

ANUARI

Treballs Finals de Grau

21/22

ESDAPC

Escola Superior de Disseny
i d'Arts Plàstiques de Catalunya

Ens plau presentar-vos el tercer volum de l'*Anuari de Treballs Finals de Grau* del curs 2021-2022 del Grau en Disseny que imparteix ESDAPC.

L'ESDAPC —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 TFG i es visualitzen i documenten els projectes que s'han presentat 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 conduceix 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.

ÍNDEX

Disseny Gràfic

JUDIT ALCAIDE	VILA DISBARAT	6
NEO DE RIBA	ÀNGELS	7
LAURA DÍAZ	PREGUNTA'M, PREGUNTA'T	8
JUDIT ESPARÓ	ENTRE DOS MONS	9
ONA FIGUERAS	MIL BOCINS	10
SERGI FRUTOS	Liquid	11
JÚLIA GALLART	FORA DE COBERTURA	12
MICHAEL STIVEN GONZÁLEZ	REINSERCIÓ SOCIOLABORAL PER A LA POBLACIÓ EXRECLUSA	13
LETICIA GUITARTE	PUJA A LA DIVERSITAT	14
NÚRIA JAÉN	FONT PUDOSA	15
JÚLIA LAGUNAS	OUT OF FOCUS: PROCRASTINAR NO ÉS MANDRA	16
ALBA MAGALLÓN	ITINERO	17
MIRIAM MARTÍNEZ	SEPTENIO	18
DÈLIA NACENTE	BREAK THROUGH	19
GEMMA PALLISERA	ESPAI GROC	20
MIREIA PÉREZ	WAY CRUMBS, TURISME CONSCIENT	21
NÚRIA SÁEZ	MONDO	22
EKAIZT SÁNCHEZ	L'ORENETA SEMPRE TORNA	23

Disseny Interiors

MIREIA ANGUERA	LA COVA JOVE	26
NEUS ANTOLINOS	SEIJAKU	27
CLAUDIA CRISTEA	WORKINGSPACE	28
SAMANTA FERNÁNDEZ	LA FILERA	29
NADEZHDA PIQUERAS	FOCUS	30
RAQUEL PLANAS	LA BLAVA	31
MARTA RAMÓN	NIU	32
MARINA SALOMÓ	DRASSANES VILASSERENQUES	33
IVANA SERRANO	MENSTRUUS	34
NAOMI VÁSQUEZ	PLATANOMELÓN: SALUT, DIVERSIÓ I NATURALITAT	35

Disseny Moda

PATRICIA BAZ	BC/2030	38
CARLOTA CALDERÓN	NOMÉS UN TROS	39
IONA CASTEJÓN	DARRERE LA PELL	40
MARINA DÍAZ	YUKKUKI	41
PAULA GRAELLS	BEYOND WOUNDS	42
ALBA HERNÁNDEZ	OTZÍ: L'ART DE LA PELL	43
NÚRIA LAFUENTE	WHO&HOW	44
SARA MANZANEDA	UNIFORMS FOR NANDO JUBANY	45
EMMANUEL MARÍN	CYBER TRIBE	46

**Disseny
Producte**

ANA RIBAS	FOUNDATIONS	47
CRISTIAN RUBIO	CRISÉUS	48
MARTINA SFORZA	RACE	49
<hr/>		
ROGER BARTRA	INHALADOR D'ASMA	52
JOEL FIGUEROBA	DOG'S SPOT	53
AITOR LÓPEZ	TACORONTE, CUPRA CONCEPT CAR	54
AITANA SEGARRA	PEUS DE GAT AMB SOLA INTERCANVIABLE	55
<hr/>		
TOTS ELS PROJECTES		58
TRADUCCIÓN		67
TRANSLATION		83
COMISSIONS AVALUADORES		99

“

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

Disseny
Gràfic

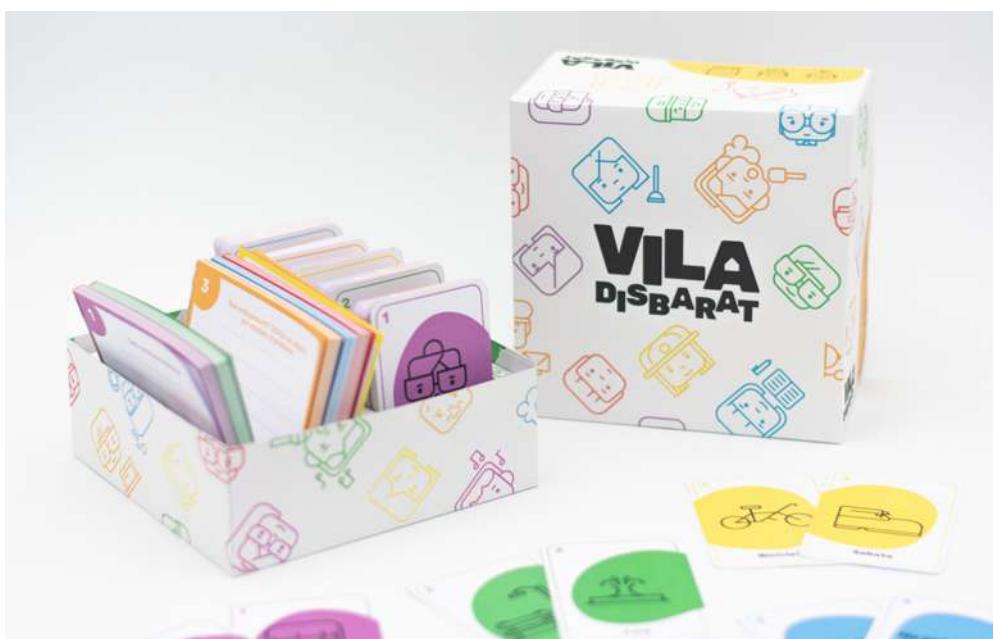
JUDIT ALCAIDE

VILA DISBARAT

Expressió escrita, llengua catalana, joc educatiu, gamificació a l'aula, cooperació.

L'àrea de l'expressió escrita és la que presenta més dificultats als alumnes d'educació primària a Catalunya. Tenint en compte les dades obtingudes a la recerca, el projecte presenta el disseny d'una eina educativa que pretén millorar l'expressió escrita mitjançant metodologies com la gamificació i la cooperació entre els alumnes, alhora que desenvolupa la creativitat.

El joc de taula desenvolupat en aquest projecte posa en pràctica l'expressió escrita i la creativitat mitjançant l'elaboració d'una petita narració guiada per unes preguntes establertes. Està dirigit a nens i nenes d'entre vuit i dotze anys, ja que aquesta és una etapa en què adquireixen coneixements a través de l'aprenentatge i les experiències.



NEO DE RIBA

ÀNGELS

Trans, cis, interacció, reflexió, estadístiques, visual, gràfics, empatitzar, espai segur, exposició, visibilitzar, normalitzar, alumnat, professorat, entorn universitari, entorn social, diversitat, gènere, eines, termes, suport, actor, espectador, usuari.

Aquest projecte és una exposició que busca desestigmatitzar les comunitats trans i nòbinàries proporcionant eines al professorat, al personal universitari i a l'alumnat per ajudar a crear entorns segurs a l'escola.



LAURA DÍAZ

PREGUNTA'M, PREGUNTA'T

Campagna de conscienciació, expressió de gènere, identitat de gènere, trans, deconstrucció del gènere, qüestionar-se el gènere.

Aquest treball se centra en les expressions i identitats de gènere no normatives i les problemàtiques que se'n deriven.

En el context d'una societat cisheteropatriarcal en què es dicten els rols associats a cada gènere no hi ha espai per a identitats o expressions que no encaixin en la norma. Això genera diverses problemàtiques com l'exclusió i la discriminació d'aquestes persones. Tot i que cada vegada més la societat es va allunyant de la necessitat de seguir aquests rols, és necessari un canvi social profund en la manera d'entendre el gènere i els conceptes que s'hi associen.

En el treball es vol donar eines per normalitzar, visibilitzar i educar sobre aquesta visió i aquestes expressions del gènere a través del disseny. L'objectiu és promoure un canvi social sobre la concepció del gènere i mostrar que qüestionar-se o viure amb una identitat o expressió de gènere no normatives és vàlid i normal.

La solució proposada per a aquesta problemàtica és una campanya de conscienciació pedagògica que intenta transmetre el missatge i implicar l'espectador a través de preguntes.



JUDIT ESPARÓ

ENTRE DOS MONS

Joc cooperatiu, separació, família, adaptació, canvis, acompanyament.

Al llarg de la vida passem per molts canvis i la capacitat d'adaptació és fonamental per afrontar-los. Molts d'aquests es presenten a la infància, un moment clau per al desenvolupament de la identitat i per a la creació d'una base sobre la qual créixer i evolucionar. D'allò que vivim a la infància i com ho gestionem dependrà el nostre futur.

"Entre dos mons" és un joc de taula cooperatiu que vol ajudar les famílies a afrontar un canvi molt determinant: la separació dels progenitors. Tots hem viscut un divorci de prop o coneixem famílies que ho han fet. És un fet comú i normalitzat, però no hem de caure en l'error de menysprear les seves conseqüències. El joc vol acompanyar les famílies durant el procés amb un missatge clar: la separació no trenca la família, la canvia. Per tant, deixem de veure la separació com un problema i considerem-la com una oportunitat. Comunicar-se, entendre la situació i buscar solucions és bàsic per guanyar la partida, però també ho serà per afrontar la realitat.



ONA FIGUERAS

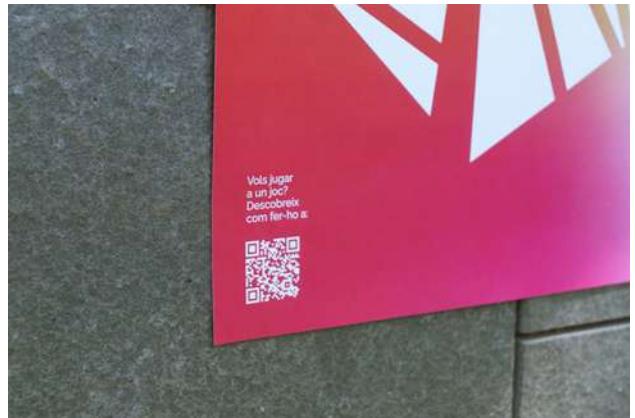
MIL BOCINS

Vidre, sostenibilitat, artesania, fet a mà, tradició, Catalunya.

Catalunya és hereva d'una llarga tradició vidriera des de mitjans del segle XVII. Tanmateix, en les darreres dècades, la societat ha anat evolucionant i han sorgit noves formes d'ocupació que han deixat enrere els oficis més tradicionals, especialment aquells relacionats amb l'artesania. Per aquest motiu, l'ofici artesà del vidre es troba en perill d'extinció.

L'objectiu del meu Treball de Final de Grau és, a través del disseny gràfic, reivindicar el valor tant artesà com artístic dels mestres vidriers catalans i així contribuir en la lluita per la conservació del seu ofici.

Per aconseguir-ho, s'ha creat una campanya de comunicació *online* i *offline* que pretén conscienciar la població, en especial aquelles persones més joves, sobre la desaparició d'aquest ofici. S'ha fet incidint en tres de les característiques principals del vidre: la sostenibilitat, l'artesania i la tradició catalana. Aquests tres punts aniran sorgint al llarg del projecte, amb la intenció de promocionar els punts forts del vidre i així fer que els usuaris, o bé adquireixin una nova perspectiva de l'ofici o bé el conequin des de zero amb una visió positiva. A més, s'ha volgut incloure un element diferenciador en la campanya, que rau en la interacció directa amb el públic. Es vol aconseguir que l'usuari esdevingui part del projecte, no un mer espectador, i que, per tant, senti que n'és un element important.



SERGI FRUTOS

LIQUID

Justícia social, empoderament, la força del col·lectiu, empatia, inquietuds socials.

"Liquid" és un projecte fruit de l'observació i anàlisi del dia a dia de les persones del nostre entorn.

Sovint les preocupacions de les persones coincideixen, moltes no surten als mitjans i pot semblar que no són importants. La situació actual de la societat cada cop més individualista i desconectada entre si ens porta a malbaratar la força del col·lectiu, i es deixa en mans dels governants la seva solució. S'ha dissenyat una aplicació per mesurar les inquietuds reals de la gent en temps real, que fomenta l'empatia i la col·laboració entre persones. Mitjançant gràfics senzills i fàcilment comprensibles permet tenir una visió global de les inquietuds de la societat.

Promou l'empoderament de la ciutadania i facilita que les persones iniciïn accions que portin a possibles solucions per crear una societat més justa i igualitària.

The image is a composite of several elements. At the top left is the "Liquid" logo, which consists of a red water droplet icon followed by the word "Liquid" in a bold, red, sans-serif font. To the right of the logo is a white iPhone displaying the "Liquid" app's user interface. The phone screen shows a navigation bar with the "Liquid" logo and icons for back, search, and notifications. Below the bar are five colored buttons labeled "Atge", "Treball", "Igualtat", "Sostenit", and "Medioam". The main screen of the app displays a list of social issues with their respective counts: "Mateixa feina mateix sou" (325), "No plàstics a l'envalatge de..." (623), and "Més recursos per sanitat" (867). Each item has small icons next to it. The background of the entire image features a series of colorful, overlapping, undulating waveforms in shades of green, blue, orange, and purple, suggesting a digital or social landscape.

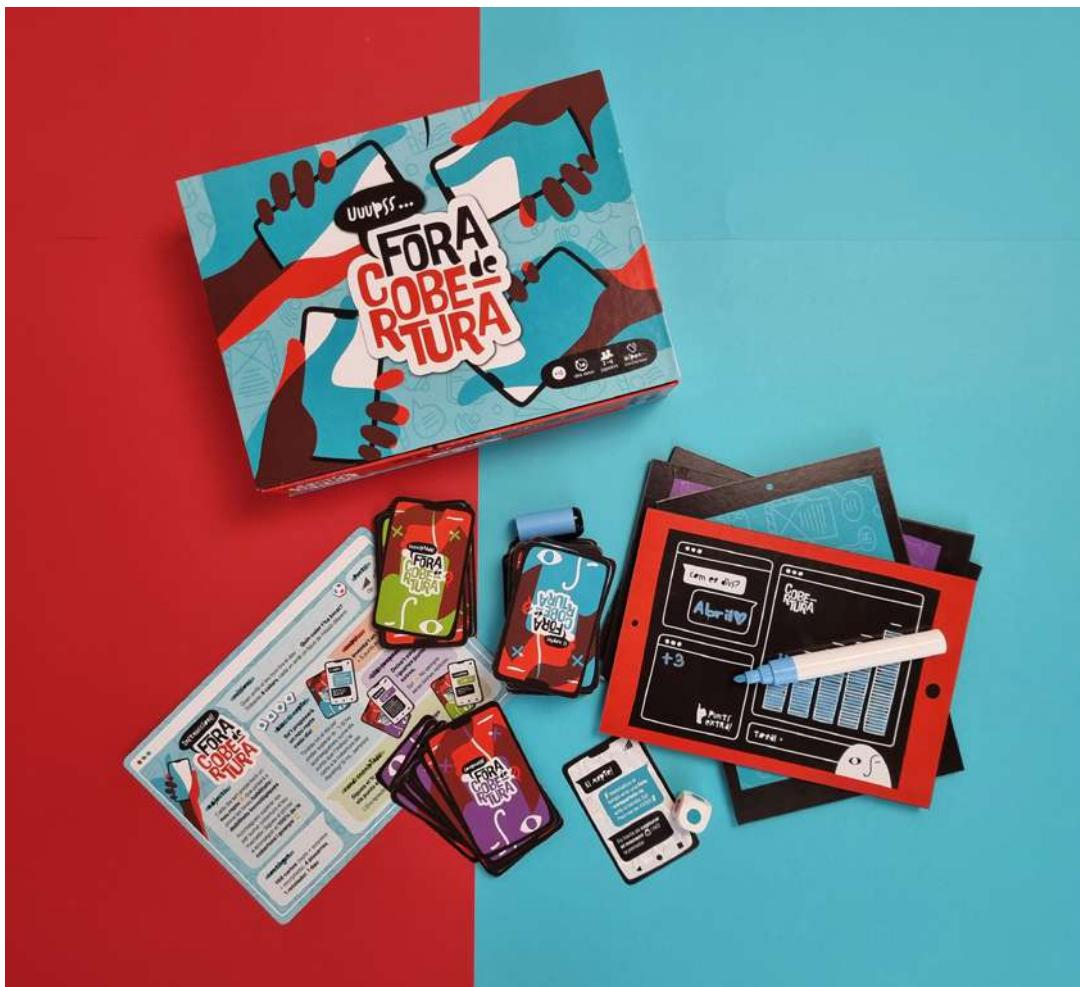
L'onada que canviará la societat

JÚLIA GALLART

FORA DE COBERTURA

Tecnologia, reconnexió, generació Z, salut, joc, kit.

Mai havíem estat tan connectats i alhora tan sols. Se suposava que la tecnologia ens facilitaria la vida i ens aproparia. En comptes d'això, ens distreu desesperadament i ens aparta. Estar tot el dia amb els ulls enganxats a la pantalla pot acabar afectant la nostra productivitat, les nostres relacions i la nostra salut mental i física. És de vital importància recuperar l'equilibri entre la tecnologia i el nostre temps per poder reconnectar amb el món que ens envolta, el real. Quina és la millor manera de fer-ho? "Fora de Cobertura" pretén recuperar aquesta connexió amb la realitat i aprofitar els neologismes i el llenguatge visual tecnològic típic dels Mil·lennistes i la Generació Z per aconseguir desviar els ulls de les pantalles d'una manera més familiar i divertida. Un joc que, a través dels reptes que proposa, posarà a prova les habilitats i les debilitats tecnològiques i autoqüestionarà els hàbits diaris de tots aquells que hi participin. T'apuntes al repte?



MICHAEL STIVEN GONZÁLEZ

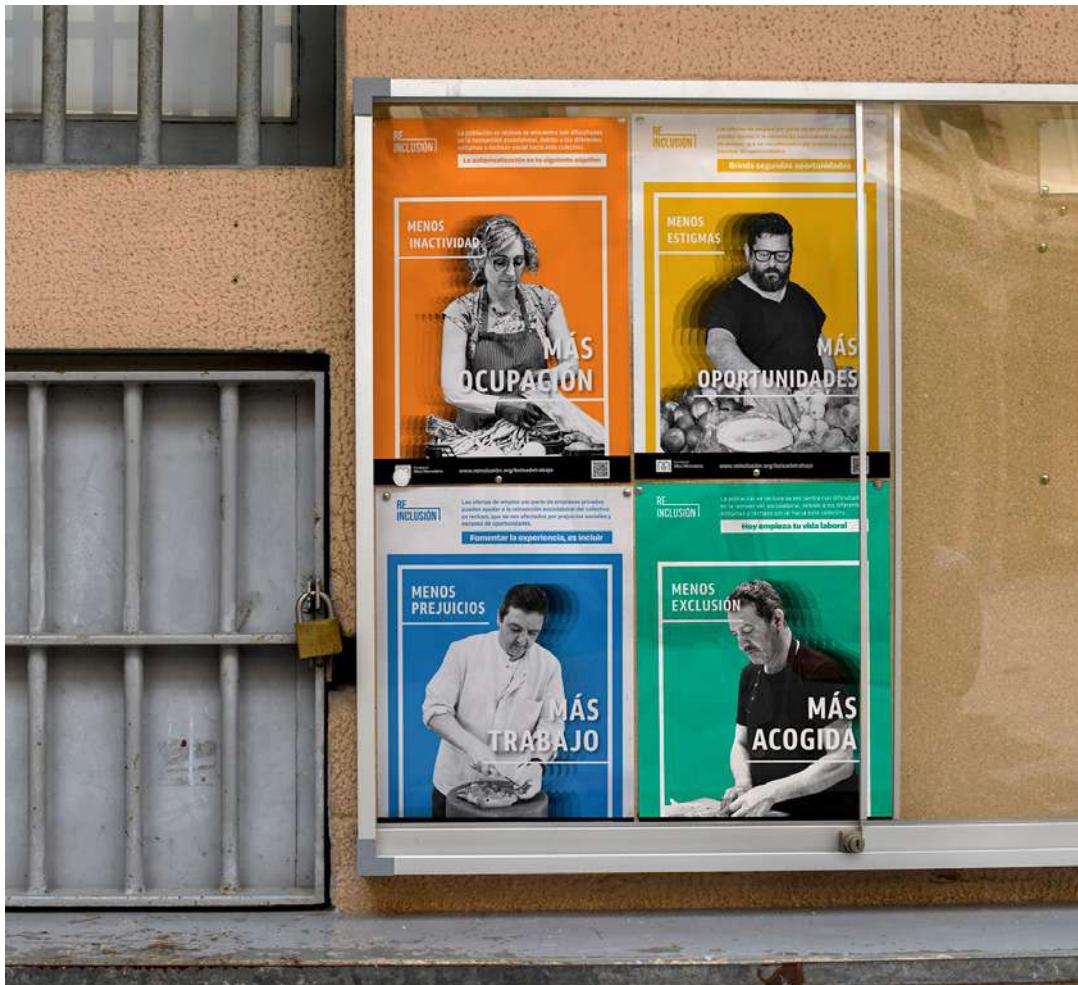
REINSECIÓ SOCIOLABORAL PER A LA POBLACIÓ EXRECLUSA

Presó, rebuig social, reinserció, conscienciació, oportunitat, treball, campanya, suport, intervenció.

Les presons són instal·lacions en les quals les persones que han infringit o violat alguna norma o llei compleixen una condemna que penalitza aquesta conducta. Aquesta població roman aïllada i dins dels murs té accés a formació i al treball per a empreses externes. A causa de diferents factors com salariis baixos, poca claredat en les cotitzacions o falta de contractes, això els suposa una situació d'irregularitat. A l'exterior hi ha un altre tipus d'inconvenients que poden afectar la seva reinserció: el rebuig social, poques oportunitats laborals cap a aquest col·lectiu o desvinculació del nucli familiar.

La manera d'intervenir és una campanya publicitària que serveixi per visibilitzar, conscienciar i empatitzar amb la situació d'aquestes persones. Al mateix temps, ser el canal per atreure el col·lectiu exreclus i empreses privades que vulguin intervenir i generar ofertes d'ocupació a partir d'una borsa de treball.

L'objectiu del projecte és crear una segona oportunitat i incentivar la reinserció sociolaboral d'aquest col·lectiu.



LETICIA GUITARTE

PUJA A LA DIVERSITAT

Normalitzar, identitat de gènere, diversitat, educar, visibilitzar.

Actualment, gran part de la població confon o desconeix la terminologia sobre la identitat de gènere i els conceptes relacionats amb la diversitat. Això deixa fora de la societat persones que no compleixen amb l'estàndard i que, per tant, pateixen exclusió o fins i tot rebuig. Els infants, com a reflex de la societat adulta, han d'estar-ne al corrent i conèixer la diversitat que els envolta per enriquir les seves vides i aprendre que no tot és blanc o negre.

Aquest projecte vol donar visibilitat a l'ampli ventall d'identitats de gènere de l'ésser humà, així com normalitzar la seva existència i esborrar la imatge estereotipada que la societat segueix mantenint. Les bases del respecte envers els altres s'estableixen a l'àmbit familiar, escolar i social i aquest projecte té l'objectiu d'ajudar en aquesta tasca.



