàstic compostable, resistent i flexible. Amb aquest sistema el que busquem no és només un producte ... sinó també mostrar que un material pot ser una cosa senzilla a les mans de qualsevol.

L'alternativa que proposem és crear una producció controlada del material, on s'obtingui un bioplàstic compostable, resistent i flexible. Aquest sistema crea una alternativa al de les grans indústries amb recursos il·limitats i amb grans inversions, per passar a un sistema propi d'investigació i creació de materials.

En conclusió, Fàbrica de cel·lulosa bacteriana és un projecte en què el fet important no només és el producte final, sinó el procés de fabricació mateix i la bellesa de fer-ho.





**”  
”  
Jo vull  
vestir  
el moment**

**Disseny**  
Moda

# AÏDA ALMACELLAS

## I used to love you, now you're only 25 cents

*Kitsch, nostàlgia, infantesa, producció local, moda lenta*

Què els diries a totes aquelles coses materials que en algun moment de la teva vida van tenir un valor incalculable per tu?

Això és el que planteja *I used to love you, now you're only 25 cents*, una col·lecció de roba basada en la teoria *kitsch*, la càrrega emocional del seu imaginari i l'enyorança d'èpoques passades. Es tracta d'una col·lecció que vol crear una estreta relació entre una estètica que ens porta a la infància i que xoca amb la nostra realitat adulta.

Aquest projecte neix de la necessitat de plasmar aquest estil excèntric –i històricament mal vist– en una col·lecció necessària per a inconformistes i *outsiders*, fora dels canons socials establerts, inclusiva, acolorida, excessiva, naïf i *queer*. Tot això amb uns mètodes de producció local que volen ocupar un buit en el mercat *slow fashion*, on aquest tipus de peces no tenen una representació gaire gran.

Així, doncs, seguint les directrius del moviment «*I used to love you, now you're only 25 cents*» es pretén sobretot deixar que la gent es diverteixi vestint-se!



# EILA ALONSO

## Genesis

*Atemporal, disseny japonès, unisex, neosastreria*

Aquest projecte consisteix en la presentació de la firma *Sibèria* i la seva col·lecció **Genesis**. *Sibèria* és una firma de caire unisex, dissenyada i confeccionada a Espanya. **Genesis\*** és un començament i una inspiració, una carta de presentació d'aquesta firma.

La col·lecció extreu conceptes dels anys vuitanta, que van suposar l'inici d'una dècada important que va ser clau per a la música i la moda. El naixement de *New wave*, *Post punk*, *Synth pop*, *House*, *Acid House*, entre d'altres estils, fa dels anys vuitanta una dècada molt productiva, sobretot a Anglaterra. El país vivia una gran efervescència de nous estils musicals i moviments subculturals, malgrat que a finals dels anys setanta es trobava en una greu crisi econòmica i social.

La major inspiració de **Genesis** és l'estètica pròpia del moviment *New Romantic*, originari de Londres, que anys més tard traspassaria fronteres i arribaria fins a València i Madrid als principis de la *ruta del bacalao* i la *movida madrileña*, respectivament. A finals de la dècada dels vuitanta, també sorgeixen els primers moviments *rave* a Anglaterra i una de les seves principals festes era *Genesis*.

Aquesta col·lecció vol ser un homenatge a la música, als moviments subculturals i a les persones que els originen, les quals, davant moments difícils com poden ser els d'una crisi, són capaços de crear.

\* GÈNESI: origen o principi d'alguna cosa.



# ELISABET FORTEZA

## Arrels

*Mallorca, moda local, vestit de pagès, producte típic*

La proposta consisteix en la creació d'una col·lecció inspirada en la indumentària tradicional de Mallorca, coneguda com el vestit de pagès. La col·lecció **Arrels** va dirigida tant a un públic resident com estranger, únicament femení, de mitjana edat i un nivell adquisitiu mitjà-alt.

L'estil d'aquesta col·lecció serà atemporal, natural i senzill. S'adaptarà a les altres peces venudes a les Balears, com són les avarques, les sabates d'espart i les senalles. D'aquesta manera, es podran combinar amb qualsevol peça bàsica que trobem a l'armari.

Cal destacar que el nostre objectiu principal és donar una identitat estètica a Mallorca i, a la vegada, visibilitzar i mantenir la tradició d'aquesta terra mitjançant la moda.



# MARTA QUESADA

## The Witch Hunt

*Bruixa, càstig, abús de poder, llibertat, submissió*

**The Witch Hunt** és una col·lecció conceptual inspirada en l'obra teatral *Les Bruixes de Salem*, d'Arthur Miller. La intenció és plasmar en la col·lecció el missatge que ens transmet l'obra: l'abús de poder.

L'obra ens explica com les classes altes influeixen i manipulen els organismes governamentals del poble per aconseguir així el seu benefici propi. Es castiga el que va en contra del que està establert, del que pensa i opina diferent. Parla de coartar l'expressió i del càstig als que fugen dels cànons d'allò que ells entenen com a moralment correcte. És una clara lluita de classes socials.



# ANNA SOLÀ

## Dress up your shit

*Emergència climàtica, vestuari artístic-conceptual, conscienciació, upcycling, performance, residu tèxtil*

L'emergència climàtica és un fenomen social i global que respon clarament als efectes de l'activitat humana. Una activitat que es troba dins d'un sistema capitalista amb interessos infinits però amb recursos finits. Aquest projecte té com a objectiu principal crear un vestuari artístic-conceptual destinat a una performance que servirà d'escenari per presentar el panorama actual dels processos de producció de la indústria tèxtil, les seves conseqüències mediambientals i socials, i la necessitat d'augmentar el nivell de reciclatge al sector de la moda.

**Dress up your shit** és un projecte que pretén apropar a l'espectador la informació necessària per conscienciar-lo sobre el poder que té com a consumidor en la transformació del sistema de la moda.

Mitjançant les enquestes prèvies a l'estudi, la recerca bibliogràfica i la campanya de recollida de roba que es va organitzar per dur a terme el projecte, es va aconseguir extreure les idees i els conceptes que es volien plasmar en la performance. El repte és confeccionar peces mitjançant l'experimentació de teixits reciclats a través de l'*upcycling*, per evitar la compra de matèria primera i aprofitar el residu tèxtil.

La motivació d'aquest projecte neix de la necessitat de contribuir a la societat, l'interès a fomentar l'auto-reflexió del consumidor a través del vestuari i l'art, i la idea que pugui esdevenir una eina de transformació social, justa i ecològica.



# CARLES SOLER

## Moodify trashion

*Reutilització, sostenibilitat, zero waste, trashion, upcycling*

Ambientats en un context social consumista i un model de producció *fast fashion*—que predomina en el sector de la moda des de fa molts anys— es pretén crear un projecte de futur, d'acord amb les noves tendències mediambientals, per tal d'oferir un producte més sostenible, responsable i ètic. Les estadístiques ja revelen un augment de la demanda de moda sostenible i els pronòstics dels experts asseguren que el model de producció *slow fashion* és l'únic viable per continuar amb la lluita contra el canvi climàtic. El projecte **Moodify trashion** aprofitarà aquest augment de conscienciació mediambiental de la població i el nínxol de mercat de la moda feta a partir de materials reutilitzats, un sector encara molt poc desenvolupat.

El projecte es basa en l'aplicació de la tècnica *upcycling* per a crear una col·lecció de moda amb materials reutilitzats. Es pretén oferir un producte final que contribueixi a la cura del medi ambient, sense utilitzar matèries noves o verges per a produir-lo, i amb un resultat més sostenible. L'objectiu és conscienciar la societat, mitjançant els dissenys i les estratègies de sensibilització, del fet que hem de minimitzar el consum i allargar la durada dels materials tot el que sigui possible.

L'estètica dels dissenys serà fruit de la fusió entre tres inspiracions: el *cyberpunk*, la indumentària d'esports d'aventura o risc i la indumentària *gamer*-militar. També forma part de la inspiració i la conceptualització del projecte la imaginació de com seria el futur en els còmics de superherois dels anys noranta. En aquest tipus de còmics i també els d'estil *cyberpunk* es creava una visió d'un futur distòpic, amb moltes característiques similars a les que es volen evitar en aquest treball, com ara la contaminació, els trastorns climatològics, l'anihilació de la flora i fauna, la sobreexplotació de recursos, etc. En molts d'aquests còmics els seus protagonistes recorrien a la reutilització i reciclatge.

Amb aquest projecte es vol demostrar que una gran quantitat de materials que considerem residus es poden reutilitzar per confeccionar roba o complements i normalitzar la reutilització en el camp de la moda, fet que ja és força usual en altres sectors.



# HELENA TORRES

## The priory of the orange tree

Sèries, fantasia, adaptacions, llibres, streaming

El consum audiovisual ha augmentat considerablement i, gràcies a les plataformes de *streaming*, tant les sèries com el cinema estan a l'abast de tothom en qualsevol lloc i moment del dia. Aquest fet ha portat les productores a buscar inspiració en les obres literàries, i això ha fet que el nombre d'adaptacions que es produeixen augmenti constantment.

Al llarg d'aquest projecte, s'investiga per què cada vegada més s'adapten llibres i per què s'hi recorre a la recerca d'inspiració. A més a més, s'aprofundeix en el context actual del sector i el seu usuari, per tal d'aplicar la informació obtinguda al disseny de vestuari d'una adaptació literària, amb l'objectiu de donar-li valor mitjançant missatges ocults i utilitzant el texà com a element distintiu.

La metodologia d'investigació d'aquest projecte se centra en una recerca d'informació a través de la xarxa, una enquesta als usuaris potencials i una entrevista a un treballador del sector perquè doni el seu punt de vista del context cinematogràfic actual.



# MARIONA VADRÍ

## La princesa i la granota

Live-action, valors, contes, vestuari, Disney, pel·lícula

Els contes clàssics s'han utilitzat al llarg de la història com a instrument clau per transmetre valors a la societat de cada moment. Alguns dels clàssics dels germans Grimm, de Perrault o de Hans Christian Andersen han estat versionats centenars de vegades, ja que les societats canvien i per tant les necessitats i els valors també ho fan.

Des de fa uns anys, hem vist com la indústria cinematogràfica ha fet ús de tots aquests clàssics –siguin contes o pel·lícules d'animació– realitzant una sèrie de *remakes* (o *live-action*) amb actors reals. Aquest tipus de pel·lícules ha tingut una rebuda molt bona per part del públic i, de fet, s'ha convertit en un dels gèneres que més diners recapta a les taquilles dels cinemes.

En aquest treball es fa una investigació sobre el creixent augment dels remakes de contes clàssics i sobre la manera com han canviat aquestes noves versions, per tal d'adaptar-se i transmetre nous valors necessaris en la societat actual. Per fer-ho, s'utilitzarà la pel·lícula d'animació de Disney *The Princess and the Frog* (Tiana i la granota), i es crearà una proposta de disseny de vestuari cinematogràfic per a una possible nova versió del conte en format *live-action*. El principal objectiu, doncs, és transmetre una sèrie de valors positius a través del vestuari dels personatges i tractar problemes socials que fins ara no s'havien vist gaire reflectits en les pel·lícules d'animació infantil: temes tan importants com el feminisme, la diversitat racial, sexual, etc.



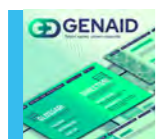
”  
”  
**Jo vull  
dissenyar  
per millorar  
la vida de les  
persones**

**Disseny**  
Gràfic

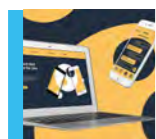
**Disseny**  
Interiors

**Disseny**  
Producte

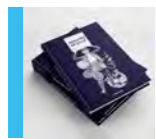
**Disseny**  
Moda



**JESÚS ALCÁZAR**  
Campus Llotja  
[GENAID](#)



**MATEU ALEMANY**  
Campus Llotja  
[AdVice](#)



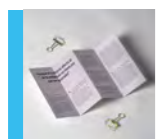
**ANDREA ALMO**  
Campus Serra i Abella  
[Feminisme de carrer](#)



**JOANA AMORÓS**  
Campus Vic  
[Aura](#)



**CARLA BIGAS**  
Campus Olot  
[Parla'm](#)



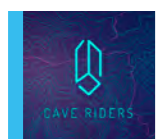
**FLORENTINA STEFANIA BUCIU**  
Campus Serra i Abella  
[La disfèmia no és el problema!](#)



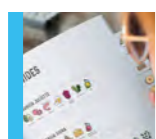
**VÍCTOR CABELLO**  
Campus Llotja  
[Dixi](#)



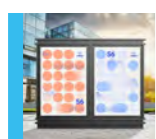
**RAFEL CALVET**  
Campus Ondara  
[Segre Mitjà TRAILS](#)



**ALBA CAMPDEPADRÓS**  
Campus Serra i Abella  
[Cave Riders](#)



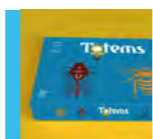
**PAULA CANTAL**  
Campus Olot  
[SAC, Sistema Adaptat de Comunicació](#)



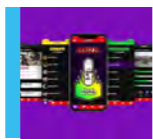
**ALEXANDRA CANTALLOPS**  
Campus Llotja  
[Vita](#)



**ADRIÁN CAÑAS**  
Campus Vic  
[Hexacromía](#)



**NÚRIA CAPEL**  
Campus Llotja  
[Tòtems](#)



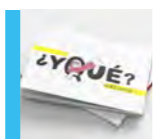
**OSCAR CARDÓ**  
Campus Vic  
[SCATE](#)



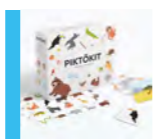
**NÚRIA CASTÁN**  
Campus Serra i Abella  
[Per tot arreu](#)



**ANDREU CASTELLS**  
Campus Llotja  
[Musoid](#)



**MERCÈ CHACÓN**  
Campus Pau Gargallo  
[¿Y qué?](#)



**MARINA COLL**  
Campus Serra i Abella  
[Piktòkit](#)



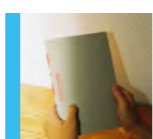
**CRISTINA CREUS**  
Campus Ondara  
[Petits traçuts](#)



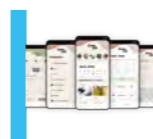
**BERTA CUBÍ**  
Campus Serra i Abella  
[Boscós i salut humana](#)



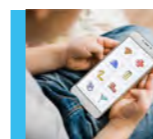
**SANDRA DE LEÓN**  
Campus Serra i Abella  
[Això no es fa, això no es diu, això no es toca!](#)



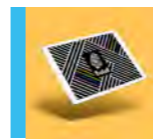
**ALEX DEL FRESNO**  
Campus Llotja  
[Font de la Pólvora](#)



**CORINA DURANTE**  
Campus Olot  
[Com cal](#)



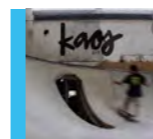
**YANA ELTSOVA**  
Campus Olot  
[Trolly](#)



**ALBA ESCOLÀ**  
Campus Ondara  
[Batall](#)



**MARTA ESTADA**  
Campus Ondara  
[Safe trip](#)



**ROC FÀBREGA**  
Campus Olot  
[Kaos, work in progress](#)



**ROGER FARRÉ**  
Campus Llotja  
[Projecte ABIDOS](#)



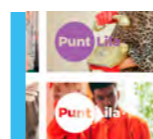
**EDUARDO FERNÁNDEZ**  
Campus Pau Gargallo  
[FanYu](#)



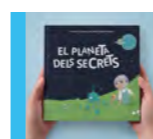
**IVETTE FERNÁNDEZ**  
Campus Pau Gargallo  
[Huntington](#)



**DIEGO FERNÁNDEZ**  
Campus Llotja  
[Debranding audiovisual Primavera Sound](#)



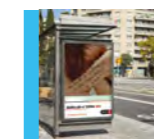
**PAULA FORCADELL**  
Campus Llotja  
[Punt Lila: reformulació del servei](#)



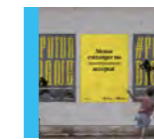
**RAÛL GIBANEL**  
Campus Serra i Abella  
[El secret en l'ASI](#)



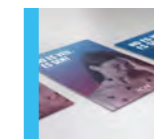
**FÉLIX GIL**  
Campus Llotja  
[Braincouch](#)



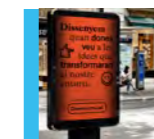
**DANIEL GIMÉNEZ**  
Campus Serra i Abella  
[A terra, no!](#)



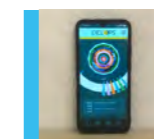
**ALBERT GÓMEZ**  
Campus Ondara  
[Futur.cat, canviem l'etiqueta](#)



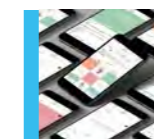
**MARTA GORCHS**  
Campus Vic  
[No es veu, es sent](#)



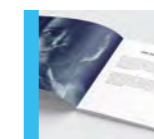
**MIQUEL GRACIA**  
Campus Ondara  
[Dissenyem.cat. Compartint el disseny gràfic](#)



**LAIA GUILLÉN**  
Campus Llotja  
[CICLOPS. Ritmes circadials](#)



**SANDRA JIMÉNEZ**  
Campus Olot  
[Reacciona](#)



**LAIA JUÁREZ**  
Campus Vic  
[Ansietat conscient](#)



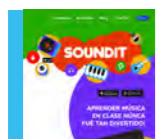
**ALEXANDRA LARA**  
Campus Ondara  
[Habla de mi](#)



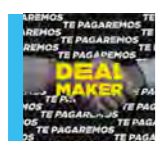
**CARLA LECHA**  
Campus Pau Gargallo  
[Tulpa](#)



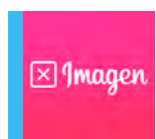
**JORDI LLOBET**  
Campus Ondara  
[Música per a tothom](#)



