

# **CUADERNOS BAU 01**

**Catálogo de memorias de los  
Trabajos de Fin de Grado**

**Grado en Diseño curso 2012-2013**



**CENTRE UNIVERSITARI  
DE DISSENY  
DE BARCELONA**

CENTRE ASSOCIAT A LA

**U**  
UNIVERSITAT DE VIC  
UNIVERSITAT CENTRAL  
DE CATALUNYA

**CUADERNOS BAU**

**Bau, Centre Universitari de Disseny  
de Barcelona**

*Editora:*

Teresa Martínez Figuerola

*Comité Científico:*

**GREDITS**

**Grup de Recerca en Disseny  
i Transformació Social**

[www.gredits.org](http://www.gredits.org)

1ª Edición.

Cantidad de ejemplares 150

Barcelona, España.

Julio 2014

*Impresión:*

9.disseny

*Diseño y maquetación:*

Adrià Paz Navarro y Helena Artola Riera

ISSN (Ed. Impresa): 2385-3727

ISSN (Ed. Digital): 2385-3735

Depósito Legal: B16370-14

*Copyrights* de la publicación:

Bau, Centro Universitario de Diseño

*Copyrights* de los textos:

Todos los autores

*El contenido de los artículos es de absoluta  
responsabilidad de los autores.*



**CUADERNOS BAU / 01**

**Catálogo de memorias de los  
Trabajos de Fin de Grado**

**Grado en Diseño**

**Curso 2012 - 2013**

## ÍNDICE

· <b>Introducción</b>	
· <b>El Trabajo Fin de Grado como proyecto académico</b>	
· <b>Significado de investigación</b>	<b>07-09</b>
· <b>Retitulación</b>	
· <b>Índice de los Trabajos de Fin de Grado defendidos por los estudiantes de Retitulación y aprobados durante el curso académico 2013-14</b>	
<i>Ordenados alfabéticamente por autor</i>	<b>11-16</b>
· <b>Resúmenes de los Trabajos Fin de Grado defendidos por los estudiantes de Retitulación 2013-14</b>	
<i>Ordenados alfabéticamente por título</i>	<b>19-62</b>
· <b>Grado</b>	
· <b>Índice de los Trabajos Fin de Grado defendidos por los estudiantes de Grado en Diseño y aprobados durante el curso académico 2013-14</b>	
<i>Ordenados alfabéticamente por autor</i>	<b>63-69</b>
· <b>Resúmenes de los Trabajos Fin de Grado 2013-14</b>	
<i>Ordenados alfabéticamente por título</i>	<b>71-107</b>

## **Introducción**

El presente catálogo reúne las memorias de un centenar de Trabajos Fin de Grado (TFG) presentados y aprobados por los estudiantes de Retitulación y los estudiantes de Grado en Diseño de Bau, Centre Universitari de Diseño, en el marco del curso 2012-2013.

Son trabajos de investigación con un fuerte compromiso social que suponen, además, importantes aportaciones en el marco teórico y práctico ya que diagnostican y estudian la realidad más cercana y las tendencias.

## **El Trabajo Fin de Grado como proyecto académico/competencias**

El Trabajo Fin de Grado es indispensable para obtener el título de Grado en Diseño. Su objetivo es que el estudiante desarrolle un trabajo académico que le permita aplicar los conocimientos adquiridos y que, a la vez, facilite su camino hacia futuras tareas profesionales.

El Trabajo Fin de Grado es un trabajo de investigación que pone el énfasis en la creatividad, en la producción proyectual o en la reflexión teórica. Este trabajo, analizado y evaluado por profesores y profesionales, acredita el proceso del estudiante y expresa el estándar de calidad de los estudios, así como el del propio centro académico que lo ha formado.

En este sentido, el TFG habla de su autor, de su madurez, de sus capacidades y conocimientos, así como de las competencias y habilidades adquiridas durante los estudios y de cómo se enfrenta a su futuro profesional.

### **Significado de investigación**

Hacer investigación significa buscar nuevos conocimientos, tratar nuevos problemas para darles solución. Toda investigación se origina a partir de unas ideas, puesto que son lo que nos relaciona con la realidad. El buen investigador debe poder detectar problemas allí donde aparentemente no los hay.

La investigación empieza cuando el investigador localiza un problema; es decir, cuando reconoce que alguna cosa no tiene una explicación adecuada, cuando debe crear algo que dé respuesta a una necesidad inédita hasta ese momento.

Cualquier investigación va asociada al desarrollo y a la innovación, ya que aporta mejoras sobre productos o procesos para una disciplina. Sin embargo, es importante subrayar que la investigación en diseño no pretende reemplazar la práctica del diseño; por el contrario, el enfoque académico del diseño intenta enriquecer la práctica: la investigación en diseño debería ser entendida no únicamente como una utilización de métodos

científicos, sino como una actividad que intenta responder a cuestiones y preguntas que surgen a partir de la práctica propiamente dicha del diseño.

# RETITULACIÓN

## **Índice de los Trabajos de Fin de Grado defendidos por los estudiantes de Retitulación y aprobados durante el curso académico 2013-14**

*Ordenados alfabéticamente por autor*

### **Josep Almirall Bofill**

*Comunicación, multimedialidad y paisaje sonoro: una aproximación a la relación entre mensaje y sonido en el multimedia digital contemporáneo.*

Gráfico

Tutor: Jorge Luis Marzo

### **Jan Barceló Gimeno**

*Influencia de las técnicas de impresión sobre la gráfica impresa.*

Gráfico

Tutor: Jorge Luis Marzo

### **Alexandra Barrachina Fisas**

*Análisis de los interiores de los equipamientos públicos destinados a las personas sin hogar en la ciudad de Barcelona.*

Interiores

Tutora: Mara Martínez

### **Bea Bascuñán Martínez**

*No todo es digital.*

Gráfico

Tutor: Jorge Luis Marzo

### **Silvis Bernard Lage**

*Exposiciones temporales y sostenibilidad: Estudio sobre las prácticas y propuestas sostenibles en los museos de Barcelona.*

Interiores

Tutora: Teresa Mrtz. Figuerola

### **Laia Blanco Oller**

*Análisis del producto de la moda infantil en relación a las necesidades de desarrollo de los niños.*

Moda

Tutora: Marta Camps

### **Sara Caballería Orive**

*La heráldica y sus diseñadores.*

Gráfico

Tutor: Ignasi Morató

### **Joan Casas Torras**

*Sociedad laboral y cooperativismo como estrategia empresarial para el campesinado del Camp de Tarragona.*

Gráfico

Tutora: Marcè Jané

### **Eulàlia Cenzano Codina**

*Turismo del siglo XXI: desde la casa del árbol a la cámara real.*

Interiores

Tutor: Ignasi Morató

**Anna Ferrer Torremadé**

*Viabilidad de impresión con tintas comestibles sobre soportes alimentarios.*

Gráfico

Tutora: Mònica Mestanza

**Miguel Figols Cuevas**

*Estudio de la relación de la arquitectura y del interiorismo con la pedagogía: la influencia del diseño de las aulas de Infantil y Primaria en la salud emocional y el rendimiento escolar de los niños.*