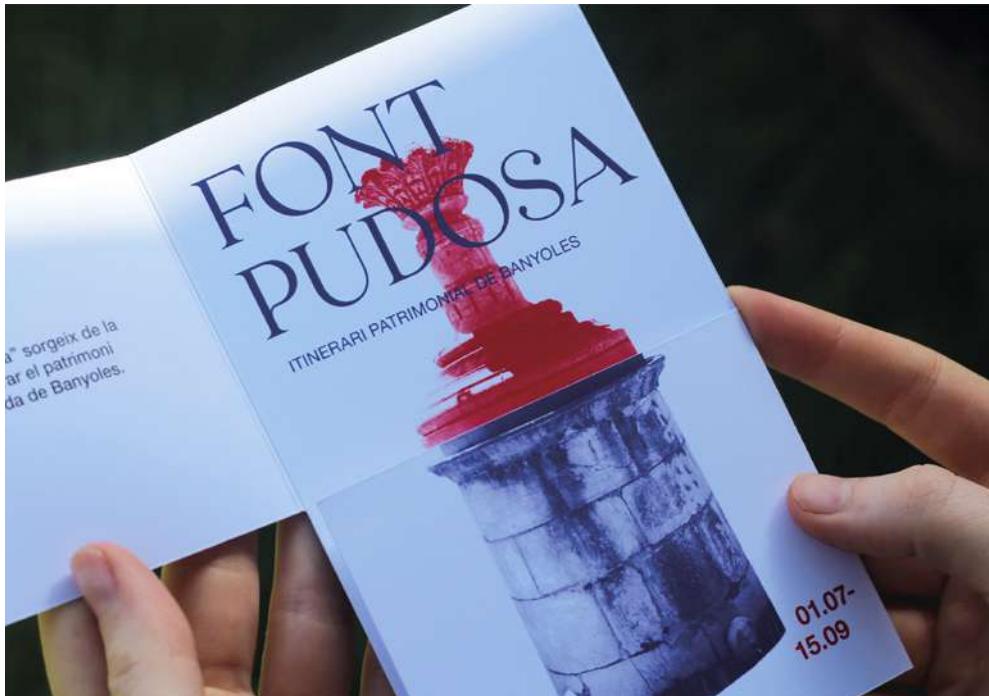
NÚRIA JAÉN

FONT PUDOSA

Banyoles, patrimoni històric, turisme, Font Pudosa, balneari, fontada, inclusió.

El Balneari de la Font Pudosa (Banyoles, Girona) fou un dels impulsors del turisme a la ciutat gràcies a les seves aigües amb finalitats curatives. Actualment, es troba en estat ruïnós i no es visita com un lloc d'interès local.

L'objectiu principal del treball consisteix a visibilitzar el patrimoni històric de la Puda en el turisme local i nacional. Per poder aconseguir el propòsit, es desenvolupa un projecte que consisteix a establir un recorregut inclusiu que condueix els turistes fins al paratge i crear interacció entre l'entorn i els visitants. Per tal de donar-lo a conèixer s'ha dissenyat una campanya publicitària que divulgarà i atraurà visitants a l'indret.



JÚLIA LAGUNAS

OUT OF FOCUS: PROCRASTINAR NO ÉS MANDRA

Procrastinació, emocions, procés, conversa, empatia, introspecció, conscienciació, salut mental.

Aquest projecte té com a eix central la procrastinació, l'acte d'ajornar una tasca fins arribar a ser perjudicial per a un mateix. És una problemàtica que sempre ha estat present, però està experimentant un augment constant. Un 95 % de les persones han procrastinat algun cop, i un 25 % d'aquestes afirman que ho fan de manera crònica. Malgrat això, és un tema desconegut per molts.

Quan preguntes a algú si sap què vol dir procrastinar, la majoria de respostes s'associen amb la mandra: l'estigma és causat pel desconeixement i les persones mateixes que procrastinen arrosseguen aquest pes.

En aquest context neix "Out of focus: procrastinar no és mandra", un projecte que té l'objectiu d'informar sobre la procrastinació i alhora oferir una eina de comprensió. D'aquesta manera, les persones que procrastinen poden entendre per què ho fan.

A través de l'experiència pròpia i la col·laboració d'altres persones procastinadores, es desenvolupa una publicació editorial que posa el focus d'atenció en la gestió i comprensió emocional, i una campanya de conscienciació per informar i acabar amb l'estigma.



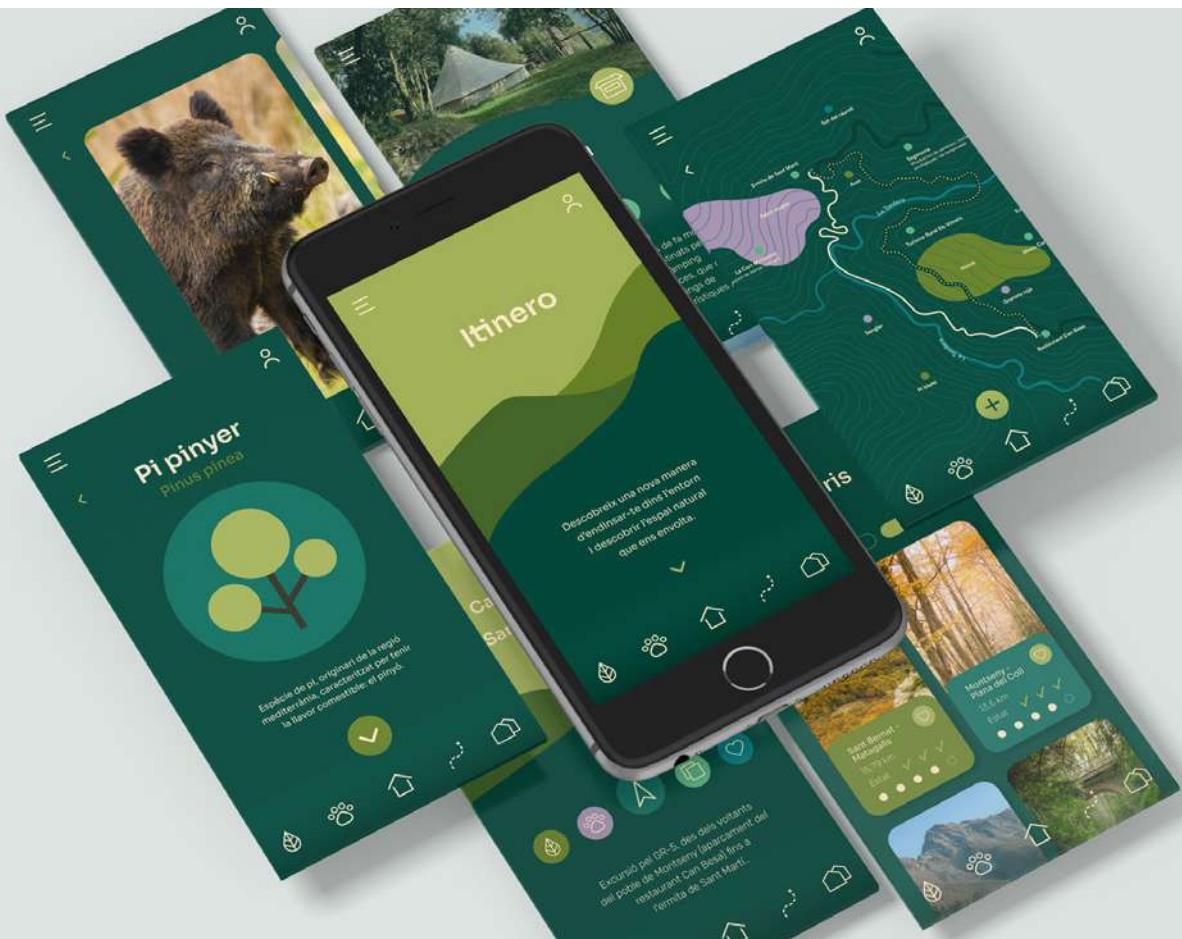
ALBA MAGALLÓN

ITINERO

Valor local, neoruralisme, itineraris, parcs naturals, territori, èxode urbà, conscienciació, entorn rural.

En un moment en què cada cop tot va més de pressa, ens movem a gran velocitat i obtenim tot allò que volem amb immediatesa, és necessari saber on ens trobem i ser conscients de l'entorn que ens envolta. Cal escoltar-lo i familiaritzar-s'hi, entendre quines són les seves necessitats i què podem fer nosaltres al respecte. La sostenibilitat i les relacions territorials de proximitat són peces clau en aquest procés d'adaptació entre les noves poblacions i el món rural.

Els camins i els recursos mateixos que els Parcs Naturals del nostre territori ens proporcionen són l'escenari perfecte per experimentar aquest procés de canvi i el suport sobre el qual es desenvolupa "Itinero". Aquest projecte pretén oferir eines perquè l'usuari es familiaritzi amb el seu entorn seguint una filosofia que ens ha de portar a veure l'espai natural, no solament com un paisatge verd a on escapar, sinó com un espai únic amb un llenguatge propi que hem d'entendre i amb el qual ens hem de saber comunicar.



MIRIAM MARTÍNEZ

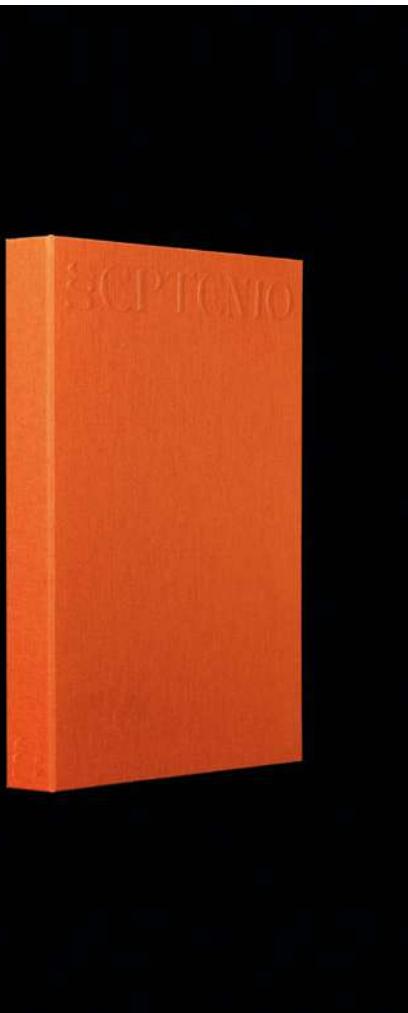
SEPTENIO

Comunicació, intergeneracional, identitat familiar, memòria col·lectiva.

En la societat actual es presenta un problema i una falta de comunicació entre generacions a causa de la ràpida expansió de l'era digital. Aquests avanços tecnològics es reflecteixen en diversos aspectes de la vida quotidiana, fins i tot en la manera de relacionar-nos, per exemple, entre la pròpia família.

Com afirma Ferran Lalueza, un 81 % dels joves sent ansietat davant d'una trucada telefònica, ja que estan acostumats a relacions asincròniques. Mentre que els adults de més edat posseeixen unes capacitats digitals baixes que provoquen una desconexió comunicativa. Aquesta falta de comunicació intergeneracional comporta, entre altres qüestions, una pèrdua de transmissió de tradicions i costums generacionals.

Aquest treball se centra a fixar la identitat familiar, fomenta la comunicació intergeneracional i, al seu torn, preserva la memòria col·lectiva, mitjançant els sistemes anàleg i digital, de la qual es puguin beneficiar cada generació.



DÈLIA NACENTE

BREAK THROUGH

Editorial, diversitat, adolescència, positivitat, esperançador, autoconeixement, LGTBI+, comprensió, llibertat, sexualitat, gènere, respecte.

"Break Through" és una publicació editorial en forma de manual que té com a objectiu informar l'usuari per comprendre el col·lectiu LGTBI+. El llibre fa un recorregut dividit en sis passos bàsics per fer del món un lloc una mica més divers, segur i respectuós.

Es tracta d'una lectura per a joves, plena d'emoció, missatges esperançadors, consells propers, i històries úniques. "Break Through" fa que el lector senti, descobreixi nous horitzons i es plantegi moltes preguntes.



GEMMA PALLISERA

ESPAI GROC

Urbanisme feminista, Girona, campanya de comunicació, aplicació mòbil, espai públic, flux de gent, enllumenat.

La percepció d'inseguretat que experimenten les dones sempre ha estat present durant la seva mobilitat en l'espai públic, sobretot durant la nit, fins al punt d'haver d'anar acompanyades fins a la porta de casa per arribar segures.

Aquest projecte reafirma l'urbanisme feminista com una de les solucions per desenvolupar canvis urbanístics i augmentar la percepció de seguretat. Posant el focus en la ciutat de Girona, es dissenya una campanya de comunicació i una aplicació amb l'objectiu d'incentivar les dones i els grups vulnerables (LGTBI+, immigrants, persones amb mobilitat reduïda, etc.) a concórrer els carrers percepits com a insegurs per la poca afluència de gent, la seva poca il·luminació o el seu mal disseny. D'una banda, la campanya visibilitza la problemàtica amb la col·locació dels cartells en opis i en punts poc il·luminats. I, de l'altra, l'aplicació convida les usuàries a compartir incidències de caràcter urbanístic alhora que promociona esdeveniments feministes i crea comunitat.



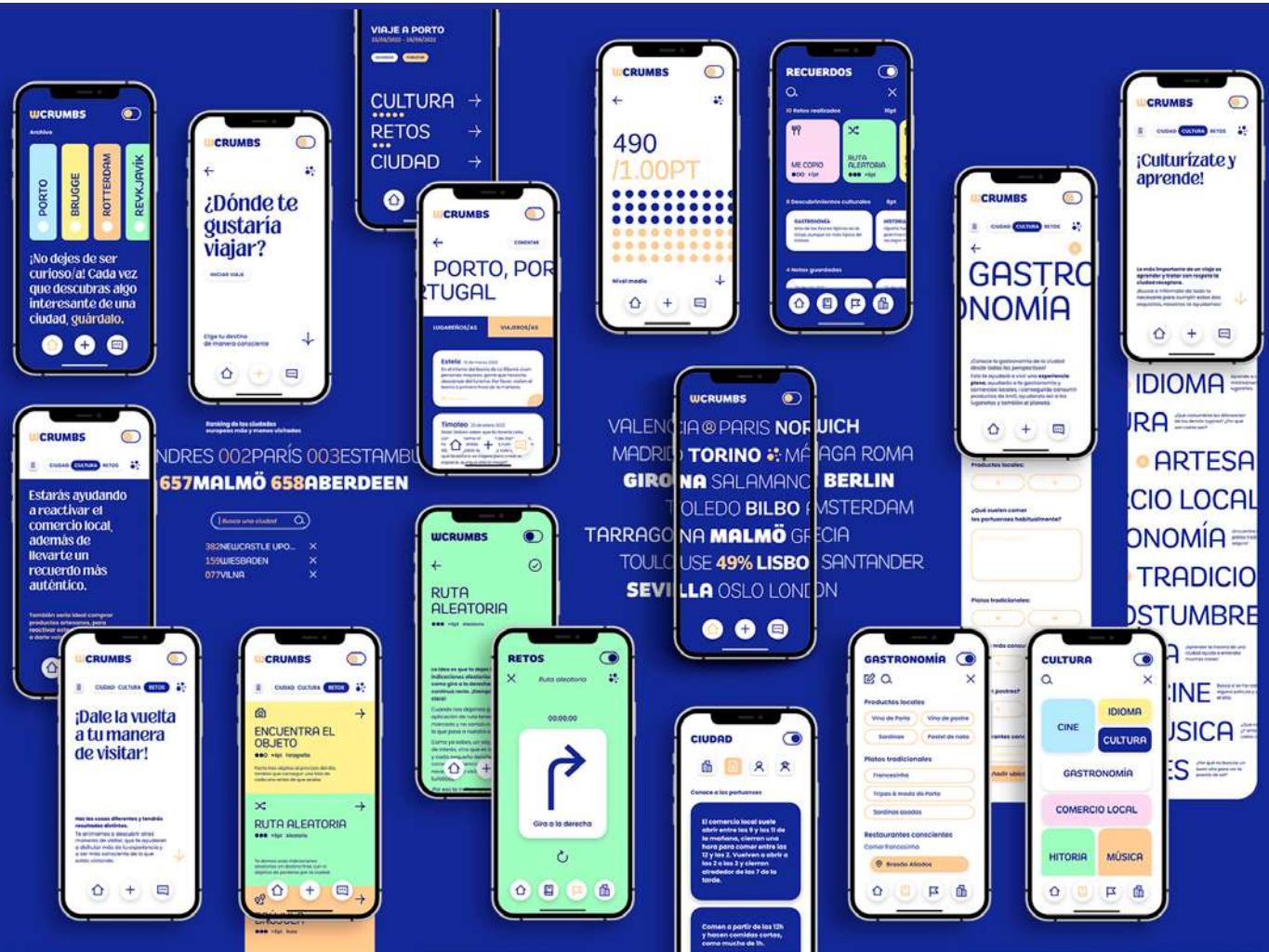
MIREIA PÉREZ

WAYCRUMBS, TURISME CONSCIENT

Viatge conscient, viatge responsable, turisme conscient, turisme alternatiu, turisme diferent, viatge cultural, App viatges, essència ciutats.

"WayCrumbs" és una aplicació mòbil que pretén solucionar els problemes socioculturals provocats pel turisme a les ciutats. S'aconsegueix seguint la idea de turisme conscient: viatjar de manera responsable, sostenible, socialment justa i espiritualment plena, enfocant els esforços en el paper que realitza la persona viatgera. L'objectiu és ajudar els municipis a recuperar la seva identitat cultural, que inclou la cultura, gastronomia, artesanía i el comerç local, alhora que ajudem la ciutadania a recuperar la seva intimitat i els seus costums.

L'aplicació ajuda a organitzar i dur a terme un viatge conscient. Permet escollir una ciutat mostrant les dades turístiques, buscar i generar interès pels temes culturals que ajuden la comunitat i proposar reptes per dur a terme durant la visita, que serveixen per transformar la manera de visitar del turista i descongestionar les ciutats. Es vol solucionar el problema i generar una bona experiència a l'usuari, que també beneficiï la ciutat receptora.



NÚRIA SAEZ

MONDO

Imatge corporal, judici social, prejudici, estereotip, conseqüències, reflexió.

Avui dia, la manca i necessitat de consciència social sobre la repercussió dels nostres prejudicis i estereotips en la societat són una realitat. Això incrementa els casos de discriminació, d'assetjament, de baixa autoestima... A més, és possible que causin conseqüències irreversibles en la vida dels qui els pateixin. Els mals judicis sobre les persones i com ens comportem davant d'aquests alimenten la distinció entre usuaris i la idea de superioritat, tenint com a base la imatge corporal.

Per a ajudar a eradicar-los, fer reflexionar sobre la seva existència i crear consciència social, neix Mondo, un joc de cartes que fa possible el replantejament interior i treure a la llum aquelles mentalitats més profundes. Pretén fer aflorar a la taula uns conceptes en concret que poques vegades es tracten i generar diàleg per descobrir aquells prejudicis que tenim instaurats. La nostra ment té més poder del que pensem i el fet de considerar la normalització de certs temes ens farà créixer com a societat. I tu, estàs preparat per descobrir els teus prejudicis?



EKAITZ SÁNCHEZ

L'ORENETA SEMPRE TORNA

Investigació, nova ruralitat, paisatge, territori, documentació, sostenibilitat.

“L’oreneta sempre torna” és una publicació que recull quinze relats breus fets a partir de la investigació etnogràfica. Alhora, tots ells formen part d’una mateixa història, que explica la forta relació que té Riba-roja d’Ebre amb el paisatge físic que l’envolta. Una relació que ha donat forma a la seva cultura i els seus costums durant segles.

El recull pretén documentar, conscienciar i fer valdre tot un patrimoni, assegurant-se el seu relleu generacional. El contingut s’ha creat utilitzant metodologies pròpies de l’etnografia i barrejant-les amb les de la investigació en disseny. El resultat és una peça editorial creativa, que busca la transmissió sensible del treball de camp fet, així com el valor afegit d’una producció gràfica sostenible.





**Jo vull
crear espais
per compartir**

Disseny
Interiors

MIREIA ANGUERA

LA COVA JOVE

Millora social, habitatge social, habitatge contemporani, alternativa a l'habitatge tradicional, allotjaments amb espais comuns complementaris, emancipació juvenil.

A partir de les noves maneres de produir, consumir i habitar que sorgeixen en resposta als canvis socials profunds que ha experimentat la societat des del s. XX fins ara, el present TFG indaga i duu a terme el disseny d'uns allotjaments amb espais comuns complementaris regulats pel Decret Llei 50/2020.

En aquest context, els allotjaments amb espais comuns complementaris es plantegen com una nova modalitat d'habitatge competitiva, sustentable i accessible per als joves del municipi d'Esplugues de Llobregat, una ciutat que pateix una gran migració de joves cap a altres municipis, on l'habitatge és més econòmic i, per tant, més accessible per als joves.

La Cova Jove dona resposta a aquesta situació, indaga sobre aquesta nova modalitat i a més busca la manera de donar una millor qualitat als espais de relació amb l'elecció dels materials, la il·luminació i, si més no, la distribució. Els espais privats i els espais comuns conviuen, el passadís guanya interès i es converteix en un espai de relació.



NEUS ANTOLINOS

SEIJAKU

Maltractament domèstic, refugi, teràpia.

Un projecte de reforma integral d'un antic hostal en desús a Palamós s'utilitzarà per crear una nova tipologia de refugi per a dones maltractades.

Actualment existeix una alta demanda d'aquest recurs, però hi ha poca oferta i és de poca qualitat. "Seijaku" és un refugi per a dones maltractades dissenyat per cobrir diferents necessitats no resoltes. Es pretén disminuir el temps de recuperació de les usuàries i proporcionar-los una estada digne: un prototip de recinte que permeti un major nombre d'ocupants, formular un complex que satisfaci les necessitats terapèutiques i residencials, mantenir un bon equilibri entre estances privades i zones comunes i oferir intimitat i llibertat a les dones.

L'edifici de quatre plantes comptarà amb recepció, bugaderia, traster, menjador i cuina comunitària, tallers, aules, una biblioteca, despatx per a psicòleg, per a advocats i piscina, distribuïts a la tercera planta i a la planta baixa (on també hi ha sales per als professionals interins del centre). A les plantes primera i segona s'ubicaran 14 apartaments totalment equipats, sales d'estar comunes, guarderia i terrassa.

El projecte mantindrà la intenció de crear elements que evoquin el Mediterrani que es formulen a la reforma, s'afegeiran materials naturals, colors neutres i vegetació per crear un ambient tranquil d'estil *wabisabi* que afavoreixi l'estat i la recuperació de les dones maltractades.



CLAUDIA Cristea

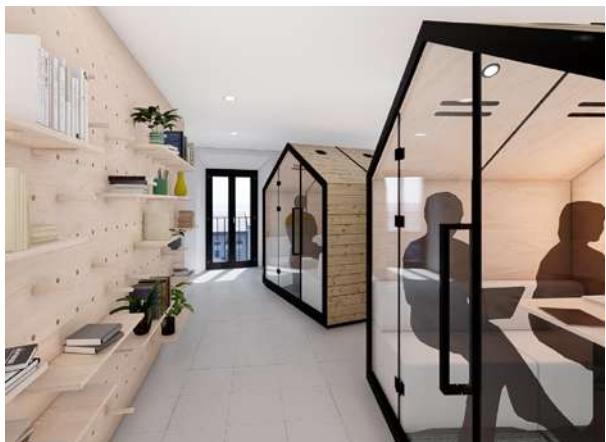
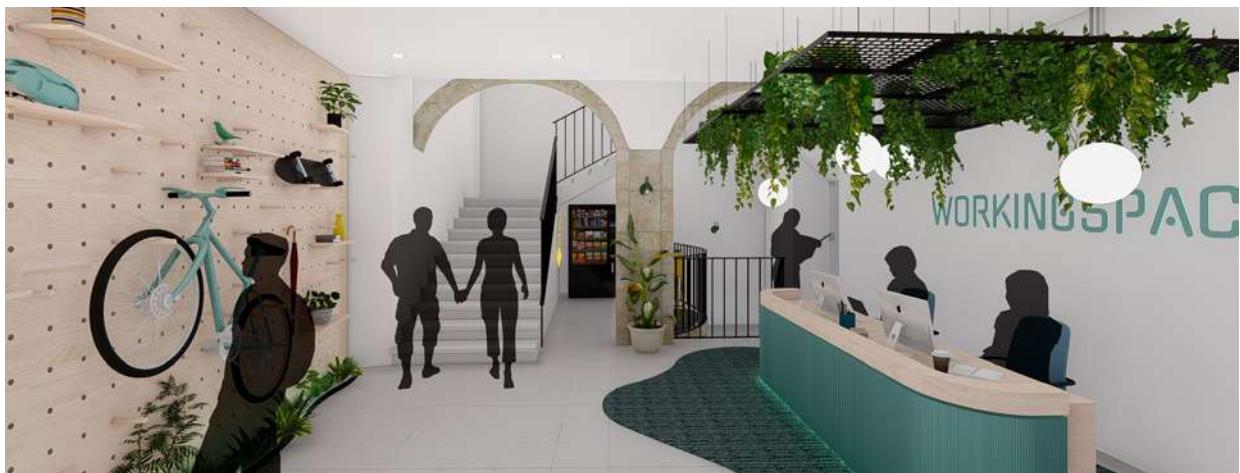
WORKINGSPACE

Desconnexió, comunicació, vegetació, motivació, cultura, inspiració, idea, proximitat, espais polivalents, coworking, creativitat, productivitat, disseny social.