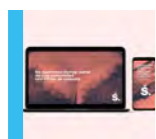
**GUILLEM LÓPEZ**  
Campus Llotja  
[Música a l'aula](#)



**SERGI MARTÍ**  
Campus Llotja  
[DealMaker](#)



**MIGUEL MARTÍN**  
Campus Serra i Abella  
[Imagen](#)



**TANIA MARTÍNEZ**  
Campus Olot  
[Sedició](#)



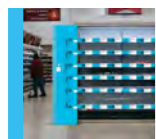
**ÁLVARO MARTÍNEZ**  
Campus Ondara  
[Origen](#)



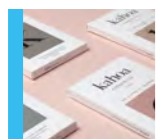
**LAURA MARTÍNEZ**  
Campus Llotja  
[Azucar](#)



**JANA MAS**  
Campus Pau Gargallo  
[Ona | SURF ADAPTAT](#)



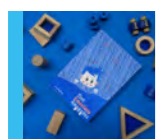
**IVETTE MATAVACAS**  
Campus Vic  
[TOC TOC. Jo toco, tu hi veus](#)



**STEFANIA MATIJASEVIC**  
Campus Serra i Abella  
[Kahoa chocolate](#)



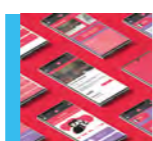
**MIREIA MIR**  
Campus Serra i Abella  
[L'illa de les emocions](#)



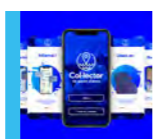
**ÓSCAR MOLERO**  
Campus Ondara  
[Tinc Emocions Amagades](#)



**SARA MOLINA**  
Campus Vic  
[El dolor no és la nostra naturalesa](#)



**LOURDES MONTALVO**  
Campus Llotja  
[Femmix](#)



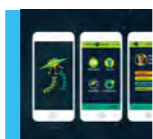
**DAVID MORESO**  
Campus Ondara  
[Col·lector](#)



**LAURA NAVARRO**  
Campus Pau Gargallo  
[Blisa, anem a comprar](#)



**JÚLIA NAVARRO**  
Campus Llotja  
[Què t'hi jugues?](#)



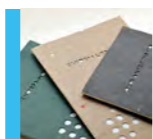
**GISELA NEIRA**  
Campus Pau Gargallo  
[VOYAGE VOYAGE i a gaudir](#)



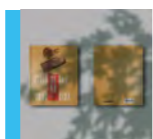
**ERIC PATRICIO**  
Campus Vic  
[Fil Conductor](#)



**MARC PEDRÓS**  
Campus Serra i Abella  
[Rosadefoc, elegància & revolta](#)



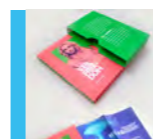
**ALBA PEIRÓ**  
Campus Serra i Abella  
[Kit de la qüestió](#)



**PAOLA PÉREZ**  
Campus Llotja  
[Diversidad no conocida](#)



**LAURA QUIJADA**  
Campus Serra i Abella  
[Jo Soc](#)



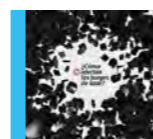
**MARIA RASHID**  
Campus Llotja  
[Veil Freedom](#)



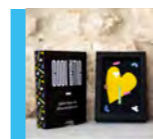
**JÚLIA REINA**  
Campus Llotja  
[Solitud, set vides sense llar](#)



**DANIEL RIVERA**  
Campus Llotja  
[What?](#)



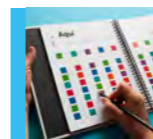
**ALBERT ROURA**  
Campus Llotja  
[¿Cómo \(te\) afectan los juegos de azar?](#)



**GINA ROVERE**  
Campus Serra i Abella  
[Codi Ètic](#)



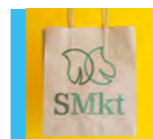
**NAHOMY VALENTINA RUEDA**  
Campus Serra i Abella  
[Esclus](#)



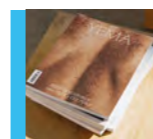
**NOÈLIA SÁNCHEZ**  
Campus Ondara  
[Savis](#)



**MARTA SANTO TOMÁS**  
Campus Llotja  
[Bloc](#)



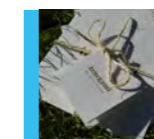
**CARLOS SELLE**  
Campus Ondara  
[Solucions de disseny gràfic per impulsar el consum responsable](#)



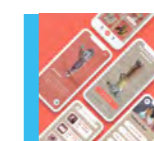
**MONTSERRAT SOLER**  
Campus Serra i Abella  
[YEMA Magazine](#)



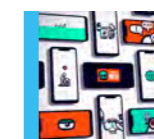
**BERTA TEMPRANO**  
Campus Pau Gargallo  
[Invisibles](#)



**BRYAN JOWIE TOLENTINO**  
Campus Serra i Abella  
[Tanegami](#)



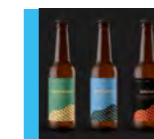
**ORIOL TRUJILLO**  
Campus Llotja  
[Basto, la guia alternativa](#)



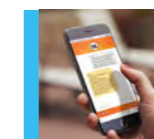
**VÍCTOR VALIENTE**  
Campus Ondara  
[A ver si me muero](#)



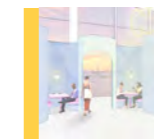
**NINA VALLE**  
Campus Vic  
[Milfulles](#)



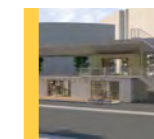
**DAVID VELASCO**  
Campus Serra i Abella  
[Mescladís](#)



**MELINA VILCA**  
Campus Olot  
[Ei! Campaña de conscienciació sobre les autolesions](#)



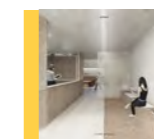
**NEREA ASENSIO**  
Campus Deià  
[CERO: Reinventant les zones d'espera](#)



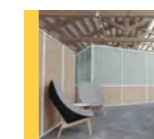
**CLÀUDIA BALLESTER**  
Campus Olot  
[ExpressArt. Centre de creació i difusió d'art i cultura local](#)



**DENIS BILOS**  
Campus Olot  
[Fem-ho!](#)

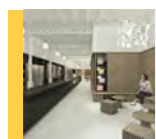


**ANNA BLANCAFORT**  
Campus Vic  
[Puntos Invisibles](#)

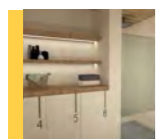


**SARA CALDERÉ**  
Campus Olot  
[Residència Fabrikart](#)





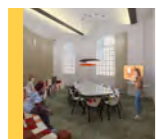
**CLÀUDIA CODINA**  
Campus Llotja  
NUA. L'art de la dolçor



**ESTER CORTADA**  
Campus Ondara  
TA-FU-CO Espai d'aprenentatge de fusteria i ebenisteria



**LÍDIA EGEA**  
Campus Llotja  
C.R.J Agorazein



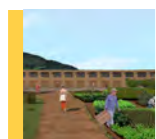
**ONA ESPINOSA**  
Campus Deià  
El Showroom d'Hangar



**YAEL NADIA FERNÁNDEZ**  
Campus Deià  
Dues taronges. Cooperativa d'alimentació i divulgació sostenible



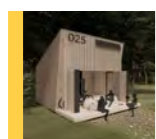
**ESTER GARCIA**  
Campus Ondara  
Agroliving. Residència d'estudiants



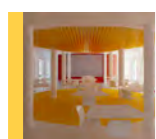
**MARIA GARCIA**  
Campus Llotja  
Els Arenys



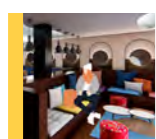
**ELENA GÓMEZ**  
Campus Deià  
Buirac. Del sastre a la personalización virtual sostenible



**ELSA HERNÁNDEZ**  
Campus Olot  
Viu la Via / Vida



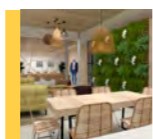
**NOELIA HILLA**  
Campus Deià  
CRASH. Centre cívic



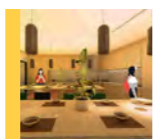
**LAURA JUST**  
Campus Deià  
Residència d'Estudiants Autoregulada: l'Habipidència



**MAITANE LÓPEZ**  
Campus Olot  
EARTH - Espai de conscienciació



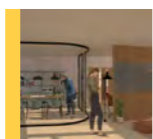
**MARÍA JOSÉ LUQUE**  
Campus Ondara  
UTOPIA. Espai alternatiu



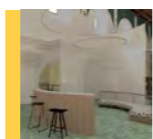
**ANNA MARTÍN**  
Campus Deià  
Perenne



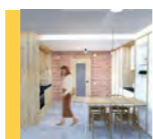
**CRISTINA MARTÍNEZ**  
Campus Ondara  
Cau de Valors



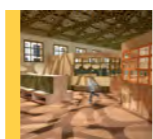
**MIREIA MARTORELL**  
Campus Ondara  
Bell&Co



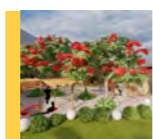
**MARIA MONSENY**  
Campus Ondara  
L'atradicional. Centre de creació compartida



**SARA NICOLAU**  
Campus Deià  
HABITAR. Habitatge de transició per a joves



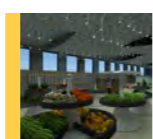
**MIREIA PASCUAL**  
Campus Llotja  
Seu per al Grup Esplai La Ganyota



**SANDRA RAMÍREZ**  
Campus Deià  
FETAC - Centre de dia



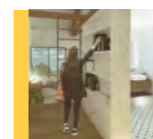
**DIKSHA RANI**  
Campus Olot  
Escola taller d'horticultura



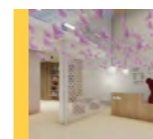
**SARA RODRÍGUEZ**  
Campus Deià  
7 ERRES. El supermercat sense plàstics



**JÚLIA ROLDÀN**  
Campus Llotja  
Memòries



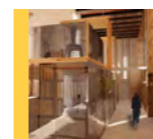
**LAURA ROSELL**  
Campus Vic  
Coteixir. Comunitat residencial utòpica



**CARLA ROVIRA**  
Campus Vic  
Safe



**MARTA RUIZ**  
Campus Deià  
Versus



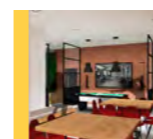
**ANDREA SUEIRO**  
Campus Llotja  
Can Molins



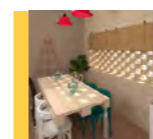
**GEMMA TAPIAS**  
Campus Llotja  
El Brot



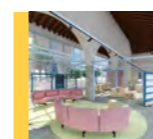
**ALEJANDRO TERUEL**  
Campus Deià  
La plaza



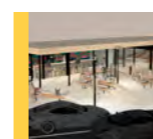
**PAU TORRAS**  
Campus Ondara  
Rec-ceR



**CLARA TORRELLES**  
Campus Ondara  
Refugi temporal



**LAIA VICIENT**  
Campus Deià  
ArTic. Centre creatiu artístic



**MANEL VINYES**  
Campus Olot  
Skate Alot



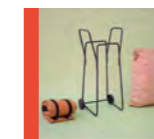
**MARYIA ZAHARANICHNAYA**  
Campus Deià  
Co-Gaming



**CARLOS JOSÉ ARREDONDO**  
Campus Llotja  
Disseny d'una làmpada a partir de fusta i metall cosit



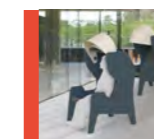
**MARC BARRANCO**  
Campus Llotja  
ElRow Cup. Eco-got interactiu per a festivals



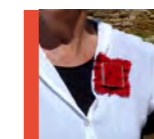
**ONA BOSCH**  
Campus Llotja  
Cau de terra



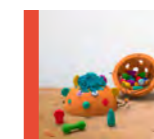
**ALBERT CASADEVALL**  
Campus Llotja  
Farm Forge



**MARINA JU CERVERA**  
Campus Llotja  
Nisk



**CLARA GARRA**  
Campus Llotja  
Emmarcant la cultura catalana



**CARLA GIMENO**  
Campus Llotja  
Re-creations



**ENRIC MARTÍNEZ**  
Campus Llotja  
karang



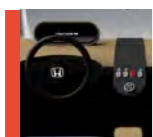
**DANIEL MARTÍNEZ**  
Campus Llotja  
Peacekeeper



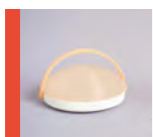
**JAUME MARTÍNEZ**  
Campus Llotja  
Indians 2.0



**ROGER MONFORT**  
Campus Llotja  
**Vine**



**MARC ROJAS**  
Campus Llotja  
**Mashboard**



**CLARA SANTOLARIA**  
Campus Llotja  
**Segons**



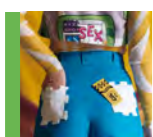
**ARNAU SANZ**  
Campus Llotja  
**Modular Camper**



**JOSEP LLUÍS TANTIÑÀ**  
Campus Llotja  
**Fàbrica de cel·lulosa bacteriana**



**TAMARA ACERO**  
Campus Llotja  
**Sold Out**



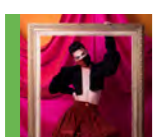
**AÍDA ALMACELLAS**  
Campus Llotja  
**I used to love you,  
now you're only 25 cents**



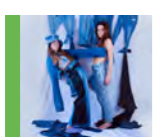
**EILA ALONSO**  
Campus Llotja  
**Genesis**



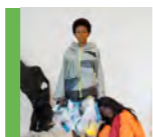
**ANNA AMILL**  
Campus Llotja  
**Kenshō**



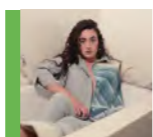
**JEAN SEBASTIAN AYALA**  
Campus Llotja  
**They**



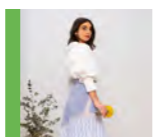
**CLÀUDIA BERNAL**  
Campus Llotja  
**Manual de reutilització  
de peces**



**ALBA CARLOS**  
Campus Llotja  
**Després de la travessa**



**BEGOÑA FERNÁNDEZ DE CASADEVANTE**  
Campus Llotja  
**Momo**



**ELISABET FORTEZA**  
Campus Llotja  
**Arrels**



**CARLOTA GAN**  
Campus Llotja  
**(A)típic**



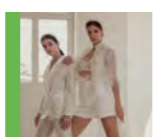
**DAFNE GARCIA**  
Campus Llotja  
**Alicia**



**BRUNO HUELVA**  
Campus Llotja  
**Voordt-JST**



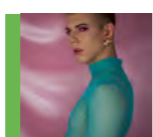
**BERTA LLUCIÀ**  
Campus Llotja  
**Ones**



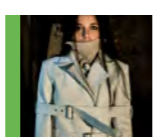
**ÁNGEL MARCO**  
Campus Llotja  
**Hanami**



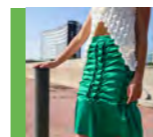
**JAVIER ORTIZ**  
Campus Llotja  
**ADIDAS by Think & Dress**



**CARLOTA PÉREZ**  
Campus Llotja  
**It can't beat my outfit**



**MARTA QUESADA**  
Campus Llotja  
**The Witch Hunt**



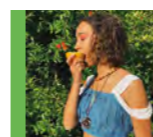
**ARMAND RODRÍGUEZ**  
Campus Llotja  
**Artesania**



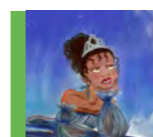
**ANNA SOLÀ**  
Campus Llotja  
**Dress up your shit**



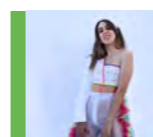
**CARLES SOLER**  
Campus Llotja  
**Moodify Trashion**



**HELENA TORRES**  
Campus Llotja  
**The priory of the orange tree**



**MARIONA VADRÍ**  
Campus Llotja  
**La princesa i la granota**



**CLARA VALVERDE**  
Campus Llotja  
**Newest working girl**

Nos complace presentar el segundo volumen del *Anuario de Trabajos Finales de Estudios TFE* del curso 2019-2020 del Título Superior de Grado en Diseño que imparte ESDAP Catalunya.

ESDAP Catalunya —Escuela Superior de Diseño y Artes Plásticas de Catalunya— fue creada en el año 2010 mediante una orden del Parlamento de Cataluña. Es una institución pública y oficial que gestiona el Título Superior de Grado en Diseño. Es un único centro multicampus distribuido por el territorio catalán.

El *Anuario* tiene un doble objetivo: por una parte, muestra las líneas temáticas de los TFE y se visualizan y documentan los proyectos que se han presentado en las diferentes especialidades que se imparten en los siete campus que la institución tiene en territorio catalán: Gráfico, Interiores, Moda, y Producto. Y por otra parte, las líneas temáticas basadas en la función que desempeña la disciplina artística del Diseño en las acciones de transformación e innovación de la sociedad contemporánea. También recoge la filosofía que, en el tramo final de los estudios, el currículum conduce al alumnado a organizar y sistematizar los conocimientos adquiridos a través de un trabajo tutorizado y defendido en un punto de encuentro académico con un tribunal único formado por profesionales y docentes.

## Traducción

6 **MATEU ALEMANY****Advice**

- *Dejar de fumar, acompañamiento, amable, plataforma.*

**Advice** es una plataforma que permite a los que quieren dejar de fumar encontrar a un compañero que les ayude a hacer el proceso más agradable y, por lo tanto, más exitoso. Se trata de una forma de desocializar el tabaco a través de consejos personales, a diferencia de las prohibiciones y mensajes negativos a los que estamos acostumbrados.

El propósito principal del proyecto es proporcionar todas las herramientas, información y todo el apoyo que el usuario necesite, para que pueda tomar la decisión final de dejar el tabaco por sí mismo. **Advice** es más que un programa, es la combinación entre una red social y una aplicación de atención sanitaria que, como resultado, se convierte en una plataforma donde compartir pensamientos, dudas y preocupaciones con un compañero que pueda ayudar al usuario a superarlo.