Interiores

Tutora: Josep Boncompte

**Mónica Figueras Doménech**

*La cultura y la implantación del diseño gráfico en el pequeño comercio.*

Gráfico

Tutora: Marcè Jané

**Cristina Font Alaminos**

*La comunicación farmacéutica: proceso de legibilidad.*

Gráfico

Tutora: Teresa Mrtz. Figuerola

**Laura García Mañas**

*Aspectos fundamentales para un sistema señalético efectivo en los hospitales catalanes.*

Gráfico

Tutora: Mònica Mestanza

**Mireia Rosario García Rovira**

*La sinergia entre artesanía y diseño como fuente del diseño artesanal contemporáneo.*

Gráfico

Tutora: Silvia Rosés

**Eva Gonzáles Durán**

*Se puede comunicar la música mediante el uso de la infografía.*

Gráfico

Tutora: Mònica Mestanza

**Laura Gutiérrez Masó**

*La gráfica activista de la crisis económica en la España del siglo XXI.*

Gráfico

Tutora: Tere Mrtz. Figuerola

**Beatriz Hernández Moreno**

*Análisis de los cambios en nuestra sociedad y en la fotografía por su nuevo uso a través de soportes digitales conectados a Internet.*

Interiores

Tutor: Jorge Luis Marzo

**Xavier Horta Piera**

*El cartelismo como sistema de comunicación. Sobrevivir a la aparición de las redes sociales.*

Gráfico

Tutor: Jorge Luis Marzo

**Marta Izquierdo Parera**

*La percepción gráfica del envase de marca blanca por parte del consumidor en los productos de alimentación.*

Gráfico

Tutora: Marta Camps

**Cristian Jiménez Lora**

*El paso de las máquinas al entorno virtual y sus efectos en la interfaz de usuario.*

Gráfico

Tutor: Jorge Luis Marzo

**Albert Jornet Ubalde**

*La recuperación de los sistemas de impresión tipográficos.*

Gráfico

Tutora: Mònica Mestanza

**Aurora López Ruiz**

*El desarrollo infantil a través de los parques urbanos.*

Interiores

Tutor: Josep Boncompte

**María Dolores López Ruiz**

*Ritos y costumbres en las bodas de las tres religiones del libro (judaísmo, cristianismo e islam).*

Interiores

Tutora: Mara Martínez

**Vanesa López Villarreal**

*Análisis de los espacios comerciales Indítex.*

Interiores

Tutora: Silvia Rosés

**Raquel Luján Castro**

*En búsqueda de la identidad catalana. Gráfica en tiempos de exaltación nacional.*

Gráfico

Tutora: Mònica Mestanza

**Ane Miren Maguregui Sicart**

*Ecodiseño aplicado al diseño gráfico: manual de buenas prácticas medioambientales para diseñadores gráficos.*

Gráfico

Tutora: Mercè Jané

**Carolina Martínez Izquierdo**

*La importancia del registro de la propiedad en el diseño gráfico.*

Gráfico

Tutora: Mercè Jané

**Bàrbara Masià Sagnier**

*¿Cómo afecta la sociedad de consumo al estampado posicional?*

Moda

Tutora: Mara Martínez

**Júlia Mata i Riera**

*Red de recuperación del trazado agrícola del Pla de Barcelona.*

Interiores

Tutora: Silvia Rosés

**Arantxa Matamoros Reverter**

*El papel del diseño gráfico en los envases de medicamentos.*

Gráfico

Tutora: Tere Mrtz. Figuerola

**Francesc Xavier Miró Sánchez**

*Nuevas técnicas de venta en e-commerce: ¿compulsivas o impulsivas?*

Gráfico

Tutor: Josep Boncompte

**Zulema Moreno Latasa de Aranibar**

*El papel del e-paciente en las redes sociales gestionadas por las ONG.*

Gráfico

Tutora: Mara Martínez

**Eloy Muñoz Bueno**

*Twitter: la televisión 2.0*

Gráfico

Tutor: Ignasi Morató



**Alicia Navarro García**

*El autorretrato fotográfico como terapia*

Interiores

Tutora: Silvia Rosés

**Mercè Núñez Mayoral**

*Las diferentes Barcelonas a través de la tipografía. Usos tipográficos en los rótulos comerciales de la ciudad.*

Gráfico

Tutora: Mara Martínez

**Laura Nuñez Tudela**

*El mundo de los bolsos visto por Prada y Miu Miu y su filosofía de marca.*

Interiores

Tutora: Silvia Rosés

**Esther Pañella Umbert**

*El riesgo del circo a 360°*

Interiores

Tutor: Ignasi Morató

**Clara Paüls Asensi**

*Arquitectura de catástrofes.*

Interiores

Tutor: Ignasi Morató

**Pere Peña Ribas**

*Personas con dificultad visual en los supermercados.*

Gráfico

Tutora: Mara Martínez

**Mireia Pérez Carbonell**

*Museos y visitantes: una conversación pendiente.*

Gráfico

Tutora: Tere Mrtz. Figuerola

**Estefanía Prats Miras**

*La valla publicitaria y su evolución hacia lo digital.*

Gráfico

Tutor: Jorge Luis Marzo

**Sonia Romero Lacasa**

*Influencia del color en el entorno educativo infantil de segundo ciclo: el preescolar.*

Interiores

Tutor: Ignasi Morató

**Marina Tasiás Trullàs**

*Los Salones del Hogar Moderno*

Interiores

Tutora: Tere Mrtz. Figuerola

**Jordi Torres Vergé**

*El branding en la NBA*

Gráfico

Tutora: Marcè Jané

**Monica Verjano Rufino**

*El vacío funcional en el etiquetaje técnico-textil.*

Moda

Tutora: Marta Camps

**Joel Vila Serrano**

*La crisis actual y su influencia en el diseño.*

Interiores

Tutora: Marcè Jané

**Blanca Vilaseca Fernández**

*Pasado, presente y futuro de las tiendas on-line de moda y complementos.*

Moda

Tutora: Silvia Rosés

# **Resúmenes de los Trabajos de Fin de Grado defendidos por los estudiantes de Retitulación. Curso 2012-2013**

*Ordenados alfabéticamente por título*

***Análisis de los espacios comerciales Inditex***  
**Vanessa López Villarreal**

El objetivo de mi proyecto es resaltar la importancia de un elemento que, en ocasiones, pasa desapercibido: el interiorismo, solventando con ello la falta de información que existe a este respecto.

Dentro de un marco teórico he intentado aportar datos relativos a las peculiaridades de la empresa Inditex, teniendo en cuenta su evolución tanto a nivel empresarial, con su consiguiente expansión, como a nivel de diseño, que se va adaptando constantemente a los nuevos mercados y al paso del tiempo.