“WorkingSpace” és un projecte que té com a objectiu principal proporcionar un espai d'estudi adient i que cobreixi les necessitats reals dels joves estudiants.

Atesa la necessitat de tenir un lloc més flexible a Tàrrega, que fomenti la motivació i l'estudi en companyia, es proposa crear un espai que solucioni aquesta problemàtica i evolucioni l'àmbit d'estudi més enllà d'allò tradicional. No només per tenir en compte les necessitats dels estudiants, sinó també per visibilitzar la importància de la motivació en un espai on et sents lliure i còmode. Així, doncs, “WorkingSpace” és una biblioteca / coworking que ha estat dissenyada tenint en compte les necessitats dels usuaris a l'hora de dur a terme accions com ara concentrar-se, interactuar amb els companys, posar en comú opinions, menjar o fins i tot descansar.

Per tant, aquest projecte aconsegueix resoldre la problemàtica amb la creació de zones creatives, inspiradores i amb personalitat, cosa la qual augmenta la motivació i facilita la comunicació entre estudiants, perquè té en compte tota mena d'usuaris i necessitats. A més, el disseny d'aquest projecte augmentarà l'interès dels joves per aquests espais, que actualment s'estava perdent.



SAMANTA FERNÁNDEZ

LA FILERA

Dones, risc d'exclusió social, vulnerabilitat, pobresa, reinserció laboral i social, taller de costura, fil, tela, Nou Barris, masia.

En aquest treball s'efectua recerca, documentació i un projecte de disseny d'interiors enfocat a la reinserció laboral per a dones en risc d'exclusió social al districte de Nou Barris, amb l'objectiu d'ofrir noves oportunitats a través d'un espai útil i funcional, per tal de cobrir les seves necessitats.

El treball consta, primerament, d'un procés de documentació. Aquest inclou tota la informació necessària per dur a terme el projecte de disseny. Seguidament, trobarem el projecte de disseny d'interiors amb el plantejament de la proposta de projecte que es realitza per a la Masia de Can Valent al barri de Porta, en el qual s'inclouen plànols i imatges 3D i altra informació tècnica per al seu desenvolupament en el disseny d'interiors.



NADEZHDA PIQUERAS

FOCUS

Flexibilitat, compromís social, infants, experimentació, integració social, igualtat, famílies, refugi, exclusió social, llar, responsabilitat social.

L'exclusió social és la falta de participació d'alguns segments de la població en la vida cultural, econòmica i social de les seves respectives societats a causa de la manca de drets, recursos i capacitats bàsiques. Un factor molt desfavorable per al futur dels infants i adolescents que ho pateixen. El Servei d'Intervenció Socioeducativa per a infants i adolescents de Tàrrega treballa oferint-los suport, acompanyament i recursos perquè puguin afrontar les seves necessitats a partir de les seves capacitats.

"Focus" és un projecte que pretén donar calidesa humana a l'espai del centre SIS Tàrrega i esdevenir una llar per als seus usuaris. Això ho aconseguim amb el disseny d'un espai totalment polivalent i personalitzable, on ells mateixos podran adaptar-lo a les seves necessitats de cada moment i treballaran pel seu creixement. D'una altra banda, es transmet aquest concepte jugant amb uns materials que donin aquesta sensació i siguin totalment configurables.

Gràcies a un disseny atractiu i totalment acollidor aconseguim un espai segur, educatiu i creatiu per als nostres usuaris.



RAQUEL PLANAS

A BLAVA

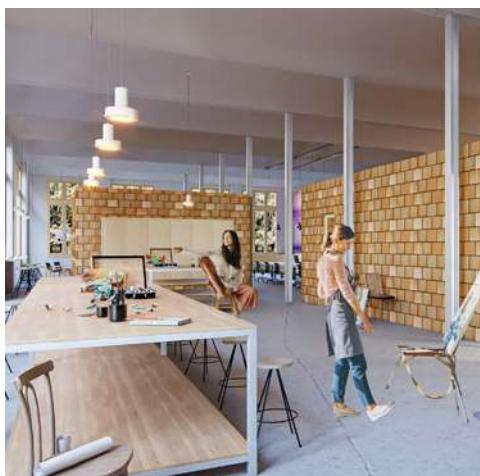
Cultura, xarxa, dona, oportunitat, art.

“La Blava” es defineix com un espai de creació i producció cultural feminista, on les protagonistes són les dones.

Com a dones ens apropiem d'un espai que ja havia estat nostre. La diferència és que ara ho fem provocant un terratrèmol, no des de la posició de subjectes passius, sinó des de les pròpies inquietuds creatives.

Amb aquesta proposta de centre cultural i artístic s'articulen nous espais de convivència que permeten la màxima permeabilitat entre els espais. Es prioritza el treball col·lectiu i la sororitat entre les dones, que ha estat en moltes situacions la clau per sobreviure.

El projecte de disseny pretén simbolitzar un trencament amb el sistema patriarcal i donar resposta a les dones creadores i a la necessitat urgent de tenir un espai on dignificar la professió d'artista i creadora de cultura, amb una perspectiva de gènere que posa el focus en la seva professionalització.



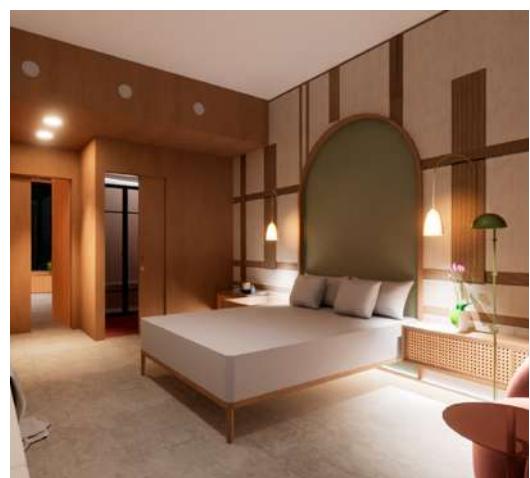
MARTA RAMÓN

NIU. CASA DE NAIXEMENTS

Casa de naixements, part natural, part respectat.

El projecte "Niu" s'ha desenvolupat per donar resposta a la demanda creixent de les dones a ser respectades en l'atenció al part i poder efectuar-lo de manera natural. Per tal que això succeeixi cal que es produeixi una evolució de les pràctiques sanitàries invasives cap a unes altres que obereixin el curs natural del procés, així com una major escolta a les mares. No menys important és l'entorn on es produeix el part, que influeix també en l'estat emocional de la dona, cosa la qual pot arribar a millorar les condicions, inclosos els temps i l'evolució del procés.

Niu pretén humanitzar les instal·lacions per al part i el postpart i constituir-se com a casa de naixements per al part natural amb una estètica i funcionalitat millorades respecte a les infraestructures actuals. La missió del projecte és crear un ambient confortable, íntim i segur que compleixi les necessitats de les dones i les seves famílies en el moment de donar a llum.



MARINA SALOMÓ

DRASSANES VILASSERENQUES

Gent gran, punt de trobada, activitats lúdiques, poble pescador, mestres d'aixa.

L'Associació de la Gent Gran de Vilassar reclama un espai propi per acollir el seu programa d'activitats. Aquest projecte intenta reunir el seu programa en un únic edifici que compleixi les seves necessitats.

Entre setmana es duen a terme activitats adreçades a persones més grans de seixanta-cinc anys i els caps de setmana són per a totes les edats, creant així, jornades familiars. Les activitats prenen exercitar capacitats com la memòria, les capacitats cognitives, el ritme, l'atenció, el llenguatge, la creativitat i les habilitats motrius.

El projecte s'inspira en la història del poble de Vilassar de Mar on, durant moltes dècades, bona part de la població es va dedicar a la construcció d'embarcacions de pesca. Aquest ambient marítim, arrelat als seus orígens, es trobarà reflectit en el seu interior.

La finalitat és mantenir actiu el sector de més edat de la població i potenciar així les relacions socials. És per això que el projecte inclou com a punt de trobada una cafeteria on compartir, entre altres coses, aficions, vivències i pensaments.

En conclusió, un espai d'oci que ajudarà els més grans a reforçar les seves habilitats tant físiques com mentals.



IVANA SERRANO

MENSTRUUS

Menstruació, educació, igualtat, sostenibilitat, salut, canvi social.

"Menstruus" és un Centre d'Equitat Menstrual enfocat en l'atenció específica de la menstruació mitjançant un servei totalment gratuït i accessible. Aquesta idea sorgeix de dues necessitats de millora social: la ruptura amb els tabús i les creences falses sobre la menstruació i l'erradicació de la pobresa menstrual (econòmica, sanitària i mediambiental). Es basa en tres pilars imprescindibles: l'educació, la salut i la sostenibilitat.

Aquest CEM (Centre d'Equitat Menstrual) ofereix diversos serveis per atendre tant les persones que menstruen com les que no, segons les seves necessitats:

- Consultes individuals ginecològiques i psicològiques.
- Espais salubres complets amb WC, lavabo i dutxes.
- Banc de productes d'higiene menstrual, tallers, activitats, formacions i exposicions.

L'espai està distribuït en tres plantes, cada una d'elles representen les diferents fases del cicle menstrual (fase fol·licular, ovulació i fase lútic), tant formalment com simbòlicament. En definitiva, Menstruus busca ser un referent per a la possible expansió del CEM en altres ciutats. Es pretén divulgar l'equitat menstrual perquè tots i totes puguin gaudir d'una menstruació digna, respectuosa amb els nostres cossos i el nostre planeta.



NAOMI VÁSQUEZ

PLATANOMELÓN: SALUT, DIVERSIÓ I NATURALITAT

Educació sexual, colors, diversió, estil retro-vintage, caràcter escultòric.

Des de ben petits, i sense adonar-nos-en, creixem fomentant el tabú sexual per la manera com la societat i el nostre entorn ens eduquen. L'educació sexual és deficient o, directament, no hi ha educació sexual. Sempre se'ns ensenya des de la por i el plaer gairebé no es menciona. A mesura que creixem, Internet es converteix en el nostre millor aliat. Un entorn en el qual la pornografia juga el paper més dolent al voltant de la visió de les relacions sexuals, els cossos, el plaer, el paper de la dona i el respecte. En l'àmbit físic, les botigues eròtiques continuen sent perseguides per la imatge i connotació negativa dels sexshops, que promouen una sexualitat antiga, patriarcal i fal·locentrista.

"Platanomelón: salut, diversió i naturalitat" es converteix en la primera Concept Store de la marca líder en joguines eròtiques i complementos. Un espai que pretén reivindicar la salut, l'afectivitat, el plaer i l'educació sexual des del disseny i l'oferta de serveis. El disseny segueix la identitat gràfica de la marca, amb un interior basat en l'interiorisme retro vintage dels anys setanta, una clara referència a les fruites, l'ús dels colors i les formes corbes, aconseguint un resultat divertit i escultòric. També ofereix una sèrie de serveis: informació, lectures, xerrades, tallers i assessorament per millorar no només la sexualitat de cada persona, sinó el concepte de sexualitat en la societat.





**Jo vull
vestir
el moment**

PATRICIA BAZ

BC/2030

Ecofuturisme, adaptabilitat, upcycling, Body Combat dona, estètica 2030, arts marcials dona.

Aquest projecte tracta d'enaltir el paper de la dona en les arts marcials en *Body Combat* i donar a conèixer l'històric i els referents femenins tant d'aquestes arts marcials com, especialment, del *Body Combat*.

Mitjançant la recerca d'informació s'ha arribat a la conclusió que hi ha moltes dones que han practicat i practiquen arts marcials i que s'ha invisibilitzat el seu paper en la història. És per això que es crearà la col·lecció BC/2030 formada per peces sportwear, peces esportives que es poden portar no només per fer exercici sinó també en el dia a dia pel carrer. Aquesta col·lecció serà per dona, ja que aquest projecte busca donar visibilitat a les dones que practiquen arts marcials en *Body Combat*. Es realitzarà mitjançant la tècnica de l'*upcycling* perquè aporta el valor sostenible i *ecofriendly* que es busca, utilitzant com a material una tipologia de peces de segona mà que s'empra per fer *Body Combat* com poden ser tops esportius, *leggings*, samarretes esportives, etc.

Les peces resultants d'aquesta col·lecció tardor/ hivern seran peces adaptables a l'exercici físic i amb una estètica 2030 ecofuturista, amb el propòsit de crear una col·lecció amb una estètica que reflecteixi aquest futur pròxim, l'any 2030, en el qual es continuarà practicant *Body Combat* i es consumirà la moda d'una manera molt més controlada i respectuosa amb el medi ambient, tal com està descrit en els objectius de l'Agenda 2030, en els quals també es promouen la salut i el benestar, és a dir, la pràctica d'exercici físic, entre altres temes.



CARLOTA CALDERÓN

NOMÉS UN TROS

Nostàlgia, records, família, vincle, disseny emocional, sostenibilitat, consum responsable.

En els darrers temps, el disseny emocional explora la capacitat dels objectes per establir vincles emocionals amb l'individu, que incentivin el consum a través de l'exacerbació de les emocions. Existeix, però, una altra manera d'entendre aquesta nova tendència i utilitzar-la per posar fre al ritme de consum actual, frenètic i totalment insostenible.

La indústria de la moda, la segona més contaminant del món, ha multiplicat per 2,4 la seva producció en els darrers 20 anys. La fabricació de milions de peces de roba, de les quals un alt percentatge mai no seran utilitzades, és una de les causes de la greu problemàtica mediambiental que pateix el nostre planeta. El disseny emocional pot contribuir a canviar aquesta tendència si aconsegueix establir vincles perdurables entre l'objecte i la persona, utilitzant els records, les experiències viscudes o la nostàlgia dels temps passats.

En una societat que va massa ràpid i que s'ha impregnat de la necessitat de canvi constant, la nostàlgia i el retorn a l'essència poden esdevenir els elements clau per retornar a cadascuna de les peces de roba el seu valor intrínsec, personal i intransferible que les converteixi en úniques i imprescindibles.



IONA CASTEJÓN

DARRERE LA PELL

Malaltia mental, sentiments i sensacions, conscienciació social, població jove, representació visual, superposició, cut out.

En el context mundial actual, els problemes de salut mental es troben molt presents en el dia a dia de la societat. En l'entorn de la població en general, s'ha observat un increment considerable de les malalties mentals arran de la covid-19, sobretot entre els joves, entre els quals la xifra de casos és superior. Aquesta pandèmia ha causat una gran repercussió a l'àmbit psicològic, amb un augment dels símptomes relacionats amb l'estrés, l'ansietat i la depressió, així com els trastorns de conducta alimentària.

En aquest projecte es pretén despertar una consciència social col·lectiva i donar importància a la salut mental a través de la visibilització de les malalties mentals més freqüents entre la societat juvenil actual: l'ansietat, la depressió i el TCA. Es tracta de representar visualment, mitjançant una secció en una editorial d'una revista de moda, tots aquells sentiments i sensacions que experimenten les persones amb alguna d'aquestes patologies. S'introdueixen els conceptes *layering* i *cut out*, unes tendències estètiques que ajudaran a reforçar la temàtica que es pretén plasmar.



MARINA DIAZ

YUKKUKI

Inspiració japonesa, geometria, slow fashion, DIY, atemporal.

Projecte Final de Grau orientat a la creació d'una marca personal i una col·lecció càpsula. El nom de la marca és Molsa.

Les característiques principals d'inspiració d'aquesta col·lecció són el disseny japonès amb les seves línies geomètriques, unisex i fluides. Molsa vol tenir un impacte positiu en el món de la moda, amb la creació de moda impulsada per la diversitat i l'esperit de consum responsable i expandir la consciència *slow fashion* apropiant el seu client al procés artesanal de fer roba.

El disseny japonès, present en totes les col·leccions de Molsa, el moviment DIY i de quina manera la moda pot ser més sostenible per a les persones i el medi ambient, seran els temes principals de la investigació.

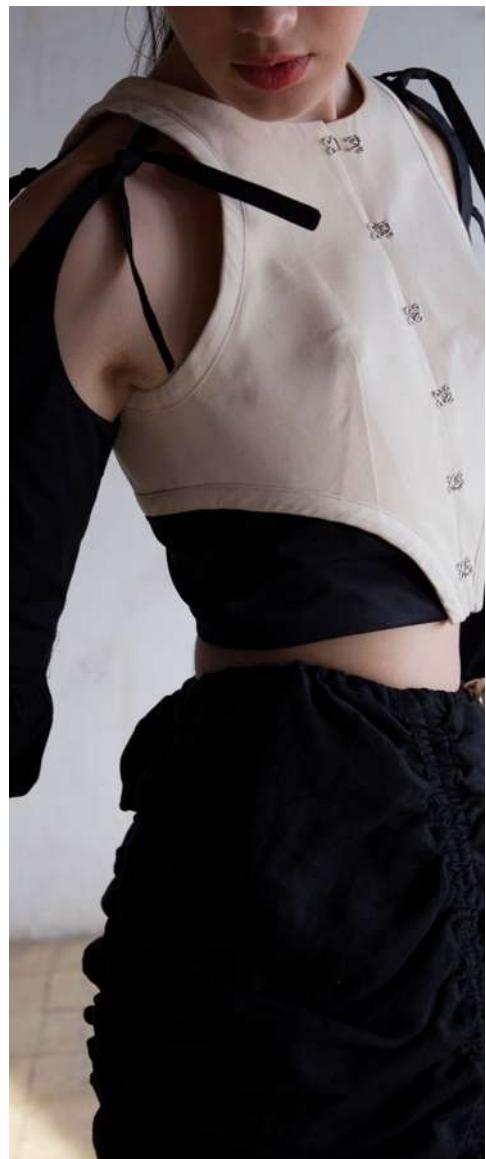


PAULA GRAELLS

BEYOND WOUNDS. MÉS ENLLÀ DE LES FERIDES

Shibari, salut mental, malaltia mental, bondage, covid-19, moda alternativa, sostenibilitat, autoconeixement.

El Projecte de Final d'Estudis "Beyond Wounds" (Més enllà de les ferides) consisteix a desenvolupar una col·lecció de moda que representi la lluita contra les malalties mentals i crear una unió conceptual i estètica amb la tècnica japonesa del *shibari*, una pràctica eròtica i artística de lligament corporal. Partint d'aquesta premissa, es pretén iniciar una reflexió sobre l'escassa visibilitat d'aquesta problemàtica en la nostra societat per arribar a un autoconeixement més profund des d'una perspectiva personal, i aconseguir traduir de forma visual la muntanya russa emocional que suposa conviure amb l'alternança entre el dolor i el plaer.



ALBA HERNÁNDEZ

OTZÍ: L'ART DE LA PELL

Tatuatges, fineline, upcycling, estigma, nupcial.

"Otzí: l'art de la pell" consisteix en una proposta de col·lecció nupcial. Però no qualsevol proposta. Gràcies al mètode *upcycling* es crearan peces enfocades a events nupcials, amb el resultat d'una peça única i original.

Otzí no està creada per a qualsevol núvia. És una col·lecció enfocada a les persones amb tatuatges, gent atrevida i creativa. Després d'investigar a fons sobre l'estigma del món del tatuatge a Espanya, Otzí sorgeix com una reivindicació i, al mateix temps, una solució per poder lluir els teus tatuatges en un dia tan important com és el del casament.



NÚRIA LAFUENTE

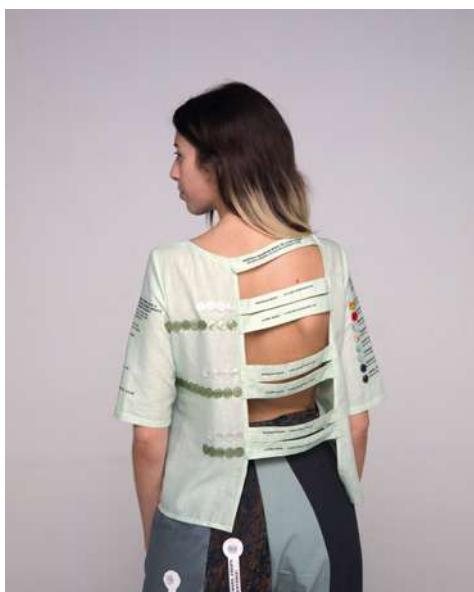
WHO&HOW

Treballadores i treballadors de la indústria tèxtil, Fashion Revolution, salari digne, Good Clothes, Fair Pay, upcycling.

"Who & How", en català "Qui i Com", és un projecte artístic que pretén mostrar i informar sobre les diferents problemàtiques de la indústria tèxtil a l'àmbit general i, de manera més específica, exposar la diferència entre el salari mínim que reben algunes de les persones treballadores de la indústria tèxtil i el salari digne que haurien de rebre.

El projecte es duu a terme en col·laboració amb *Fashion Revolution* i pretén atreure l'usuari perquè aquest s'informi i s'animi a participar en la campanya de recollida de signatures *Good Clothes, Fair Pay* que s'iniciarà durant l'estiu 2022.

Els tres looks són una fusió entre les peces que més es van vendre al gener de 2022 i els vestits tradicionals d'alguns dels llocs on es van produir, concretament Bangladesh, l'Índia i Cambodja. Els teixits utilitzats per a la seva creació són residus tèxtils proporcionats per diferents marques de roba, i s'empra l'*upcycling* com a tècnica de construcció de peces.



SARA MANZANEDA

UNIFORMS FOR NANDO JUBANY

Vestuari laboral personalitzat, filosofia Jubany, disseny d'avantguarda, Estrella Michelin, patronatge a mida.

“Uniforms for Nandu Jubany” és una col·lecció de vestuari laboral personalitzat per al restaurant més important del xef Nando Jubany, Can Jubany.

Can Jubany transmet l'essència i els valors de la filosofia Jubany: cuina d'autor avantguardista cuinada a foc lent a través de revisitar els clàssics de la cuina tradicional catalana en la qual el producte és el més important. “Uniforms for Nandu Jubany” és la manifestació d'aquests valors amb l'art i el disseny d'avantguarda al servei de l'hostaleria més innovadora, guardonada amb una Estrella Michelin, entre molts altres premis.

Una col·lecció sòbria i càlida al mateix temps que, seguint la metodologia de la filosofia Jubany, revisita els clàssics com la sastreria i el patronatge a mida per transformar-los en disseny d'innovació i vestir així tots els membres de l'equip que conforma el prestigiós restaurant Can Jubany.



EMMANUEL MARÍN

CYBER TRIBE

Sofisticació, automòbil, exclusivitat, tecnologia, "Futur", Cupra.

Un projecte que investiga l'evolució d'una marca d'automòbils, la seva història i el nínxol de mercat possible que aquesta ofereix, seguint la ideologia de sofisticació i disseny de la marca Cupra.

Per destacar sobre les peces bàsiques de merch finalment es dissenya una col·lecció de pret de luxe portada al món digital.



ANA RIBAS

FOUNDATIONS

Neofuturisme, modisteria, glasseta, exposició immersiva, revalorització dels prototips.

Aquest projecte es basa en una investigació sobre els prototips en el sector de la moda amb la finalitat de posar-los en valor. Per transmetre els coneixements adquirits, es proposa una col·lecció d'indumentària de caràcter expositiu, que estarà confeccionada únicament amb glasseta, un teixit 100 % cotó sense tractar i inspirada en el moviment arquitectònic neofuturista. S'empraran les peces com un llenç en blanc per ser projectades i veure com seria la peça amb diferents estampats i colors. Vindria a ser un mètode per imaginar-se la peça en un futur a partir d'un prototip.



CRISTIAN RUBIO

CRISÊUS

Nostàlgia, artesania espanyola, usuari singular, més és més, fet a mà, models circulars.

Actualment, l'artesanía española es troba en declivi a causa de factors diversos: en primer lloc, la manca de legislacions que fomentin i blindin l'activitat artesanal per part de l'Estat cedint la potestat a les autonomies; en segon lloc, l'escassetat d'ajuts públics al gremi artesanal en el moment actual de crisi econòmica; en tercer lloc, la industrialització seriada i l'alta producció de peces homogènies; i, finalment, el gran consum per part de la societat actual de peces simples i estandarditzades sense que importi el seu origen i la seva procedència. Tot això comporta el declivi de les tradicions artesanales motivat per l'auge de la simplicitat, ja que no tenen aquests valors artesans, culturals i tradicionals que les artesanies aporten.