El planteamiento del proceso es amable, pero teniendo en cuenta un entorno adulto y de confianza. Ello permite al usuario tomar sus propias decisiones sobre cuándo avanzar, pero siguiendo las guías de la estructura adaptable del programa.

7 **ANDREA ALMO****Feminismo de calle**

- *Feminismo, sororidad, igualdad, patriarcado, machismo.*

«Un 10 % de mujeres entiende el feminismo como la búsqueda de la superioridad de la mujer respecto al hombre. ¿Cómo repercute este hecho en el movimiento feminista?»

El proyecto **Feminismo de calle** nace con el objetivo de dar visibilidad y denunciar los micromachismos cotidianos emitidos por mujeres hacia otras mujeres, con la finalidad de promover el feminismo y la sororidad. También busca concienciar a las nuevas generaciones sobre la necesidad de acabar con la opresión patriarcal para poder crear una futura sociedad ética, respetuosa e igualitaria.

El producto editorial llega al público como una recopilación de la teoría básica para conocer el mundo feminista, para que toda lectora sepa bien de qué se trata. A parte, también cuenta con testimonios y opiniones de 200 mujeres de entre 12 y 65 años que hacen visible, de primera mano, el machismo que toda mujer tiene interiorizado. Todo ello se acompaña de una gráfica reivindicativa de colores vibrantes, muchas citas conocidas y un apartado de contenido extra con algunas curiosidades. El emisor es la editorial Lunweg Editores y el receptor es el público femenino de entre 12 y 18 años, una etapa en la que pasan de ser niñas a jóvenes con voz y voto.

8 **VÍCTOR CABELLO****Dixi**

- *Lenguaje de signos catalán, comunidad sorda, aplicación, interactivo, aprendizaje.*

**Dixi** es un proyecto que busca dar respuesta al actual problema de accesibilidad del lenguaje de signos catalán (LSC) y acercar su aprendizaje a un público más amplio a través de los medios digitales.

A partir del diseño de una aplicación móvil cercana y desenfadada se quiere iniciar al usuario en el aprendizaje del lenguaje de signos catalán mediante pequeñas lecciones en video que combinan el aspecto educativo con el lúdico y, de esta forma, se crea una experiencia entretenida y fácil de asimilar. La aplicación también facilita la consulta de los signos ya aprendidos con un glosario y ofrece la posibilidad de que el usuario grabe signos que conozca y que no aparezcan en la app. Estos signos se pueden compartir con otros usuarios, formando así vínculos sociales.

Durante las pantallas de carga se muestra información interesante y útil sobre la comunidad sorda y los lenguajes de signos, que ayudan a combatir la desinformación e invisibilización que rodea a una minoría poco representada en los medios.

9 **CRISTINA CREUS****Petits traçuts**

- *Kit, escritura, caligrafía, infancia, juego, lúdico, experimental.*

Actualmente, muchos expertos y familias entienden que la escritura y el juego forman parte de una gran etapa del crecimiento cognitivo, motriz y personal del niño. A pesar de la gran cantidad de sistemas y materiales existentes para la mejora de la escritura, muchos de estos resultan dificultosos o no están adaptados a las especificidades del niño o bien se ven como una herramienta de refuerzo y no como un elemento de juego.

**Petits traçuts** es un kit que responde al reto de crear materiales y herramientas didácticas para fundamentar y enseñar la escritura y el trazo en un entorno lúdico. Su valor añadido es la creación de una jerarquía básica en la que el niño poco a poco se introducirá en la escritura gracias al juego.

Así pues, **Petits traçuts** se centra en la ideación y el diseño del sistema del *kit* con la finalidad de obtener una herramienta pedagógica pero, sobre todo, lúdica para iniciarse en la escritura.

10 **SANDRA DE LEÓN****Esto no se hace, esto no se dice, esto no se toca**

- *Crítica, convivencia, consejo, manual, social.*

El origen del proyecto nace del descontento personal y de la crítica constante a una sociedad individualista, centrada en el beneficio propio y no en la convivencia entre individuos y el respeto mutuo.

A raíz de este descontento se inicia una investigación sobre la pérdida de valores en la sociedad y de cómo estos se fomentaban en el siglo pasado con los manuales de urbanidad, un género ilustrado que ha quedado obsoleto en la actualidad. Eran unos manuales gráficos que adoctrinaban a la sociedad mediante lecciones y consejos sobre cómo comportarse en lugares y ámbitos públicos y privados, como el hogar, la familia, la escuela y el trabajo. Todos ellos basados en la moral cristiana.

El proyecto, por lo tanto, tratará de la creación de una publicación ilustrada en la que se hará referencia a situaciones que, según mi opinión, son poco correctas, con la finalidad de comunicar malas conductas sociales y ponerlas en evidencia con el objetivo de que algunas personas se sientan aludidas, lo que repercutirá en la sociedad y la convivencia.

11 **CORINA DURANTE****Com cal**

- *Producto local, la Garrotxa, aplicación, restauradores, proveedores locales, comunicación, desarrollo.*

La falta de opciones para mantener un contacto fluido entre establecimientos y proveedores o, mejor dicho, una plataforma desde donde hacerlo es una realidad. En cualquier territorio existen más proveedores locales de los que nos consta y muchos negocios pierden la oportunidad de disfrutar de un producto de proximidad por esta causa.

La Garrotxa, la comarca en la que centro el proyecto, goza del privilegio de ser una tierra llena de productos autóctonos y de contar con una gastronomía propia. **Com cal** quiere ser una herramienta o un medio para la comunicación entre proveedores y establecimientos locales. La aplicación crea una red con el objetivo de dar a conocer productos de proximidad y negocios de la zona, ampliando el abanico de posibilidades. El proyecto pasa por varios puntos de estudio, creación de *branding*, diseño web y de una aplicación.

El resultado es un diseño interactivo, orgánico y atractivo, que ayuda a modernizar las costumbres de compraventa y facilita la entrada en el mundo digital a través de una app. La marca **Com cal** define los valores del territorio, defiende el comercio local y ayuda a promover su producto. También se puede ver cómo funciona la propuesta gracias a un proceso de promoción de la marca.

12 **ROC FÀBREGA****KAOS work in progress**

- *KAOS, sostenibilidad, integración, skate, Olot.*

**KAOS** quiere ofrecer la oportunidad a jóvenes y adolescentes de sentirse parte de un colectivo, involucrarse en la vida sociocultural de la ciudad y hacer nuevas amistades. Al mismo tiempo, se quiere ofrecer la oportunidad de aprender los valores sociales que se desprenden del *skate* mediante talleres y actividades deportivas, de ocio y culturales.

Este proyecto quiere dar a conocer **KAOS**, para que este pueda ayudar y contribuir a la mejora social de la población. No solo se pretende insertar a la población en riesgo de exclusión social y crear una organización exclusiva para ellos, sino que también se trata de integración. Los diferentes estratos de la sociedad deben poder convivir unos con otros.

A través del tratamiento gráfico de marca aplicada a varios soportes, sean físicos o digitales, se quiere concienciar a la población de este deber que tenemos y promocionar el *skate* como herramienta para hacerlo posible, inculcando a los jóvenes valores de compañerismo, respeto y sostenibilidad.

**EDUARDO FERNÁNDEZ**

**FanYu**

• *Talento, autoconocimiento, motivación, guía, web.*

¿Cómo podemos motivar a los estudiantes para que no abandonen los estudios?

Este proyecto es la muestra del proceso realizado para encontrar una respuesta a esta pregunta. La propuesta nace de la preocupación por la elevada tasa de abandono escolar en España y tiene un objetivo claro: motivar a los estudiantes ayudándoles a descubrir su talento.

**FanYu** surge como resultado de un proceso de investigación y se constituye como una empresa que imparte la asignatura optativa en los institutos de educación secundaria, con un funcionamiento único. La propuesta ofrece una amplia variedad de actividades que exploran todo tipo de temas, desde el dibujo o el diseño de videojuegos hasta la pesca o la robótica. En el caso de que alguna de las actividades llame la atención del alumno, tiene la posibilidad de apuntarse al centro físico **FanYu**, un espacio donde se realizan todas las actividades después de la escuela.

Se ha creado una página web donde se muestran gráficamente todos los cursos, con la opción de registrarse en ellos. Al mismo tiempo, cuenta con *Fan Sessions*, una sección en la que pueden verse conferencias de estudiantes, tanto actuales como anteriores, que explican sus experiencias personales en la búsqueda de sus pasiones.

Tanto el sitio web como la imagen corporativa general de **FanYu** están marcados por la ilustración y la animación 3D, que contribuye a darle un aspecto innovador y atractivo para los jóvenes actuales. También se ha creado un *Brandbook* para el buen uso de esta gráfica, donde se encuentran una serie de instrucciones que asegurarán la consecución de una imagen homogénea y fácilmente identificable.

**PAULA FORCADELL**

**Punt lila: reformulació del servei**

• *Feminismo, igualdad, machismo, visibilización, concienciación.*

Este trabajo presenta una propuesta de mejora del servicio **Punt Lila**. El proyecto se concretaría en la unificación del servicio actual a partir de la creación de una asociación y del diseño de una imagen corporativa, así como la ampliación de sus objetivos, procedimientos y usuarios, ya que va dirigido a ambos géneros. Lo que se pretende conseguir es reducir las creencias y los actos machistas y, por lo tanto, sus consecuencias. La asociación ofrecería charlas y un servicio informativo, educativo y asesoramiento a las posibles víctimas en actos festivos.

Para poder llevar a cabo el proyecto se realizó un análisis de los diferentes temas en torno al movimiento feminista, una investigación sobre los medios de comunicación actuales y una búsqueda de referentes conceptuales y formales.

**ALBERT GÓMEZ**

**Futur.cat**

• *Niños adultos, inmigrantes, menores no acompañados, estigmatización, MENA y campaña de concienciación.*

Ser un superhéroe, doctor o cantante son sueños bastante habituales entre los niños, pero hay niños que por desgracia tienen sueños más básicos, como ser cuidado, aceptado, vivir tranquilo y en paz. Estos sueños esenciales son los de los menores extranjeros no acompañados, un colectivo conocido popularmente con las siglas MENA y que la sociedad ha estigmatizado.

¿Cómo se entiende que, en una sociedad tan plural como la que vivimos se creen estigmas constantemente, se etiquete a estos colectivos con siglas sin mirar más allá, se cree un muro social, visible para algunos e invisible para otros? De hecho, este muro social no es el único que este colectivo tiene que superar, ya que en el camino hacia el *#FuturDigne* (futuro digno) tienen que superar muchas barreras físicas, con el objetivo de huir de su dura realidad.

Para luchar contra esta estigmatización y visualizar la realidad, nace esta campaña de comunicación con el nombre de **Futur.cat**, que defiende que son niños en peligro y no niños peligrosos.

**STEFANIA MATIJASEVIC**

**Kahoa chocolate**

• *Igualdad, mujer, educación, chocolate, cacao.*

Unos 50 millones de personas en el mundo dependen de la producción de cacao, en la que las mujeres

realizan aproximadamente entre el 40 y el 70 % del trabajo en las cadenas de producción y reciben un salario muy inferior al de los hombres, si es que reciben alguno.

El sexismo en los campos de cacao excluye a las mujeres de la toma de decisiones, de la propiedad de la tierra y de la etapa más importante: vender el cultivo. Legalmente sin tierras y, por lo tanto, no consideradas «granjeras», la capacidad de las mujeres para unirse a las cooperativas, recibir formación, acceder a la financiación y mejorar sus vidas es muy limitada.

El objetivo del proyecto **Kahoa chocolate** es dar visibilidad a la desigualdad y discriminación que viven las mujeres que se encuentran en esta situación, mediante una serie de productos de chocolate, que servirán como canal para denunciar esta realidad. Se pretende que el consumidor reflexione sobre el producto que está adquiriendo, no solo sobre su calidad sino también sobre su origen y circunstancias que se producen.

**ÓSCAR MOLERO**

**Tinc emocions amagades**

• *TEA (trastorno del espectro autista), habilidades sociales, emociones básicas, libro interactivo, recurso pedagógico.*

Hoy en día, aunque se está trabajando para conseguir una sociedad inclusiva, aún no hay mucha conciencia de las barreras que se encuentran los niños y niñas con TEA (trastorno del espectro autista) en sus primeros contactos comunicativos sociales, que son los que se realizan al inicio de la guardería. Tener acceso a materiales que se adapten a las necesidades de estas criaturas y que faciliten el reconocimiento de emociones y la adquisición de habilidades sociales sería una de las claves de su integración social.

El proyecto **Tinc emocions amagades** pretende crear una publicación editorial interactiva y atractiva, adaptada a las necesidades de un niño de 2 años con TEA, que le ayude a facilitar la identificación de las emociones básicas propias y de los demás, a través del juego. El propósito de este trabajo está motivado por esta carencia, que encuentran familias y profesionales de educación infantil, de un material que se adapte a las necesidades de los niños de 0 a 3 años con TEA.

**SARA MOLINA**

**El dolor no es nuestra naturaleza**

• *Campaña, sensibilizar, menstruación, dolor, endometriosis.*

¿Cómo dar visibilidad a un dolor invisible?

La endometriosis es una enfermedad que afecta a 1 de cada 10 mujeres, lo que equivale a 2 millones de mujeres diagnosticadas tan solo en el Estado español, sin contar las mujeres que no saben que la sufren. El hecho de que se tarde un promedio de ocho años en diagnosticarla agrava la enfermedad. La normalización del dolor menstrual es un hecho que suele estar provocado por los tabúes existentes en salud femenina y la falta de información. Pero no es una enfermedad que solo afecta a las mujeres, sino que también es tarea de la sociedad hacer que esta enfermedad se conozca y se considere como tal.

El principal objetivo de esta campaña publicitaria es dar visibilidad al dolor de la endometriosis, representar el dolor o las sensaciones que experimentan las afectadas. Es un dolor que cuesta mucho de entender por parte de su entorno más cercano y de la sociedad en general. Con esta campaña se pretende reducir el retraso en su diagnóstico y también sensibilizar sobre esta enfermedad a través de la difusión de contenidos y de facilitar información.

La campaña **El dolor no es la nuestra naturaleza** (El dolor no es nuestra naturaleza) plantea diferentes elementos de comunicación, tanto impresos como digitales, con el objetivo de proporcionar información con un tono cercano y dar valor al testimonio de las mujeres que la sufren.

**GISELA NEIRA**

**Voyage, voyage y a disfrutar**

• *Aplicación, viaje, documentación, maleta, medicamentos.*

El proyecto toma forma de aplicación para dispositivos móviles y está enfocado a educadores y educadoras de personas con discapacidad intelectual. Es una herramienta que ayuda a gestionar la preparación de un viaje de forma práctica, rápida, visual y responsable.

La aplicación tiene cuatro partes diferenciadas:

• **TRIPULACIÓN.** Encontramos todos los datos de las personas con discapacidad intelectual: contactos, documentos, datos médicos, prótesis, ropa, productos de higiene, etc.

- PILOTOS. Espacio que contiene los datos de los educadores de la entidad.
- MISIONES. Es el área donde creamos los viajes, añadimos los pilotos, los tripulantes y los elementos que se llevarán en cada viaje.
- BOTIQUÍN. Espacio donde se puede ver, por día y comida y también por viaje, los tripulantes que toman medicación.

20

**MARC PEDRÓS****Rosadefoc, elegancia & revuelta**

- *Ropa, elegancia, reivindicación, ética, sostenibilidad.*

Desde la aparición del movimiento *punk*, la ropa también se ha utilizado para hacer crítica social y reivindicar diferentes causas. Sin embargo, sus diseños han sido muy recurrentes, no han evolucionado con el tiempo y se han estancado mucho en un receptor que suele ser juvenil y alternativo.

Las grandes marcas de ropa utilizan métodos poco éticos para la confección de sus productos: deslocalizaciones de empresas, regímenes de semiesclavitud y muy poco cuidado del medioambiente forman parte de su praxis habitual. El contexto sociopolítico actual amenaza derechos fundamentales y tiene reminiscencias de otros tiempos que se creían enterrados.

**Rosadefoc, elegancia & revuelta** quiere crear un nuevo concepto de ropa, con la defensa de los derechos humanos y la justicia social como leitmotiv, que pueda traspasar su público habitual a través de la sutileza y la estética. Se trata de una ropa que se puede utilizar en contextos formales e informales, dotada del valor añadido del diseño, desde su gráfica hasta todo su proceso de elaboración, para que este sea ético, sostenible y cercano.

21

**JÚLIA REINA****Soledad, site vidas sin hogar**

- *Frío, hogar, exclusión, labilidad emocional, resiliencia.*

Este proyecto pretende dar visibilidad a un colectivo muy presente y, a la vez, muy marginado de nuestra sociedad: la gente sin hogar. En nuestro día a día, cabe preguntarnos cuántas veces nos encontramos con alguien que está en esta situación. Y, en estas ocasiones, ¿cuántas veces pasamos de largo y convertimos a estas personas en algo inexistente?

Con la creación de un libro –que también contará con una serie de postales que inviten al lector a participar activamente– deseamos dar visibilidad a este grupo haciendo llegar al resto de la población la situación de pobreza extrema en la que se encuentra tanta gente. Este producto, compuesto por fotografías, ilustraciones y textos de la autora, con declaraciones reales de testigos que han vivido o viven en la calle, mostrará la rudeza de este estilo de vida y lo dura que puede llegar a ser la soledad aunque se esté rodeado de tanta gente.