He indagado en su historia pasada y presente y en su revolucionaria forma de entender el mundo de la moda y el diseño, observando que, a pesar de la poca utilización de la publicidad, ha conseguido adueñarse de los mejores enclaves de cada ciudad y disponer así de la mejor valla publicitaria que pueda existir. En el apartado de metodología, he recurrido a fuentes como Internet para contrastar la información obtenida, aunque mi mayor recurso han sido los libros ya que

profundizan más en el tema. Capítulo aparte merecen las entrevistas realizadas a las personas vinculadas a la empresa, que han aportado una visión objetiva desde el interior.

Teniendo en cuenta lo anterior, la conclusión principal de mi trabajo es que el diseño de interiores es un puntal importante en el mundo de los espacios comerciales: aporta exclusividad e imagen a un negocio y es un colaborador imprescindible a la hora de potenciar las ventas.

***Análisis de los cambios en nuestra sociedad y en la fotografía por su nuevo uso a través de soportes conectados a Internet.***  
**Beatriz Hernández Moreno**

Desde su creación la fotografía ha evolucionado ininterrumpidamente como medio y en lo que se refiere a la técnica. No obstante, en la actualidad vive un nuevo auge con la aparición de la fotografía digital y de su fusión con la telefonía móvil. La llegada de los *smartphones* y la fácil difusión y visibilidad de las imágenes en las redes sociales ha supuesto su democratización y globalización, cambiando la percepción que has-

ta ahora teníamos de la imagen. ¿De qué manera han afectado estos cambios a la fotografía, como medio y formato, así como en su repercusión social? Para responder a esta pregunta hemos entrevistado a tres profesionales de la imagen y la comunicación con puntos de vista muy distintos entre sí: una psicóloga especializada en nuevas tecnologías y redes sociales, una conservadora del ANC (Arxiu Nacional de Catalunya) y un fotógrafo y teórico del medio. Además entregamos un cuestionario a 102 personas, agrupadas en tres perfiles distintos de usuario de la imagen, para establecer diferentes casos de estudio y contrastarlos: usuarios de redes sociales e internet móvil, usuarios sin red social o internet móvil, y profesionales y semiprofesionales de la fotografía. Los resultados nos indican que la gran mayoría de la población encuestada posee móvil y que el hecho de incorporar cámara y conexión a Internet, incrementa su utilización. No hay diferencias de uso en función del sexo, los ingresos o el nivel de estudios. Sí las hay, en cambio, en función de la franja de edad; la rápida incorporación de estos medios en nuestra sociedad supone una adaptación

más progresiva del sector de población de mayor edad. Hoy en día prácticamente ni se imprimen ni se revelan las imágenes. Suelen almacenarse en el ordenador y, aunque se miran de forma más o menos regular, generalmente siempre se hace desde el propio ordenador, móvil o *tablet*. Las redes sociales se consolidan en nuestras vidas y se les dedica mucho tiempo, llegando a generar adicciones y difumando muchas veces la línea divisoria entre ocio y trabajo. Facebook es la red social más usada, aunque muchos reconocen tener página de Facebook únicamente porque la mayoría la tiene. A menudo comparten fotografías personales con amigos o públicamente y hacen un uso regular de las distintas redes sociales, aunque desconocen los derechos sobre su imagen en la Red y a la mayoría les preocupa la apropiación y uso indebido de estas imágenes. En conclusión, podemos afirmar que la fotografía como medio ha cambiado y que los profesionales de la imagen deberán renovarse para poder diferenciarse. El futuro de la fotografía pasa por la imagen en movimiento. Debido a la gratuidad y a la facilidad de la fotografía digital, nos vemos

desbordados ante el creciente número de imágenes banales generadas por la necesidad de mostrar al mundo que existimos.

La sociedad se apropia la fotografía para comunicar una identidad propia de una forma más lúdica y buscando crear un perfil visual. Se captan más imágenes de las que tendremos tiempo de mirar y, por ello, habrá que plantearse un reciclaje y un nuevo uso de las imágenes existentes. Asimismo, el objeto fetiche de la foto impresa tiende a desaparecer para ser sustituida por la experiencia de visualizarla en una pantalla: cambiamos la experiencia del objeto por el de la información. Lo mismo sucede con las grandes empresas y con los gobiernos, porque hoy en día lo que mueve las grandes fortunas es la posesión de información. La posibilidad de compartir y divulgar nuestras imágenes en la Red nos da una gran visibilidad profesional y satisface el deseo innato del ser humano de compartir sus vivencias. No obstante, debido a la falta de formación y a la desinformación de los usuarios, generalmente no se hace un uso correcto de las imágenes, ya sea públicas o privadas, y la mayoría ni siquiera es consciente de las

consecuencias que esto puede tener en un futuro.

### ***Análisis del producto de moda infantil en relación a las necesidades de desarrollo de los niños.***

**Laia Blanco Oller**

La investigación realizada pretende establecer un serie de recomendaciones para las empresas de moda infantil que estén interesadas en trabajar sus colecciones teniendo en cuenta las necesidades de los niños en función de su desarrollo. Dicha investigación se plantea al observar que gran parte de la ropa infantil no está pensada para sus destinatarios, los niños, sino que más bien parece una réplica en pequeño de la ropa de adulto. De esta singularidad nace la primera hipótesis: las marcas de ropa infantil y para bebé que podemos encontrar en el mercado español no ofrecen productos adecuados para favorecer el proceso de aprendizaje de los niños; y, como consecuencia directa de esta, surge la segunda: es posible contribuir a mejorar la autonomía de los niños. Para fundamentar de un modo teórico los contenidos tratados, se han utilizado obras de

Jean Piaget, Emmi Pikler, María Montessori y Rebeca Wild, pioneros en las corrientes educativas respetuosas con el crecimiento de los niños.

La metodología aplicada para llevar a cabo la investigación cualitativa ha sido la realización de entrevistas semidirigidas, orales y en profundidad, a destacados profesionales del sector, además de un análisis detallado de los productos de ropa infantil que se encuentran en el mercado estatal. Se han cruzado las informaciones obtenidas a través de las distintas fuentes para poder descartar aquellas que no son válidas y tomar como referente las que han quedado confirmadas.

A modo de conclusión se ha desarrollado un cuadro final en el que se cruzan las diferentes variables para poder establecer las prendas más apropiadas en función de la edad, las capacidades, competencias y habilidades de los niños, tejido más adecuado para confeccionarlas y los detalles y fornituras que mejor se ajustan. De este cuadro salen las recomendaciones para las empresas de diseño de ropa infantil.

Gracias a esta investigación ha quedado demostrado que las hipótesis iniciales son ciertas

y quedan así confirmadas. La importancia de esta investigación radica en el propósito de buscar el máximo bienestar posible para los niños, para que puedan desarrollarse según su tiempo madurativo y no se sientan presionados por las exigencias de la sociedad actual. Entre los dos y los seis años, edades en las que se centra este estudio, se desarrollan habilidades de índole muy diversa que caracterizarán al individuo de por vida. Por ello es importante que se respete el crecimiento del niño lo máximo posible y que crezca en armonía con su entorno.