En aquest projecte es pretén revaloritzar l'artesanía, visibilitzar els problemes que actualment presenta i, alhora, donar-li suport per tal de renovar-la a través de la moda rebutjant el model minimalista actual. S'introdueix el concepte de "més és més", amb el qual es qüestionen els models actuals i es fomenta la generació d'un nou corrent latent i un model de vida que busca plasmar aquest afecte, detall i, en definitiva, els valors artesans.



MARTINA SFORZA

RACE

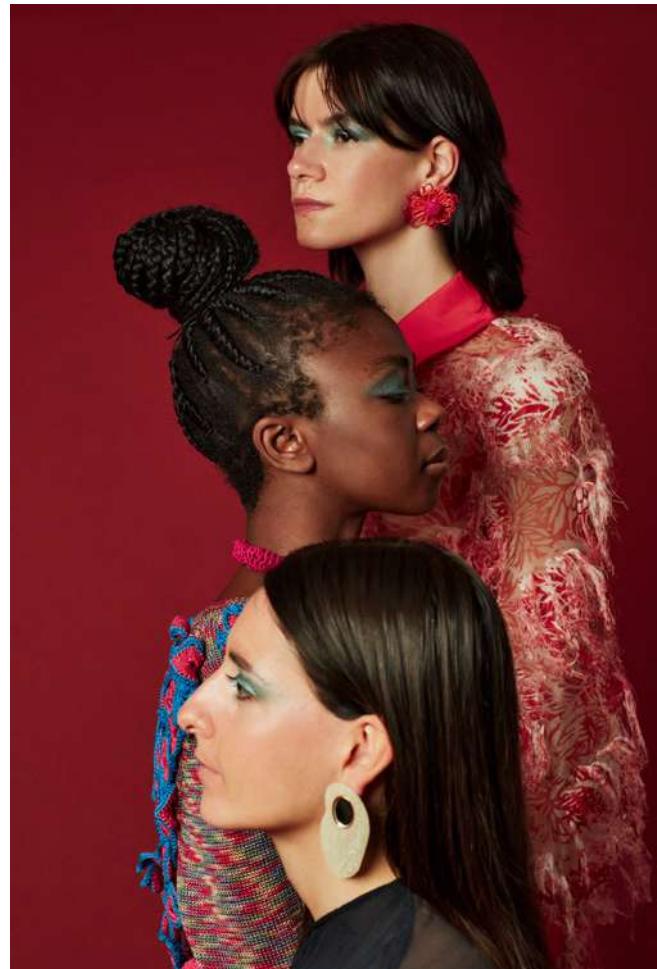
Racisme, I have a dream, desvalorització de cultures, moda europea, natura, color.

El racisme és un mal de la nostra societat del qual el món de la moda tampoc se n'escapa. La imposició d'un ideal de superioritat cultural des de l'època colonial, la poca presència en la indústria de models d'ètnies diverses, l'ús de mà d'obra barata o l'explotació de matèries primeres són exemples d'aquesta realitat.

Aquest treball té com a objectiu principal crear una col·lecció ètica i respectuosa amb l'etnicitat, basada en la producció local, treballant amb materials sostenibles i de proximitat.

La metodologia de treball d'investigació es basa en l'estudi de la presència del racisme en la moda, així com en l'anàlisi dels ideals del moviment *hippie* que, amb la seva inspiració en els colors i la natura, representen una alternativa constructiva enfocant d'aquest. Es complementa el treball amb una enquesta orientada a comprovar quina percepció de la problemàtica té la ciutadania sobre el racisme en la indústria de la moda.

El resultat d'aquest projecte és una petita aportació, personal i compromesa, que ajuda el món de la moda a ser un espai lliure de racisme.





**Jo vull
transformar
les idees
en objectes**

ROGER BARTRA

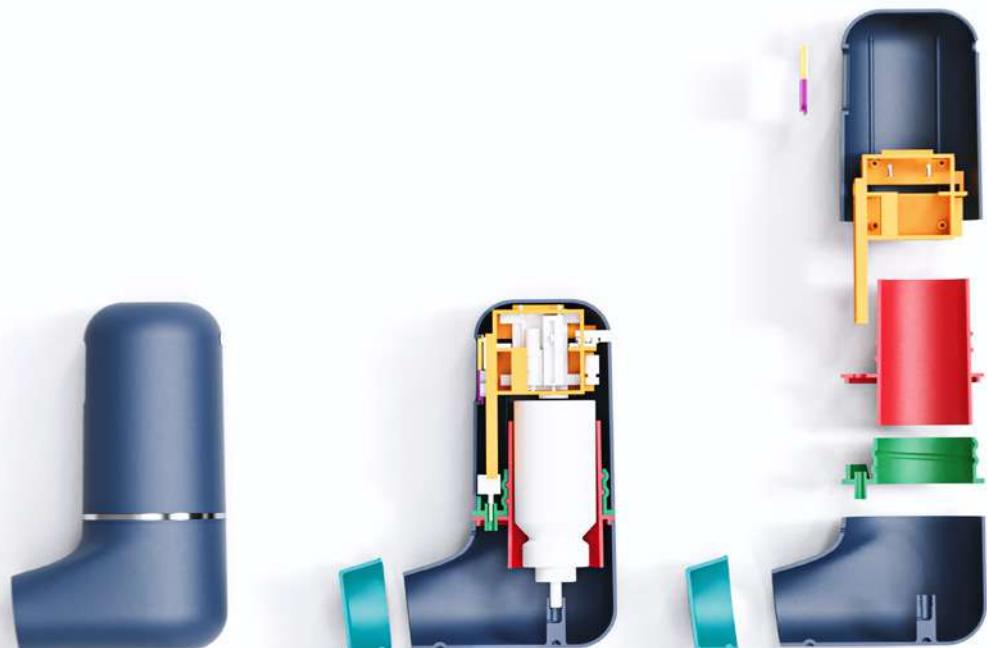
INHALADOR D'ASMA

Mae, inhalador d'asma pressuritzat capaç de resoldre el lliurament eficaç de medicament.

L'asma és una malaltia pulmonar que afecta més de 330 milions de persones arreu del món i suposa una despesa sanitària de 1.872 milions d'euros anuals a l'Estat espanyol. Els inhaladors són el principal dispositiu per tractar aquesta malaltia, i gairebé el 90 % dels usuaris els fa servir de forma inadequada.

L'objectiu d'aquest projecte consisteix a dissenyar un inhalador pressuritzat capaç de lliurar les dosis de medicament de forma adequada, guiant i educant el pacient a través de tots els passos d'una forma simple i intuitiva.

Com a metodologia es va realitzar una investigació netnogràfica, juntament amb entrevistes (amb un especialista i dos pacients) per poder-ne extreure dades qualitatives sobre la problemàtica que envolta aquesta malaltia. Finalment, el projecte ha esdevenit un producte farmacèutic capaç de lliurar eficaçment les dosis de medicament i millorar l'adherència al tractament. Alhora és reutilitzable, amb la qual cosa es redueixen els costos relacionats amb la malaltia.



JOEL FIGUEROBA

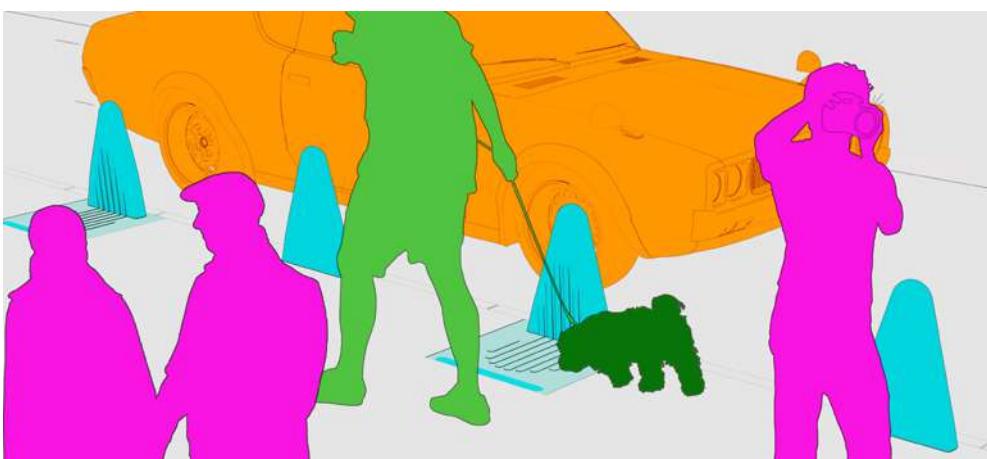
DOG'S SPOT

Orinal, caní, urbà, protector.

Fa anys que les ciutats d'arreu del món pateixen un problema: reiteradament, els carrers estan bruts d'orina de gos. Façanes, fanals, bancs i altres elements són susceptibles de convertir-se en un lavabo per a aquests animals. Això genera inconvenients com mala olor, mala imatge o la deterioració dels elements afectats.

Solucions com les garrafes d'aigua per protegir les cantonades de l'exterior dels edificis només són un pegas davant d'aquesta problemàtica actual. És per això que, amb l'objectiu de fomentar la convivència entre vehicles, persones i mascotes, m'he proposat crear una solució real i orientada a l'educació i no a la prohibició. Per dissenyar satisfactoriament aquesta solució, he realitzat entrevistes, una etnografia, una anàlisi de mercat, una bona investigació bibliogràfica i altres metodologies de menor escala.

Finalment, el projecte ha resultat en un element urbà que uneix la funció d'orinal caní amb la dels elements protectors per a àrees de vianants, és a dir, els bol-lards. La instal·lació d'aquests nous elements anirà acompanyada d'un seguit de mesures educacionals que incentivin l'adopció d'aquest nou sistema de convivència i mobilitat.



AITOR LÓPEZ

TACORONTE, CUPRA CONCEPT CAR

E-mobility, Shooting brake, Zero emissions sports car, Dynamic design vehicle.

L'automobilisme està passant per una transició important amb l'electrificació dels cotxes que, juntament amb la facilitat tecnològica per desenvolupar-los, ha comportat un augment de la creació de noves marques i s'ha creat una oportunitat per al disseny de nous models o el redisseny i la definició de línies ja creades, com Cupra, juntament amb uns canvis en la tendència de segments que es vendran en un futur. Alguns objectius del projecte són elevar el posicionament de la qualitat i l'esportivitat de la marca, desvincular-la del llenguatge de Seat, explorar noves línies, electrificar i ampliar el catàleg.

Com a resultat, amb el disseny exterior i les fases conceptuais pertinents, s'ha arribat a una proposta de disseny d'un nou model de futur, dins del segment de berlines cupè *shooting brake*. Feta la proposta, es conclou que Cupra té el potencial i els recursos vàlids per créixer en qualsevol segment del mercat, tant per economia com per experiència i disseny. Col·lateralment, s'ha vist que els recursos utilitzats en la creació d'un cotxe nou són molt alts per poder mantenir el ritme actual de la indústria.



AITANA SEGARRA

PEUS DE GAT AMB SOLA INTERCANVIABLE

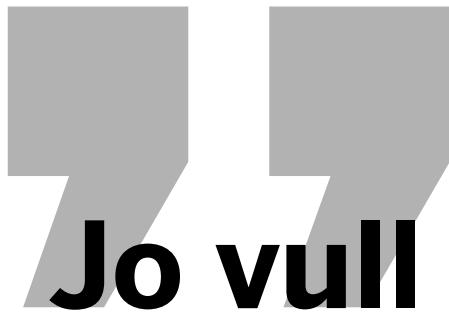
Peus de gat multiactivitat, sabates amb sola intercanviable, peus de gat confortables.

L'escalada és un esport multiactivitat on es fa ascensió per una roca i *hiking* fins al punt d'arribada i tornada. Tanmateix, aquesta multiactivitat es realitza amb dos parells de sabates que comporten que l'escalador se les hagi de canviar constantment, amb poca versatilitat. Això provoca un augment de pes i volum innecessaris a les motxilles.

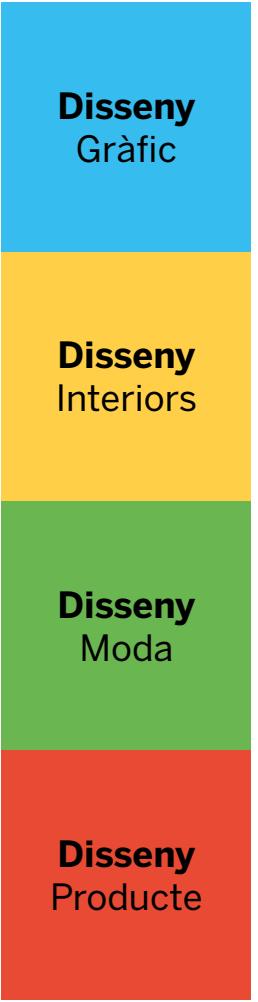
L'objectiu d'aquest projecte és fusionar aquestes dues activitats en un sol parell de sabates, per tal de facilitar l'activitat i fer un disseny més sostenible per reduir material i pes molt necessari per a l'escalador. Això s'aconsegueix amb la creació d'unes sabates versàtils per a una activitat versàtil.

Les metodologies que s'han fet servir per arribar als resultats han estat l'anàlisi d'usuaris d'escalada, des de professionals fins a aficionats, l'estudi de mercat i finalment, l'anàlisi ergonòmica del producte. Així doncs, el projecte ha confluït en una sabata multifuncional, amb sola intercanviable de *hiking* i *climbing*, que ajuda els usuaris de l'escalada a facilitar l'activitat, reduir pes i volum i fer un producte més sostenible amb l'estalvi de material.





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



Disseny
Gràfic

Disseny
Interior

Disseny
Moda

Disseny
Producte



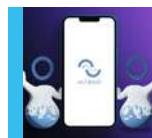
JUDIT ALCAIDE
VILA DISBARAT



PILAR CUADRAT
LOEST



PAULA AZNAR
CARA A CARA



HELDER DA ROCHA
ALTIBAJO



JUDIT BAÑERAS
DESCOBREIX OSONA



NEO DE RIBA
ÀNGELS



M. MERCÈ BAÑOS
EXPOSICIÓ DE MERDA



KAREN DELGADO
+REAL -PROCESADO



FERRAN BERMÚDEZ
TROIA



LAURA DÍAZ
PREGUNTA'M, PREGUNTA'T



AIDA BERTRAN
NAVIA



JUDIT ESPARÓ
ENTRE DOS MONS



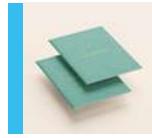
MARTA BLANCO
BUU!



MARTÍ FELIUBADALÓ
SHINE



LAIA BOSCH
**PERROS POTENCIALMENTE
ETIQUETADOS**



SANDRA FERNÁNDEZ
MARCAPASSOS



LAURA CANTACORPS
PLANTELL



RUSSELL FERNÁNDEZ
DISSIDENT MAG



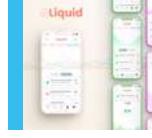
IMMA CASTELLÀ
PUPPIN



ONA FIGUERAS
MIL BOCINS



ANDREA CASTILLO
INUNU



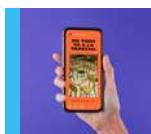
SERGI FRUTOS
LIQUID



JÚLIA GALLART
FORA DE COBERTURA



MARIA LLORET
SIGUES REAL



GABRIEL GAMARRA
AL FONS A L'ESQUERRE



IRENE LÓPEZ
MI CÁNCER Y YO



PERE GARCÍA
FEIX



SANTIAGO OCTAVIO LOZANO
¿QUÉ PASARÍA SI...?



PAULA GONZÁLEZ
CALIENTA ¡QUE SALES!



ALBA MAGALLÓN
ITINERO



MICHAEL STIVEN GONZÁLEZ
**REINSERCIÓN SOCIOLABORAL
PARA POBLACIÓN EX RECLUSA**



ARIADNA MARQUÈS
L'ENGANY DEL GREENWASHING



LETICIA GUITARTE
PUJA A LA DIVERSITAT



MIRIAM MARTINEZ
SEPTENIO INTERGENERACIONAL



CLARA HERNÁNDEZ
QUI ÉS LA ROSA?



SILVIA MATEY
QUIERO UN HIJO (TUYO) MÍO



NÚRIA JAÉN
FONT PUDOSA



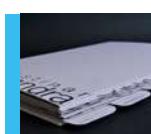
ALBA MORENO
HEREDATA



JÚLIA JOVÉ
DELS COLLONS D'ANDARES



DÈLIA NACENTE
BREAK THROUGH



JÚLIA LAGUNAS
**OUT OF FOCUS: PROCRASTINAR
NO ÉS MANDRA**



MARTA OLIVA
BUB BUB



MARÍA BERTA LAHORA
THE REGENBOOG



ANNA OVIDE
RECORDA'M



GEMMA PALLISERA
ESPAI GROC: CAMINEM LA NIT



ALEX SÁNCHEZ
**DESENGANXA-TE'N: PER UN
ÚS CONCIENT DEL MÒBIL**



MIREIA PÉREZ
**WAYCRUMBS,
TURISME CONSCIENT**



RADHA SIVILLÀ
LAVA



ÒSCAR PORTILLO
VITION



NATÀLIA SOLÀ
**NOWMAD - DEL CAMP
A LA CAMPER**



JUDIT PULIDO
PLANT BLINDNESS



OLGA SOLÀ
PARLEM DE MENSTRUAR



MARC RAMIREZ
**MIRADES. CAP A UNA VIDA
D'AUTOSUFICIÈNCIA PER
DESCOBRIR LA NOSTRA IDENTITAT**



MARTA SUBIRACHS
BONICAMENT



ABRIL RICART
ANUNCIO ANTIEDAD



ADRIÀ TOMÀS
COTA



LAIA ROCA
EL MALETÍ DE LA MAIA



JOANA URIBE
KIT IVE



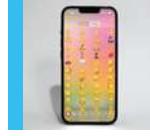
SERGI ROMERO
RETÍCULA



IGNASI VAYREDA
VANDAL GRN URBAN FEST



NURIA SÁEZ
MONDO



PAULA XAPELLÍ
TREPIT



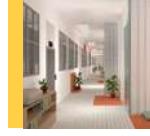
ALBA SALVADÓ
L'UNCLE JOAN



JUDITH AGUILERA
KÚU



EKAITZ SÁNCHEZ
L'ORENETA SEMPRE Torna



MIREIA ANGUERA
LA COVA JOVE



**NEUS ANTOLINOS
SEIJAKU**



**PATRICIA GALIANO
L'ASSORTIDOR**



**MARIONA BALMANYA
ESPAI 1900**



**ANTONIO GARCÍA
CAN BALLESTER'S**



**JÚLIA CALVÓ
NEPHROL**



**BLANCA GARRIDO
ESPAI JOVE CENTELLES**



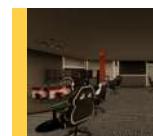
**ANNA CAMACHO
LA PLACETA**



**AINA GÓMEZ
ELS TEMPORERS AGRÍCOLES
NÒMADES, LA TERRA COM A FONT
D'ESPERANÇA**



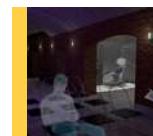
**GABRIELA CANELO
SUPRA-FABRIK**



**INDRA HEIN
MOTHERBOARD**



**CARLES CARDONA
NIU**



**JOEL LACUEVA
CYBORG BUNKER**



**DESIREE CEPAS
(DES) CONEXIÓN**



**PAU LLOPART
EL PAS**



**CLAUDIA CRISTEA
WORKINGSPACE**



**JUDITH MONER
EL REFUGI 257 - CENTRE CÍVIC**



**INSAFE DOUKKALI
ESBORRAR 303**



**ALBERT NAVARRETE
MARTE CLUB**



**SAMANTA FERNÁNDEZ
LA FILERA**



**CARLA PATRÓN
ALBERG**



**OLGA FERRER
BOTIGA DEL FUTUR**



**NADEZHDA PIQUERAS
FOCUS**



RAQUEL PLANAS
LA BLAVA



VANESA POMBO
SINERGY



MARTA RAMÓN
NIU



PAULA REYNÉS
CEB



SONYA RODRÍGUEZ
SOCIAL CAFÉ



BELÉN RUEDA
ENTREPÁGINAS



MARINA SALOMÓ
DRASSANES VILASSARENQUES



IVANA SERRANO
MENSTRUUS



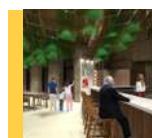
ANNA UJAQUE
PA NEGRE



MARIA VALLS
MEMORAM



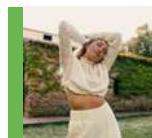
NAOMI VÁSQUEZ
**PLATANOMELÓN: SALUD,
DIVERSIÓN Y NATURALIDAD**



ARIADNA VERGARA
LA CRUILLA DE RIPOLL



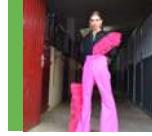
PATRICIA BAZ
BC/2030



RUT BERTRAN
BRUMA



CARLOTA CALDERÓN
NOMÉS UN TROS



MARINA CALDERÓN
NO NI NÁ



IONA CASTEJON
DARRERA LA PELL



ADRIANA CREGO
STRETCH



MARÍA DESCARREGA
A TRAVÉS DE LA LLIM



MARINA DIAZ
YUKKUKI



MIREIA ESCOLÀ
TEMPUS



BIANCA MICHELLE FAYOLLE
MYIOMO



ALBA HERNÁNDEZ
ÖTZI: EL ARTE DE LA PIEL



SUSANNA ARDITI
JUEGO EDUCATIVO SOBRE
LA ALIMENTACIÓN



JULIANA MAFLA
(DES)ORDEN COLLECTION



MARC BALLESTER
BICICLETA SENSORITZADA



SARA MANZANEDA
UNIFORMS FOR NANDU JUBANY



ROGER BARTRA
INHALADOR PER L'ASMA



EMMANUEL MARÍN
CYBER TRIBRE,
CLOTHING COLLECTION



CLÀUDIA FAURE
COL·LECCIÓ DE COSMÈTICA
ADOLESCENT A PARTIR DE SISTEMA
DE REFILL



BERTA MAS
KAMALEONIC



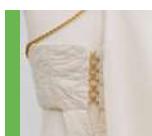
JOEL FIGUEROBA
DOG'S SPOT



TANIA MONZONIS
DOUBLE M



JÚLIA LLOVERAS
HACK LA CIUTAT



ANA RIBAS
FOUNDATIONS



AITOR LÓPEZ
TACORONTE, CUPRA CONCEPT CAR



CRISTIAN RUBIO
CRISÉUS



ANDREA LÓPEZ
OU



MARTINA SFORZA
RACE



PAULA LOZANO
NOM



JESSICA ÁLVAREZ
ONETOUCH SENIOR:
GLUCÓMETRO PARA LA 3^a EDAD



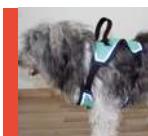
JUDIT MOLINA
SHAKER ELÈCTRIC



CÈLIA ANGLÈS
PLANTÀSIA



MARTINA ORIOL
SEC I SOC



SOFÍA ORTIZ
ARNÈS SMART PER A GOSSOS



VÍCTOR PEIRÓ
TESEL-LA



ELENA YOLANDA PÉREZ
MY FOLDING BIKE



TALÍA PUEY
**MW-13 DISPOSITIVO A MOTOR
DE UPCYCLING PARA SILLAS DE
RUEDAS**



DANIEL RODRÍGUEZ
**PILEUS. CONCEPTE DE PLUGIN
EÒLIC PER A LA LLUMINÀRIA
PÚBLICA EXTERIOR**



AITANA SEGARRA
**PEUS DE GAT AMB SOLA
INTERCANVIABLE**

Traducción

Nos complace presentar el tercer volumen del *Anuario de Trabajos Finales de Grado* del curso 2021-2022 del Grado en Diseño que imparte ESDAPC.

ESDAPC —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 TFG 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**JUDIT ALCAIDE****VILA DISBARAT**

- 6** • *Expresión escrita, lengua catalana, juego educativo, gamificación en el aula, cooperación.*

El área de la expresión escrita es la que presenta mayores dificultades a los alumnos de educación primaria en Cataluña. Teniendo en cuenta los datos obtenidos en la investigación, el proyecto presenta el diseño de una herramienta educativa que pretende mejorar la expresión escrita mediante metodologías como la gamificación y la cooperación entre los alumnos, a la vez que fomenta la creatividad.