El objetivo del proyecto **Solitud, site vidas sin hogar** es proferir un grito de ayuda para sensibilizar y conseguir que el lector muestre empatía con las personas afectadas y que así se decida a actuar ante la problemática.

22

**MARTA SANTO TOMÁS****Bloc**

- *TOC, aplicación, compulsión, seguimiento, obsesión.*

**Bloc** es un proyecto dirigido a las personas con Trastorno Obsesivo Compulsivo (TOC). Parte de las dificultades o falta de recursos que existen cuando se realiza un seguimiento del progreso de una persona con TOC durante su día a día. Actualmente, existen ya algunos métodos como escribir un diario, pero a veces estos presentan algunas limitaciones o incompatibilidades con el usuario.

Partiendo de este punto, se decide desarrollar una aplicación con la finalidad de digitalizar este seguimiento y buscar una solución a los problemas presentados. La aplicación se desarrolla con el objetivo de poder introducir información a lo largo del día, de forma fácil y rápida, así como también mostrar el progreso del usuario de una forma visual.

**Bloc** cuenta con otros atributos de utilidad como la función de marcarse límites, una función especialmente útil si el usuario está en tratamiento. Paralelamente a la aplicación, el proyecto también propone un elemento físico (desplegable) con el objetivo de dar a conocer **Bloc** al usuario.

23

**VÍCTOR VALIENTE****A ver si me muero**

- *Salud mental, suicidio, jóvenes, generación Z, redes sociales.*

Es curioso que seamos capaces de aceptar que alguien quiera morir y que incluso nos llegue a hacer gracia. A veces se hacen comentarios graciosos acerca del propio sufrimiento y se comparten en Internet como si tal cosa. Se habla muy poco de la salud mental y es normal, ya que es un tema difícil, pero no por ello se tiene que evitar.

**A ver si me muero** es una campaña de concienciación que pretende cubrir este vacío. A través de los nuevos canales comunicativos y aprovechando el lenguaje visual, cómico y satírico de la Generación Z, esta campaña trata la salud mental y el suicidio mediante el uso del diseño gráfico y el *Motion Design*. Se trata de una campaña muy enfocada a medios digitales en los que la información se consume de forma rápida y concisa. Una campaña que habla de suicidio juvenil, que ya toca.

24

**NINA VALLE****Milfulles**

- *Veganismo, sostenibilidad, restaurante, identidad corporativa.*

**Milfulles** es un proyecto de identidad corporativa para un restaurante vegano. El veganismo crece a escala global y también lo hace su oferta. A pesar de ello, en Osona no hay ningún restaurante dedicado expresamente a este tipo de cocina. Se trata de una cocina que ayuda a ser consciente de lo que se come y de cómo repercute la alimentación en nuestro cuerpo, en los animales, la sociedad y el planeta.

El objetivo es abrir las puertas del veganismo a la población de Osona, que convive en primera persona con la sobreexplotación animal y los problemas que comporta. De una forma positiva y empírica se pretende mostrar que hacer una comida vegana equilibrada es sencillo y aporta muchos beneficios.

El diseño corporativo pretende reflejar tanto el aspecto estricto del veganismo, que requiere fuerza de voluntad y organización, como el más despreocupado y vinculado a la naturaleza, orientándose a un público joven e inquieto. Este dualismo se plasma en el contraste entre formas geométricas y orgánicas, así como en los colores fríos y cálidos.

25

**DAVID VELASCO****Mescladís**

- *Mescladís, migración, empatía, respeto.*

Según datos de ACNUR, cada día 37.000 personas se ven forzadas a huir de sus hogares a causa de conflictos y persecuciones políticas, ideológicas y de género. Muchos de los que consiguen llegar a las ciudades refugio se encuentran con personas que les juzgan sin saber cuáles son las razones por las que han llegado al país.

Ante el desconocimiento de la situación migratoria, se pretende ayudar a resolver la desinformación existente entre los habitantes locales de Barcelona y contribuir a mejorar la convivencia entre las diferentes culturas en los barrios de la ciudad. Esto se ha hecho mejorando su identidad y con la creación de un diario que permite difundir información contrastada sobre cual es la situación migratoria actual.

**Mescladís**, una entidad barcelonesa sin ánimo de lucro que da formación relativa a la hostelería a inmigrantes en peligro de exclusión social y laboral y les ofrece una oportunidad para entrar en el mundo laboral, es quién ha dado voz al proyecto.

28

**ANNA BLANCAFORT****Puntos invisibles**

- *Cocreación, experimentación, validación, emoción, diversidad visual.*

**Puntos invisibles** es un proyecto centrado en el diseño y, por lo tanto, focalizado en la sociedad. Se propone crear un espacio de cocreación para diseñadores, personas con diversidad visual y proyectos. De esta forma, se ha creado una tipología de espacio de interacción, experimentación y validación de proyectos desde la emoción, que dé valor a los sentidos y a la experiencia sensitiva de las personas con poca o sin visión.

Es un proyecto que se plantea desde el punto de vista de diseñadora y usuaria de la sociedad actual. Se observan las problemáticas sociales, se entiende el diseño como una necesidad y se reconoce que existen otros tipos de capacidades de percibir que no son a través de la visión.

La sociedad necesita nuevas experiencias y el diseño tiene que emocionarnos. Lo esencial es invisible a la vista y actualmente la parte visual constituye el 95 %.

29

**CLÀUDIA CODINA  
NUA**

• *Crear, interactuar, concienciar, enseñar, arte.*

**NUA** es una nueva propuesta de pastelería en la que la interacción entre trabajadores y clientes se convierte en la protagonista, ya que el obrador se convierte en el expositor.

Este proyecto, por una parte, aporta a la sociedad una oportunidad de realizar talleres para ayudar a las personas que tienen problemas, como por ejemplo la depresión y concienciarlas acerca de la buena pastelería tradicional respecto a la industrial. Y, por otra parte, da un servicio de cafetería que permite a los clientes tomar los productos in-situ.

La propuesta también quiere cambiar el concepto de pastelería que la gente conoce, en la que el obrador se encuentra en el fondo del local, completamente fuera de la vista, o bien solo con una pequeña parte visible, lo que hace que los clientes puedan desconfiar por el hecho de no ver con sus propios ojos cómo, cuándo y de qué manera se produce el producto.

**NUA** es partidaria de llevar el obrador, que las pastelerías normalmente ocultan, totalmente al frente y convertirlo en un medio de comunicación entre el exterior y el interior.

30

**MARIA GARCIA  
Los arenales**

• *Rehabilitación, agricultura, producción, comercio, Km 0.*

El proyecto **Los arenales** apuesta por diseñar la rehabilitación de un edificio antiguo que ha quedado obsoleto y darle una nueva vida que concuerde con el territorio.

Se presenta en un espacio donde el usuario interactúe de una forma cercana con la producción agrícola Km 0 y de temporada, con la finalidad de recuperar y establecer una conexión con el campo y la naturaleza y conseguir la instauración de un comercio justo y una vida alimentaria saludable.

El objetivo del proyecto es materializar el funcionamiento verídico del proceso de producción agrícola, para mostrar al usuario cómo llega el producto directo del campo hasta sus manos.

31

**MIREIA MARTORELL  
Bell&Co**

• *Comunidad, coliving, coworking, despoblación juvenil.*

**Bell&Co** es un proyecto con un objetivo muy claro: acabar con la despoblación juvenil que sufre Bellvís, un pequeño pueblo de Lleida. Se propone crear un espacio que solucione esta problemática y que, además, ayude a los jóvenes emprendedores residentes en esta población a realizar su actividad económica.

Así, pues, **Bell&Co** es un espacio de *coliving* diseñado con el objetivo de potenciar la vida en comunidad y el crecimiento entre habitantes. Alternando zonas privadas con zonas comunitarias y con una capacidad para ocho jóvenes incorpora en sus espacios comunitarios diferentes zonas de *coworking* para que los jóvenes *freelance* lleven a cabo sus proyectos.

Gracias a un diseño actual, atractivo y juvenil se consigue crear este espacio único de convivencia que potenciará el intercambio de conocimientos y experiencias entre los jóvenes residentes.

32

**MARIA MONSENY  
L'atradicional. Centro de creación compartida**

• *Diseño universal, cocreación, SQM, bioconstrucción, tradición.*

Las fiestas locales y la cultura popular son tan perpetradoras como generadoras de pensamiento.

El movimiento asociativo balaguerino ha sido el impulsor y organizador de las diferentes representaciones de su cultura popular hasta que, a causa del cambio de dinámicas socioculturales y otros factores adversos, la Paeria asumió la responsabilidad. Ahora la organización y la preservación del calendario cultural popular han quedado íntegramente en sus manos. Estas representaciones, con tanta carga simbólica y discursiva, se ejecutan siguiendo discursos originados hace decenios y se ha perdido la oportunidad pedagógica de mejora social que puede llegar a provocar si se trabajan desde otros enfoques más participativos e inclusivos.

**L'atradicional** es un proyecto que quiere crear un entorno que favorezca la revisión de la tradición y el rediseño de sus representaciones desde los mismos parámetros que se consideran indispensables en todo lo que surja en este espacio: inclusividad, sostenibilidad, territorio y mucho respeto.

33

**SARA NICOLAU  
Habitat**

• *Vivienda cooperativa, transición, sostenibilidad, emancipación juvenil, comunidad, flexibilidad.*

**Habitat** es un proyecto residencial situado en el municipio de Castellbisbal. Está dirigido a jóvenes que quieren emanciparse. Parte de la recuperación y la rehabilitación de un edificio plurifamiliar aislado que no se finalizó.

Actualmente, el edificio está en desuso a causa de la anterior crisis financiera y se rehabilitará para crear pequeñas viviendas para jóvenes que actualmente no pueden acceder a un alquiler tradicional. De modo que el objetivo es poder cubrir la demanda actual existente en el municipio proponiendo estas viviendas de transición ya equipadas, ideadas para una estancia breve de entre tres y cuatro años con unas dotaciones de calidad, de fácil mantenimiento, con durabilidad, confortabilidad, bajo unos criterios de sostenibilidad y eficiencia energética.

Se trata de un edificio con viviendas privadas, con las instalaciones centralizadas, espacios comunitarios con diferentes servicios e instalaciones para conseguir que sea cuanto más económico mejor. En él se establecen unos espacios comunitarios que sirven de transición entre los espacios públicos y privados, entre el interior y el exterior, para conseguir una mayor integración entre ellos. Un espacio planteado de forma que los vecinos interactúen entre ellos y pensado para que se autogestione.

El proyecto tiene como objetivo principal garantizar el derecho al acceso a una vivienda digna, pero también la idea de acabar con el concepto del edificio de viviendas tradicional.

34

**CARLA ROVIRA  
SAFE**

• *Referente, seguridad, libertad, inclusión, mujeres, LGBTI.*

El proyecto consiste en la creación de un espacio de referencia dirigido a las mujeres y al colectivo LGBTI. **Safe** es un espacio libre de agresiones, situado en la comarca de Osona, en el cual hay libertad, al que puedes acudir si te encuentras perdida, pedir ayuda si lo necesitas y ser escuchada. Este espacio son las orejas que te escucharan, los ojos que te verán, los brazos que te recogerán y la boca que guardará tus secretos.

**Safe** está dirigido a todas las usuarias que no se encuentran cómodas donde están, que simplemente se están descubriendo o que, por el contrario, se están dando cuenta de una nueva realidad en sus vidas. Se trata de un espacio referente donde estas usuarias puedan sentirse seguras.

El proyecto contempla la diversidad de usuarias como futuras ocupantes del espacio. Será un espacio dirigido a dos grupos de personas muy concretas y que jamás excluirá a nadie. **Safe** pretende romper la barrera existente con este tabú, hacerle una crítica social y cuestionar, al mismo tiempo, su existencia.

35

**ANDREA SUEIRO  
Can Molins**

• *Diálogo, simbiosis, innovación, originalidad, redefinición.*

**Can Molins** es una masía situada en Sant Climent del Llobregat, en la comarca del Baix Llobregat. Se trata de un edificio del siglo XVIII en desuso en el que se introducirá un nuevo concepto: la simbiosis de un refugio animal con una casa de colonias. Esta idea surge de dos necesidades de mejora social: el abandono de animales y la falta de concienciación ciudadana por esta situación. Dos problemas que se pueden resolver con una sola acción, la creación del proyecto *Can Molins*.

Toda la acción se desarrolla en las dos plantas del edificio. En la planta principal hay el *Espacio Blanco*, un espacio destinado a las zonas habitualmente comunes de una casa de colonias: sala de talleres, la cocina, el comedor y los lavabos. En esta planta se encontrarán los gatos. En la otra planta, el *Espacio Refugio*, se realizarán las actividades con los perros y habrá su refugio; por lo tanto será un espacio de interacción con los animales.

Por otra parte, en esta masía se creará un diálogo entre lo antiguo y lo nuevo y los materiales originales de la masía convivirán con estructuras nuevas de metal.

36

**GEMMA TAPIAS  
El Brot**

• *Cooperativa, economía circular, comercio de proximidad, ecofriendly, torrente histórico.*

**El Brot** es una cooperativa del barrio de Horta basada en la economía circular del alimento. En Horta,

un lugar con un pasado agrícola no muy lejano, había muchos torrentes y rieras. Cerca de nuestro espacio se encuentra parte del trazado del antiguo *Torrent de la Carabassa*, actualmente en desuso y abandonado. **El Brot** propone su recuperación como elemento singular histórico y tiene la intención de darle una funcionalidad.

**El Brot** pretende promover e incluir el barrio en la economía circular del alimento, que tiene como objetivo fundamental generar un residuo cero. En este caso, se haría en las diferentes etapas por las que pasa un alimento. **El Brot** también busca promover los productos de proximidad, la huella ecológica, el cuidado del medio ambiente, la sostenibilidad y la ética social.

En su programa funcional ofrecerá diferentes espacios y servicios a los usuarios, basados en cada una de las diferentes etapas del alimento: el cultivo (huerto urbano), la compra (tienda a granel), la manipulación (taller de cocina) y la consumición (bar-cafetería).

Además, y siguiendo la misma filosofía, la cooperativa procurará cuidar el medioambiente mediante ventilaciones naturales, energías renovables, reutilización de las aguas grises y pluviales y compostaje de los residuos orgánicos.

En definitiva, **El Brot** quiere ser un referente en el barrio, que colabore con las diferentes asociaciones, escuelas, empresas y entidades, para ayudar a extender y hacer partícipes a los usuarios de esta filosofía. De esta manera, ir todos juntos hacia un mundo un poco más ecológico y sostenible, tan necesario y urgente hoy en día.

37

CLARA TORRELLES

Refugi temporal

- *Temporalidad, rehabilitación, materiales naturales, Km 0, sostenibilidad, ecoeficiencia, biointeriorismo, conservación, espacio integrador, diseño social.*

**Refugi temporal** es un albergue para temporeros, trabajadores que cada año en la época de verano llegan a las tierras de Lleida para trabajar en la recolección de la fruta dulce de los campos. El albergue se encuentra en la población de Vilanova del Segrià, un pueblo donde hay muchas tierras de cultivo, tanto de fruta dulce como de cereales.

Este proyecto propone la creación de un espacio para resolver la problemática de falta de vivienda para los trabajadores temporeros. El objetivo principal es crear un espacio económico, de fácil ejecución, de proximidad, con las condiciones dignas que se merecen. Por este motivo, se crea un interiorismo con materiales recuperados, reciclados y de kilómetro cero para reducir gastos de movilidad y aportar un beneficio económico a los productores de la zona.

40

ONA BOSCH

Cau de terra

- *Saco de granería, mobiliario de retail, autoservicio, almacenaje.*

**Cau de terra** es un proyecto de mobiliario de *retail* destinado al almacenaje, conservación y servicio (exposición y venta) de sacos de granerías. Actualmente, la gran mayoría de los sistemas de compra no son sostenibles, ya que producen grandes masas de residuos innecesarios y perjudiciales para el planeta. El sector de intervención es el de la alimentación sostenible.

Se ha trabajado para fomentar, facilitar y mejorar la venta a granel. Los principales beneficios de este diseño son, en primer lugar, la mejora del confort de las personas trabajadoras y la economía de su tiempo. También la comodidad de los consumidores de productos a granel. Es un producto que se puede transportar. Se trata de una pieza de diseño flexible y adaptable a las necesidades y requerimientos del comercio. La higiene esmerada es un punto esencial de **Cau de terra**, y más en los tiempos que estamos viviendo. Este objeto permite una limpieza del espacio fácil y eficaz, además de evitar el contacto de partículas del ambiente con el contenido del saco.

41

CARLA GIMENO

Re-creations

- *Rehabilitación, juguete inclusivo, discapacidad motora infantil, Design For All.*

Muchos niños entre los 3 y 5 años sufren diversidades funcionales y se ven obligados a realizar ejercicios de rehabilitación física que resultan repetitivos, monótonos y pesados. Son ejercicios que no tienen en cuenta que la principal herramienta de crecimiento en esta edad es el juego.

El objetivo de **Re-creations** es fusionar estos dos conceptos en un juego que amenice la rehabilita-

ción manual de los niños. Al mismo tiempo, va dirigido a todos los que quieran divertirse jugando y, al mismo tiempo, desarrollar las habilidades motoras de manera que se convierta en un producto de *Design For All*.

La metodología que se ha utilizado para llegar a los resultados ha sido principalmente la asistencia a una serie de sesiones de rehabilitación física, entrevistas a una fisioterapeuta de estimulación precoz y una gran investigación bibliográfica. Así pues, el proyecto ha confluído en un juguete terapéutico y, a la vez, divertido y original, que estimula la creatividad, ayuda a las habilidades motoras de sus usuarios y desarrolla la imaginación a través del juego simbólico. **Re-creations** es también *ecofriendly*, dadas las características de su material principal: el corcho.