***Análisis de los interiores de los equipamientos públicos destinados a las personas sin hogar en la ciudad de Barcelona***  
**Alexandra Barrachina Fisas**

Este trabajo de investigación examina los interiores de los espacios de titularidad pública del Ayuntamiento de Barcelona, destinados a la atención de las personas sin hogar.

El trabajo tiene como objetivo establecer si estos espacios son correctos desde un punto de vista funcional y de calidad, pero, por el contrario, carecen

de confortabilidad. Veremos que la atención social y personal está perfectamente resuelta, aunque a nivel espacial se detectan ciertas carencias.

Los primeros albergues de la ciudad eran espacios únicamente de asilo nocturno y para un número de días concretos. Esto ha ido evolucionando hasta los centros actuales, unos equipamientos integrales que ofrecen diferentes actividades encaminadas a lograr la integración de este colectivo. Este trabajo de investigación muestra algunos de estos centros, desconocidos para la mayoría de la sociedad. Esta circunstancia quizá esté relacionada con el hecho de que la población sin hogar vive al margen del sistema; por ello, los albergues destinan una serie de servicios para intentar reintegrar a este colectivo en la sociedad. Teniendo en cuenta que casi nunca se destina un edificio nuevo a este uso y que siempre se trabaja sobre espacios existentes, resulta evidente que es el propio espacio el que condiciona su distribución. Por tanto, si nos fijamos en estos espacios interiores, podemos ver que la tarea del interiorista puede ser muy útil a la hora de optimizarlos. Cabe señalar que en proyectos de este tipo, que tienen

unas necesidades muy concretas y diversas, es importante trabajar los espacios con una especial sensibilidad.

***Arquitectura de catástrofes***  
**Clara Paül's Asensi**

Esta investigación tiene como propósito hacer un análisis de todas las tipologías de refugios, antiaéreos y antinucleares surgidas a lo largo de la historia. Nuestro análisis empieza con una clasificación de los refugios según el contexto histórico, ya que esto marca claramente la aparición de cada tipología. En primer lugar nos referiremos a la Guerra Civil Española y, en especial, al bombardeo de Barcelona, que obligó a la población a crear refugios antiaéreos bajo el suelo de toda la ciudad. Posteriormente, estudiaremos los ataques a Hiroshima y Nagasaki y cómo se llegó a la Guerra Fría; ante las graves tensiones internacionales, la población, presa del pánico, empezó a construir todo tipo de refugios antinucleares y a adaptar habitaciones y subterráneos a tal efecto. Tanto en un período como en el otro, las tipologías de refugios fueron diversas. Se analizará la

construcción de todos estos refugios para poder determinar cuáles son más eficaces y se planteará el mejor modelo para ponerlos al alcance de la población mundial, involucrando a las autoridades y a los gobiernos.

**Aspectos fundamentales para un sistema señalético efectivo en los hospitales catalanes.**

**Laura García Mañas**

Los usuarios de un hospital se enfrentan constantemente a sus sistemas señaléticos y a los problemas que presentan, principalmente dificultar la búsqueda de la información y causar pérdidas de tiempo y frustraciones. Se estima que en un hospital de 800 camas, el personal pierde unas 8.000 horas al año por culpa de la señalización. Puede resultar difícil circular y muchos de sus usuarios optan por consultar a alguien antes que mirar un rótulo. La conversación es interactiva y el usuario puede hacer preguntas adicionales. Y además la persona consultada puede expresar hasta qué punto está segura de la información y si está o no actualizada. Para estudiar los aspectos que dificultan la legibilidad de estos

sistemas, se han consultado libros de diseñadores involucrados en la creación de señalética, informes y estudios sobre los rótulos y su funcionalidad, artículos en periódicos y revistas científicas, publicaciones oficiales del estado y fuentes electrónicas.

La realización de los sistemas señaléticos parece una tarea sencilla cuando, en realidad, plantea a los diseñadores un problema de lo más complejo, al requerir un enfoque multidisciplinar. Y es que gran parte de esta sensación de inseguridad y confusión se debe a la escasez de señales durante el recorrido, a la mala visibilidad de los carteles, a un diseño poco efectivo, a unos colores poco adecuados, a unos materiales que no ayudan a su visualización, al uso de un lenguaje científico y a la mala elección del idioma. Por ello es importante analizar los aspectos fundamentales y establecer unas normas básicas para poder desarrollar en lo sucesivo sistemas señaléticos efectivos para los hospitales que ayudarán a la orientación del usuario y a mejorar la calidad del servicio.

**¿Cómo afecta la sociedad de consumo al estampado posicional?**  
**Bárbara Masiá Sagnier**

Tras la revolución industrial, las prendas de moda se vuelven más accesibles para los consumidores. Conscientes de ello, las empresas ven en la industria textil una extraordinaria fuente de negocio. Para crear un consumo continuo, se impone la renovación constante de las colecciones anuales en las tiendas, claramente diferenciadas entre ellas en función de lo que marcan las tendencias. Al ser fundamental que el consumidor sea consciente de algún modo de estas nuevas tendencias, se destinan paredes enteras dentro de una tienda para mostrar las prendas de cada nueva colección. En una colección podemos encontrar dos tipos de estampación: el estampado rotativo o continuo, que se estampa sobre el tejido y tiene un patrón de repetición, y el estampado posicional, que ocupa un único lugar en la prenda. Existen tres factores que hacen del estampado posicional una prenda fundamental a la hora de presentar una tendencia. Estos factores son la facilidad de diseño y rapidez de producción, su bajo coste y su visualidad. Una cami-

seta estampada es la manera más eficaz de transmitir el concepto que se quiere mostrar en una tendencia.

Este trabajo quiere exponer la relación que existe entre la sociedad de consumo y la moda. Se investigará si las tendencias son la excusa para generar más necesidad de renovación. Y, por último, se buscará cuál es el mayor representante de una tendencia, partiendo de la hipótesis de que es el estampado posicional. Se estudiarán las marcas jóvenes de la empresa Inditex, puesto que son las que presentan un mayor número de estampados. Periódicamente se tomarán fotografías en sus tiendas y se analizará la colocación de las prendas estampadas dentro de los locales. Asimismo, se entrevistará a profesionales del sector conocedores del funcionamiento de las marcas estudiadas. El objetivo de este trabajo es demostrar la relevancia del estampado posicional en una colección de moda y su vinculación con la sociedad de consumo.



***Comunicación, multimedialidad y paisaje sonoro: una aproximación a la relación entre mensaje y sonido en el multimedia digital contemporáneo.***

**Josep Almirall Bofill**

En primer lugar, esta investigación plantea la problemática de la desinformación a que se ha llegado por el camino de la saturación de la comunicación visual, tal como exponen Ethan Zuckerman desde su idea del “cosmopolitismo imaginario” o Joan Fontcuberta en sus escritos sobre posfotografía.

Considerando el multimedia como formato natural de la comunicación humana, y de su extensión digital, proponemos una solución a través del sonido al problema de la atención sobre el mensaje resultante del complejo conglomerado de símbolos y mensajes con los que el usuario lidia cada día y con los que el comunicador compite en la red. Nuestro análisis sobre tres propuestas narrativas diferentes va especialmente dirigido a conocer el proceso de creación y síntesis del multimedia y el modo en que los autores han resuelto y afrontado la producción y edición del mensaje a través del canal sonoro.