El juego de mesa desarrollado en este proyecto pone en práctica la expresión escrita y la creatividad mediante la elaboración de una pequeña narración guiada por unas preguntas establecidas. Está dirigido a niños y niñas de entre ocho y doce años, ya que ésta es una etapa en la que adquieren conocimientos a través del aprendizaje y las experiencias.

NEO DE RIBA**ÀNGELS**

- 7** • *Trans, cis, interacción, reflexión, estadísticas, visual, gráficos, empatizar, espacio seguro, exposición, visibilizar, normalizar, alumnado, profesorado, entorno universitario, entorno social, diversidad, género, herramientas, términos, apoyo, actor, espectador, usuario.*

Este proyecto es una exposición que busca desestigmatizar a las comunidades trans y no binarias, proporcionando herramientas al profesorado, personal universitario y alumnado para ayudar a crear entornos seguros en la escuela.

LAURA DÍAZ**PREGUNTA'M, PREGUNTA'T**

- 8** • *Campaña de concienciación, expresión de género, identidad de género, trans, deconstrucción del género, cuestionarse el género.*

Este trabajo se centra en las expresiones e identidades de género no normativas y las problemáticas que se derivan de ello.

En el contexto de una sociedad cisheteropatriarcal en la que se dictan los roles asociados a cada género no hay espacio para identidades o expresiones que no encajen en la norma. Ello genera diversas problemáticas, como la exclusión y discriminación de estas personas. Aunque la sociedad se vaya alejando cada vez más de la necesidad de seguir estos roles, es preciso un cambio social profundo en la forma de entender el género y los conceptos que se asocian a ella.

En este trabajo se quiere proporcionar herramientas para normalizar, visibilizar y educar sobre esta visión y estas expresiones del género a través del diseño. Su objetivo es promover un cambio social acerca de la concepción del género y mostrar que cuestionarse o vivir con una identidad o expresión de género no normativas es válido y normal.

La solución propuesta para la problemática es una campaña de concienciación pedagógica que intenta transmitir el mensaje e implicar al espectador a través de preguntas.

JUDIT ESPARÓ**ENTRE DOS MONS**

- 9** • *Juego cooperativo, separación, familia, adaptación, cambios, acompañamiento.*

A lo largo de la vida experimentamos muchos cambios y la capacidad de adaptación es fundamental para afrontarlos. Muchos se presentan en la infancia, un momento clave para el desarrollo de la identidad y para la creación de una base sobre la que crecer y evolucionar. De lo que vivamos en la infancia y cómo lo gestionemos dependerá nuestro futuro.

“Entre dos mons” es un juego de mesa cooperativo que quiere ayudar a las familias a afrontar un cambio: la separación de los progenitores. Todos hemos vivido un divorcio o conocemos quienes lo han hecho. Es algo muy común y normalizado, pero no tenemos que caer en el error de menospreciar las consecuencias. El juego quiere acompañar a las familias durante el proceso con un mensaje claro: la separación no rompe la familia, la cambia. Por lo tanto, dejemos de ver la separación como un problema y considerémosla como una oportunidad. Comunicarse, entender la situación y buscar soluciones es básico para ganar la partida, pero también lo será para afrontar la realidad.

**10 ONA FIGUERAS
MIL BOCINS**

- *Vidrio, sostenibilidad, artesanía, hecho a mano, tradición, Cataluña.*

Cataluña es heredera de una larga tradición cristalera que se remonta a mediados del siglo XVII. No obstante, en las últimas décadas, la sociedad ha ido evolucionando y han surgido nuevas formas de ocupación que han dejado atrás los oficios más tradicionales, especialmente los relacionados con la artesanía. Por este motivo, el oficio artesano del vidrio se encuentra en peligro de extinción.

El objetivo de este Trabajo de Final de Grado es, a través del diseño gráfico, reivindicar el valor, tanto artesano como artístico, de los maestros cristaleros catalanes y así contribuir en la lucha por la conservación de su oficio.

Para conseguirlo, se ha creado una campaña de comunicación *online* y *offline* que pretende concienciar a la población, en especial a las personas más jóvenes, sobre esta problemática. Se ha hecho incidiendo en tres de las características principales del vidrio: la sostenibilidad, la artesanía y la tradición catalana. Estos tres puntos irán surgiendo a lo largo del proyecto, con la intención de promocionar los puntos fuertes del vidrio y, de este modo, hacer que los usuarios o bien adquieran una nueva perspectiva del oficio o bien lo conozcan desde cero con una visión positiva. Además, se ha querido incluir un elemento diferenciador en la campaña que reside en la interacción directa con el público. Se quiere lograr que el usuario forme parte del proyecto y no sea un mero espectador, y que, por lo tanto, sienta que es un elemento importante.

**11 SERGI FRUTOS
LIQUID**

- *Justicia social, empoderamiento, la fuerza del colectivo, empatía, inquietudes sociales.*

“Liquid” surge de la observación y el análisis del día a día de las personas de nuestro entorno.

A menudo, las preocupaciones de las personas coinciden, aunque muchas no aparezcan en los medios y pueda parecer que no son importantes. La situación actual de la sociedad cada vez más individualista y desconectada entre sí nos lleva a derrochar la fuerza del colectivo, dejando en manos de los gobernantes su solución. Se ha diseñado una aplicación para medir las inquietudes reales de la gente en tiempo real, que fomenta la empatía y la colaboración entre personas. Por medio de gráficos sencillos y fácilmente comprensibles, permite tener una visión global de las inquietudes de la sociedad. Promueve el empoderamiento de la ciudadanía y facilita que las personas inicien acciones que lleven a posibles soluciones para crear una sociedad más justa e igualitaria.

**12 JÚLIA GALLART
FORA DE COBERTURA**

- *Tecnología, reconexión, generación Z, salud, juego, kit.*

Nunca habíamos estado tan conectados y tan solos a la vez. Se suponía que la tecnología nos facilitaría la vida y nos uniría. En su lugar, nos distrae desesperadamente y nos aparta. Estar todo el día con los ojos pegados a la pantalla puede acabar afectando nuestra productividad, nuestras relaciones y nuestra salud mental y física. Es de vital importancia recuperar el equilibrio entre la tecnología y nuestro tiempo para poder reconectar con el mundo que nos rodea: el real.

¿Cuál es la mejor forma de hacerlo? “Fora de cobertura” pretende recuperar esta conexión con la realidad aprovechando los neologismos y el lenguaje visual tecnológico típico de los Milenial y la Generación Z, para conseguir que desvén los ojos de las pantallas de una forma más familiar y divertida. Un juego que, a través de los retos que propone, pondrá a prueba las habilidades y debilidades tecnológicas y autocuestionará los hábitos diarios de todos aquellos que participen en él. ¿Te apuntas al reto?

**13 MICHAEL STIVEN GONZÁLEZ
REINSERCIÓN SOCIOLABORAL PARA POBLACIÓN EXRECLUSA**

- *Prisión, rechazo social, reinserción, concienciar, oportunidad, trabajo, campaña, soporte, intervención.*

Las cárceles son instalaciones donde las personas que han infringido o violado alguna norma o ley pagan una condena que penaliza dicha conducta. Esta población permanece aislada y dentro de los muros tiene acceso a formación y al trabajo para empresas externas. Debido a diferentes factores como salarios bajos, poca claridad en las cotizaciones o falta de contratos, estas personas se encuentran en una situación de irregularidad. En el exterior hay otro tipo de inconvenientes que pueden afectar a su reinserción, como el

Traducción

rechazo social, las pocas oportunidades laborales hacia este colectivo o la desvinculación del núcleo familiar.

La manera de intervenir es a partir de una campaña publicitaria que sirve para visibilizar, concientiar y empatizar con la situación en la que se encuentran estas personas. Al mismo tiempo, puede ser el canal para atraer al colectivo exrecluso y a las empresas privadas que quieran intervenir y generar ofertas de empleo a partir de una bolsa de trabajo.

El objetivo del proyecto es proporcionar una segunda oportunidad e incentivar la reinserción sociolaboral de este colectivo.

LETICIA GUITARTE

PUJA A LA DIVERSITAT

14

- *Normalizar, identidad de género, diversidad, educar, visibilizar.*

Actualmente, gran parte de la población confunde o desconoce la terminología sobre la identidad de género y conceptos relacionados con la diversidad. Esto deja fuera de la sociedad a personas que no cumplen con el estándar y que, por lo tanto, sufren la exclusión o incluso el rechazo. Lxs niñxs, como reflejo de la sociedad adulta, deben estar al corriente de ello y conocer la diversidad que les rodea para enriquecer sus vidas y aprender que no todo es blanco o negro.

Este proyecto quiere dar visibilidad al amplio abanico de identidades de género que el ser humano puede abarcar, así como normalizar su existencia, borrando la imagen estereotipada que la sociedad sigue manteniendo. Las bases del respeto por los demás se establecen en el ámbito familiar, escolar y social. Este proyecto tiene el objetivo de ayudar en este cometido.

NÚRIA JAÉN

FONT PUDOSA

15

- *Banyoles, patrimonio histórico, turismo, Font Pudosa, balneario, fontada, inclusión.*

El Balneario de la Font Pudosa (Banyoles, Girona) fue uno de los impulsores del turismo de la ciudad gracias a sus aguas con fines curativos. Actualmente, se encuentra en estado ruinoso y no se visita como un lugar de interés local.

El objetivo principal del trabajo consiste en visibilizar el patrimonio histórico de la Puda en el turismo local y nacional. Para poder conseguir este propósito, se desarrolla un proyecto que consiste en establecer un recorrido inclusivo que conduzca a los turistas hasta el paraje y crear una interacción entre el entorno y los visitantes. Para darlo a conocer se ha diseñado una campaña publicitaria que divulgará y atraerá a los visitantes hasta el lugar.

JÚLIA LAGUNAS

OUT OF FOCUS: PROCRASTINAR NO ES PEREZA

16

- *Procrastinación, emociones, proceso, conversación, empatía, introspección, concienciación, salud mental.*

Este proyecto tiene como eje central la procrastinación, que consiste en el acto de aplazar una tarea hasta llegar a ser perjudicial para uno mismo. Es un problema que siempre ha estado presente, pero hoy en día experimenta un constante aumento. Un 95 % de las personas han procrastinado alguna vez y un 25 % de estas afirman hacerlo de manera crónica. A pesar de ello, sigue siendo un tema bastante desconocido. Cuando preguntas a alguien si sabe qué es procrastinar, la mayoría de respuestas se asocian a la pereza: el estigma lo causa el desconocimiento y los propios procrastinadores arrastran este peso.

En este contexto nace "Out of focus: procrastinar no es pereza", un proyecto con el objetivo de informar sobre la procrastinación, a la vez que ofrece una herramienta de comprensión. De este modo las personas que procrastinan pueden entender el porqué.

A través de la experiencia propia y la colaboración con otras personas procrastinadoras, se desarrolla una publicación editorial que pone el foco en la gestión y comprensión emocional, y una campaña de concienciación para informar y acabar con el estigma.

ALBA MAGALLÓN

ITINERO

17

- *Valor local, neoruralismo, itinerarios, parques naturales, territorio, éxodo urbano, concienciación, entorno rural.*

En un momento en que todo va cada vez más rápido, nos movemos a gran velocidad y obtenemos todo lo que queremos de inmediato, es necesario saber dónde nos encontramos y ser conscientes del entorno.

no que nos rodea, escucharlo y familiarizarnos con él, entender cuáles son sus necesidades y plantearnos qué podemos hacer nosotros al respeto.

La sostenibilidad y las relaciones territoriales de proximidad son piezas clave en este proceso de adaptación entre las nuevas poblaciones y el mundo rural. Los caminos y los propios recursos que los Parques Naturales de nuestro territorio nos proporcionan son el escenario perfecto para experimentar este proceso de cambio y el soporte sobre el cual se desarrolla "Itinero". Este proyecto pretende ofrecer herramientas para que el usuario se familiarice con su entorno, siguiendo una filosofía que tiene que hacernos ver el espacio natural no solo como un paisaje verde donde evadirse, sino también como un espacio único con un lenguaje propio que debemos entender y con el que debemos saber comunicarnos.

MIRIAM MARTÍNEZ

18 SEPTENIO

- *Comunicación, intergeneracional, identidad familiar, memoria colectiva.*

En la sociedad actual existe un problema y una falta de comunicación entre generaciones debido a la rápida expansión de la era digital. Estos avances tecnológicos se reflejan en varios aspectos de la vida cotidiana, incluso en la forma de relacionarnos, por ejemplo, entre la propia familia.

Como afirma Ferran Lalueza, un 81 % de los jóvenes siente ansiedad ante una llamada telefónica, ya que están acostumbrados a relaciones asincrónicas. Por el contrario, los adultos de más edad poseen unas capacidades digitales bajas que provocan una desconexión comunicativa. Esta falta de comunicación intergeneracional conlleva, entre otras cuestiones, una pérdida de transmisión de tradiciones y costumbres generacionales.

Este trabajo se centra en fijar la identidad familiar mediante el fomento de la comunicación intergeneracional y a su vez se preserva la memoria colectiva, a través de lo análogo y lo digital, de la que se puedan beneficiar ambas generaciones.

DÈLIA NACENTE

19 BREAK THROUGH

- *Editorial, diversidad, adolescencia, positividad, esperanzador, autoconocimiento, LGTBI+, comprensión, libertad, sexualidad, género, respeto.*

"Break Through" es una publicación editorial en forma de manual que tiene como objetivo informar al usuario para que se comprenda al colectivo LGTBI+. El libro hace un recorrido dividido en seis pasos básicos para hacer del mundo un lugar un poco más diverso, seguro y respetuoso. Se trata de una lectura para jóvenes, llena de emoción, mensajes esperanzadores, consejos cercanos e historias únicas. "Break Through" hace que el lector sienta, descubra nuevos horizontes y se plantea muchas preguntas.

GEMMA PELLISERAS

20 ESPAI GROC

- *Urbanismo feminista, Girona, campaña de comunicación, aplicación móvil, espacio público, flujo de gente, alumbrado.*

La percepción de inseguridad que sienten las mujeres siempre ha estado presente en su movilidad en el espacio público, sobre todo durante la noche, hasta el punto de tener que ir acompañadas hasta la puerta de su casa para llegar seguras.

Este proyecto reafirma el urbanismo feminista como una de las soluciones para desarrollar cambios urbanísticos y aumentar la percepción de seguridad. Se pone el foco en la ciudad de Girona, se diseña una campaña de comunicación y una aplicación con el objetivo de incentivar a las mujeres y grupos vulnerables (LGTBI+, emigrantes, personas con movilidad reducida, etc.) a concurrir las calles percibidas como inseguras por la poca afluencia de gente, la baja iluminación o su mal diseño.

Por un lado, la campaña visibiliza la problemática al colocar los carteles en opis y en puntos poco iluminados. Y, por otro lado, la aplicación invita a las usuarias a compartir incidencias de carácter urbanístico a la vez que promociona eventos feministas y crea comunidad.

MIREIA PÉREZ

21 WAYCRUMBS, Turismo consciente

- *Viaje consciente, viaje responsable, turismo consciente, turismo alternativo, turismo diferente, viaje cultural, App viajes, esencia ciudades.*

"WayCrumbs" es una aplicación móvil que pretende solucionar los problemas socioculturales provo-

Traducción

cados por el turismo en las ciudades. Se consigue siguiendo la idea de turismo consciente. Es decir, viajar de manera responsable, sostenible, socialmente justa y espiritualmente llena, enfocado en el papel que realiza la persona viajera. El objetivo es ayudar a los municipios a recuperar su identidad cultural, y ello incluye la cultura, la gastronomía, la artesanía y el comercio local, a la vez que se ayuda a la ciudadanía a recuperar su intimidad y sus costumbres.

La aplicación ayuda a organizar y llevar a cabo un viaje consciente. Se escoge una ciudad y se muestran los datos turísticos, se busca y genera interés por temas culturales que ayudan a la comunidad y se proponen retos para llevar a cabo durante la visita, que sirven para transformar la manera de visitar y descongestionar las ciudades. Se quiere solucionar el problema a la vez que se genera una buena experiencia para el usuario, que también beneficia a la ciudad receptora.

NÚRIA SAEZ

MONDO

22

- *Imagen corporal, juicio social, prejuicio, estereotipo, consecuencias, reflexión.*

Hoy día, la falta y la necesidad de conciencia social acerca de la repercusión de nuestros prejuicios y estereotipos en la sociedad son una realidad. Estos incrementan los casos de discriminación, acoso, baja autoestima... Además pueden provocar consecuencias irreversibles en la vida de quienes los sufren. Los malos juicios hacia las personas y cómo nos comportamos a raíz de estos alimentan la distinción entre usuarios y la idea de superioridad, teniendo como base la imagen corporal.

Para ayudar a erradicarlos, fomentar una reflexión sobre su existencia y crear conciencia social nace Mondo, un juego de cartas que hace posible el replanteamiento interior y sacar a la luz aquellas mentalidades más profundas. Pretende hacer aflorar ciertos conceptos que pocas veces no se tratan y generar diálogo al descubrir los prejuicios que tenemos instaurados. Nuestra mente tiene más poder del que pensamos y el hecho de considerar que ciertos temas están normalizados nos hará crecer como sociedad. Y tú, ¿estás preparado para descubrir tus prejuicios?

EKAITZ SÁNCHEZ

L'ORENETA SEMPRE TORMA

23

- *Investigación, nueva ruralidad, paisaje, territorio, documentación, sostenibilidad.*

“L'oreneta sempre torna” es una publicación que recoge quince relatos breves realizados a partir de la investigación etnogràfica. Al mismo tiempo, todos ellos forman parte de una misma historia, que explica la fuerte relación que tiene Riba-roja d'Ebre con el paisaje físico que la rodea. Una relación que ha dado forma a su cultura y sus costumbres a lo largo de los siglos.

La compilación pretende documentar, concienciar y poner en valor a todo un patrimonio, asegurándose su relevo generacional. Su contenido se ha creado utilizando metodologías propias de la etnografía y mezclándolas con las de la investigación en diseño. El resultado es una pieza editorial creativa, que busca la transmisión sensible del trabajo de campo hecho, así como el valor añadido de una producción gráfica sostenible.

MIREIA ANGUERA

LA COVA JOVE

26

- *Mejora social, vivienda social, vivienda contemporánea, alternativa a la vivienda tradicional, alojamientos con espacios comunes complementarios, emancipación juvenil.*

A partir de las nuevas maneras de producir, consumir y habitar que surgen en respuesta a los profundos cambios sociales que ha experimentado la sociedad desde el s. XX hasta ahora, el presente TFG indaga y lleva a cabo el diseño de unos alojamientos con espacios comunes complementarios regulados por el Decreto Ley 50/2020. En este contexto, los alojamientos con espacios comunes complementarios se plantean como una nueva modalidad de vivienda competitiva, sustentable y accesible para los jóvenes del municipio de Esplugues de Llobregat, una ciudad que sufre una gran migración de jóvenes hacia otros municipios, donde la vivienda es más económica. La Cova Jove da respuesta a esta situación, indaga sobre esta nueva modalidad y, además, busca la manera de dar mayor calidad a los espacios de relación con la elección de materiales, iluminación y cuando menos la distribución. Los espacios privativos y los comunes conviven, el pasillo gana interés y se convierte en un espacio de relación.

NEUS ANTOLINOS**SEIJAKU**

27

- *Maltrato doméstico, refugio, terapia.*

Se usará un antiguo hostal en desuso ubicado en Palamós para efectuar un proyecto de reforma integral donde se creará una nueva tipología de refugio para mujeres maltratadas.

Actualmente, existe una alta demanda de este recurso pero hay poca oferta y además es de poca calidad. "Seijaku" es un refugio para mujeres maltratadas diseñado para cubrir diferentes necesidades no resueltas, que pretende disminuir el tiempo de recuperación de las usuarias y proporcionarles una estadía digna. Un prototipo de recinto que permita un mayor número de ocupantes, formular un complejo que satisfaga las necesidades terapéuticas y residenciales, mantener un buen equilibrio entre apartamentos privados y zonas comunes y ofrecer intimidad y libertad a las mujeres.

El edificio de cuatro plantas contará con: recepción, lavandería, trastero, comedor y cocina comunitaria, talleres, aulas, una biblioteca, despacho para psicólogo y abogados y una piscina, distribuidos entre la tercera planta y la planta baja (donde también habrá salas para los profesionales interinos del centro). En las plantas primera y segunda se ubicarán 14 apartamentos totalmente equipados, salas de estar comunes, guardería y terraza.

El proyecto mantendrá la intención de crear elementos que evoquen el mediterráneo que se formulan en la reforma, con la inclusión de materiales naturales, colores neutros y vegetación, y se creará un ambiente tranquilo de estilo *wabisabi* que favorezca el estado y la recuperación de las mujeres maltratadas.

CLAUDIA CRISTEA**WORKINGSPACE**

28

- *Desconexión, comunicación, vegetación, motivación, cultura, inspiración, idea, proximidad, espacios polivalentes, coworking, creatividad, productividad, diseño social.*

"WorkingSpace" es un proyecto cuyo objetivo principal es proporcionar un espacio de estudio adecuado y que cubra las necesidades reales de los jóvenes estudiantes.

Dada la necesidad de tener un lugar más flexible en Tàrrega, que fomente la motivación y el estudio en compañía, se propone crear un espacio que evolucione el ámbito de estudio más allá de lo tradicional y solucione esta problemática. Ya no solo para empezar a tener en cuenta las necesidades de los estudiantes, sino también para visibilizar la importancia de la motivación en un espacio donde te sientas libre y cómodo.

Así pues, "WorkingSpace" es una biblioteca/coworking diseñada teniendo en cuenta las necesidades de los usuarios cuando llevan a cabo acciones como: concentrarse, interactuar con los compañeros, poner en común opiniones, comer o incluso descansar. Por lo tanto, este proyecto consigue resolver la problemática al generar zonas creativas, inspiradoras y con personalidad, que aumentan la motivación y facilitan la comunicación entre estudiantes, pero que, a su vez, tiene en cuenta todo tipo de usuarios y necesidades. Además, el diseño de este proyecto aumentará el interés de los jóvenes por estos espacios, que actualmente se está perdiendo.

SAMANTA FERNÁNDEZ**LA FILERA**

29

- *Mujeres, riesgo de exclusión social, vulnerabilidad, pobreza, reinserción laboral y social, taller de costura, hilo, tela, Nou Barris, masía.*

El presente trabajo contiene la parte de investigación y documentación de un proyecto de diseño de interiores enfocado a la reinserción laboral para mujeres en riesgo de exclusión social en el distrito de Nou Barris, con el objetivo de ofrecer nuevas oportunidades a través de un espacio útil y funcional para cubrir sus necesidades.

El trabajo consta, en primer lugar, de un proceso de documentación que incluye toda la información necesaria para llevar a cabo el proyecto de diseño. Seguidamente, se incluye el proyecto de diseño de interiores con el planteamiento de la propuesta de proyecto que se realiza para la Masía de Can Valent en el barrio de Porta, con planos e imágenes 3D y otra información técnica para su desarrollo en el diseño de interiores.

NADEZHDA PIQUERAS**FOCUS**

30

- *Flexibilidad, compromiso social, niños, experimentación, integración social, igualdad, familias, refugio, exclusión social, hogar, responsabilidad social.*

La exclusión social es la falta de participación de algunos segmentos de la población en la vida cultu-

Traducción

ral, económica y social de sus respectivas sociedades, a causa de la carencia de derechos, recursos y capacidades básicas. Este es un factor muy desfavorable para el futuro de los niños y adolescentes que lo sufren. El Servicio de Intervención Socioeducativa para niños y adolescentes de Tàrrega trabaja ofreciéndoles apoyo, acompañamiento y recursos para que puedan afrontar sus necesidades a partir de sus capacidades.

“Focus” es un proyecto que pretende dar calidez humana al espacio del centro SEIS Tàrrega y ofrecer un hogar para sus usuarios. Esto lo conseguimos con el diseño de un espacio totalmente polivalente y personalizable, donde ellos mismos podrán adaptarlo a sus necesidades de cada momento y trabajarán para su crecimiento. Por otro lado, se transmite este concepto jugando con unos materiales que den esta sensación y sean totalmente configurables. Gracias a un diseño atractivo y totalmente acogedor logramos un espacio seguro, educativo y creativo para nuestros usuarios.