42

JAUME MARTÍNEZ

Indians 2.0

- *Indianas, estampación, herramienta, DIY, expositivo.*

El proyecto **Indians 2.0** es una apuesta por un sistema de estampación alternativo formado por diversas prendas fabricadas con impresión 3D. Estas se unen para formar dos herramientas que ofrecen al usuario la posibilidad de adornar superficies lisas de una forma rápida y atractiva, con un gran abanico de combinaciones de colores y formas, de la mano de la corriente conocida como DIY (*Do it yourself*).

Partiendo de una larga tradición que gira alrededor de la industria textil, esta es una propuesta que hace referencia a un tipo de estampados que en su momento provocaron un cambio absoluto en la forma de vida en Catalunya: *las indianas*.

Gracias a la tecnología de impresión FDM, esta serie abre las puertas a una nueva tipología de estampados con texturas orgánicas y parcialmente espontáneas que, en este caso, han sido aplicadas sobre tableros de madera y ciertos tipos de perfiles cuadrados y curvados, mediante los dos rodillos que la conforman.

43

ROGER MONFORT

Vine

- *Set, enoturismo, maridaje, viñas, suspensión.*

**Vine** es un *set* creado para dar respuesta a una nueva experiencia de cocina y maridaje, bajo el nombre *Entre vinyes, foc i vi*, en un entorno único: la masía de *Can Calopa de dalt*. El *set* pretende crear una nueva interacción entre los usuarios y el maridaje de forma autónoma y personal. Su estructura –inspirada en el cultivo de la viña– pretende integrarse en el entorno y al mismo tiempo adquirir un carácter formal propio.

**Vine** es un *set* formado por ocho elementos que aportan los diferentes recursos necesarios para el desarrollo del maridaje y, simultáneamente, estos se convierten en un espacio donde degustarlo. Los componentes que forman **Vine** son móviles y dejan estática únicamente la estructura. De esta forma, el *set* se puede montar y desmontar fácilmente cuando haga falta.

44

CLARA SANTOLARIA

Segons

- *Dinamizador, asistente, optimización, gestión del tiempo, facilitador, interficie, dispositivo, reuniones..*

**Segons** (Segundos) es una propuesta realizada para conseguir que las reuniones se resuelvan de manera rápida, fácil y eficaz. El proyecto propone un sistema de dispositivo y aplicación móvil que creen una experiencia más propositiva al hacer la función de asistente.

El objetivo del producto es resolver las necesidades de las empresas en las que los trabajadores desperdician hasta un 18 % de su tiempo en reuniones y también quiere optimizar el tiempo en conferencias, asambleas y exposiciones. Se trata de un producto innovador en el mercado que proporciona ventajas económicas y bienestar al mejorar la gestión del tiempo.

Por una parte, el dispositivo funciona como dinamizador visual de la reunión, de manera que avisa cuando se acaban los puntos del orden del día o bien si alguien habla más de la cuenta. Lo hace mediante notificaciones lumínicas que evitan interrumpir el discurso, tal como lo haría un dispositivo sonoro. Además, el aparato permite dar voz en remoto a los que no han podido asistir a la reunión.

Y, por otra parte, la aplicación móvil permite programar previamente la reunión y los tempos, añadir invitados y preparar las votaciones de lo que es preciso decidir ofreciendo diferentes sistemas de preguntas. Durante la reunión, la app gestiona el tiempo y modera las intervenciones de los invitados haciendo que el dispositivo parpadee.



Todo ello se complementa con un historial de decisiones y notas de voz almacenadas durante la reunión. Otra funcionalidad añadida es la posibilidad de compartir ficheros interesantes y de subir otros desde las aplicaciones de Google Suite.

El dispositivo está fabricado en ABS y silicona y dispone de un asa para su fácil transporte o para poderlo colgar. Además, su potente batería hace que tenga autonomía para ser utilizado durante más de una hora.

45

**JOSEP LLUÍS TANTIÑÀ****Fàbrica de cel·lulosa bacteriana**

- *Sistema (màquina), producció, ecologisme, cel·lulosa bacteriana, compostable.*

¿Cómo devolver al usuario final el control de la producción?

Este proyecto se basa en la búsqueda de nuevos sistemas de creación que den la oportunidad al usuario de crear su propio diseño. Se encontró un material sencillo y con cierta historia; la celulosa bacteriana, que se crea a partir del té. Se investigó para conocer el material y finalmente se ideó un sistema de producción.

Con el sistema de creación de celulosa bacteriana se pretende mostrar un sistema de producción con un material sostenible con el que el usuario puede adaptar y modificar las propiedades del material y crear su propio producto a través de la experimentación. El protagonista de este sistema es el té, un material del que se aprovechan sus propiedades para elaborar bolsas.

Este sistema está formado por tres elementos con los que se hacen varios procesos del material: el cultivo, la manipulación y el secado. En todo momento se intenta que el proceso sea simple y comprensible. Estas diferentes estaciones tienen varias funciones, que se han diseñado a partir de las necesidades encontradas en la investigación de la celulosa bacteriana.

La celulosa bacteriana es un material que busca sumarse al cambio que debe hacer la sociedad para ser sostenible. Esta máquina plantea una forma de producir un plástico compostable, resistente y flexible. Con este sistema, lo que buscamos no es solo un producto, sino también mostrar que un material puede ser una cosa sencilla en manos de cualquiera.

La alternativa que proponemos es crear una producción controlada del material, en la que se obtenga un bioplástico compostable, resistente y flexible. Este sistema crea una alternativa al de las grandes industrias que cuentan con recursos ilimitados y grandes inversiones, para pasar a un sistema propio de investigación y creación de materiales.

En conclusión, **Fàbrica de cel·lulosa bacteriana** (Fàbrica de celulosa bacteriana) es un proyecto en el que lo importante no es solo el producto final, sino el propio proceso de fabricación y la belleza de hacerlo.

48

**AÏDA ALMACELLAS****I used to love you, now you're only 25 cents**

- *Kitsch, nostalgia, infancia, producció local, moda lenta.*

¿Qué les dirías a todas aquellas cosas materiales que en algún momento de tu vida tuvieron un valor incalculable para ti?

Esto es lo que plantea **I used to love you, now you're only 25 cents**, una colección de ropa basada en la teoría kitsch, la carga emocional de su imaginario y la añoranza de épocas pasadas. Se trata de una colección que quiere crear una estrecha relación entre una estética que nos transporta a la infancia y que choca con nuestra realidad adulta.

Este proyecto nace de la necesidad de plasmar este estilo excéntrico, e históricamente mal visto, en una colección necesaria para inconformistas y outsiders, fuera de los cánones sociales establecidos, inclusiva, colorida, excesiva, *naïf y queer*. Todo ello bajo unos métodos de producción local que pretenden ocupar un vacío en el mercado *slow fashion*, en el que este tipo de prendas no tienen demasiada representación.

Así pues, siguiendo las directrices del movimiento "*I used to love you, now you're only 25 cents*" se pretende sobre todo dejar que la gente se divierta vistiéndose.

49

**EILA ALONSO****Genesis**

- *Atemporal, diseño japonés, unisex, neosastrería.*

Este proyecto consiste en la presentación de la firma Siberia y su colección **Genesis**. Siberia es una firma de cariz unisex, diseñada y confeccionada en España. **Genesis\*** es un inicio y una inspiración, una carta de presentación de esta firma.

La colección extrae conceptos de los años ochenta, que representaron el inicio de una década importante que fue clave para la música y la moda. El nacimiento de *New wave, Post punk, Synth pop, House, Acid House*, entre otros estilos, hace de los años ochenta una década muy productiva, sobre todo en Inglaterra. El país vivía una gran efervescencia de nuevos estilos musicales y movimientos subculturales, a pesar de que a finales de los años setenta se encontraba en una grave crisis económica y social.

La mayor inspiración de **Genesis** es la estética propia del movimiento *New Romantic*, originario de Londres, que años más tarde traspasaría fronteras y llegaría hasta Valencia y Madrid a los principios de *la ruta del bacalao* y la *movida madrileña*, respectivamente. A finales de la década de los ochenta, también surgen los primeros movimientos *rave* en Inglaterra y una de sus principales fiestas era *Genesis*.

Esta colección pretende ser un homenaje a la música, a los movimientos subculturales y a las personas que los originan que, en los momentos difíciles como pueden ser los de una crisis, son capaces de crear.

\*GÉNESIS: origen o principio de alguna cosa.

50

**ELISABET FORTEZA****Arrels**

- *Mallorca, moda local, vestido de payés, producto típico.*

La propuesta consiste en la creación de una colección inspirada en la indumentaria tradicional de Mallorca, conocida como el vestido de payés. La colección **Arrels** va dirigida tanto a un público residente como extranjero, únicamente femenino, de media edad y un nivel adquisitivo medio-alto.

El estilo de esta colección será atemporal, natural y sencillo. Se adaptará a las demás prendas vendidas en las Baleares, como son las abarcas, los zapatos de esparto y los capazos. De esta forma, se podrán combinar con cualquier prenda básica que encontremos en el armario.

Es preciso destacar que nuestro objetivo principal es dar una identidad estética a Mallorca y, a la vez, visibilizar y mantener la tradición de esta tierra mediante la moda.

51

**MARTA QUESADA****The Witch Hunt**

- *Bruja, castigo, abuso de poder, libertad, sumisión.*

**The Witch Hunt** es una colección conceptual inspirada en la obra teatral *Las Brujas de Salem*, de Arthur Miller. La intención es plasmar en la colección el mensaje que nos transmite la obra: el abuso de poder.

La obra nos explica cómo las clases altas influyen y manipulan a los organismos gubernamentales del pueblo para conseguir así su propio beneficio. Se castiga lo que va en contra de lo establecido, al que piensa y opina de forma distinta. Habla de coartar la expresión y del castigo a los que huyen de los cánones de lo que ellos entienden como moralmente correcto. Es una clara lucha de clases sociales.

52

**ANNA SOLÀ****Dress up your shit**

- *Emergencia climàtica, vestuari artístic-conceptual, concienciació, upcycling, performance, residu textil.*

La emergencia climática es un fenómeno social y global que responde claramente a los efectos de la actividad humana. Una actividad que se encuentra en un sistema capitalista con intereses infinitos pero con recursos finitos. Este proyecto tiene como objetivo principal crear un vestuario artístico-conceptual destinado a una performance que servirá de escenario para presentar el panorama actual de los procesos de producción de la industria textil, sus consecuencias medioambientales y sociales, y la necesidad de aumentar el nivel de reciclaje en el sector de la moda.

**Dress up your shit** es un proyecto que pretende acercar al espectador la información necesaria para concienciar sobre el poder que tiene como consumidor en la transformación del sistema de la moda.

Mediante las encuestas previas al estudio, la investigación bibliográfica y la campaña de recogida de ropa que se organizó para llevar a cabo el proyecto, se consiguió extraer las ideas y los conceptos que se querían plasmar en la performance. El reto es confeccionar prendas mediante la experimentación de tejidos reciclados a través del *upcycling* para evitar la compra de materia prima y aprovechar el residuo textil.

La motivación de este proyecto nace de la necesidad de contribuir a la sociedad, al interés en fomentar la autorreflexión del consumidor a través del vestuario y el arte y la idea que pueda convertirse en una herramienta de transformación social, justa y ecológica.

53

**CARLES SOLER****Moodify trashion**

- *Reutilización, sostenibilidad, zero waste, trashion, upcycling.*

Ambientados en un contexto social consumista y un modelo de producción *fast fashion* –que predomina en el sector de la moda desde hace muchos años– se pretende crear un proyecto de futuro, según las nuevas tendencias medioambientales, para ofrecer un producto más sostenible, responsable y ético.

Las estadísticas ya revelan un aumento de la demanda de moda sostenible y los pronósticos de los expertos aseguran que el modelo de producción *slow fashion* es el único viable para continuar con la lucha contra el cambio climático. El proyecto **Moodify trashion** aprovechará este aumento de concienciación medioambiental de la población y el nicho de mercado de la moda hecha a partir de materiales reutilizados, un sector aún muy poco desarrollado.

El proyecto se basa en la aplicación de la técnica *upcycling*, para crear una colección de moda con materiales reutilizados. Se pretende ofrecer un producto final que contribuya al cuidado del medio ambiente, sin utilizar materias nuevas o vírgenes para producirlo y con un resultado más sostenible. El objetivo es concienciar a la sociedad, mediante los diseños y las estrategias de sensibilización, acerca de que tenemos que minimizar el consumo y prolongar la duración de los materiales todo lo posible.

La estética de los diseños será fruto de la fusión entre tres inspiraciones: el *cyberpunk*, la indumentaria de deportes de aventura o riesgo y la indumentaria *gamer*-militar. También forma parte de la inspiración y la conceptualización del proyecto la imaginación de cómo sería el futuro en los cómics de superhéroes de los años noventa. En este tipo de cómics y también los de estilo *cyberpunk* se creaba la visión de un futuro distópico, con muchas características similares a las que se quieren evitar en este trabajo, como la contaminación, los trastornos climatológicos, la aniquilación de la flora y fauna, la sobreexplotación de recursos, etc. En muchos de estos cómics sus protagonistas recurrían a la reutilización y al reciclaje.

Con este proyecto se quiere demostrar que una gran cantidad de materiales que consideramos residuos se pueden reutilizar para confeccionar ropa o complementos y normalizar la reutilización en el campo de la moda, un hecho que ya es bastante usual en otros sectores.

54

**HELENA TORRES****The priory of the orange tree**

- *Series, fantasía, adaptaciones, libros, streaming.*

El consumo audiovisual ha aumentado considerablemente y, gracias a las plataformas de *streaming*, tanto las series como el cine están al alcance de todos en cualquier lugar y momento del día. Este hecho ha llevado a las productoras a buscar inspiración en las obras literarias, y ello ha hecho que el número de adaptaciones que se producen aumente constantemente.

A lo largo de este proyecto, se investiga por qué cada vez se adaptan más libros y por qué se recurre a ellos en busca de inspiración. Además, se profundiza en el contexto actual del sector y su usuario para aplicar la información obtenida al diseño de vestuario de una adaptación literaria, con el objetivo de darle valor mediante mensajes ocultos y utilizando el tejano como elemento distintivo.

La metodología de investigación de este proyecto se centra en una búsqueda de información a través de la red, una encuesta a los usuarios potenciales y una entrevista a un trabajador del sector para que dé su punto de vista acerca del contexto cinematográfico actual.

55

**MARIONA VADRÍ****La princesa y el sapo**

- *Live-action, valores, cuentos, vestuario, Disney, película.*

Los cuentos clásicos se han utilizado a lo largo de la historia como instrumento clave para transmitir valores a la sociedad de cada momento. Alguno de los clásicos de los hermanos Grimm, Perrault o Hans Christian Andersen han sido versionados centenares de veces, ya que las sociedades cambian y por lo tanto las necesidades y los valores también lo hacen.

Desde hace unos años, hemos visto que la industria cinematográfica ha utilizado todos estos clásicos –sean cuentos o películas de animación–, realizando una serie de *remakes* (o *live-action*) con actores reales. Este tipo de películas ha sido muy bien acogido por parte del público y, de hecho, se ha convertido en uno de los géneros que más dinero recauda en las taquillas de los cines.

En este trabajo se realiza una investigación sobre el creciente aumento de los *remakes* de cuentos clásicos y sobre la forma en que estas nuevas versiones han cambiado, para adaptarse y transmitir nuevos valores necesarios en la sociedad actual. Para hacerlo, se utilizará la película de animación de Disney

*The Princess and the Frog* (Tiana y el sapo), y se creará una propuesta de diseño de vestuario cinematográfico para una posible nueva versión del cuento en formato *live-action*. Así pues, el principal objetivo es transmitir una serie de valores positivos a través del vestuario de los personajes y tratar problemas sociales que hasta el momento no se habían visto demasiado reflejados en las películas de animación infantil: temas tan importantes como el feminismo, la diversidad racial, sexual, etc.

We are pleased to present the second volume of the 2018-2019 Yearbook of End-of-degree Projects from the degree in Design taught at ESDAP Catalunya.

ESDAP Catalunya, Escola Superior de Disseny i Arts Plàstiques de Catalunya was established in 2010 by order of the Parliament of Catalonia as an official public institution that manages the degree in Design. It is a single centre with multiple campuses throughout Catalonia.

The purpose of the Yearbook is twofold: first, to show the thematic lines of End-of-degree Projects by recording and documenting the projects presented in the different specialities of graphic, interior, fashion and product design taught at the School's seven campus throughout Catalonia, and second, to present the thematic lines through the role of the artistic discipline of Design in the transformation and innovation of contemporary society. It also reflects the philosophy, in the final stage of the degree, that the syllabus helps students to organise and systemise the knowledge they have acquired through a tutor-supervised project, defended academically in front of a panel consisting of professionals and teachers.

## Translation

6 **MATEU ALEMANY****Advice**

- *Quitting smoking, support, friendly, platform.*

**Advice** is a platform to help people who want to stop smoking to find someone with whom to make the process more pleasant and therefore more successful. It is a way of desocializing smoking through personal advice rather than through the prohibitive or negative messages we are used to.

The main purpose of the project is to provide all the tools, information and support that users require so they are ultimately able to stop smoking by themselves. **Advice** is more than just a programme: it combines a social network and a healthcare application resulting in a platform for sharing thoughts, doubts and concerns with a friend who can help the user to overcome them.

The approach to the process is friendly and the environment very adult and secure. Users are therefore able to make their own decisions about when to take a step forward, while following the guidelines of the programme's adaptable structure.