***Ecodiseño aplicado al diseño gráfico: manual de buenas prácticas medioambientales para diseñadores gráficos.***

**Ane Miren Maguregui Sicart**

El uso masivo de los recursos naturales del planeta está contribuyendo a su rápido agotamiento y al desarrollo de nuevas disciplinas que fomenten la sostenibilidad y la coherencia en el sistema. Esta investigación se propone determinar la posibilidad de reducir el impacto medioambiental generado por la actividad de diseño gráfico, como parte de la macroindustria de las artes gráficas y, en base al resultado, establecer los mecanismos de actuación. El procedimiento de investigación se divide en tres etapas. La primera está basada en la obtención de datos cualitativos a partir del análisis documental de fuentes primarias, entrevistas en profundidad y una encuesta. La segunda fase consiste en la elaboración del manual de buenas prácticas a partir del análisis y recopilación de la información obtenida. La tercera, y última, consiste en la redacción de las conclusiones finales de esta investigación. Los resultados reflejan que la aplicación del ecodiseño en el diseño

gráfico todavía está poco desarrollada y pone de manifiesto la falta de formación de los profesionales en esta materia. Se concluye que el diseñador, como generador de producto gráfico, es responsable del impacto medioambiental de sus propios diseños, demostrándose que puede incidir tanto en el resultado como en el proceso (en el apartado “Síntesis” se adjunta una tabla donde se indican, de forma resumida, las principales prácticas para minimizar este impacto) y que la ausencia de conocimiento promueve una lenta aplicación de ciertos aspectos de sostenibilidad en su trabajo.

***El autorretrato fotográfico como terapia***

**Alicia Navarro García**

El siguiente trabajo, titulado *El autorretrato fotográfico como terapia*, se basa en el estudio del autorretrato desde el punto de vista de la autobúsqueda y del autoconocimiento. Mediante los escritos y trabajos de artistas, fotógrafos, teóricos del arte y terapeutas, se quiere documentar cómo el autorretrato fotográfico puede convertirse en una parte importante del proceso de

autoconocimiento. Y también de qué manera, ayudando a responder una de las preguntas más comunes y fundamentales, *quién soy*, puede acercarnos a la autoaceptación, e incluso a curarnos de inseguridades y traumas.

La investigación está dividida en tres capítulos teóricos. El primer capítulo muestra el autorretrato de autoinvestigación dentro del mundo del arte pictórico. En el segundo capítulo se explica a través del arte de la fotografía. Y en el tercer capítulo se documenta la relación entre fotografía y terapia, y los métodos concretos del autorretrato en la fotografía terapéutica. Por último, se redactan las conclusiones que se han extraído tras estudiar los testimonios de artistas como Frida Kahlo, Chuck Close, Alberto García-Alix, Francesca Woodman, Jo Spence, Cristina Núñez, entre otros, sobre el autorretrato.

***El branding en la NBA***

**Jordi Torres Vergé**

Este trabajo parte de conceptos teóricos sobre marcas como el *branding*, para analizar de qué modo los utiliza la NBA y cómo se beneficia de las acciones que

se pueden llevar a cabo en esta disciplina.

Después de efectuar una búsqueda de los conceptos básicos que definen el marco teórico, puedo concluir que las marcas están formadas por dos tipos de elementos: los tangibles (como el nombre o el logotipo) y los intangibles (como los valores o la personalidad). Estos elementos son los que generan *brand equity*, el valor añadido para las marcas. Esta serie de atributos los trabaja una disciplina, el *branding*, de manera que, una vez definidos todos estos elementos, la marca acaba obteniendo una identidad. Por consiguiente, el *branding* genera un valor añadido y da identidad a una marca, lo que hace que la gente se identifique con ella y la apoye.

Una vez definido el marco teórico, he investigado cuál es la trayectoria de la liga NBA repasando su historia y su funcionamiento, lo que me lleva a concluir que la NBA vela por la igualdad de oportunidades de los equipos participantes.

En la última fase del trabajo, relacionando las informaciones obtenidas en los puntos anteriores y a partir de una selección de los elementos, tanto tangibles como

intangibles, del *branding* de la NBA que considero más significativos, así como de un análisis específico de cada uno de ellos, he conseguido una visión detallada del modo en que la NBA trabaja el concepto de marca, de los elementos que tienen más peso y de los beneficios que aporta cada uno de ellos. Finalmente, cruzando y teniendo en cuenta todos estos datos, se ha construido un prisma de identidad a partir del modelo de Kapferer, que corrobora la fortaleza de la liga en este aspecto.

***El cartelismo como sistema de comunicación. Sobrevivir a la aparición de las redes sociales***  
Xavier Horta Piera

Son numerosos los elementos en los que el entorno se configura en función de unos intereses económicos. Y estas disgregaciones, intentos de manipulación o mensajes subliminales destinados a incitar a comprar hacen que se genere una gráfica y unos mensajes concretos que requieren de ciertos elementos para surtir efecto.

La consideración del entorno es muy importante porque permite

clasificar las diferentes grafías que se generan, como podría ser la política, la social o la comercial. Desde un punto de vista social, político o comercial, la clave ha sido apropiarse del entorno, y darle una temática, porque el objetivo era reunir a los aludidos y crear un sentimiento de empatía entre los que no sabían de qué iba. En cierto modo, el entorno se podría considerar como una obra de teatro en la que todos somos figurantes aunque muchas veces no seamos conscientes de nuestro papel en la representación. Sin embargo, toda esta configuración se ha visto alterada por la aparición de las redes sociales, que han producido una virtualización del espacio público, dando un nuevo significado al entorno. Todos los sistemas utilizados hasta ahora se han visto alterados y los diferentes entornos se los han apropiado, cada uno a su manera. Además, podemos observar que también los sistemas que utilizan el entorno urbano se han trasladado a las redes, generando nuevos carteles. En la vertiente política y comercial, en un primer momento no se vio una necesidad imperiosa de utilizar estos medios hasta que los acontecimientos hicieron necesario su uso. Lo que

se encontraron es que, como empresa, no funcionaban, por lo que tenían que generar contenidos para que el usuario no se sintiera coaccionado y buscar la manera de promocionarse de una forma distinta y más cercana. En estos casos el mensaje va en un soporte concreto, como puede ser un cartel. Actualmente, se ha llegado a un término medio de los diferentes medios, ya que lo que buscan es una globalización del entorno para transmitir sus mensajes. Y de esta manera nos encontramos con que se sigue generando una gráfica en forma de cartel para complementar el entorno que ahora ocupan las redes sociales.

***El desarrollo infantil a través de los parques urbanos.***  
Aurora López Ruiz

Con este estudio me propongo demostrar que los parques infantiles están estandarizados en lo referente a su equipamiento y diseño, tanto espacial como conceptual, y por consiguiente no son positivos para el desarrollo del niño.