RAQUEL PLANAS

LA BLAVA

31

- *Cultura, red, mujer, oportunidad, arte.*

“La Blava” se define como un espacio de creación y producción cultural feminista, donde las mujeres son las protagonistas. Como mujeres, nos apropiamos de un espacio que ya había sido nuestro. La diferencia es que ahora lo hacemos provocando un terremoto desde las propias inquietudes creativas y no desde la posición de sujetos pasivos.

Con esta propuesta de centro cultural y artístico se articulan nuevos espacios de convivencia que permiten la máxima permeabilidad entre los espacios. Se prioriza el trabajo colectivo y la sororidad entre mujeres que, en muchas situaciones, ha sido clave para sobrevivir.

El proyecto de diseño simboliza una rotura con el sistema patriarcal y pretende dar respuesta a las mujeres creadoras y a la necesidad urgente de tener un espacio donde dignificar la profesión de artista y creadora de cultura, con una perspectiva de género que ponga el foco en su profesionalización.

MARTA RAMÓN

NIU

32

- *Casa de nacimientos, parto natural, parto respetado.*

El proyecto “Niu” se ha desarrollado para dar respuesta a la creciente demanda de las mujeres de ser respetadas en la atención al parto y poder realizarlo de forma natural. Para ello es necesaria la evolución de las prácticas sanitarias invasivas hacia otras que obedezcan el curso natural del proceso, así como una mayor escucha a las madres. No menos importante es el entorno del lugar donde se produce el parto, que influye también en el estado emocional de la mujer y puede mejorar las condiciones e incluso los tiempos y la evolución del proceso.

“Niu” pretende humanizar las instalaciones para el parto y postparto y constituirse como casa de nacimientos para el parto natural, con una estética y funcionalidad mejoradas con respecto a las infraestructuras actuales. La misión del proyecto es crear un ambiente confortable, íntimo y seguro que cumpla las necesidades de las mujeres y sus familias en el momento en que vayan a dar a luz.

MARINA SALOMÓ

DRASSANES VILASSERENQUES

33

- *Personas mayores, punto de encuentro, actividades lúdicas, pueblo pescador, carpintería de ribera.*

La Asociación de las Personas Mayores de Vilassar reclama un espacio propio para acoger su programa de actividades. Este proyecto trata de reunir su programa en un único edificio que cumpla con sus necesidades. Entre semana se llevan a cabo actividades dirigidas a personas mayores de 65 años y los fines de semana son para todas las edades, creando así jornadas familiares. Las actividades pretenden ejercitarse capacidades como la memoria, las capacidades cognitivas, el ritmo, la atención, el lenguaje, la creatividad y las habilidades motrices.

El proyecto se inspira en la historia del pueblo de Vilassar de Mar donde, durante muchas décadas, buena parte de la población se dedicó a la construcción de embarcaciones de pesca. Este ambiente marítimo arraigado en sus orígenes se verá reflejado en su interior.

La finalidad es mantenerlo activo entre el mayor sector de la población posible y potenciar de ese modo las relaciones sociales. Por esta razón, el proyecto incluye como punto de encuentro una cafetería donde compartir, entre otras cosas, aficiones, vivencias y pensamientos.

En conclusión, un espacio de ocio que ayudará a los mayores a reforzar sus habilidades, tanto físicas como mentales.

34

**IVANA SERRANO
MENSTRUUS**

- *Menstruación, educación, igualdad, sostenibilidad, salud, cambio social.*

"Menstruus" es un Centro de Equidad Menstrual enfocado en la atención específica de la menstruación, mediante un servicio totalmente gratuito y accesible. Esta idea surge de dos necesidades de mejora social: la ruptura con los tabúes y las falsas creencias sobre la menstruación y la erradicación de la pobreza menstrual (económica, sanitaria y medioambiental). Se basa en tres pilares imprescindibles: la educación, la salud y la sostenibilidad. Este CEM (Centro de Equidad Menstrual) ofrece varios servicios para atender tanto a las personas que menstrúan como a las que no, según sus necesidades:

- Consultas individuales ginecológicas y psicológicas.
- Espacios salubres completos con WC, lavabo y duchas.
- Banco de productos de higiene menstrual.
- Talleres, actividades, formaciones y exposiciones.

El espacio está distribuido en tres plantas. Cada una de ellas representa las diferentes fases del ciclo menstrual (fase folicular, ovulación y fase lútea), tanto formalmente como simbólicamente. En definitiva, "Menstruus" tiene la intención de ser un referente para la posible expansión del CEM en otras ciudades. Se pretende divulgar la equidad menstrual para que todas las personas puedan disfrutar de una menstruación digna, respetuosa con nuestros cuerpos y nuestro planeta.

35

NAOMI VÁSQUEZ**PLATANOMELÓN: SALUD, DIVERSIÓN Y NATURALIDAD**

- *Educación sexual, colores, diversión, estilo retro-vintage, carácter escultórico.*

Desde pequeños, y sin darnos cuenta, crecemos fomentando el tabú sexual debido a cómo la sociedad y nuestro entorno nos educan. Existe una educación sexual deficiente o, directamente, una no educación sexual. Siempre se nos enseña desde el miedo y el placer no se menciona. A medida que crecemos, Internet se convierte en nuestro mejor aliado. Un espacio donde la pornografía desempeña el papel más dañino respecto a la visión de las relaciones sexuales, los cuerpos, el placer, el papel de la mujer y el respeto. En el ámbito físico, las tiendas eróticas se siguen persiguiendo tanto por la imagen como por la connotación negativa de los sexshops, que promueven una sexualidad de antaño, patriarcal y falocentrista.

"Platanomelón: salud, diversión y naturalidad" se convierte en la primera Concept Store de la marca líder en juguetes eróticos y complementos: "Platanomelón". Un espacio que pretende reivindicar la salud, la afectividad, el placer y la educación sexual desde el diseño y su oferta de servicios.

El diseño sigue la identidad gráfica de la marca, con un interior basado en el interiorismo retro vintage de los años 70, una clara referencia a las frutas, el uso de colores y formas curvas consiguiendo un resultado divertido y escultórico. Además, ofrece una serie de servicios: información, lecturas, charlas, talleres y asesoramiento para mejorar no solo la sexualidad de cada persona, sino el concepto de sexualidad en la sociedad.

38

PATRICIA BAZ**BC/2030**

- *Ecofuturismo, adaptabilidad, upcycling, Body Combat mujer, estética 2030, artes marciales mujer.*

Este proyecto trata de ensalzar el papel de la mujer en las artes marciales en *Body Combat* dando a conocer el histórico y los referentes femeninos tanto de estas artes marciales como, especialmente, del *Body Combat*.

Mediante la búsqueda de información se ha llegado a la conclusión de que hay muchas mujeres que han practicado y practican artes marciales y se ha invisibilizado su papel en la historia. Por esta razón, se creará la colección BC/2030 compuesta por prendas sportwear, unas prendas deportivas que se puedan llevar no solo para hacer ejercicio, sino también en el día a día por la calle. Esta colección será para mujer, ya que este proyecto busca dar visibilidad a las mujeres que practican artes marciales en *Body Combat*. Y se realizará mediante la técnica del upcycling porque aporta el valor sostenible y ecofriendly que se busca, utilizando como material una tipología de prendas de segunda mano que se emplean para hacer *Body Combat*, como pueden ser tops deportivos, leggings, camisetas deportivas, etc.

Las prendas resultantes de esta colección para otoño/invierno serán prendas adaptables al ejercicio físico y con estética 2030 ecofuturista. El propósito es producir una colección con una estética que refleje este futuro cercano, el año 2030, en el cual se continuará practicando *Body Combat* y se consumirá la moda

Traducción

de una manera mucho más controlada y respetuosa con el medio ambiente, tal como está descrito en algunos objetivos de la Agenda 2030, en la que también se promueve la salud y el bienestar, es decir, la práctica de ejercicio físico, entre otros temas.

CARLOTA CALDERÓN

NOMÉS UN TROS

39

- *Nostalgia, recuerdos, familia, vínculo, diseño emocional, sostenibilidad, consumo responsable.*

En los últimos años, el diseño emocional explora la capacidad de los objetos para establecer vínculos emocionales con el individuo, que incentiven el consumo a través de la exaltación de las emociones.

No obstante, existe otra forma de entender esta nueva tendencia y utilizarla para frenar el ritmo de consumo actual, frenético y absolutamente insostenible. La industria de la moda, la segunda más contaminante del mundo, ha multiplicado por 2,4 su producción en los últimos 20 años y la fabricación de millones de piezas de ropa, de las que un alto porcentaje nunca llegará a utilizarse, es una de las principales causas de la grave problemática medioambiental que sufre nuestro planeta. El diseño emocional puede contribuir a cambiar esta tendencia si consigue establecer vínculos perdurables entre el objeto y la persona, utilizando los recuerdos, las experiencias vividas o la nostalgia de tiempos pasados.

En una sociedad que avanza con demasiada rapidez y que se ha impregnado de la necesidad de cambio constante, la nostalgia y el retorno a la esencia pueden convertirse en elementos clave para devolver a cada una de las piezas de ropa su valor intrínseco, personal e intransferible que las convierta en únicas e imprescindibles.

IONA CASTEJÓN

DARRERE LA PELL

40

- *Enfermedad mental, sentimientos y sensaciones, concienciación social, población joven, representación visual, superposición, cut out.*

En el contexto mundial actual, los problemas de salud mental están muy presentes en el día a día de la sociedad. Entre la población en general, se ha observado un incremento considerable de las enfermedades mentales a raíz de la covid-19, sobre todo entre los jóvenes, en los que la cifra de casos es mayor. Esta pandemia ha causado una gran repercusión a nivel psicológico, con un aumento de los síntomas relacionados con el estrés, la ansiedad y la depresión, así como los trastornos de conducta alimentaria.

En este proyecto se pretende despertar una conciencia social colectiva, se da importancia a la salud mental y se visibilizan las enfermedades mentales más frecuentes entre la sociedad juvenil actual: la ansiedad, la depresión y el TCA. Se trata de representar visualmente, mediante una sección en una editorial de una revista de moda, todos aquellos sentimientos y sensaciones que experimentan las personas con alguna de estas patologías. Se introducen los conceptos “layering” y “cut out”, unas tendencias estéticas que ayudarán a reforzar la temática que se quiere plasmar.

MARINA DÍAZ

YUKKIKO

41

- *Inspiración japonesa, geometría, slow fashion, DIY, atemporal.*

Proyecto Fin de Grado orientado a crear una marca personal y una colección cápsula. El nombre de la marca es Molsa.

Las principales características de inspiración de esta colección son el diseño oriental con sus líneas geométricas, unisex y fluidas. Molsa quiere tener un impacto positivo en el mundo de la moda, crear moda impulsada por la diversidad y el espíritu de consumo responsable y expandir la conciencia slow fashion acercando al cliente al proceso artesanal de confeccionar ropa.

El diseño japonés, el movimiento DIY, las revistas de patrones y de qué manera la moda puede ser más sostenible para las personas y el medio ambiente serán los temas principales de la investigación.

PAULA GRAELLS

BEYOND WOUNDS

42

- *Shibari, salud mental, enfermedad mental, bondage, covid-19, moda alternativa, sostenibilidad, autoconocimiento.*

El Proyecto de Final de Estudios “Beyond Wounds” (Más allá de las heridas) consiste en el desarrollo de una colección de moda que represente la lucha contra las enfermedades mentales, creando una unión

conceptual y estética con la técnica japonesa del *shibari*, una práctica erótica y artística de atadura corporal. Partiendo de esta premisa, se pretende iniciar una reflexión sobre la escasa visibilidad de esta problemática en nuestra sociedad, para llegar a un autoconocimiento más profundo desde una perspectiva personal y conseguir traducir de forma visual la montaña rusa emocional que supone convivir con una alternancia entre el dolor y el placer.

ALBA HERNÁNDEZ

43

OTZÍ: EL ARTE DE LA PIEL

- *Tatuajes, Fineline, Upcycling, estigma, nupcial.*

"Otzi: el arte de la piel" consiste en una propuesta de colección nupcial. Pero no es una propuesta cualquiera: gracias al método *upcycling* se crearán piezas enfocadas a eventos nupciales, dando como resultado una pieza única y original. "Otzi" no está creada para cualquier novia, sino que es una colección enfocada a personas con tatuajes, gente atrevida y creativa. Tras la investigación a fondo sobre el estigma del mundo del tatuaje en España, "Otzi" surge cómo una reivindicación y solución a poder lucir tus tatuajes en un día tan importante.

NÚRIA LAFUENTE

44

WHO&HOW

- *Trabajadoras y trabajadores de la industria textil, Fashion Revolution, salario digno, Good Clothes, Fair Pay, upcycling.*

"Who & How", en español "Quién y Cómo", es un proyecto artístico que pretende mostrar e informar sobre las diferentes problemáticas de la industria textil en general y, de manera más específica, exponer la diferencia entre el salario mínimo que reciben algunas de las personas trabajadoras de la industria textil y el salario digno que deberían recibir.

El proyecto se lleva a cabo en colaboración con *Fashion Revolution* y pretende atraer al usuario para que éste se informe y se anime a participar en la campaña de recogida de firmas *Good Clothes, Fair Pay* que se iniciará en el verano de 2022.

Los tres looks son una fusión entre las piezas que más se vendieron en enero de 2022 y los trajes tradicionales de algunos de los lugares donde se produjeron, concretamente Bangladés, India y Camboya. Los tejidos utilizados para su creación son residuos textiles proporcionados por diferentes marcas de ropa, y se emplea el *upcycling* como técnica de construcción de piezas.

SARA MANZANEDA

45

UNIFORMS FOR NANDO JUBANY

- *Vestuario laboral personalizado, filosofía Jubany, diseño de vanguardia, Estrella Michelin, patronaje a medida.*

"Uniforms for Nandu Jubany" es una colección de vestuario laboral personalizado para el restaurante más importante del chef Nandu Jubany: Can Jubany.

Can Jubany transmite la esencia y los valores de la filosofía Jubany: cocina de autor vanguardista cocinada a fuego lento a través de revisitar los clásicos de la cocina tradicional y en la que el producto es lo más importante.

"Uniforms for Nandu Jubany" es la manifestación de estos valores con el arte y el diseño de vanguardia al servicio de la hostelería más innovadora galardonada con una Estrella Michelin, entre otros muchos premios. Una colección sobria y cálida al mismo tiempo que, siguiendo la metodología de la filosofía Jubany, revisita los clásicos como la sastrería y el patronaje a medida para transformarlos en diseño de innovación y vestir así a todos los miembros del equipo que conforman el prestigioso Can Jubany.

EMMANUEL MARÍN

46

CYBER TRIBE

- *Sofisticación, automóvil, exclusividad, tecnología, futuro, Cupra.*

Proyecto que investiga la evolución de una marca de automóviles, su historia y el posible nicho de mercado que esta ofrece, siguiendo la ideología de sofisticación y diseño de la marca Cupra.

Para destacar sobre las prendas básicas de *merch*, finalmente se diseñará una colección de *pret de lujo* llevada al mundo digital.

Traducción

ANA RIBAS FOUNDATIONS

47

- *Neofuturismo, modistería, glasilla, exposición inmersiva, revalorización de los prototipos.*

Este proyecto se basa en una investigación de los prototipos en el sector de la moda con el fin de ponerlos en valor. Para transmitir los conocimientos adquiridos, se propone una colección de indumentaria, de carácter expositivo, confeccionada únicamente con glasilla, un tejido 100 % algodón sin tratar, e inspirada en el movimiento arquitectónico Neofuturista. Se utilizarán las piezas como lienzos en blanco para ser proyectadas y ver cómo sería la prenda con distintos estampados y colores. Vendría a ser un método para imaginar la prenda en un futuro, a partir de un prototipo.

CRISTIAN RUBIO CRISÉUS

48

- *Nostalgia, artesanía española, usuario singular, más es más, hecho a mano, modelos circulares.*

En la actualidad, la artesanía española se encuentra en declive a causa de varios factores: en primer lugar, la falta de legislaciones que fomenten y blinden la actividad artesanal por parte del Estado cediendo su potestad a las autonomías. En segundo lugar, la escasez de ayudas públicas al gremio artesanal en el momento actual de crisis económica. En tercer lugar, la industrialización seriada y la alta producción de piezas homogéneas. Y, por último, el gran consumo por parte de la sociedad actual de prendas simples y estandarizadas sin que importe su origen y procedencia. Todo esto conlleva el declive de las tradiciones artesanales, motivado por el auge de la simplicidad, al no tener los valores artesanales, culturales y tradicionales que las artesanías aportan.

En este proyecto se pretende revalorizar la artesanía y visibilizar los problemas que actualmente presenta y, al mismo tiempo, apoyarla y renovarla a través de la moda, rechazando el modelo minimalista actual. Se introduce el concepto de "más es más", con el que se cuestionan los modelos actuales y se fomenta la generación de una nueva corriente latente y un modelo de vida, que busca plasmar ese cariño, detalle y, en definitiva, los valores artesanales.

MARTINA SFORZA RACE

49

- *Racismo, I have a dream, desvalorización de culturas, moda europea, naturaleza, color.*

El racismo es un mal de nuestra sociedad, del que el mundo de la moda tampoco se escapa. La imposición de un ideal de superioridad cultural desde la época colonial, el marketing de las marcas, la poca presencia en la industria de modelos de etnias diversas, el uso de mano de obra barata o la explotación de materias primas son ejemplos de esta realidad.

Este trabajo tiene como principal objetivo crear una colección ética y respetuosa con la etnidad, basada en la producción local, trabajando con materiales naturales sostenibles y de proximidad. La metodología de trabajo de investigación se basa en el estudio de la presencia del racismo en la moda, así como en el análisis de los ideales del movimiento *hippie* que, con su inspiración en los colores y la naturaleza, representan una alternativa constructiva frente a este. Se complementa el trabajo con una encuesta orientada a comprobar qué percepción de la problemática tiene la ciudadanía sobre el racismo en la industria de la moda.

El resultado de este proyecto es una pequeña aportación, personal y comprometida, que ayuda a que el mundo de la moda sea un espacio libre de racismo.

ROGER BARTRA INHALADOR DE ASMA

52

- *Mae, inhalador de asma presurizado capaz de liberar eficazmente el medicamento.*

El asma es una enfermedad pulmonar que afecta a más de 330 millones de personas en todo el mundo, lo que supone un gasto sanitario de 1.872 millones de euros anuales en el Estado español. Los inhaladores son el principal dispositivo para tratar esta enfermedad y casi el 90 % de las personas que los utilizan lo hacen de forma inadecuada.

El objetivo de este proyecto consiste en diseñar un inhalador presurizado capaz de dispensar las dosis de medicamento de forma adecuada, guiar y educar al paciente a través de todos los pasos de forma simple e intuitiva. La metodología que se ha utilizado para llegar a los resultados ha sido, principalmente, la entrevista a un neumólogo, un paciente con asma moderado y otro crónico, y finalmente se ha realizado una búsqueda bibliográfica.

El proyecto se ha convertido en un producto farmacéutico capaz de dispensar eficazmente las dosis de medicamento y mejorar la adherencia al tratamiento. Asimismo es reutilizable, con lo cual se reducen los costes relacionados con la enfermedad.

JOEL FIGUEROBA

DOG'S SPOT

- *Orinal, canino, urbano, protector.*

Desde hace muchos años las ciudades de todo el mundo sufren un problema: sus calles se ensucian reiteradamente con orina de perro. Fachadas, farolas, bancos y otro mobiliario urbano son susceptibles de convertirse en un aseo para estos animales. Esto genera inconvenientes como: mal olor, mala imagen o deterioro de los elementos afectados.

Soluciones improvisadas como garrafas de agua para proteger las esquinas del exterior de los edificios son tan solo un parche ante esta problemática actual. Por ello, con el objetivo de fomentar la convivencia entre vehículos, personas y mascotas, crearé una solución real orientada a la educación, no a la prohibición.

Para diseñar satisfactoriamente esta solución, he realizado entrevistas, una etnografía, un análisis de mercado, una buena investigación bibliográfica y otras metodologías de menor escala. Finalmente, el proyecto ha resultado en un elemento urbano que une la función de orinal canino con la de los elementos protectores para áreas peatonales, es decir, los bolardos. La instalación de estos nuevos elementos se sostendrá con una serie de medidas educacionales que incentiven la adopción de este nuevo sistema de convivencia y movilidad.

AITOR LÓPEZ

TACORONTE, CUPRA CONCEPT CAR

- *E-mobility, shooting brake, zero emissions sports car, dynamic design vehicle.*

El automovilismo está experimentando una importante transición con la electrificación de los coches que, junto con la facilidad tecnológica para desarrollarlos, ha llevado a un aumento de creación de nuevas marcas. Con ello se ha abierto una oportunidad en el diseño de nuevos modelos o el rediseño y definición de líneas ya creadas, como Cupra, junto con cambios en la tendencia de segmentos vendidos en un futuro. Algunos objetivos del proyecto son elevar el posicionamiento de la calidad y deportividad de la marca, desvincularla del lenguaje de Seat, explorar nuevas líneas, electrificar y ampliar el catálogo.

Como resultado, con el diseño exterior y las fases conceptuales pertinentes, se ha llegado a una propuesta de diseño de un nuevo modelo de futuro, dentro del segmento de berlínas coupé *shooting brake*. Hecha la propuesta, se concluye que Cupra tiene el potencial y los recursos válidos para crecer en cualquier segmento del mercado, tanto por economía, como por experiencia y diseño. Colateralmente, se ha visto que los recursos utilizados al crear un coche nuevo son muy altos para poder mantener el ritmo actual de la industria.

AITANA SEGARRA

PIES DE GATO CON SUELA INTERCAMBIABLES

- *Pies de gato multiactividad, zapatos con suela intercambiable, pies de gato confortables.*

La escalada es un deporte multiactividad que consiste en ascender por una roca y hacer *hiking* hasta el punto de llegada y vuelta. Esta multiactividad, en cambio, se efectúa con dos pares de zapatos, lo que comporta que el escalador esté constantemente cambiando de unos a otros, con poca versatilidad. Además, provoca un aumento de peso y volumen innecesarios en las mochilas.

El objetivo de este proyecto es fusionar estas dos actividades en un solo par de zapatos para facilitar la actividad, hacer un diseño más sostenible y reducir material y peso muy necesario para el escalador. Para ello se crea unos zapatos versátiles para una actividad versátil. Las metodologías que se han usado para llegar a los resultados han sido: análisis de usuarios de escalada, desde profesionales hasta aficionados, estudio de mercado y, finalmente, análisis ergonómico del producto.

Así pues, el proyecto ha resultado en un zapato multifuncional, con suela intercambiable de *hiking* y climbing, que ayuda a los usuarios de la escalada a facilitar la actividad, reducir peso y volumen y hacer un producto más sostenible ahorrando material.

Translation

We are pleased to present the third volume of the 2020-2021 Yearbook of End-of-degree Projects from the degree in Design taught at ESDAPC.

ESDAPC, 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**JUDIT ALCAIDE****VILA DISBARAT**

- 6 • *Written expression, Catalan language, educational game, classroom gamification, cooperation.*

Written expression is the area that poses the greatest difficulties to primary school students in Catalonia. Taking into account the data obtained from the research, the project presents the design of an educational tool that aims to improve written expression through methodologies such as gamification and cooperation between students, while developing creativity.

The board game developed in this project puts into practice written expression and creativity by creating a short story guided by some pre-established questions. It targets boys and girls between the ages of eight and twelve, since it is at this stage that they acquire knowledge through learning and experiences.

NEO DE RIBA**ANGELS**

- 7 • *Trans, Cis, Interaction, Reflection, Statistics, Visuals, Graphics, Empathize, Safe Space, Exhibition, Visibilizing, Normalizing, Student, Professor, University Environment, Social Environment, Diversity, Gender, Tools, Terms, Support, Actor, Spectator, User.*

This project is an exhibition that seeks to destigmatize the trans and nonbinary communities by providing tools for educators, university staff and students to assist them in creating safe environments at the school.