7 **ANDREA ALMO****Street Feminism**

- *Feminism, sisterhood, equality, patriarchy, sexism.*

"10% of women consider feminism to be an attempt to establish women's superiority over men. How does this affect the feminist movement?"

The **Feminismo de calle** project was conceived to raise awareness and to condemn the everyday sexist acts and attitudes of women towards other women with a view to encouraging feminism and sisterhood. It also seeks to raise awareness among new generations of the need to end patriarchal oppression with a view to establishing an ethical, respectful, and equal future society.

This publication takes the form of a compilation of basic theory about feminism to give all readers an accurate idea of what it is. It also features the testimonies and opinions of two hundred 12- to 65-year-old women who offer first-hand experiences of the sexism that all women have internalized. This is all accompanied by bright, assertive graphics of protest, many well-known quotations, and a section of extra content with some interesting features.

It is issued by the publishers *Lunweg Editores* and aimed at a female public from 12 to 18 years old, the stage at which girls become young women with a voice and a vote.

8 **VÍCTOR CABELLO****Dixi**

- *Catalan sign language, deaf community, application, interactive, learning.*

The **Dixi** project is intended to offer access to Catalan sign language (CSL) and to encourage a broader public to learn it using digital means.

A simple-to-use, easy-going mobile application introduces users to Catalan sign language through short video lessons that combine education and fun, thus creating an entertaining and easy-to-assimilate experience. The application also offers a glossary for consulting signs already learned and allows users to record signs they know that do not appear on the app. These signs can be shared with other users to create a community.

While the screens are loading, interesting and useful information about the deaf community and sign languages is shown. This helps to combat disinformation and the invisibilization of a minority scarcely represented in the media.

9 **CRISTINA CREUS****Petits traçuts**

- *Kit, writing, handwriting, childhood, play, fun, experimental.*

Many experts and families currently understand that writing and play account for much of children's cognitive, motor, and personal growth. Although there are many systems and materials for improving writing skills, a lot of them are hard-going or are either not adapted to children's specific needs or are designed as tools for reinforcement and not as play things.

**Petits traçuts** (skillful kids) is a kit that has arisen from a need for materials and educational tools upon which to base and teach handwriting and for children to learn strokes in a fun setting. Its added value lies in the creation of a basic hierarchy with which children gradually explore writing through play.

**Petits traçuts** has therefore involved the conception and design of a kit system with a view to producing not only an educational but also, and more importantly, a fun tool for a child's initiation to writing.

10 **SANDRA DE LEÓN****Esto no se hace, esto no se dice, esto no se toca**

- *Criticism, coexistence, advice, manual, social.*

The project arose both from personal discontentment and from a critical attitude to an individualist society that focuses on self-benefit rather than the harmonious coexistence of individuals based on mutual respect.

This discontentment yielded an investigation into society's loss of values and into how these values were encouraged last century through manuals of politeness and good manners, an illustrated genre now obsolete. These graphic manuals gave society lessons and advice on how to behave in public and private places and environments such as in the home, with the family, and at school and at work. They were all based on Christian morality.

This project therefore sets about the creation of an illustrated publication that tackles situations that I consider not at all proper, with a view to drawing attention to antisocial behaviour and making sure the people in question are aware they are being referred to, while encouraging good social behaviour and harmonious coexistence.

11 **CORINA DURANTE****Com cal**

- *local product, La Garrotxa region, application, restaurateurs, local suppliers, communication, development.*

The lack of options ensuring fluent contact between establishments and suppliers or, more accurately, a platform for contact, is now no longer a problem. There are always more local suppliers than we are aware of and many businesses miss out on locally sourced products because of a lack of communication.

La Garrotxa, the region in which this project is set, boasts some exceptional local produce and its own cuisine. **Com cal** is intended to provide a tool or means for communication between suppliers and local establishments. The application creates a network for publicizing local products and businesses and for expanding their potential range of options. The project involves different study points, the creation of branding, web design and an application.

The result is an interactive, organic, and appealing design that helps to modernize purchase-sale habits and facilitates online presence through an app. The **Com cal** brand defines the region's values, champions local trade, and helps to promote regional products. The way in which the project works can also be observed in a brand promotion process.

12 **ROC FÁBREGA****KAOS work in progress**

- *KAOS, sustainability, integration, skateboarding, Olot.*

**KAOS** is intended to offer young people the chance to feel that they belong to a group, to get involved in the city's social and cultural life and to make new friends. Its purpose is also to provide them with the opportunity to learn the social values involved in skateboarding through workshops and sporting, recreational and cultural activities.

This project has been established with a view to raising awareness of **KAOS** so that it may contribute to the town's social improvement. It does not simply entail the inclusion of the population at risk of social exclusion and the creation of an organization exclusively for them but is rather addressed to the question of integration. Different strata of society should be able to live in harmony with one another.

Diverse physical and digital approaches to brand graphics in different media are applied to raise public awareness both of our duty to encourage this coexistence and of skateboarding as a tool with which to make this happen. It encourages at the same time the values of companionship, respect and sustainability among young people.

13 **EDUARDO FERNÁNDEZ****FanYu**

- *Talent, self-knowledge, motivation, guide, web.*

How can we encourage students not to drop out of school?

The **FanYu** project addresses this question. The proposal arose from concern regarding the high rate of drop-outs in Spain. It has a clear goal: to motivate students by helping them to discover their talents.

**FanYu** emerged from a process of research and takes the form of a company that centralizes the teaching of the elective subject in high schools. It offers a broad range of activities that explore subjects of all kinds, ranging from drawing and videogame design to fishing and robotics. If any of the activities should appeal to students, they can sign up onsite at the **FanYu** centre, where all the activities take place after school.

A webpage has been created to show all the courses graphically and to sign up. It also has a section entitled *Fan Sessions*, in which current and former students can be viewed recounting their personal experiences in pursuing their passions.

Both the website and the general corporate image of **FanYu** are heavily influenced by illustration and 3D animation, both of which give it an innovative and attractive appearance for today's young people. A 'Brandbook' on how to use these graphics properly has also been created. It provides a series of instructions for obtaining a homogeneous and easily identifiable image.

14 **PAULA FORCADELL**  
**Punt lila**

• *Feminism, equality, sexism, increasing visibility, raising awareness.*

This project presents a proposal to improve the **Punt lila** (Purple point) service. This specifically entails the unification of the current service through the creation of an association, the design of a corporate image, an extension to its objectives and procedures and of its users, as it targets both sexes. The aim is to reduce sexist beliefs and acts and their consequences. The association runs talks and an information, education, and advisory service for possible victims at festive events.

Performance of the project entailed prior research into different areas of the feminist movement, investigation of current media and a search for conceptual and formal benchmarks.

15 **ALBERT GÓMEZ**  
**Futur.cat**

• *Adult children, immigrants, unaccompanied minors, stigmatization, MENA and awareness campaign.*

Although it is very common for children to dream of being a superhero, a doctor or a singer, some are unfortunately concerned with fulfilling more basic needs such as being cared for, accepted, and living in peace and quiet. These are the basic dreams of unaccompanied foreign minors, a group commonly referred to by the initials MENA (*Menor Estranger No Acompanyat*), which has been stigmatized by society.

How can it be that in a society as plural as ours, stigmas are constantly being created, and that these groups are being unthinkingly and pejoratively labelled, creating a social barrier which is visible for some and invisible for others? This social barrier is not, in fact, the only obstacle that this group needs to overcome on the path to a *#FuturDigne* (Decent Future), as they have already tackled many physical challenges to flee their previous harsh realities.

This communication campaign, which is known as **Futur.cat**, has been established to counter stigmatization, to raise awareness of their real situation and to remind society that they are children in danger and not dangerous children.

16 **STEFANIA MATIJASEVIC**  
**Kahoa chocolate**

• *Equality, women, education, chocolate, cocoa.*

Some 50 million people worldwide depend on the production of cocoa, for which women do 40 to 70% of the work on production lines and are paid much less than men, if indeed they receive any payment at all.

Because of gender discrimination, women on cocoa plantations are excluded from decision-making, from owning land and from the most important link in the chain, which is selling the crop. As they do not own land –and therefore have no legal status as farmers– the power of women to form cooperatives, receive training, obtain finance and improve their lives is extremely limited.

The goal of the **Kahoa chocolate** project to raise awareness about the inequality and discrimination experienced by women in the cocoa industry through a range of chocolate products, which will provide a channel for denouncing this reality. It is hoped that consumers will reflect on the product they are buying and not only on its quality, but also its origin and the circumstances in which it was produced.

17 **ÓSCAR MOLERO**  
**Tinc emocions amagades**

• *ASD (autistic spectrum disorder), social skills, basic emotions, interactive book, educational resource.*

Although steps are currently being taken to towards a more inclusive society, there is still a lack of awareness of the obstacles faced by children with ASD –autistic spectrum disorder– in their initial social and communicative contacts when they start nursery school. Having access to materials that meet the needs of these children and that help them to recognize their feelings and to acquire social skills would be key to their social integration.

The purpose of the **Tinc emocions amagades** (I have hidden feelings) project is to create an attractive, interactive publication, adapted to the needs of a 2-year-old child with ASD, and, through play, to help them to identify their own and others' basic emotions. This project has arisen because of the lack of resources encountered by families and infant education professionals to meet the needs of 0- to 3-year-olds with ASD.

18 **SARA MOLINA**  
**Pain is not our nature**

• *Campaign, raise awareness, menstruation, pain, endometriosis.*

How can invisible pain be made visible?

Endometriosis is a condition that affects 1 of every 10 women, which accounts for 2 million women in Spain alone, without counting women who are unaware they have it. The fact that, on average the disorder is not diagnosed until eight years after onset exacerbates the disease. Acceptance of menstrual pain as something normal is often the result of taboos regarding women's health and a lack of information. This disorder should not be a matter for women alone, but rather be acknowledged by society at large.

The main goal of this publicity campaign is to raise awareness of the pain of endometriosis, by representing the pain or the sensations felt by the women affected. It is a pain that the people closest to them and society in general find very hard to understand. The purpose of this campaign is both to reduce delays in diagnosis and to raise awareness about this disorder by disseminating content and providing information.

The **El dolor no és la nostra naturalesa** (Pain is not our nature) campaign features different communication elements –printed and digital– that provide easy-to-digest information while giving a voice to the women who suffer from it.

19 **GISELA NEIRA**  
**Voyage, voyage and enjoy**

• *Application, trip, documentation, suitcase, medicaments.*

The project entails an application for mobile devices and targets educators of people with an intellectual disability. It is a tool that allows practical, swift, visual, and responsible management of trip preparation.

The application has four differentiated parts:

- **CREW.** This area includes all the data of the people with an intellectual disability: contact people, documents, medical details, prosthesis, clothes, hygiene products, etc.
- **PILOTS.** This area contains details of the organization's educators.
- **MISSIONS.** This is the area where the trips are created and to which the pilots, crew members and items to be taken on each trip are added.
- **FIRST AID KIT.** This area shows -for each day, meal and trip- the crew members that take medication.

20 **MARC PEDRÓS**  
**Rosadefoc, elegance & revolt**

• *Clothing, elegance, defence, ethics, sustainability.*

Since the appearance of the punk movement, clothes have been used to express social criticism and to support different causes. Their designs have, however, been very repetitive, have not evolved over time and have focused only on younger, alternative users.

The major clothes brands use not particularly ethical methods to tailor their products: they habitually delocalize companies, operate regimes of semi-slavery, and show little regard for the environment. The current social and political context threatens fundamental rights and is reminiscent of past times that we thought were behind us.

**Rosadefoc, elegance & revolt** proposes a new concept of clothing –based on the defence of human rights and social justice– which it subtly and aesthetically conveys to its habitual public. This clothing, which is both for formal and informal wear, is also endowed with the added value of design, from the drawing board to the entire production process, to ensure that it is ethical, sustainable, and produced locally.

#### JÚLIA REINA

21

##### Loneliness, seven homeless lives

• *Cold, home, exclusion, mood swings, resilience.*

This project is intended to raise awareness of a group of people with a real presence who are often highly marginalized in our society: the homeless. How often do we come across homeless people in our everyday lives? And when we do, how often do we just carry on along our way and act as if they did not exist?

We have created a book –which will also come with a series of postcards inviting readers to take an active part– to raise awareness of these people and to make the population at large understand the situation of extreme poverty in which so many people find themselves. The product comprises photographs, illustrations, and texts by the author –with real statements from testimonies who have lived or who still live rough– to show how harsh this lifestyle is and the hardship of loneliness when surrounded by so many people.

The goal of the project **Solitud, set vides sense llar** (Loneliness, seven homeless lives) is to raise readers' awareness and empathy towards the people affected and to encourage action that helps to solve the problem.

#### MARTA SANTO TOMÁS

22

##### Bloc

• *OCD, application, compulsion, monitoring, obsession.*

**Bloc** is a project aimed at people with Obsessive Compulsive Disorder (OCD). It has arisen because of difficulties or the lack of resources available for monitoring the everyday progress of persons with OCD. Some methods such as keeping a diary already exist, but these are often limited or incompatible with the user.

Hence the development of an application for digitalizing their follow-up and for solving the problems that arise. The application is being developed so that information can be entered easily and quickly throughout the day and the user's progress may be viewed.

**Bloc** has other useful features such as the limit-setting function, which is particularly useful if the user is undergoing treatment. Parallel to the application, the project also offers a physical leaflet to make users aware of **Bloc**.

#### VÍCTOR VALIENTE

23

##### A ver si me muero

• *Mental health, suicide, young people, Generation Z, social media.*

It is strange how capable we are of accepting that someone might want to die and how we may even find it funny. People sometimes make amusing comments about their own suffering and nonchalantly share them online. Mental health is scarcely talked about, which is understandable because it is a subject that is hard to broach, but that does not mean we should ignore it.

**A ver si me Muero** (Let's see if I die) is an awareness campaign intended to breach this taboo. It uses new communication channels and the visual, comic, and satirical language of Generation Z to tackle mental health and suicide through graphic design and motion design. The campaign is very much focused on digital media in which information is both consumed quickly and concisely. It is a moving campaign about young people and suicide.

#### NINA VALLE

24

##### Milfulles

• *Veganism, sustainability, restaurant, corporate identity.*

**Milfulles** is a corporate identity project for a vegan restaurant. Both veganism and the range of vegan food on offer are growing globally. In the Osona region, however, there are no specifically vegan restaurants. Eating vegan encourages awareness of what we eat and of the impact of diet on our body, on animals, on society and on the planet.

The goal of the project is to introduce veganism to the people of Osona, who have first-hand experience of animal exploitation and of the problems it causes. The project is based on a positive and empirical

approach designed to show that a balanced vegan meal is simple and offers many benefits.

The corporate design seeks to reflect both the strict aspects of veganism –the willpower and organization required to follow a vegan diet– as well as an easy-going, nature-loving attitude targeting a young, concerned public. This dual facet is expressed in contrasting geometrical and organic shapes and in both cold and warm colours.

#### DAVID VELASCO

25

##### Mescladís

• *Mescladís, migration, empathy, respect.*

According to UNHCR data, every day 37,000 people are forced to flee their homes because of conflict or political, ideological and gender persecution. Many people who do manage to find refuge abroad encounter others who judge them without knowing their reasons for migrating.

The purpose of this project is to help to create awareness of the migratory situation among the people of Barcelona and to improve coexistence among different cultures in the city's districts. This has been done by improving their identity and creating a news bulletin for the publication of verified information on the current migratory situation.

The project is promoted by **Mescladís**, a not-for-profit organization from Barcelona that provides training in food and catering to immigrants who are at risk of social and employment exclusion and offers them an opportunity to work.

#### ANNA BLANCAFORT

28

##### Puntos invisibles

• *Co-creation, experimentation, validation, emotion, visual diversity.*

The **Puntos invisibles** (Invisible points) project is focused on design and therefore on society. The idea is to establish a co-creation space for designers, people with visual diversity and projects. This has yielded a space for interaction, experimentation and the validation of projects based on emotion, highlighting the senses and sensory experience of people with little or no sense of sight.

The project is approached from the perspective of both designers and users in today's society, with a focus on social problems, and it posits design as a need and an acknowledgement that there also exist other kinds of non-visual perceptual capabilities.

Society needs new experiences and design should move us. All that is essential is invisible to the eyes, yet everything visual currently accounts for 95%.

#### CLÀUDIA CODINA

29

##### NUA

• *Create, interact, raise awareness, teach, art.*

**NUA** is a new patisserie project that focuses chiefly on interaction between employees and customers by turning the bakery itself into the display.

The project offers the chance both to run workshops for helping people with problems like depression, and to raise awareness about the quality of traditional patisserie compared to industrial products. It also provides a cafeteria service that allows customers to taste products onsite.

The proposal also seeks to change people's image of patisserie in which the pastry kitchen is completely concealed at the back of the premises or only partly visible, which could put customers off as they cannot see when and how the product is made.

**NUA** therefore recommends opening up the kitchen –which patisseries normally hide– on view to all, and using it as a means of communication between the outside and the inside.

#### MARIA GARCIA

30

##### The sandbanks

• *Refurbishment, agriculture, production, trade, local produce.*

**Els arenys** is a design project to refurbish an old building –now in disuse– and to give it a new lease of life in keeping with its surroundings.

This is a site where users will interact closely with local agricultural producers to strengthen and establish ties with the country and with nature and to encourage fair trade and healthy eating.

The goal of the project is to demonstrate what the process of agricultural production really entails and to show users how food reaches them from the fields.

31 **MIREIA MARTORELL**  
**Bell&Co**  
 • *Community, co-living, co-working, youth depopulation.*

**Bell&Co** is a project with a truly clear goal: to halt the depopulation of young people from Bellvís, a small town in Lleida province. The idea is to create a space to solve this problem while helping enterprising young people resident in the town to make a living through their work.