A través del análisis de los orígenes de estos espacios, de la evolución y de la búsqueda de



información relevante, como son los nuevos métodos de enseñanza y el ejemplo de espacios que empiezan a apostar por este tipo de metodologías, he tratado de hallar la mejor manera de potenciar las áreas de juego. He contrastado la información con diferentes especialistas, que me han aportado diversos puntos de vista para ayudarme a plantear toda una serie de conclusiones finales y que, de alguna manera, aportarán una serie de pautas para crear parques infantiles urbanos con una intención muy clara: ayudar en el proceso de crecimiento del niño, tanto a nivel físico, como emocional y social.

Por otro lado, esta investigación se ha completado con un trabajo de campo, centrado en observar la manera de jugar de los niños, las instalaciones de los parques, las características, la similitud o diferencia en cuanto al parque estandarizado e incluso la adaptación al entorno de cada uno de los parques.

El resultado obtenido ha sido más que relevante para demostrar que hay que dar una mayor importancia a estos espacios. Se advierte que existe poca información sobre el tema a nivel europeo en comparación con América, además

de una falta de información por parte de las organizaciones en Barcelona, y de la escasa o incorrecta evolución observada a raíz del estudio.

La importancia de este trabajo de investigación radica en su carácter innovador, ya que, ante la escasa información que hay a este respecto, cualquier aportación puede ser muy positiva. Además, se pretende generar inquietud en torno al tema escogido y demostrar que a través del diseño de espacios se puede transmitir lo que uno se proponga. El niño aprende jugando, y si somos capaces de crear parques infantiles en los que pueda desarrollar todos los ámbitos necesarios para su crecimiento intelectual y físico, estaremos creando niños curiosos, felices y con ganas de asimilar conocimientos.

### ***El mundo de los bolsos visto por Prada y Miu Miu y su filosofía de marca***

**Laura Núñez Tudela**

El tema escogido se plantea a partir de una colaboración con un proyecto profesional. Este proyecto tiene como objetivo diseñar y sacar al mercado el bolso del

siglo XXI. Se han escogido las marcas de moda Prada y Miu Miu como referente para analizar sus bolsos y la filosofía de marca. También se ha tenido especial interés en analizar los puntos de venta de las dos firmas, así como los materiales utilizados y patentados. Los objetivos del proyecto han sido entender la filosofía del Grupo Prada, al que pertenecen las dos marcas, examinar los materiales utilizados por las firmas seleccionadas, analizar los espacios comerciales y la política de trato al cliente y fidelización y, por último, hacer una reflexión sobre las posibles directrices del bolso del futuro. Aparte de este contenido, se ha llevado a cabo una investigación sobre la historia general del bolso y los materiales utilizados a lo largo de la historia, y ha quedado de manifiesto que el bolso ha sido un elemento trascendente durante los últimos dos siglos. Otros aspectos que se han tenido en cuenta de Prada y Miu Miu han sido las colaboraciones artísticas cinematográficas realizadas por ambas marcas, así como la tipología de escaparate que utilizan, y hemos hecho una breve recopilación de sus campañas publicitarias para poder analizar mejor la estética de la marca. He-

mos observado que Prada y Miu Miu son unas marcas de lujo muy implicadas en el mundo del arte, el diseño, el cine y la arquitectura, con una estética vanguardista y diferenciada, y que gozan además de un buen posicionamiento en el mundo de la moda.

### ***El papel del diseño gráfico en los envases de medicamentos*** **Arantxa Matamoros Reverter**

Esta investigación pretende mostrar cuál es la función del diseño gráfico en el embalaje de medicamentos en un ámbito nacional. Los medicamentos forman parte de nuestra cotidianeidad y, sobre todo, y lo más importante, de nuestra salud. Actualmente existe un amplio abanico de medicamentos debido al gran número de laboratorios farmacéuticos existentes. Esto hace que haya envases muy parecidos para medicamentos distintos de un mismo laboratorio y, a la vez, envoltorios muy diferentes entre medicamentos genéricos y de marca. En este proyecto se analiza el problema y se realiza una investigación en torno al proceso, creación y diseño de un envase. Junto con la normativa previa que comporta,

también se estudian las iniciativas o las posibles soluciones halladas para combatir o reducir este problema.

### ***El papel del e-paciente en las redes sociales gestionadas por las ONG.***

**Zulema Moreno Latasa  
de Aranibar**

La llamada Web 2.0 entiende el concepto social de un modo nuevo y que es adoptado por todos aquellos individuos que en algún momento se han visto, se están viendo o pueden verse afectados por temas relacionados con la salud. Cabe la posibilidad de que los pacientes sientan la necesidad de conectar de manera mucho más ágil con otros pacientes con los que comparten patología, de informarse de nuevos avances, de dar a conocer su enfermedad o de buscar apoyo emocional. Es entonces cuando se crean una serie de aplicaciones conocidas como *Social Media* que permiten al *e-paciente* comunicarse con personas con intereses similares a los suyos: blogs, comunidades virtuales, redes sociales generales (Facebook o Twitter) o especializadas, entre otras.

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) de carácter benéfico asistencial no han querido dejar pasar la oportunidad de habilitar espacios virtuales de encuentro e intercambio de experiencias para todas aquellas personas que lo necesiten. Tomando como referencia al *e-paciente* como generador de conocimiento, a través de las aplicaciones de *Social Media* y el uso que le están dando las ONG, se examinan las posibilidades que ofrecen las redes sociales a todas aquellas personas implicadas en enfermedades como el cáncer, la diabetes y el Alzheimer. Para profundizar al máximo en la investigación, se reduce el campo de actuación a las redes sociales generales (Facebook y Twitter) así como a la red social AECC. Se analizan los casos concretos de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), la Fundación Alzheimer España (FAE) y la Fundación para la Diabetes (FD), especializadas en cáncer, Alzheimer y diabetes respectivamente, principales causas de mortalidad en nuestro país. Con este estudio se pretende dar a conocer el caso concreto de estas tres organizaciones y profundizar en los posibles beneficios

que los enfermos, familiares y/o personas cuidadoras obtienen de las redes sociales mencionadas. Para lograr un mayor acercamiento a la realidad, recogemos diferentes testimonios que han contado sus propias experiencias en estas redes, tanto pacientes, familiares y/o cuidadores, como profesionales que las gestionan.

### ***El paso de las máquinas al entorno virtual y sus efectos en la interfaz de usuario.***

**Cristian Jiménez Lora**

Este trabajo de investigación trata sobre la evolución de los sistemas de control de las máquinas, o interfaces de usuario, en el paso del mundo analógico al entorno virtual, y del modo en que esto ha afectado al uso y percepción de las máquinas. Esta transición es especialmente interesante desde la perspectiva del diseño de dichos controles, de la arquitectura de la información y de la experiencia de usuario.