LAURA DÍAS**ASK ME, ASK YOURSELF**

- 8 • *Awareness Campaign, Gender Expression, Gender Identity, Trans, Gender Deconstruction, Gender Questioning.*

This project focuses on non-normative gender expressions and identities and the problems that arise. In the context of a cisgender-patriarchal society in which the roles associated with each gender are dictated, there is no space for identities or expressions that do not fit the norm. This generates various problems such as the exclusion and discrimination of these people.

Although society is increasingly moving away from the need to follow these roles, a profound social change is necessary in the way of understanding gender and the concepts that are associated with it. The project aims to provide tools to normalize, make visible and educate about this vision and these expressions of gender through design. Its objective is to promote a social change in the conception of gender and show that questioning or living with a non-normative gender identity or expression is valid and normal.

The proposed solution to the problem is a pedagogical awareness campaign that tries to convey the message and involve the viewer through questions.

JUDIT ESPARÓ**BETWEEN TWO WORLDS**

- 9 • *Cooperative game, separation, family, adaptation, changes, support.*

We go through lots of changes throughout our lives, and the ability to adapt is essential to learn how to cope with them. A lot of these changes arise during childhood, a very important moment when we develop our identity and also for the creation of a base upon which we grow and progress. Our future depends on what we experience during our childhood and how we manage it.

Entre dos mons is a cooperative board game that will help families to face a very decisive change: the parents' divorce. We all have experienced a divorce either first hand or know a family that has. It is something common and normalized in our society, but we cannot underestimate its consequences.

This game aims to provide support to families during the process with a clear message: separation does not break the family, it only changes it. Hence, we must stop seeing divorce and separation as a problem and we must see it as an opportunity.

Communicating, understanding the situation and looking for solutions is basic to win the game, but also to confront reality.

ONA FIGUERAS**A THOUSAND PIECES**

- 10 • *Glass, Sustainability, Craftsmanship, Handmade, Tradition, Catalonia.*

Catalonia has been the heir to a long glassmaking tradition since the mid-17th century. In the last few

decades, however, society has evolved and new forms of employment have emerged, leaving behind the more traditional trades, especially those related to crafts. For this reason, the glassmaker is in danger of extinction.

The goal of my degree final project, through graphic design, is to underscore the value, both artisan and artistic, of Catalan glassmakers, and thus contribute to the fight to preserve their trade. In order to achieve this, an online and offline communication campaign has been set up which seeks to raise awareness among the population, especially younger people, of this problem. Three of the main features of glass have been emphasized: sustainability, craftsmanship and Catalan tradition. These three points will emerge throughout the project, with the intention of promoting the strong points of glass, and thus make users either acquire a new perspective of the trade or get to know it from scratch with a positive vision. In addition, a differentiating element has been included in the campaign, which is based on direct interaction with the public. The user is to become part of the project, not just a spectator, and therefore feel that they are an important element.

SERGI FRUTOS

11

LIQUID

- *Social justice, empowerment, the strength of the collective, empathy, social concerns.*

"Liquid" arises from the observation and analysis of the day-to-day life of the people around us. People's concerns are often coincidental, many don't appear in the media, and may seem unimportant. The current situation of society, increasingly individualistic and disconnected from each other, leads us to waste the strength of the collective, leaving the solution in the hands of the rulers. An application has been designed to measure the real concerns of people in real time that encourages empathy and collaboration between people. By means of simple and easily understandable graphics, it provides a global vision of society's concerns. It promotes the empowerment of citizens, making it easier for people to initiate actions that lead to possible solutions to create a more just and equal society.

JÚLIA GALLART

12

OUT OF RANGE

- *Technology, Reconnection, GenerationZ, Health, Game, Kit.*

We have never been more connected and more alone at the same time. Technology was supposed to make our lives easier and bring us closer together. Instead, it seems to be making us hopelessly distracted and driving us apart.

Staying all day with our eyes glued to the screen can end up affecting our productivity, our relationships and our mental and physical health. Regaining the balance between technology and our time to reconnect with the world that surrounds us, the real one.

What's the best way to do it? "Fora de Cobertura" tries to recover this connection with reality. Taking advantage of neologisms and typical technological visual language of Millennials and Generation Z to get the eyes off the screens in a more familiar and fun way. A game that, through the challenges it poses, will put technological skills and weaknesses to the test and will self-question the daily habits of all those who participate. Will you join in the challenge?

MICHAEL STIVEN GONZÁLEZ

13

SOCIAL AND LABOUR REINSERTION FOR FORMER PRISON INMATES

- *Prison, social rejection, reintegration, awareness, opportunity, work, campaign, support, intervention.*

Prisons are facilities where people who have breached or violated a rule or law are penalized for such conduct. This population remains isolated but within the walls has access to training and work for external companies; because of different factors such as low wages, low transparency in social security contributions or the lack of contracts, it is an irregular situation. On the outside there are other kinds of disadvantages that may affect their reintegration, such as social rejection, few job opportunities available for this collective, or dissociation from the family nucleus.

The way to intervene is through a publicity campaign which serves to give recognition to, raise awareness of and display greater empathy towards these individuals. At the same time, it is the channel for attracting the ex-reclusive collective and private companies who want to get involved and provide job offers, by means of a job bank. The aim of the project is to create a second opportunity and to encourage the socio-occupational integration of this collective.

Translation**LETICIA GUITARTE****EMBRACE DIVERSITY****14**

- *Normalize, gender identity, diversity, educate, make visible.*

Currently, much of the population is confused by or unaware of the terminology of gender identity and concepts related to diversity. This leaves out of society people who are not 'standard', and who therefore suffer exclusion, or even rejection. Children, as a reflection of adult society, must be aware of and learn about the diversity that surrounds them, to enrich their lives and learn that not everything is black or white.

This project aims to give visibility to the wide range of gender identities that human beings can encompass, as well as to normalize their existence, erasing the stereotyped image that society continues to maintain. The foundations of respect for others are established in the family, school and social spheres and this project aims to help this task.

NÚRIA JAÉN**PUDOSA SOURCE****15**

- *Banyoles, historical heritage, tourism, Pudosa Source, spa, fountain, inclusion.*

The Balneari de la Font Pudosa spa (Banyoles, Girona) was one of the town's driving forces of tourism thanks to its healing waters. Nowadays, it is in a state of ruin and is not visited as a place of local interest.

The main objective of the work is to make the historical heritage of the Puda more visible to local and national tourism. In order to achieve the goal, a project is developed to establish an inclusive itinerary to bring tourists to the area, creating interaction between the environment and the visitors. In order to publicize this, an advertising campaign has been designed that will spread the word and attract people to the site.

JÚLIA LAGUNAS**OUT OF FOCUS: PROCRASTINATING IS NOT LAZINESS****16**

- *Procrastination, emotions, journey, conversation, empathy, introspection, awareness, mental health.*

The central theme of this project is procrastination, the act of postponing a task until it becomes detrimental to oneself. It is a problem that has always been present, but it is constantly increasing. 95% of people have procrastinated at some time, and 25% of them claim to do so chronically. However, it is an unknown subject for many.

When you ask someone if they know what procrastination means, most answers are associated with laziness: stigma is caused by a lack of knowledge, and the same people who procrastinate carry that burden. In this context, "Out of Focus: procrastination is not laziness" was born, a project aimed at informing about procrastination, while offering a tool for understanding. In this way procrastinators can understand why they act the way they do.

Through our own experience and collaboration with other procrastinators, we have developed an editorial publication that focuses its attention on emotional management and understanding, as well as an awareness campaign to inform and break with stigma.

ALBA MAGALLÓN**ITINERO****17**

- *Local value, neoruralism, routes, natural parks, territory, urban exodus, awareness, rural, environment.*

At a time when everything is going faster and faster, we are moving at high speed and get everything we want immediately, it's important to know where we stand and be aware of the environment around us. Listen to it and get acquainted with it, understand what its needs are and what we can do about it. Sustainability and close territorial relations are key pieces in this process of adaptation between the new populations and the rural world.

The routes and the resources that the Natural Parks of our territory provide us with are the perfect setting to experience this process of change, and the basis for Itinero. This project seeks to offer the user tools to become familiar with the environment following a philosophy which must lead us to see natural spaces not only as a green landscape to which to escape, but as a unique space with its own language that we must understand and with which we must know how to communicate.

MIRIAM MARTÍNEZ**SEPTENNIOUM****18**

- *Communication, Intergenerational, Family identity, Collective memory.*

In today's society there is a problem and a lack of communication between generations due to the

rapid expansion of the digital era. These technological advances are reflected in various aspects of daily life, including the way we relate to each other, for example, within our own family.

As Ferran Lalueza states, 81% of young people feel anxious about a phone call, as they are used to asynchronous relationships. While older adults have low digital capabilities that cause a communicative disconnection. This lack of intergenerational communication leads, among other issues, to a loss of transmission of generational traditions and customs.

This work focuses on establishing the family identity, promoting intergenerational communication and in turn preserving the collective memory, analogically and digitally, from which each generation can benefit.

DÈLIA NACENTE

BREAK THROUGH

- *Editorial, Diversity, Adolescence, Positivity, Hopeful, Self-discovery, LGBTI+, Understanding, Freedom, Sexuality, Gender, Respect.*

"Break Through" is an editorial project in the form of a manual that aims to inform the user in order to understand the LGBTI+ community. The book goes through a journey divided into six basic steps to make the world a more diverse and respectful place. This reading for young adults is full of emotion, encouraging messages, first-hand advice and unique stories.

"Break Through" makes the reader feel, discover new horizons, and ask themself lots of questions.

GEMMA PELLISERAS

YELLOW SPACE

- *Feminist urbanism, Girona, communication campaign, mobile application, public space, flow of people, streetlight.*

Women's perception of insecurity has always been an issue when moving through public spaces, especially at night. To the point of having to go accompanied as far as the door of the house safely.

This project reaffirms feminist urbanism as one of the solutions to develop urban changes and increase the feeling of safety. Focusing on the city of Girona, a communication campaign and an application are designed with the aim of encouraging women and vulnerable groups –LGBTI+, migrants, people with reduced mobility, etc.– to go to streets perceived as unsafe due to their emptiness, low lighting or poor design. On the one hand, the campaign makes the problem visible, placing the posters in illuminated street advertising and in poorly lit points. On the other hand, the application invites users to share urban incidents while promoting feminist events and creates a community.

MIREIA PÉREZ

WAYCRUMBS, Turisme Conscient (WAYCRUMBS, Conscious Tourism)

- *Conscious travel, responsible travel, conscious tourism, different tourism, cultural travel, travel app, essence of cities.*

"WayCrumbs" is an app that aims to solve the socio-cultural problems caused by tourism in cities. It is achieved with the idea of conscious tourism, travelling in a responsible, sustainable, socially just and spiritually full way, focusing on the role of the traveller. The objective is to help towns to recover their cultural identity, which includes culture, gastronomy, crafts and local commerce, while helping local people to recover their privacy and customs.

The application helps to organize and embark on conscious travel. Choosing a city by showing tourist information, searching for and generating interest in cultural themes that help the community and proposing challenges to carry out during the visit, which help to transform the method of visiting and decongest cities. The objective is to solve the problem by generating a good user experience, which also benefits the host city.

NÚRIA SAEZ

MONDO

- *Body image, Social Judgement, Prejudice, Stereotype, Consequences, Reflection.*

Today, the lack of and the need for social awareness about the impact of our prejudices and stereotypes in society is a reality. They lead to an increase cases of discrimination, harassment, low self-esteem... in addition to having irreversible consequences in the lives of those who suffer them. Misjudgements of people and how we behave as a result foster the distinction between users and the idea of superiority based on body image.

Translation

To help eradicate them, to make people reflect on their existence and create social awareness, Mondo is born, a card game that enables inner rethinking and brings our innermost mentalities to light. It seeks to bring out certain concepts that are rarely discussed and to generate dialogue by uncovering deep-set prejudices. Our mind is more powerful than we think and considering certain normalized topics will make us grow as a society. And you, are you ready to discover your prejudices?

EKAITZ SÁNCHEZ

THE SWALLOW ALWAYS RETURNS

23

- *Research, New Rurality, Landscape, Territorial, Documentation, Sustainability.*

“L’oreneta sempre torna” is a publication that contains fifteen short stories, collected through ethnographic research. At the same time, all of them are part of the same story, which explains the strong relationship that Riba-roja d’Ebre has with the physical landscape surrounding it. A relationship that has shaped its culture and customs for centuries.

The collection aims to document, raise awareness and highlight an entire heritage, securing its generational renewal. The content has been created using ethnographic methodologies and mixing them with design research. The result is a creative editorial piece, which seeks the sensitive transmission of fieldwork made, as well as the added value of sustainable graphical production.

MIREIA ANGUERA

THE YOUTH CAVE

26

- *Social improvement, Social housing, Contemporary housing, Alternative-to-traditional housing, Lodgings with complementary common areas, Youth emancipation.*

From the new ways of producing, consuming and inhabiting that arise in response to the profound social changes that society has experienced since the 20th century until now, this Degree Final Project investigates and carries out the design of lodgings with complementary common spaces regulated by Spanish Decree Law 50/2020.

In this context, the lodgings with complementary common spaces, are proposed as a new form of competitive, sustainable and accessible housing for young people in the municipality of Esplugues de Llobregat, a town that suffers due to the mass migration of young people to other municipalities, where housing is more economical.

The “Cova Jove” responds to this situation, enquires about this new modality and also looks for ways to give greater quality in the spaces related to the choice of materials, the lighting and, of course, the distribution. The private and common spaces coexist, the corridor gains interest and becomes a space for relating.

NEUS ANTOLINOS

SEIJAKU

27

- *Domestic abuse, shelter, therapy.*

An old, disused hostel located in Palamós to undergo a future refurbishment project will be used to create a new type of shelter for battered women.

Today, there is much demand for this resource but we have only little supply, which is of poor quality. Seijaku is a shelter for battered women designed to cover different unresolved needs, seeking to reduce the recovery time of the users and offer a dignified stay: a prototype of building that allows a greater number of occupants, formulating a complex that satisfies therapeutic and residential needs, maintaining a good balance between private flats and common areas, offering privacy and freedom to the women.

The four-storey building will have a reception, laundry, storage room, dining room and communal kitchen, workshops, classrooms, a library, a psychologist’s office, a lawyer’s office and a swimming pool, distributed on the third floor and the ground floor (where there are also rooms for interim professionals at the centre). The first and second floors will have 14 fully-equipped flats, a common living room, a nursery and a terrace.

The project will maintain the intention of creating elements that evoke the Mediterranean formulated in the reform, adding natural materials, neutral colours and vegetation, creating a peaceful atmosphere in a wabisabi style that favours the stay and recovery of battered women.

28

CLÀUDIA DAIANA
WORKINGSPACE

- *Disconnection, communication, vegetation, motivation, culture, inspiration, idea, proximity, multipurpose spaces, coworking, creativity, productivity, social design.*

"WorkingSpace" is a project whose main goal is to provide a suitable study space that covers the real needs of young students. This project was born from the need to have a more flexible place in Tàrrega which encourages motivation and community study. To solve this problem, it is proposed to create a space involving the field of study beyond what is traditional, not only to begin to take into account the needs of students, but also to make visible the importance of motivation in a space where one can feel free and comfortable. "WorkingSpace" is a library/coworking centre designed to meet the specific needs of users when carrying out certain actions such as concentrating, interacting with colleagues, sharing opinions, eating or even resting.

This project manages to solve the problem of demotivation and boredom with studying, giving rise to creative, inspiring areas with personality, which increases motivation and facilitates communication between students, but which also considers all kinds of users and needs. In addition, the environment created for this project will increase the interest of young people in these kinds of spaces, which is currently being lost.

29

SAMANTA FERNÁNDEZ
LA FILERA

- *Women, risk of social exclusion, vulnerability, poverty, labour and social reintegration, sewing workshop, thread, fabric, Nou Barris, farmhouse.*

This work contains the research and documentation part of an interior design project focused on labour reinsertion for women at risk of social exclusion in the district of Nou Barris with the aim of offering new opportunities through a useful and functional space, to meet their needs.

The work consists, first of all, of a documentation process. This includes all the information that will be necessary to carry out the design project. Then, we will proceed to the interior design project with the approach of the project proposal that is made for the Masia de Can Valent in the neighbourhood of Porta, including plans and 3D images and other technical information for its development in the interior design.

30

NADEZHDA PIQUERAS
FOCUS

- *Flexibility, social commitment, children, experimentation, social integration, equality, families, shelter, social exclusion, home, social responsibility.*

Social exclusion is the absence of participation by some of the population in the cultural, economic and social life of their own societies because of the scarcity of basic rights, resources and capacities. A very unfavourable factor for the future of children and adolescents who suffer it. The Tàrrega Service for Socio-educational Intervention for children and teenagers works by offering them support, accompaniment and resources to face their needs based on their capacities.

"Focus" is a project that aims to give human warmth to the space of the centre and become a home for its users. This is achieved by designing a fully multipurpose and customizable space that they themselves can adapt to their needs at every moment and work towards their growth. This concept is also transmitted by playing with materials that give this feeling and are fully configurable. Thanks to an attractive and totally welcoming design, we create a safe, educational and creative space for our users.

31

RAQUEL PLANAS
LA BLAVA

- *Culture, network, woman, opportunity, art.*

"La Blava" is defined as an area for feminist cultural creation and production, where the protagonists are women. As women, we take ownership of an area that was once ours; the difference is that we are doing so now by shaking things up, not from the position of passive subjects, but based on our own creative concerns.

The proposal for a cultural and artistic centre structures and allows maximum permeability and co-existence between areas. Priority is given to collective work and sorority among women, which in many situations has been the key to their survival.

Translation

The design project aims, by symbolizing a break with the patriarchal system, to respond to women creators and their urgent need to have a space where they can dignify the profession of artist and creator of culture, with a gender perspective that focuses on the professionalization of women.

MARTA RAMÓN

NIU. HOUSE OF BIRTHS

32

- *House of births, Natural childbirth, Respectful childbirth.*

The "Niu" (nest) project has been developed to respond to the growing demand by women to be respected in childbirth care and to be able to experience it naturally. To this end, invasive health practices must evolve towards others that obey the natural course of the process as well as listen to mothers more attentively. No less important is the environment of the place where the birth takes place, which also influences the woman's emotional state, possibly improving the conditions and even the times and the evolution of the process.

"Niu" aims to humanize the facilities for childbirth and postpartum by establishing itself as a place for natural childbirth with improved aesthetics and functionality compared to the current infrastructures. The project's mission is to create a comfortable, intimate and safe environment that meets the needs of women and their families at the time they give birth.

MARINA SALOMÓ

VILLASSAR SHIPYARD

33

- *Older people, meeting point, leisure activities, fishing village, shipwrights.*

The Association of the Elderly of Vilassar needs its own space to host its programme of activities. This project aims to house its programme in a single building that meets their needs.

During the week, activities aimed at people over sixty-five years of age are carried out and at weekends they are for all ages, thus creating family days. The activities aim to exercise skills such as memory, cognitive abilities, rhythm, attention, language, creativity and motor skills.

The project is inspired by the history of the town of Vilassar de Mar, where for many decades, much of the population was dedicated to the construction of fishing boats. This maritime environment, rooted in its origins, will be reflected in its interior.

The purpose is to keep the largest sector of the population active and thus enhance social relations. Thus the project includes a cafeteria as a meeting point to share, among other things, hobbies, experiences and thoughts.

In conclusion, a leisure space that will help the elderly to strengthen their physical and mental abilities.

IVANA SERRANO

MENSTRUUS

34

- *Menstruation, education, equality, sustainability, health, social transformation.*

"Menstruum" is a Menstrual Equity Centre that focuses on specific attention to menstruation through a totally free and accessible service. This idea arises from two needs for social improvement: breaking taboos and false beliefs about menstruation and the eradication of menstrual poverty (economic, health and environmental). It is based on three essential pillars: education, health and sustainability.

This MEC (Menstrual Equity Centre) offers various services to serve both menstruating and non-menstruating people, according to their needs:

- Individual gynaecological and psychological consultations.
- Sanitary spaces complete with toilets, washbasins and showers.
- Menstrual hygiene products bank.
- Workshops, activities, training and exhibitions.

The space is distributed on three floors, each representing the different phases of the menstrual cycle (follicular phase, ovulation and luteal phase), both formally and symbolically.

Ultimately, "Menstruum" seeks to be a reference for the possible expansion of the MEC in other cities. It aims to spread menstrual equity so that everyone can enjoy a dignified menstruation, respectful of our bodies and our planet.

35

NAOMI VÁSQUEZ**PLATANOMELÓN: HEALTH, FUN AND NATURALNESS**

- *Sex education, colours, fun, retro-vintage style, sculptural character.*

From an early age, and even without realizing it, we grow up fostering sexual taboos because of the way society and our environment educate us. Sexual education is either deficient or totally lacking. And we are always taught from a perspective of fear. Pleasure is not mentioned. As we grow up, the Internet becomes our best ally. There, pornography plays the most harmful role around the vision of sexual relations, bodies, pleasure, the role of women and respect. In the physical realm, erotic stores are still being persecuted by the image and the negative connotation of sex shops, which promote an old-fashioned, patriarchal and phallocentric sexuality.

"Platanomelón: salud, diversión y naturalidad" becomes the first Concept Store of the leading brand in erotic toys and accessories: Platanomelón. A space that aims to promote health, affectivity, pleasure and sex education through design and its range of services. The design follows the graphic identity of the brand, with an interior based on the retro vintage interior design of the 70s, a clear reference to fruits, the use of colours and curved shapes.

The final result is a fun and sculptural look. And it offers a series of services: information, lectures, talks, workshops and advice to improve not only the sexuality of each person, but the concept of sexuality in society.

38

PATRICIA BAZ**BC/2030**

- *Ecofuturism, Adaptability, Upcycling, Body Combat women, Aesthetics 2030, Martial arts women.*

This project aims to highlight the role of women in the martial arts in Body Combat by showing the history and female references in martial arts and, especially, in Body Combat.

Through the search for information, the conclusion has been reached that there are many women who have practised and still practise martial arts and that their role in history has been rendered invisible. Hence the BC/2030 collection will be created, made up of sportswear garments that can be worn not only for exercise but also in everyday life on the street.

This collection will be for women, as this project aims to give visibility to women who practise martial arts in Body Combat. And it will be made using the upcycling technique because it provides the sustainable and eco-friendly value that is sought, using as a typology of second-hand garments that are used to do Body Combat such as sports tops, leggings, sports T-shirts, etc. for the material.

The garments resulting from this autumn/winter collection will be adapted for physical exercise and with an ecofuturistic 2030 aesthetic, with the aim of producing a collection with an aesthetic that reflects this near future, the year 2030, when Body Combat will continue to be practised and fashion will be consumed in a much more controlled and environmentally friendly way, as described in some of the objectives of the 2030 Agenda, which also promotes health and well-being, that is, the practice of physical exercise, among other issues.

39

CARLOTA CALDERÓN**JUST A BIT**

- *Nostalgia, memories, family, tie, emotional design, sustainability, responsible consumption.*

In recent years, emotional design has explored the ability of objects to establish emotional ties with the individual that stimulate consumption through the exaltation of emotions.

There is, however, another way to understand this new trend and use it to stop the current frenetic and absolutely unsustainable rate of consumption. The fashion industry, the second most polluting in the world, has multiplied its production by 2.4 in the last 20 years and the manufacture of millions of items of clothing, a high percentage of which will never be worn, is one of the main causes of the serious environmental problems that our planet is suffering.

Emotional design can help change this trend if it manages to establish long-lasting ties between the object and the person, through memories, lived experiences or nostalgia for the past.

In a society that is moving forward too quickly and that has been imbued with the need for constant change, nostalgia and a return to the essence can become the key elements to give back to each piece of clothing its intrinsic, personal and non-transferable value that makes it unique and essential.

Translation**IONA CASTEJÓN****BENEATH THE SKIN**

40

- *Mental illness, Feelings and sensations, Social awareness, Young population, Visual representation, Layering, Cut Out.*

In the current global context, mental health problems are greatly present in the day to day of society. At the level of the general population, there has been a considerable growth in mental illnesses as a result of Covid-19, especially among young people, where the number of cases is higher. The pandemic has had a major impact on a psychological level, with an increase in symptoms related to stress, anxiety and depression, as well as eating disorders.

This project aims to awaken a collective social conscience, giving importance to mental health, through making visible the most frequent mental illnesses among today's youth: anxiety, depression and eating disorders. It is about visually representing, through a section in an editorial of a fashion magazine, all the feelings and sensations that people with any of these illnesses experience. The concepts of "layering" and "cut out" are introduced, aesthetic trends that will help reinforce the theme that is sought to be captured.