**Bell&Co** is therefore a co-living space designed to boost community life and growth among its inhabitants. It alternates private and community zones and has a capacity for 8 young people. Its community zones feature different co-working areas in which young freelancers can undertake their projects.

An up-to-date, attractive, youthful design helps to create a unique space for harmonious coexistence that encourages the exchange of knowledge and experiences among the young residents.

32 **MARIA MONSENY**  
**L'atradicional. Shared creation centre**  
 • *Universal design, cocreation, SQM, bioconstruction, tradition.*

Local festivals and popular culture both perpetrate and generate thought.

The town of Balaguer's different associations used to promote and organize different expressions of its popular culture until –because of changes in social and cultural dynamics and other adverse factors– Lleida City Council took charge of it all. The organization and maintenance of the popular cultural agenda is now fully under the latter's control. These performances –which are very symbolically and discursively weighted– feature discourse that originated decades ago, whose potential for educational and social improvement, from a more participatory and inclusive approach, has been lost.

**L'atradicional** is a project intended to establish the conditions for a review of tradition and the redesign of traditional performances using the very parameters that are considered essential in everything that emerges on this site: inclusiveness, sustainability, local colour, and a great deal of respect.

33 **SARA NICOLAU**  
**Habitar**  
 • *Cooperative housing, transition, sustainability, young people's emancipation, community, flexibility.*

**Habitar** is a residential project in the municipality of Castellbisbal. It is aimed at young people who wish to leave the parental home and involves the recovery and refurbishment of a detached apartment block that was never completed.

The building currently remains in disuse on account of the last financial crisis. It will be refurbished to create small residences for young people who are unable to afford traditional rental. The objective is therefore to cover current demand in the municipality with this previously equipped transitional housing designed for short-term three-to-four-year stays. The housing has quality facilities, is simple to maintain, durable, and comfortable, and fulfils sustainability and energy efficiency criteria.

The building has private residences and centralized facilities, community areas with different services and installations, all designed to be as economical as possible. It will be fitted with community areas that act as transition zones between the public and private spaces and between the inside and outside, with a view to encouraging integration between the exterior and the interior. The space is designed for residents to interact with one another and to be self-managed.

The main goals of the project are to guarantee people's right to decent housing and to cut adrift from the traditional concept of a block of flats.

34 **CARLA ROVIRA**  
**SAFE**  
 • *Benchmark, safety, freedom, inclusion, women, LGBTI.*

The project entails the creation of a benchmark site intended for women and for the LGBTI community. **Safe** is an aggression-free space in the region of Osona that offers freedom and a place to go to if you do not know where to turn, to ask for help and to be listened to. Here you will encounter ears to listen to you, eyes to see you, arms to embrace you and a mouth to keep your secrets.

**Safe** is addressed to all users who do not feel comfortable wherever they are, who may simply be learning about themselves or who may otherwise be taking stock of a new reality in their lives. It is a benchmark site for these users to feel safe in.

The project contemplates the diversity of users as future occupants of the space. This is a non-exclusive space addressed to two very specific groups of people. **Safe** seeks to break down taboos and turn them into an act of social criticism while at the same time questioning their very substance.

35 **ANDREA SUEIRO**  
**Can Molins**  
 • *Dialogue, symbiosis, innovation, originality, redefinition.*

**Can Molins** is a farmhouse located in Sant Climent del Llobregat, in the Baix Llobregat region. This disused eighteenth-century building has been given two new uses and is a symbiosis of an animal shelter and a children's holiday camp. The idea arose from two pressing social matters: the abandonment of animals and a lack of public awareness of this situation. These two problems can be solved through just one initiative: the **Can Molins** project.

The entire project takes up two floors of the building. The first floor will house the **Espai Blanc**, a space assigned to the summer camp common areas: room holding workshops, kitchen, dining room and toilets. This floor will be for cats. The **Espai Refugi**, on the other floor, will host activities with dogs and will give them shelter. It is therefore a place for interacting with animals.

The farmhouse will also host a dialogue between the old and the new, and the building's original materials will coexist harmoniously with new metal structures.

36 **GEMMA TAPIAS**  
**El Brot**  
 • *Cooperative, circular economy, local trade, eco-friendly, ancient stream.*

**El Brot** is a cooperative in Barcelona's Horta district based on the circular economy for food. Horta is an area with a not-so-distant agricultural past and many small rivers and streams flowing through it. Our site is close to the course of the former **Torrent de la Carabassa** stream, which is currently in a state of disuse and abandonment. The purpose of **El Brot** is to recover the stream as a unique item of history and to give it a use.

**El Brot** aims to incentivize residents of the district and to include them in the circular economy for food, the basic aim of which is to generate zero waste. This process will focus on the different stages through which food passes. **El Brot** also seeks to promote locally sourced products and to encourage awareness of our ecological footprint, care for the environment, sustainability, and social ethics.

Its functional programme will offer different spaces and services to users, based on each of the different stages of food: farming (urban allotment), purchase (shop selling loose produce), processing (cuisine workshop), and consumption (bar-cafeteria).

The cooperative will likewise emphasize care for the environment through natural ventilation, renewable energies, reuse of grey water and rainwater, and the composting of organic waste.

In short, it is hoped that **El Brot** will become a neighbourhood benchmark that collaborates with different associations, schools, companies, and institutions to help spread this philosophy and involve users. This will encourage progress towards a slightly more ecological and sustainable world, which is now so necessary and urgent.

37 **CLARA TORRELLES**  
**Refugi temporal**  
 • *Seasonality, refurbishment, natural materials, locally sourced, sustainability, ecoefficiency, bio-interior design, conservation, integrating space, social design.*

**Refugi temporal** (Temporary shelter) is a hostel for the seasonal workers who come to Lleida province each summer to harvest fruit in the fields. The hostel is in Vilanova del Segrià, a town with a lot of farmland for both fruit and cereals.

This project proposes creating a place to stay and thus to solve the problem of housing for seasonal workers. Its main objective is to establish locally an easy-to-make, economical space in respectable condition. The project therefore involves interior design with recovered, recycled, and locally sourced materials to reduce expenditure on mobility and to generate a profit for the area's producers.

40 **ONA BOSCH**  
**Cau de terra**  
 • *Grain sack, retail fixtures and fittings, self-service, storage.*

**Cau de terra** is a retail fixtures and fittings project for the storage, conservation, and use –display

and sale— of sacks of grain. Most shopping systems are currently not sustainable, as they produce large amounts of ecologically unfriendly and unnecessary waste. The sector in question here is sustainable food.

The purpose of the project is to promote, to encourage, and to improve the sale of products sold loose. The main benefits of this design are to improve convenience for workers and to optimize their time. It also makes things more convenient for consumers of products sold loose. This item is easily movable and has a flexible design, which can be adapted to suit the store's needs and requirements. One important feature of **Cau de Terra** is careful hygiene, which is currently particularly important. This object allows for easy and efficient cleaning and prevents contact between particles in the atmosphere and the sack's content.

41

**CARLA GIMENO****Re-creations**

- *Rehabilitation, inclusive toy, child motor disability, Design For All.*

Many 3- to 5-year-olds suffer from functional diversities and are forced to do repetitive, monotonous and hard-going physical rehabilitation exercises. These exercises fail to consider that play is the main tool for growth at this age.

The objective of **Re-creations** is to bring these two concepts together in a game that livens up children's manual rehabilitation. It also addresses anyone who wants to have fun while playing and at the same time develop their motor skills so that it becomes a "Design For All" product.

The methods used to obtain the results mainly involved attending a series of physical rehabilitation sessions, interviews with an early stimulation physiotherapist and a lot of bibliographical research. The project has yielded a toy that is therapeutic, fun, and original and stimulates creativity, encourages users' motor skills, and develops the imagination through symbolic play. **Re-creations** is made mainly from cork and is therefore also eco-friendly.

42

**JAUME MARTÍNEZ****Indianes 2.0**

- *Chintz, patterns, tool, DIY, display.*

The **Indianes 2.0** project offers an alternative pattern printing system that comprises different parts printed in 3D, which are combined to form two tools that allow users to swiftly and attractively decorate smooth surfaces with a broad range of combinations of colours and shapes.

This proposal draws from a long tradition in the textile industry and is based on patterns that once prompted a complete change of lifestyle in Catalonia: chintz.

Based on FDM printing technology, this series paves the way for new types of patterns with organic and partially spontaneous textures, which here have been applied on wooden panels and some types of square and curved profiles, using the two rollers from which the tool is made.

43

**ROGER MONFORT****Vine**

- *Set, wine tourism, food and wine pairing, vineyards, suspension.*

**Vine** is a set created to offer a new experience of cuisine and food and wine pairing. It goes by the name of *Entre vinyes, foc i vi* (Among vines, fire and wine) and is to be found in the unique surroundings of the *Can Calopa de dalt* farmstead. The set is intended to encourage personal and independent interaction between users to enjoy food and wine pairing. It is inspired by the grape cultivation and designed to blend into the surroundings yet have the right formal character.

**Vine** is a set of eight elements that provide different resources for pairing food and wine as well as an area for tasting. The components of **Vine** are mobile and only the structure is static. The set is therefore easy to assemble and dismantle as required.

44

**CLARA SANTALORIA****Segons**

- *Facilitator, assistant, optimization, time management, interface, device, meetings.*

The purpose of **Segons** (Seconds) is to make sure that meetings are quick, simple, and efficient. The project involves the use of a mobile device and application that improves the experience and also acts as an assistant.

The product is intended to meet the needs of companies in which employees waste up to 18% of their

time at meetings and also to optimize time at talks, conferences and presentations. It is an innovative product on the market that brings economic benefits and greater wellbeing as it improves time management.

The device facilitates the meeting visually and indicates when the points on the meeting's agenda have been dealt with or when someone is talking too much. It does so through luminous notifications that do not interrupt speakers as sound signals would. The app also enables participation by those who have not been able to attend the meeting.

The mobile application can be programmed to schedule the meeting and tempos in advance, add attendees and prepare decisive voting procedures by offering different systems of questions. During the meeting, the app manages time and chairs the contributions of attendees by means of a flashing function on the device.

This is complemented with a record of decisions and voice memos that are stored during the meeting. Another extra function is the option of sharing files and uploading others from 'Google Suite' applications.

The device is manufactured in ABS and silicone and has a handle for easy carrying or to hang it up. Its powerful battery offers autonomous use of over one hour.

45

**JOSEP LLUÍS TANTIÑÀ****Fàbrica de cel·lulosa bacteriana**

- *System (machine), production, ecologism, bacterial cellulose, compostable.*

How can the control of production be given back to the end user?

This project is based on the search for new systems of creation that enable users themselves to create their own design. It involved a simple material with a long history: bacterial cellulose created from tea. Research was undertaken and yielded findings about the material and, lastly, a production system was designed.

The system for the creation of bacterial cellulose is an example of a production system based on a sustainable material. Users may adapt and modify the material's properties and experiment to create their own product. The main ingredient of this system is tea, the properties of which are used to make a bag.

This system comprises three stages each of which involves a different process of the material: farming, processing, and drying. The process is always kept simple and understandable. These different stations have assorted functions, which have been designed in response to the needs discovered in research into bacterial cellulose.

Bacterial cellulose is a material that will help to bring about the change necessary to make society sustainable. This machine presents a way of producing a strong, flexible, and compostable plastic. What we are seeking with this system is not just a product, but to show that a material can be something simple in anyone's hands.

The alternative we are proposing is to establish controlled production of the material to yield a strong, flexible, and compostable bioplastic. This system creates an alternative to the systems used by large, high-investment industries with unlimited resources and instead it offers its own method for researching and creating materials.

In short, **Fàbrica de cel·lulosa bacteriana** is a project focused not only on the end product, but also on the manufacturing process and the beauty involved in it.

48

**AÏDA ALMACELLAS****I used to love you, now you're only 25 cents**

- *Kitsch, nostalgia, childhood, local production, slow fashion.*

What would you say to all those material things that at some point in your life were invaluable to you?

That is the idea behind **'I used to love you, now you're only 25 cents'**, a clothing collection inspired by kitsch, by the emotional burden of its imaginary and by a nostalgia for times past. This collection is intended to reacquaint us with the aesthetics of childhood, which are set in juxtaposition to our adult reality.

This project arose from a need to express this eccentric –and traditionally frowned upon– style in a collection intended for non-conformists and outsiders that transcends socially established rules and is inclusive, colourful, over-the-top, naïve, and queer. This involves methods of local production that seek to occupy an empty niche in the slow fashion market, in which garments like these are rather uncommon.

The **"I used to love you, now you're only 25 cents"** movement establishes that people should have fun dressing!



ÈLIA ALONSO

**Genesis**

49

- *Timeless, Japanese design, unisex, neo-tailoring.*

This project involves the presentation of the firm *Sibèria* and its **Genesis** collection. *Sibèria* is a firm that makes unisex clothing designed and tailored in Spain. *Genesis*\* is a starting point and inspiration, a letter of introduction from the *Sibèria* brand.

The collection takes concepts from the nineteen-eighties, which was a key decade for music and fashion. New wave, post-punk, synth pop, house, acid house, and other styles made this period a very productive decade, particularly in England. The country was bubbling with new musical styles and underground movements, despite the serious social and economic crisis of the late nineteen-seventies.

*Genesis* is mainly inspired by the aesthetics of the new romantic movement, which originated in London and, years later, crossed borders and arrived in Valencia and Madrid to influence Valencia's *ruta del bakalao* clubbing scene and *la movida madrileña* countercultural movement. The end of the nineteen-eighties also saw the emergence of the first rave movements in England. One of their main festivals was *Genesis*.

This collection is intended as a tribute to the music, the underground movements, and the people who brought them to life during difficult times of crisis.

\* GENESIS: Origin or start of something.

ELISABET FORTEZA

**Arrels**

50

- *Mallorca, local fashion, traditional rural clothing, typical product.*

The project presents a collection inspired by the traditional rural wear of Mallorca. The **Arrels** or "roots" collection targets solely female, middle-aged, medium-high purchasing power residents and foreigners.

The collection, whose style is timeless, natural, and simple, reflects other garments sold in the Balearic Islands, such as *Avarca* sandals, espadrilles, and basket ware. It can therefore be combined basically with any garment in the wardrobe.

Our main goal is to give Mallorca an aesthetic identity while promoting and upholding the island's tradition through fashion.

MARTA QUESADA

**The Witch Hunt**

51

- *Witch, punishment, abuse of power, freedom, submission.*

**The Witch Hunt** is a conceptual collection inspired by Arthur Miller's play *The Crucible*. The collection is intended to convey the work's message of abuse of power.

The play tells of how the upper classes influence and manipulate public governmental bodies in order to benefit themselves. Anyone who opposes the established ways and who thinks differently and expresses dissenting opinions is punished. The play is therefore about curtailing expression and punishing anyone who does not think according to morally correct norms. It is clearly about class struggle.

ANNA SOLÀ

**Dress up your shit**

52

- *climate emergency, artistic-conceptual wardrobe, raising awareness, upcycling, performance, textile waste.*

The climate emergency is a global social phenomenon that is clearly the result of human activity. Such activity is conducted in a capitalist system with infinite interests but finite resources. The main purpose of this project is to create an artistic-conceptual wardrobe for a performance capable of showcasing the current panorama of production processes in the textile industry, their environmental and social consequences, and the need to increase recycling in the fashion sector.

The **Dress up your shit** project is intended to give the members of the audience the information they need to be aware of their power as consumers to transform the fashion system.

Surveys undertaken prior to the study, bibliographical research, and a campaign to collect clothing for use in the project provided the bases for the ideas and concepts that are expressed in the performance. The challenge lies in tailoring garments while upcycling recycled fabrics, making use of textile waste, and avoiding the purchase of raw materials.

This project arose from a need to contribute to society, a desire to encourage reflection among consumers through clothes and art, and the idea that it may become a tool for fair, social, and ecological change.

CARLES SOLER

**Moodify trashion**

53

- *Reuse, sustainability, zero waste, trashion, upcycling.*

The project is set against a background of consumerism and the 'fast fashion' model of production that has prevailed in the fashion sector for so long now. It looks to the future and embraces new environmental trends to offer a more sustainable, responsible, and ethical product. Statistics currently reveal an increase in demand for sustainable fashion and the experts predict that the 'slow fashion' model of production is the only viable way of fighting climate change. The project **Moodify trashion** draws from increased public environmental awareness and the market niche for fashion made from reused materials in a sector that still largely remains undeveloped.

The project is based on upcycling and the use of reused materials to create a fashion collection. This yields an environmentally friendly product that does not involve the use of new, virgin materials to produce it and has a much more sustainable result. The goal is to use awareness-raising designs and strategies to convince society of the need to minimize consumption and to extend the life of materials whenever possible with a view to reducing our environmental impact on the planet.

The aesthetics for the designs have been forged from three sources of inspiration: cyberpunk, adventure or risk sports clothing, and gaming-military wear. The project is also inspired by and based on nineteen-nineties superhero comic ideas of what the future would be like. Both these and cyberpunk-type comics created a dystopian vision of the future characterized by many of the things that we wish to avoid in this project such as pollution, climate disorders, the destruction of flora and fauna, and the overexploitation of resources, etc. The main characters in many of these comics reused and recycled.

This project is intended to demonstrate that many of the materials we consider as waste may be reused to tailor clothes. It is also to turn reuse in fashion into normal practice, just as it is in other sectors.

HELENA TORRES

**The priory of the orange tree**

54

- *Series, fantasy, adaptations, books, streaming.*

Audio-visual consumption has grown considerably, and television series and cinema are now available to everyone on streaming platforms, anywhere and at any time of day. This has led producers to seek inspiration in literary works, which has given rise to a constant increase in the number of adaptations produced.