### ***El riesgo del circo a 360°***

**Esther Pañella Umbert**

El siguiente trabajo surge a raíz del interés por la arquitectura efímera, es decir el arte de hacer y deshacer una infraestructura en un breve plazo de tiempo, y, sobre todo, por aquellas construcciones efímeras en las que la forma no supone un límite. Finalmente se opta por la arquitectura efímera del circo y, por consiguiente, se plantea una visión teórica de este mundo para averiguar la razón de su estructura, concretamente de su forma circular, comprender la simbología de la carpa y hacer un recorrido por su evolución histórica. El objetivo principal es llegar a conocer su futuro diseño, al tiempo que se ahonda en su esencia.

Se ha partido de documentación bibliográfica, artículos de revista, entrevistas y encuestas de opinión. Se ha hecho asimismo un trabajo de campo concienzudo para contrastar la información con la observación, a pesar de los obstáculos hallados a lo largo de la investigación, ya sea de tipo documental, como confusiones históricas difíciles de resolver por la falta de archivos, ya sea por el hermetismo y la falta de cola-

boración de ciertas compañías circenses.

El trabajo se ha clasificado en varios puntos. De entrada hacemos una visita por el mundo del circo a través de su esencia, el elemento más importante de este gran espectáculo. Seguidamente, un repaso de los antecedentes históricos, para comprender la antigüedad de la tradición circense y seguir su evolución. Por último, se muestran diferentes hipótesis de futuro del circo desde el punto de vista de distintos historiadores para averiguar el camino que seguirá o que debería seguir para salir adelante.

Finalmente se concluye que el circo debe ser una mezcla entre el espectáculo del circo tradicional y una adaptación a los nuevos tiempos, manteniendo sin embargo la forma circular de la pista y la carpa, que son esenciales: la disposición en círculo permite una visión desde todos los ángulos que despierta todos los sentidos, mientras que la carpa lo separa del mundo cotidiano y ayuda a reforzar estas sensaciones.

***En búsqueda de la identidad catalana. Gráfica en tiempos de exaltación nacional.***

**Raquel Luján Castro**

Partiendo de la hipótesis de que existe un lenguaje gráfico identitario catalán, se intenta confirmar esta teoría o bien refutarla a través del estudio de los símbolos y signos que configuran este lenguaje en distintas disciplinas: numismática, sigilografía, escritura, tradición oral, así como buscar cuáles son los elementos diferenciadores que lo hacen único y propio.

Para ello se analizan los distintos momentos históricos en los que ha habido una reavivación nacionalista o de autoafirmación como pueblo, desde la secesión del condado de Barcelona de los reinos francos en el siglo X hasta las últimas manifestaciones convocadas para pedir la autodeterminación.

Se ha buscado los símbolos que configuran el lenguaje gráfico identitario catalán a través del estudio de las diferentes disciplinas históricas.

***El vacío funcional en el etiquetaje técnico textil.***

**Mónica Verjano Rufino**

Nuestro estudio parte de la problemática existente en el etiquetado técnico de las prendas para poner de manifiesto el vacío funcional que existe y, en consecuencia, proponer un sistema alternativo. Dicho sistema se apoyará en los principios del diseño universal y de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información para conseguir una alternativa funcional y accesible.

Para ello, esta investigación trabaja desde cuatro áreas interrelacionadas que son el etiquetado técnico textil, el diseño universal, el sector de la moda y finalmente las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). A través de una serie de entrevistas a profesionales de cada área de la búsqueda de bibliografía especializada y de analizar lo que hacen al respecto empresas del sector del etiquetaje para retail, cómo aborda la normativa existente el etiquetado técnico y el cuidado de la prenda y, por último, se revisa la labor de varias empresas que están investigando y aplicando las nuevas tecnologías a la moda.

La conclusión final del estudio es que es posible realizar una etiqueta más inclusiva y accesible mediante la aplicación de códigos QR o RFID, pero aún falta crear y establecer una estrategia universal de accesibilidad a la información.

Los conceptos clave que contiene este estudio serían los siguientes: Vacío funcional, Etiquetado técnico textil, Diseño Universal, Tecnologías de la Información y la Comunicación, Moda, Accesibilidad, Códigos QR y RFID, Innovación y Futuro de la Moda.

***Estudio de la relación de la arquitectura y del interiorismo con la pedagogía: la influencia del diseño de las aulas de Infantil y Primaria en la salud emocional y el rendimiento escolar de los niños***

**Miguel Figols Cuevas**

La finalidad fundamental de este trabajo es detectar y estudiar los factores que pueden controlar los arquitectos e interioristas para influir favorablemente en el aprendizaje del niño a lo largo de la Educación Infantil y Primaria. El estudio se propone los siguientes objetivos: ampliar la vía de

investigación en el campo del interiorismo, acercándolo a las necesidades de la psicología infantil; contribuir al descubrimiento de aquellos factores físicos ambientales que afectan a la calidad de la enseñanza; presentar las soluciones arquitectónicas materializadas por algunos modelos pedagógicos en los aspectos ambientales de las aulas; hacer recomendaciones sobre el diseño escolar a partir de la evaluación de las soluciones estudiadas. La metodología incluye estudiar las influencias recíprocas que se establecen entre el siguiente conjunto de variables clasificadas en tres grupos: 1) Las etapas educativas. 2) Los métodos pedagógicos escogidos. 3) Los factores ambientales físicos y psicológicos más influyentes. El estudio abarca dos etapas educativas, las que corresponden a la educación de Infantil y a la educación de Primaria. Se han tomado como modelo de estudio tres métodos pedagógicos: la escuela Waldorf-Steiner, la escuela Montessori y la escuela Reggio Emilia. Un estudio detallado de las investigaciones científicas de psicología ambiental nos presenta los factores ambientales y de diseño considerados más importantes: el diseño general de la escuela y

organización de los espacios; la morfología del aula; los materiales; el mobiliario; el tratamiento del color; la iluminación y la acústica. Las soluciones estudiadas vienen respaldadas por un importante material gráfico, que hace referencia a los proyectos más representativos de cada pedagogía. Entre las conclusiones extraídas cabe destacar: la importancia que tiene la forma del aula en el bienestar psicológico de los alumnos; la aplicación consciente de los colores en las aulas mejora la creatividad, estimula la capacidad de resolución de problemas y facilita la asimilación de las materias escolares; un diseño estético y una buena distribución de los espacios facilita la identificación de los alumnos con su escuela; un mobiliario bien diseñado y ergonómico aumenta el rendimiento de la labor pedagógica; el uso abundante de la luz natural tiene beneficios psicológicos, y los materiales naturales son decisivos para la educación sensorial, sobre todo en la etapa de Infantil. Se han utilizado varios medios para reunir la información: búsqueda de libros en bibliotecas especializadas; adquisición de libros temáticos; búsqueda de

información en internet, tesis, webs, blogs, videos, presenciales y conversaciones telefónicas con profesionales de la educación, la pedagogía y la arquitectura en Cataluña y en Suiza.