MARINA DÍAZ**YUKKIKO**

41

- *Japanese inspiration, geometry, slow fashion, DIY, timeless.*

Degree final project, aimed at creating a personal brand and a capsule collection. The brand name is Molsa. The main inspiring traits of this collection are Japanese design with its geometric, unisex and fluid lines.

Molsa aims to have a positive impact in the world of fashion, creating fashion driven by diversity and the spirit of responsible consumption and expanding the awareness of slow fashion by bringing its customer closer to the artisanal process of making clothes. Japanese design, the DIY movement, and how fashion can be more sustainable for people and the environment will be the main topics of research.

PAULA GRAELLS**BEYOND WOUNDS.**

42

- *Shibari, Mental Health, Mental Disease, Bondage, Covid-19, Alternative Fashion, Sustainability, Self-Knowledge.*

The "Beyond Wounds" Degree Final Project consists of developing a fashion collection that represents the fight against mental illness by creating a conceptual and aesthetic union with the Japanese Shibari technique, an erotic and artistic practice of body bonding. Based on this premise, we will start a reflection on the low visibility of this issue in our society, to reach deeper self-knowledge from a personal perspective, managing to visually translate the emotional roller coaster involved in coexisting with alternating between pain and pleasure.

ALBA HERNÁNDEZ**OTZÍ: THE ART OF SKIN**

43

- *Tattoos, Fineline, Upcycling, Stigma, Bridal.*

"Otzi: the skin art", proposes a wedding wardrobe. But it's not just any proposition; thanks to the up-cycling method, clothes will be made focusing on wedding events, yielding as a result a unique and original garment.

Otzí is not created for any bride, it is a collection that focuses on people who are tattooed, people who are both bold and creative. After investigating the stigma attached to tattooed people in Spain, Otzi comes as a revindication and also a solution to being able to show off your tattoos on such a special day.

NÚRIA LAFUENTE**WHO&HOW**

44

- *Garment workers, Fashion Revolution, Living Wage, Good Clothes, Fair Pay, Upcycling.*

"Who&How" is an artistic project that aims to shine light on the different issues in the textile industry in general. More specifically, to expose the difference between the minimum wage, that some of the workers in the textile industry receive, and the living wage they should be paid.

The project is carried out in collaboration with Fashion Revolution. It aims to engage the user to get informed and encourage them to participate in the "Good Clothes, Fair Pay" signature campaign that will be launched during summer 2022.

The three looks are a fusion of the best-selling garments from January 2022 and traditional costumes from some of the places where they were produced, such as Bangladesh, India and Cambodia. The fabrics used for the collection are textile waste provided by different clothing brands, and upcycling is the technique used to make the items.

SARA MANZANEDA

45

UNIFORMS FOR NANDU JUBANY

- *Customized uniforms collection, Jubany philosophy, Avantgarde design, Michelin star, Tailoring.*

"Uniforms for Nandu Jubany" is a customized uniforms collection for the restaurant Can Jubany, the most important one of the chef Nandu Jubany.

Can Jubany, awarded with a Michelin star, transmits the essence of the whole Jubany philosophy, including the values of avantgarde slow-cooked cuisine which considers the importance of traditional recipes and where the product itself is the most important factor. "Uniforms for Nandu Jubany" is the manifestation of all those principles, where art and avantgarde design serve the most innovative restaurant industry.

Following the Jubany cooking methodology, "Uniforms for Nandu Jubany" will revisit the classics of tailoring to transform them into innovation design. With this process, the elegant collection of "Uniforms for Nandu Jubany" will dress all the Can Jubany crew.

EMMANUEL MARÍN

46

CYBER TRIBE

- *Sophistication, automobile, exclusiveness, technology, "future", Cupra.*

A project that investigates the evolution of an automobile brand, its history and the possible market niche that it offers. Following the ideology of sophistication and design of the Cupra brand.

To stand out over basic merch garments, a luxury prêt collection will finally be designed taken to the digital world.

ANA RIBAS

47

FOUNDATIONS

- *Neo-futurism, dressmaking, Calico, Immersive Exposition, Prototype Revaluation.*

This project is based on an investigation into fashion prototypes with the aim of raising their importance. To convey the acquired knowledge, an exhibition of a fashion collection is proposed made using calico, a 100% untreated cotton fabric, which will be inspired by neo-futurist architecture. These garments will be used as a blank canvas to be projected and imagine what it will look like with different images and patterns. It would be a method to imagine the future garment starting from a prototype.

CRISTIAN RUBIO

48

CRISÉUS

- *Nostalgia, Spanish craftsmanship, singular user, more is more, handmade, circular models.*

At present, Spanish handicrafts are in decline due to several factors: firstly, the lack of legislation to promote and protect craft activity by the State ceding powers to the autonomous regions, secondly, the lack of public aid to the craft guild, at current times of economic crisis; thirdly, mass production and high production of homogeneous items; and finally, the mass consumption by today's society of simple, standardized garments regardless of their origin and provenance; all this leads to the decline in craft traditions motivated by the rise of simplicity, devoid of the artisanal, cultural and traditional values that handicrafts provide.

In this project, the aim is to reappraise craftsmanship, making visible the problems it currently faces, and, at the same time, to support and renew it through fashion, rejecting the current minimalist model. The concept of "more is more" is introduced, which questions the current models and encourages the generation of a new latent movement and model of life, which seeks to capture that affection, detail and, ultimately, the values of craftsmanship.

MARTINA SFORZA

49

RACE

- *Racism, I have a dream, Devaluation of cultures, European fashion, Nature, Colour.*

Racism is a scourge of our society, from which the world of fashion does not escape either. The imposition of an ideal of cultural superiority since colonial times, the marketing of brands, the scarce presence in

Translation

the industry of diverse ethnic models, the use of cheap labour and the exploitation of raw materials are examples of this reality.

This study aims to create an ethical collection that is respectful of all ethnic groups, based on local production, using sustainable local natural materials. The research for this study is based on the presence of racism in fashion as well as the analysis of the ideals of the hippie movement that, inspired by colours and nature, represent a constructive alternative. The study is complemented by a survey aimed at finding out if and how citizens perceive this problem of racism in the fashion industry.

The result of this study is a small, personal and committed contribution that seeks to help to make the world of fashion a racism-free space.

ROGER BARTRA**ASTHMA INHALER**

52

- *Mac, pressurized asthma inhaler capable of releasing the precise drug dose.*

Asthma is a lung disease that affects more than 330 million people worldwide and represents a health cost of 1,872 million euros per year to the Spanish state. Inhalers are the main devices to treat this disease. Almost 90% of patients do not use them properly.

The aim of this project is to design a pressurized inhaler capable of releasing the medication doses properly, guiding and educating patients through all the steps in a simple and intuitive way.

As a methodology, ethnographic investigation was carried out, together with interviews (between a specialist and two patients) in order to obtain qualitative data on the problems involved in this disease. The project has become a pharmaceutical product, capable of effectively releasing the doses of medication and improving treatment adherence. It is also reusable, thus reducing disease-related costs.

JOEL FIGUEROBA**DOG'S SPOT**

53

- *Urinal, canine, urban, protector.*

Cities around the world have been suffering from a problem for years and years: the streets are repeatedly doused in dog urine. Facades, lampposts, benches and such are prone to becoming these animals' toilets. This generates issues such as a bad smell, a bad image or the deterioration of the affected elements.

Actions such as placing bottles of water to protect the corners outside a house do not provide an effective solution to this current problem. This is why, with the goal of promoting coexistence between vehicles, people and pets, I have set out to create a real solution, oriented towards education rather than prohibition. To successfully design this solution, I have conducted interviews, an ethnographic study, an analysis of the market, thorough research, and implemented other smaller-scale methodologies.

Finally, the project has resulted in an urban element that combines the function of a canine urinal with the role of protective elements for pedestrian areas, namely, bollards. The installation of these new elements will be supported by a series of educational measures that encourage the adoption of this new system of coexistence and mobility.

AITOR LÓPEZ**TACORONTE, CUPRA CONCEPT CAR**

54

- *E-Mobility, Shooting Brake, Zero emissions sports car, Dynamic design vehicle.*

The automotive sector is undergoing a major transition with the electrification of cars which, together with the technological know-how to develop them, has led to an increase in the creation of new brands, opening up an opportunity in the design of new models or the redesigning and definition of lines already created, such as Cupra; together with changes in the trend of segments sold in the future. Some of the goals of the project are to raise the brand's positioning in respect of quality and sportiness, disassociate it from the language of Seat, explore new lines, electrify and expand the catalogue.

As a result, with the exterior design and the respective conceptual phases, a design proposal for a new future model has been reached, based on the coupé shooting brake coupé saloon segment. The proposal concludes that Cupra has the necessary potential and resources to grow in any market segment, as much in terms of economy, experience and design. Collaterally, it has been seen that the resources used to create a new car are rather high to keep up the current pace of the industry.

55 AITANA SEGARRA

INTERCHANGEABLE SOLE CLIMBING SHOES

- *Mutiactivity climbing shoes, interchangeable sole shoes, comfy climbing shoes.*

Climbing is a multi-activity sport involving ascending a rock and hiking to and from the destination.

For such multiactivity, however, two pairs of shoes are required that means the climber has to constantly change from one pair to another, as they are little versatile. This causes an increase in weight and unnecessary volume to the backpacks.

The goal of this project is to create a single pair of shoes suitable for the two activities. To facilitate the activity, the goal is to make a more sustainable design reducing material and weight much needed by the climber. Creating a versatile shoe for a versatile activity.

The methodologies that have been used to achieve the result have been based on an analysis of climbers, from professionals to amateurs; market research and finally, ergonomic analysis of the product.

Thus, the project has converged in a multifunctional shoe, with interchangeable hiking and climbing soles, that helps climbers perform, reduces weight and volume and makes a more sustainable product by saving material.

Comissions avaluadores

COMISSIONS AVALUADORES GRÀFIC

Presidenta: Íngrid Marquès Rojo

Vocal: Florenci Jové Mata

Vocal professional: Judit Vilarasau Ruzafa

Gabriel Gamarra Heredia

Tutora: Anna Alcàzar Antras

Judit Bañeras Rifà

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Helena Condom Rosell

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Helena Condom Rosell

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Grace Staveley Grey

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Kelin Anaya Cancharo

Tutora: Ester Rodríguez Boeta

Tània Comellas Sala

Tutor: Ferran Carbonell Pous

Silvia Matey Tuoza

Tutor: Jordi Garcia Sempere

Jorgina Domènec Garcia

Tutor: Marc Albertí

Paula Aznar Roca

Tutor: Xavier Alamany Sesé

Helder Da Rocha Freire

Tutor: Xavier Alamany Sesé

Javier Olivares Fernández

Tutor: Xavier Alamany Sesé

President: Joan Morales Moras

Vocal: Alexandra Fernández Lladó

Vocal professional: Josep Martínez

Marc Ramírez Camps

Tutor: Andrés Salguero Martínez

Clara Hernández Hidalgo

Tutor: Ferran Carbonell Pous

Violeta Picó Bosch

Tutor: Ferran Carbonell Pous

Clara Rifà Ferrer

Tutor: Ferran Carbonell Pous

Maria Berta Lahora ínez

Tutor: Jordi Garcia Sempere

Dayana Muñoz Soto

Tutor: Jordi Garcia Sempere

Sergi Romero Ferrando

Tutor: Jordi Garcia Sempere

Marta Subirachs Paris

Tutor: Marc Albertí Collado

Pere García Monné

Tutora: Sonia Jou Caballero

Maria Lloret Sanjuán

Tutora: Sonia Jou Caballero

Ariadna Marquès Bertran

Tutor: Xavier Alamany Sesé

President: Nelson Grassot Redondo
Vocal: Anna Alcázar Antras
Vocal professional: Adrià Molins

Maria Mercè Baños Clotet

Tutora: Àgata Gil Capeta

Andrea Castillo González

Tutor: Andrés Salguero Martínez

Júlia Lagunas Lahuerta

Tutor: Andrés Salguero Martínez

Laura Díaz Deulofeu

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Ona Figueras Maymó

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Paula González Fernández

Tutora: Íngrid Marquès Rojo

Sandra Fernández Baiges

Tutor: Jordi Garcia Sempere

Irene López Altés

Tutor: Jordi Garcia Sempere

Joana Uribe Sánchez

Tutor: Marià Vilaró Casamitjana

Presidenta: Mònica Molins Vicente

Vocal: Ester Rodríguez Boeta

Vocal professional: Jordi Roca

Marta Blanco Muñoz

Tutora: Àgata Gil Capeta

Judit Esparó Garcia

Tutor: Ferran Carbonell Pous

Júlia Gallart Mir

Tutor: Ferran Carbonell Pous

Laia Roca Muñoz

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Judit Alcaide Simón

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Anna Ovide Figueras

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Marta Oliva Paz

Tutora: Íngrid Marqués Rojo

Adrià Tomàs Servian

Tutora: Íngrid Marqués Rojo

Karen Delgado Parrales

Tutor: Jordi Garcia Sempere

Andrea Seguer Barón

Tutor: Jordi Garcia Sempere

Núria Sáez Quilón

Tutora: Sonia Jou Caballero

Presidenta: Sandra Maya Martínez
Vocal: Marta Carbó Sanz
Vocal professional: Pepe Mensua

Santiago Octavio Lozano Álvarez
Tutora: Adelina Borrell Gispert

Júlia Jové Masamunt
Tutora: Anna Alcàzar Antrás

Abril Ricart Calzada
Tutora: Anna Alcàzar Antrás

Radha Sivillà Rubio
Tutora: Anna Alcàzar Antrás

Paula Xapellí Port
Tutora: Anna Alcàzar Antrás

Núria Jaén López
Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Gemma Pallisera Massaguer
Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Aida Bertran Izquierdo
Tutor: Marc Albertí Collado

Natàlia Nolla Oliva
Tutor: Marc Albertí Collado

Neo de Riba Sánchez
Tutor: Marià Vilaró Casamitjana

Michael Stiven González García
Tutora: Sonia Jou Caballero

Presidenta: Àgata Gil Capeta
Vocal: Eva Molins Danès
Vocal professional: Iñaki Llort

Dèlia Nacente Oliva
Tutora: Adelina Borrell Gispert

Alex Sánchez Méndez
Tutora: Adelina Borrell Gispert

Noemí Marsal Oliva
Tutora: Anna Alcàzar Antrás

Alba Moreno Duarte
Tutora: Anna Alcàzar Antrás

Alba Salvadó Corral
Tutora: Anna Alcàzar Antrás

Pilar Cuadrat Flores
Tutora: Ester Rodríguez Boeta

Olga Solà Montrabeta
Tutora: Ester Rodríguez Boeta

Leticia Guitarte Catalán
Tutor: Andrés Salguero Martínez

Miriam Martínez Tomás
Tutor: Marc Albertí Collado

Russell Fernández
Tutor: Marc Albertí Collado

Judit Pulido Pujadas
Tutor: Xavier Alamany Sesé

Ekaitz Sánchez Alemán
Tutor: Xavier Alamany Sesé

President: Albert Bataller Balaguer

Vocal: Jordi Daví Martí

Vocal professional: Uxua Solé

Martí Feliubadaló Borràs

Tutora: Adelina Borrell Gispert

Ferran Bermudez Crusellas

Tutor: Ferran Carbonell Pous

Imma Castellà Benito

Tutor: Ferran Carbonell Pous

Sergi Frutos Guerrero

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Natàlia Solà Alamilla

Tutores: Elena Sala Busó; Gemma Reixach Villegas

Òscar Portillo Morales

Tutor: Andrés Salguero Martínez

Laura Cantacorps Campos

Tutora: Íngrid Marqués Rojo

Mireia Pérez García

Tutora: Sonia Jou Caballero

Alba Magallón Navarro

Tutor: Xavier Alamany Sesé

COMISSIONS AVALUADORES INTERIORS

President: Salvador Murillo Ferrer

Vocal: David Benito Cortázar

Vocal professional: Irene Crespo

Patricia Galiano Beaujón

Tutor: Daniel Cases Armengol

Eira Garcia Roig

Tutor: Daniel Cases Armengol

Marc Noguero Adell

Tutor: Daniel Cases Armengol

Antonio García Abuín

Tutora: Laia Guardiola Raventós

Albert Navarrete Redón

Tutora: Laia Guardiola Raventós

Sonya Rodríguez Salazar

Tutora: Laia Guardiola Raventós

Ivana Serrano Pacheco

Tutora: Laia Guardiola Raventós

Anna Closa Gil

Tutor: Marta Tous Pons

Alba Roma Molina

Tutor: Marta Tous Pons

Indra Hein Codinachs

Tutor: Mireia Baurier Casanovas

Sara Puig Marín

Tutor: Toni Valls Hausman

Presidenta: Marta Tous Pons

Vocal: Berta Belaskoain Comaposada

Vocal professional: Pep Boltà

Carla Patrón Marin

Tutor: Àngel Vicente Exojo Lozano

Anna Ujaque Peiró

Tutor: Daniel Cases Armengol

Neus Antolinos Bonell

Tutora: Laia Guardiola Raventós

Desiree Cepas Pujazón

Tutora: Laia Guardiola Raventós

Aina Gómez Brussosa

Tutora: Mireia Baurier Casanovas

Judith Aguilera Castañé

Tutora: Montse Botey Font

Pau Llopert Jené

Tutora: Montse Botey Font

Marta Ramón Alcañiz

Tutora: Montse Botey Font

Mireia Anguera Canals

Tutor: Salvador Murillo Ferrer

President: Toni Casas Florenza
Vocal: Josep Escolà Garriga
Vocal professional: Judit Bustos

Júlia Calvó Tusell
Tutor: Àngel Vicente Exojo Lozano

Insafe Doukkali Hmaidi
Tutor: Àngel Vicente Exojo Lozano

Silvia Vidal Anisi
Tutor: Àngel Vicente Exojo Lozano

Nedezhda Piqueras Barroso
Tutor: Daniel Cases Armengol

Maria Betlem Robles Tomás
Tutor: Daniel Cases Armengol

Joel Lacueva Aguilar
Tutor: Jordi Solé Ràfols

Samanta Fernández Rodríguez
Tutor: Jordi Solé Ràfols

Maria Valls Colell
Tutora: Mireia Vilalta Blanch

Anna Camacho Sastre
Tutor: Salvador Murillo Ferrer

Gabriela Canelo Brandan
Tutor: Salvador Murillo Ferrer

Paula Reynes Lamela
Tutor: Salvador Murillo Ferrer

Presidenta: Barbara Vich Arrom
Vocal: Txell Julià Corominas
Vocal professional: Rubén Berenguer

Carles Cardona Soria
Tutor: Jordi Solé Ràfols

Belen Rueda Vives
Tutora: Laia Guardiola Raventós

Cristina Muria Brau
Tutora: Marta Tous Pons

Nàdia del Olmo Martínez
Tutora: Mireia Baurier Casanovas

Raquel Planas Zarategui
Tutora: Mireia Baurier Casanovas

Laura Ricart Balart
Tutora: Mireia Baurier Casanovas

Claudia Daiana Cristea
Tutora: Mireia Vilalta Blanch

Vanessa Pombo Lomillo
Tutora: Montse Boteix Font

Núria Badenas Beltran
Tutor: Ricard Roura Rodon

Berta Salvador Núñez
Tutor: Toni Valls Hausman

President: Lluís Muriel Flaqué
Vocal: Marta Juvanteny Gorgals
Vocal professional: Marcos Catalán

Judit Moner Bruguès
Tutor: Joan Ventura Moreno

Marina Salomó Gabañach
Tutor: Jordi Solé Ràfols

Ariadna Vergara Orriols
Tutor: Jordi Solé Ràfols

Xavier Llorens de Gimbernat
Tutora: Laia Guardiola Raventós

Blanca Garrido Vilatimó
Tutora: Mireia Baurier Casanovas

Aïda Merino Corella
Tutora: Mireia Vilalta Blanch

Naomi Vásquez Miranda
Tutor: Ricard Roura Rodon

Mariona Balmanyà Pons
Tutor: Salvador Murillo Ferrer

Olga Ferrer Saladié
Tutor: Toni Valls Hausman

Silvia Gamero Sánchez
Tutor: Toni Valls Hausman

COMISSIONS AVALUADORES MODA

Presidenta: Natàlia Martínez Sibat
Vocal: Laura Guerrero Mercado
Vocal professional: Juan Pedro López

Sara Manzaneda Vivet
Tutora: Montserrat Serra Torrent

Maria Descarrega Gil
Tutora: Montserrat Serra Torrent

Iona Castejón Avante
Tutora: Montserrat Serra Torrent

Mireia Escolà Vidal
Tutora: Montserrat Serra Torrent

Berta Mas Clapés
Tutora: Montserrat Serra Torrent

Ana Ribas Tur
Tutora: Montserrat Serra Torrent

Cristian Rubio Cervera
Tutora: Montserrat Serra Torrent

Alba Hernández Palos
Tutora: Laura Aragón

Núria del Pilar Lafuente Matías
Tutora: Laura Aragón

Presidenta: Montserrat Serra Torrent
Vocal: Laura Aragón
Vocal professional: David Farré

Patricia Baz Muñoz
Tutora: Laura Guerrero Mercado

Paula Graells Solé
Tutora: Laura Guerrero Mercado

Helena Latorre Contreras
Tutora: Laura Guerrero Mercado

Martina Sforza Donaire
Tutor: Laura Guerrero Mercado

Carlota Calderón Freiré
Tutora: Laura Guerrero Mercado

Rut Bertran Pont
Tutora: Laura Guerrero Mercado

Marina Calderón Cabezas
Tutora: Laura Guerrero Mercado

Danielle Blanco Claramonte
Tutora: Natalia Martinez Sibat

Marina Diaz Gimenez
Tutora: Natalia Martinez Sibat

Tania Monzonis Matacas
Tutora: Natalia Martinez Sibat

Blanca Michelle Fayolle Sepúlveda
Tutora: Natalia Martinez Sibat

Juliana Mafla Quiroz
Tutora: Natalia Martinez Sibat

Emmanuel Marín Candela
Tutora: Natalia Martinez Sibat

Adriana Crego Hosta
Tutora: Natalia Martinez Sibat

COMISSIONS AVALUADORES PRODUCTE

President: Guillem Ferran Masip

Vocal: Víctor Joan Arrufat

Vocal professional: Cristina Noguer

Clàudia Faure Salvador

Tutor: Joel Casas Gonzàlez

Martina Oriol Cateura

Tutor: Joel Casas Gonzàlez

Yessica Fernanda Álvarez Calero

Tutor: Joel Casas Gonzàlez

Aina Alabart Ferré

Tutor: Joel Casas Gonzàlez

Cèlia Anglés Conejos

Tutor: Joel Casas Gonzàlez

Andrea López Ribera

Tutor: Joel Casas Gonzàlez

Elena Yolanda Pérez Vilanova

Tutor: Rubén Hidalgo Téllez

Talía Puey Calavera

Tutor: Rubén Hidalgo Téllez

Judit Lolina García

Tutor: Rubén Hidalgo Téllez

Paula Lozano Marin

Tutor: Rubén Hidalgo Téllez

Marc Ballester Jorba

Tutor: Rubén Hidalgo Téllez

Roger Bartra Barón

Tutor: Rubén Hidalgo Téllez

Aitor López Corral

Tutor: Rubén Hidalgo Téllez

President: Joel Casas Gonzàlez

Vocal: Rubén Hidalgo Téllez

Vocal professional: Berta Julià

Joel Figueroba Chomski

Tutor: Guillem Ferran Masip

Júlia Lloveras García

Tutor: Guillem Ferran Masip

Sofía Ortiz Araujo

Tutor: Victor Juan Arrufat

Natalia Sánchez Mateo

Tutor: Victor Juan Arrufat

Daniel Rodríguez Poza

Tutor: Victor Juan Arrufat

Aran Anyó Bolea

Tutor: Victor Juan Arrufat

Aitana Segarra Nebot

Tutor: Victor Juan Arrufat

Víctor Peiró Martínez

Tutor: Victor Juan Arrufat

President: Joel Casas Gonzàlez
Vocal: Rubén Hidalgo Téllez
Vocal professional: Angie Ballester

Susana Ardití
Tutor: Guillem Ferran Masip