This project has involved investigation into why an increasing number of books are being adapted and why they are used to find inspiration. The current circumstances of the sector and its users are also explored, and the information gathered is applied to the wardrobe design of a literary adaptation with a view to enhancing its presence through concealed messages and the use of denim as a distinctive element.

The project has involved research for information online, a survey among potential users and an interview with a worker from the sector to provide an insider's perspective of the current status of filmmaking.

MARIONA VADRÍ

**The princess and the frog**

55

- *Live-action, values, fairy tales, wardrobe, Disney, film.*

Classic fairy tales have been used throughout history as a key instrument for conveying values to the society of the time in which they were told. Some of the classics by the Brothers Grimm, Perrault or Hans Christian Andersen have been told over again in different forms, as societies change and therefore so do needs and values.

For some years now we have witnessed how the film industry has used all these classic fairy tales or animated cartoons to produce a series of remakes or live action movies with real actors. Such films have been very warmly welcomed by the public and have become one of the highest-grossing genres at the box office.

This project therefore involves research on the growing number of remakes of classic fairy tales and on how these new versions have changed and adapted the tales to convey new values in today's society.

The Disney animated cartoon, **The Princess and the Frog**, was therefore chosen as a basis to create a film wardrobe design proposal for a possible new live action version of the tale. The main goal is to convey a series of positive values through the characters' wardrobe and to deal with social issues that have hitherto received very little attention in animated films for children; matters of such significance as feminism, and racial and sexual diversity, etc.

## COMISSIONS AVALUADORES GRÀFIC

Josep Poblador Tolosana. ESDAP Catalunya  
Montse Noguera Muntadas. ESDAP Catalunya  
Núria Vila

Carla Bigas Deitg  
**Tutora:** Alexandra Fernández Lladó

Mercè Chacón Molist  
**Tutora:** Montse Sayol Salomó

Alex Del Fresno Sánchez  
**Tutor:** Xavier Alamany Sesé

Ivette Fernández Ruiz-Ruano  
**Tutora:** Montse Sayol Salomó

Jana Mas Sayós  
**Tutora:** Ingrid Marqués Rojo

Óscar Molero Samper  
**Tutor:** Xavier Brufau Muntané

Marc Albertí Collado. ESDAP Catalunya  
Júlia Cuyàs Bonet. ESDAP Catalunya  
Ester Agustench. Nomon design

Adrián Cañas Villarrazo  
**Tutor:** Ferran Carbonell Pous

Núria Capel Nadal  
**Tutor:** Andrés Salguero Martínez

Roger Farré Termes  
**Tutor:** Xavier Alamany Sesé

Miquel Gracia Sanjuán  
**Tutor:** Francesc Subirà Català

Ivette Matavacas Alibés  
**Tutor:** Marcel·lí Gutiérrez Arumí

Alba Peiró Llordés  
**Tutor:** Jordi Garcia Sempere

Paola Pérez Ballesteros  
**Tutor:** Andrés Salguero Martínez

Laura Quijada Calef  
**Tutor:** Jordi Garcia Sempere

Maria Rashid Parveen  
**Tutor:** Xavier Alamany Sesé

Noèlia Sánchez Martí  
**Tutor:** Francesc Subirà Català

David Velasco Cañís  
**Tutora:** Anna Alcázar Antras

Júlia Reina Gonzalez  
**Tutora:** Adelina Borrell Gispert

Carlos Selle Montesinos  
**Tutor:** Xavier Brufau Muntané

Berta Temprano Claramunt  
**Tutora:** Ingrid Marqués Rojo

Oriol Trujillo Díaz  
**Tutor:** Andrés Salguero Martínez

Melina Vilca Bedoya  
**Tutora:** Alexandra Fernández Lladó

Ferran Carbonell Pous. ESDAP Catalunya  
Balbina Rodríguez Pina. ESDAP Catalunya  
Pepe Mensua. NEORG

Víctor Cabello Del Barco  
**Tutora:** Sonia Jou Caballero

Alba Campdepadrós Rodríguez  
**Tutor:** Marc Albertí Collado

Oscar Cardó Fernández  
**Tutor:** Marcel·lí Gutiérrez Arumí

Andreu Castells Gonzalbo  
**Tutora:** Sonia Jou Caballero

Corina Durante Ferrer  
**Tutora:** Gemma Reixach Villegas

Yana Eltsova  
**Tutora:** Gemma Reixach Villegas

Francesc Subirà Català. ESDAP Catalunya  
Gemma Reixach Villegas. ESDAP Catalunya  
Iñaki F. Llort. CATARTSIS

Jesús Alcázar López  
**Tutora:** Adelina Borrell Gispert

Joana Amorós Carles  
**Tutor:** Marcel·lí Gutiérrez Arumí

Félix Gil Saiz  
**Tutor:** Andrés Salguero Martínez

Laia Guillén Carulla  
**Tutora:** Adelina Borrell Gispert

Alexandra Lara Torres  
**Tutor:** Xavier Brufau Muntané

Carla Lecha Guix  
**Tutor:** Marià Vilaró Casamitjana

Raül Gibanel Navea  
**Tutora:** Anna Alcázar Antras

Guillem López Gurrera  
**Tutora:** Adelina Borrell Gispert

David Moreso Queral  
**Tutor:** Francesc Subirà Català

Gisela Neira Santanach  
**Tutora:** Ingrid Marqués Rojo

Marta Santo Tomás Fernández  
**Tutora:** Sonia Jou Caballero

Sergi Martí Sanz  
**Tutora:** Adelina Borrell Gispert

Lourdes Montalvo Moreno  
**Tutora:** Sonia Jou Caballero

Laura Navarro Montilla  
**Tutor:** Marià Vilaró Casamitjana

Nina Valle Bruch  
**Tutor:** Marcel·lí Gutiérrez Arumí

Íngrid Marqués Rojo. ESDAP Catalunya  
Mireia Casas Cervos. ESDAP Catalunya  
Judit Rigau. Estudi Dosgrapas

Eduardo Fernández Ramos  
**Tutora:** Montse Sayol Salomó

Laia Juárez Infante  
**Tutor:** Ferran Carbonell Pous

Jordi Llobet Boldú  
**Tutor:** Xavier Brufau Muntané

Miguel Martín Vargas  
**Tutora:** Anna Alcázar Antras

Álvaro Martínez Martí  
**Tutor:** Xavier Brufau Muntané

Tania Martínez Ribodigo  
**Tutora:** Gemma Reixach Villegas

Sara Molina Estragués  
**Tutor:** Ferran Carbonell Pous

Júlia Navarro Alfonso  
**Tutora:** Sonia Jou Caballero

Albert Roura Casadellà  
**Tutor:** Andrés Salguero Martínez

Montserrat Soler Cots  
**Tutora:** Anna Alcázar Antras

Víctor Valiente Martínez  
**Tutor:** Xavier Brufau Muntané

Xavier Alamany Sesé. ESDAP Catalunya  
Cristina Aumatell Tió. ESDAP Catalunya  
Eduard Duch. ATIPUS

Mateu Alemany Ros  
**Tutora:** Sonia Jou Caballero

Florentina Stefania Buciu  
**Tutor:** Jordi Garcia Sempere

Núria Castán Barón  
**Tutora:** Anna Alcázar Antras

Alba Escolà Anglès  
**Tutor:** Xavier Brufau Muntané

Marta Estada Garrido  
**Tutor:** Francesc Subirà Català

Roc Fàbrega Sans  
**Tutora:** Gemma Reixach Villegas

Daniel Giménez Buxadé  
**Tutor:** Marc Albertí Collado

Albert Gómez Subarroca  
**Tutor:** Francesc Subirà Català

Marta Gorchs Malavé  
**Tutor:** Marcel·lí Gutiérrez Arumí

Sandra Jiménez Pérez  
**Tutora:** Alexandra Fernández Lladó

Andrés Salguero Martínez. ESDAP Catalunya  
Elena Sala i Busó. ESDAP Catalunya  
Mireia Sais. Senyor Estudi

Andrea Almo Pérez  
**Tutor:** Marc Albertí Collado

Marina Coll Puchol  
**Tutor:** Jordi Garcia Sempere

Cristina Creus Rosello  
**Tutor:** Francesc Subirà Català

Diego Fernández López  
**Tutor:** Xavier Alamany Sesé

Laura Martínez Soriano  
**Tutor:** Xavier Alamany Sesé

Mireia Mir Estany  
**Tutor:** Marc Albertí Collado

Daniel Rivera Manzano  
**Tutora:** Adelina Borrell Gispert

Gina Rovere Di Sipio  
**Tutor:** Marc Albertí Collado

Bryan Jowie Tolentino Lubina  
**Tutora:** Anna Alcázar Antras

Xavier Brufau Muntané. ESDAP Catalunya  
Laura Mas Bartrina. ESDAP Catalunya  
Raul Ramos. Blanc Festival

Rafel Calvet Trepà  
**Tutor:** Francesc Subirà Català

Paula Cantal Bellsolà  
**Tutora:** Alexandra Fernández Lladó

Alexandra Cantallops Pérez  
**Tutor:** Andrés Salguero Martínez

Berta Cubí Pons  
**Tutora:** Anna Alcázar Antras

Sandra De León López  
**Tutor:** Jordi Garcia Sempere

Paula Forcadell Ortiz  
**Tutor:** Xavier Alamany Sesé

Stefania Matijasevic  
**Tutor:** Marc Albertí Collado

Eric Patricio Gómez  
**Tutor:** Marcel·lí Gutiérrez Arumí

Marc Pedrós Manchón  
**Tutor:** Jordi Garcia Sempere

Nahomy Valentina Rueda Ñustes  
**Tutor:** Marc Albertí Collado

## COMISSIONS AVALUADORES INTERIORS

**Maite Díez i Blanco. ESDAP Catalunya**  
**Xevi Moliner. ESDAP Catalunya**  
**Judit Bustos Cabezudo. Trestrastos**

Ester Cortada Segarra  
**Tutora:** Eva Gómez Freixinet

Lidia Egea Rodríguez  
**Tutor:** Francesc Aguilar Domenjo

Maria Monseny Triquell  
**Tutora:** Eva Gómez Freixinet

Mireia Pascual Galera  
**Tutor:** Francesc Aguilar Domenjo

Carla Rovira Ruiz  
**Tutora:** Mireia Baurier Casanovas

Alejandro Teruel Moreno  
**Tutora:** Laia Guardiola Raventós

**Mireia Baurier Casanovas. ESDAP Catalunya**  
**Jordi Solé Ràfols. ESDAP Catalunya**  
**Marcos Catalán**

Clàudia Ballester Sagué  
**Tutor:** Joan Ventura Moreno

Laia Vicient Monllaó  
**Tutora:** Montse Botey Font

Ona Espinosa Farran  
**Tutora:** Montse Botey Font

Noelia Hilla Carmona  
**Tutora:** Bàrbara Vich Arrom

Maitane López Sestayo  
**Tutor:** Joan Ventura Moreno

Diksha Rani  
**Tutor:** Joan Ventura Moreno

Clara Torrelles Justícia  
**Tutora:** Eva Gómez Freixinet

**Joan Ventura Moreno. ESDAP Catalunya**  
**Susana Ferrer González. ESDAP Catalunya**  
**Anna García. Nook architects**

Ester Garcia Fuste  
**Tutora:** Eva Gómez Freixinet

Laura Rosell Novell  
**Tutora:** Mireia Baurier Casanovas

Laura Just Bartolomé  
**Tutora:** Montse Botey Font

Andrea Sueiro Mohorte  
**Tutor:** Salvador Murillo Ferrer

Anna Martín Soto  
**Tutora:** Montse Botey Font

Pau Torras Diez  
**Tutora:** Mireia Vilalta Blanch

Mireia Martorell Potrony  
**Tutora:** Eva Gómez Freixinet

Sara Nicolau Carrasco  
**Tutora:** Bàrbara Vich Arrom

Sandra Ramírez Gómez  
**Tutora:** Montse Botey Font

**Isabel Roca Martinez. ESDAP Catalunya**  
**Marc Ballús Torrens. ESDAP Catalunya**  
**Pep Boltà**

Nerea Asensio Tornero  
**Tutora:** Bàrbara Vich Arrom

Maryia Zahranichnaya Egorova  
**Tutora:** Amaya Martínez Marcos

Clàudia Codina Vilà  
**Tutor:** Jordi Solé Ràfols

Yael Nadia Fernández Gomiz  
**Tutora:** Bàrbara Vich Arrom

Elena Gómez Estepa  
**Tutora:** Laia Guardiola Raventós

Sara Rodríguez Cervera  
**Tutora:** Amaya Martínez Marcos

Manel Vinyes Giebel  
**Tutor:** Joan Ventura Moreno

**Carles Juncà Blanch.** ESDAP Catalunya  
**Bàrbara Vich Arrom.** ESDAP Catalunya  
**Helena Puig.** PPP Interiorismo

Denis Bilos Canadell  
**Tutor:** Joan Ventura Moreno

Anna Blancafort Solé  
**Tutora:** Mireia Baurier Casanovas

Sara Calderé Domínguez  
**Tutor:** Joan Ventura Moreno

Maria García Luque  
**Tutor:** Jordi Solé Ràfols

Elsa Hernández Portero  
**Tutor:** Joan Ventura Moreno

María José Luque Herraiz  
**Tutora:** Eva Gómez Freixinet

Cristina Martínez Cullerés  
**Tutora:** Eva Gómez Freixinet

Júlia Roldàn Risueño  
**Tutora:** M. Isabel Roca Martínez

Marta Ruiz Garrido  
**Tutora:** Laia Guardiola Raventós

Gemma Tapias Hosta  
**Tutor:** Jordi Solé Ràfols

## COMISSIONS AVALUADORES PRODUCTE

**Rubén Hidalgo Téllez.** ESDAP Catalunya  
**Guillem Ferran Masip.** ESDAP Catalunya  
**David Morera.** FARO, Barcelona

Carlos José Arredondo Martínez  
**Tutor:** Víctor Juan Arrufat

Albert Casadevall Rodríguez  
**Tutor:** Joel Casas González

Marina Ju Cervera Martínez  
**Tutor:** Joel Casas González

Carla Gimeno Jovés  
**Tutor:** Víctor Juan Arrufat

Enric Martínez Ruiz  
**Tutor:** Rafel Oliva Serra

Roger Monfort Morillo  
**Tutor:** Víctor Juan Arrufat

Josep Lluís Tantiñá Piloña  
**Tutor:** Rafel Oliva Serra

**Joel Casas González.** ESDAP Catalunya  
**Rafel Oliva Serra.** ESDAP Catalunya  
**Dani Vila.** Nathrang

Marc Barranco Rigola  
**Tutor:** Rubén Hidalgo Téllez

Ona Bosch Tremosa  
**Tutor:** Guillem Ferran Masip

Clara Garra Sabaté  
**Tutor:** Víctor Juan Arrufat

Daniel Martínez da Lama  
**Tutor:** Rubén Hidalgo Téllez

Jaume Martínez Riera  
**Tutor:** Guillem Ferran Masip

Marc Rojas Artigas  
**Tutor:** Víctor Juan Arrufat

Clara Santolaria Guimerà  
**Tutor:** Guillem Ferran Masip

Arnau Sanz Dealbert  
**Tutor:** Rubén Hidalgo Téllez

## COMISSIONS AVALUADORES MODA

Montse Serra Torrent. ESDAP Catalunya  
 Natàlia Martínez Sibat. ESDAP Catalunya  
 Xavi Reyes. ZARA

Eila Alonso Siverio  
**Tutora:** Laura Guerrero Mercado

Anna Solà i Garcia  
**Tutora:** Laura Guerrero Mercado

Jean Sebastian Ayala Cardenas  
**Tutora:** Laura Guerrero Mercado

Carles Soler Solà  
**Tutora:** Laura Guerrero Mercado

Alba Carlos Carbó  
**Tutora:** Laura Guerrero Mercado

Helena Torres Fonte  
**Tutora:** Laura Aragón Duat

Carlota Gan Pujol  
**Tutora:** Laura Guerrero Mercado

Mariona Vadrí Montcusí  
**Tutora:** Laura Aragón Duat

Bruno Huelva Mora  
**Tutora:** Laura Aragón Duat

Javier Ortiz Rodriguez  
**Tutora:** Laura Guerrero Mercado

Laura Aragón Duat. ESDAP Catalunya  
 Laura Guerrero Mercado. ESDAP Catalunya  
 Alberto Villagrasa. Antonio Miró

Tamara Acero Calahorra  
**Tutora:** Natàlia Martínez Sibat

Berta Lluçia Bertran  
**Tutora:** Montse Serra Torrent

Aïda Almacellas Delgado  
**Tutora:** Natàlia Martínez Sibat

Ángel Marco Mesa  
**Tutora:** Montse Serra Torrent

Anna Amill Pérez  
**Tutora:** Natàlia Martínez Sibat

Carlota Pérez Mouriño  
**Tutora:** Natàlia Martínez Sibat

Clàudia Bernal Poch  
**Tutora:** Natàlia Martínez Sibat

Marta Quesada Puyal  
**Tutora:** Natàlia Martínez Sibat

Begoña Fernández de Casadevante Eekman  
**Tutora:** Montse Serra Torrent

Armand Rodríguez Corredera  
**Tutora:** Montse Serra Torrent

Maria Elisabet Forteza Verdejo  
**Tutora:** Montse Serra Torrent

Clara Valverde Galdeano  
**Tutora:** Montse Serra Torrent

Dafne García Zamorano  
**Tutora:** Natàlia Martínez Sibat