***Exposiciones temporales y sostenibilidad: estudio sobre las prácticas y propuestas sostenibles en los museos de Barcelona.***

**Silvis Bernard Lage**

Este trabajo se centra en el estudio de la sostenibilidad en los museos y sus exposiciones, analizando las diversas etapas y agentes que intervienen en el proceso. Se plantea la importancia de que los museos desarrollen su compromiso con el entorno a través de la promoción de prácticas que reduzcan el impacto medioambiental de sus actividades y potencien un modelo de desarrollo más sostenible. El estudio se centra en las exposiciones temporales y en el ámbito de la ciudad de Barcelona. A través de diversas fuentes de estudio, publicaciones específicas y entrevistas a personas del ámbito museográfico, se recogen propuestas de mejora ambiental en las prácticas museográficas. La validez de este trabajo de Fin

de Grado radica en las conclusiones del mismo, donde se exponen cuáles son los factores que dificultan la implantación de prácticas sostenibles en los museos.

***Influencia de las técnicas de impresión sobre la gráfica impresa***  
**Jan Barceló Gimeno**

El objetivo principal de este proyecto es determinar la vinculación que ha tenido el desarrollo del diseño gráfico con el de las técnicas de impresión. Nos centraremos en el diseño de gráfica impresa, que ha predominado durante siglos a pesar de que actualmente las nuevas tecnologías digitales empiezan a tener un gran peso en el mundo del diseño. Se analizarán varios hitos de la historia de la impresión que han marcado un cambio en la concepción del diseño, y también cambios dentro de la concepción del diseño que han alterado los sistemas de impresión. Con ello, se pretende hacer un análisis sintético de algunos ejemplos de esta evolución tecnológica, desde los inicios de la era moderna marcada por la mecanización de los procesos de impresión hasta mediados del siglo XX, cuando se sientan

las bases de las tecnologías de impresión utilizadas hoy en día. Se examinarán los vínculos entre la evolución de la sociedad y la evolución de la tecnología, partiendo de dos puntos de vista opuestos: el determinista, mediante el análisis de la teoría de Marshal Mc Luhan, que defiende que las personas formen las técnicas y que después estas técnicas formen a las personas; y la visión opuesta de las teorías antropológicas más sociales, que defienden que las técnicas aparecen y se modifican según las necesidades sociales, de las que sería un claro ejemplo el movimiento de las Arts & Crafts, capitaneado por William Morris. También se estudiará la relación que tiene la estética con la técnica, analizando como unas mismas técnicas pueden llegar a resultados muy diferentes en función de la intención del producto y del contexto social.

Se tratarán las políticas de la máquina desde el punto de vista que plantea el libro de Sigfried Giedion, *La mecanización toma el mando*, donde se describe una sociedad tan mecanizada que se comporta como una máquina y que exige a las personas y trabajadores las cualidades de eficiencia,

así como la influencia que ha tenido esta evolución sobre el uso y creación del propio diseño. También se analiza la concepción de la máquina como ente social, en base a las ideas de Karl Marx o Gilles Deleuze: la máquina no es únicamente un ente mecánico, sino que las personas que la utilizan pasan a formar parte de sus piezas. En el caso que trabajamos, el diseñador definirá también el funcionamiento de la máquina. Para contrastar esta hipótesis se examinarán tres casos de estudio vinculados con la impresión, que se diferencian, sobre todo, por la manera de relacionarse con las máquinas de imprimir: la tipografía, los carteles y el periódico. Esto nos permite ver que las distintas necesidades (comunicación escrita, visibilidad y velocidad de impresión, respectivamente) asociadas al producto suponen una relación muy distinta con la técnica: por ello encontramos ejemplos en los que la técnica no tiene tanto peso sobre el diseño y otros en los que las particularidades de la técnica influyen directamente sobre la creación del diseño.

***Influencia del color en el entorno educativo infantil de segundo ciclo: el preescolar.***  
**Sonia Romero Lacasa**

Esta pequeña investigación analiza la influencia que ejercen los colores en el espacio del aula en la Educación Infantil de segundo ciclo, es decir, la etapa preescolar donde se imparte a los pequeños de 3 y 6 años.

El preescolar se considera una etapa vital para el niño, y, aunque no es obligatoria, sí es muy recomendable puesto que acostumbra al niño a cumplir con los hábitos y costumbres que se encontrará más tarde y que acabará de desarrollar en Primaria. Por este motivo, y por la influencia que sobre ellos ejerce, el ambiente estético que lo rodea en esta época tan importante de su vida es vital, y uno de los factores más importantes de este ambiente, como de cualquier otro entorno, es el color. Se da por hecho que estos espacios han de ser coloridos, tanto por las autoridades o instituciones que sufragan el coste del presupuesto dedicado a pintura, por ejemplo, como por los docentes y directores de los centros. Se entiende que los niños deben estar rodeados de ambientes estéticos agradables y

estimulantes para ellos, que los ayuden a desarrollarse personal e intelectualmente. Este entorno es importante porque tiene una gran influencia sobre ellos: “La escuela infantil concebida como ambiente de aprendizaje supone pensar en los espacios y materiales como el tercer educador”, en palabras de Loris Malaguzzi, citado en Arnaiz, Basterrechea, Salvador (2011, p. 19).

Se considera que el ambiente escolar debe ser una prolongación del ambiente doméstico, en el que los niños encuentren amor, armonía, empatía, etcétera. El ambiente estético apenas está explícitamente indicado documentalmente.

Con la visita a los centros escolares y después de estudiar la documentación académica encontrada, se intenta establecer qué criterios se han seguido para escoger los colores de las aulas, cuáles son los que más se repiten y cómo creen los docentes que afectan a los niños en su día a día a todos los niveles, y también la importancia que se da al color en este entorno tan influyente.



**La comunicación farmacéutica:  
proceso de legibilidad**  
**Cristina Font Alaminos**

La intención de esta pequeña investigación es crear una conexión en favor de la comunicación farmacéutica entre médico, paciente y trabajador de una farmacia. Al ser una estructura comunicativa de gran complejidad, es fácil que pueda producirse algún malentendido. Así pues, se analiza todo el proceso desde que el médico realiza una prescripción, el farmacéutico la interpreta y, finalmente, el paciente o usuario asimila la información de las partes anteriores, teniendo como la última instancia la información de un *pack* y un prospecto. Se trata de una metodología para el diseño basada en fuentes bibliográficas, tesis doctorales, artículos científicos y legislaciones vigentes. Las conclusiones más destacadas son: por un lado, que la digitalización de la información es una herramienta óptima para notificar prescripciones y tratamientos, y, por otra, que la distinción entre marcas comerciales y medicamentos genéricos de diferentes laboratorios genera un caos incomprensible entre los usuarios, ya que pueden ser dispensados en cajas

diferentes pero con el mismo contenido.

Por consiguiente, este trabajo constituye una pequeña herramienta para recoger este legado visual y mejorar la comprensión en el ámbito de los medicamentos, tanto entre diseñadores de la información como profesionales médicos.

**La crisis actual y su influencia  
en el diseño.**

**Joel Vila Serrano**

Esta investigación analiza los cambios que se han producido en el campo del diseño. Siendo evidente que la crisis actual ha influido en esta disciplina, se ha estudiado de qué modo, identificar los cambios del diseño y el porqué de los mismos.

Para llegar a estas conclusiones se ha partido de la siguiente premisa: ¿Cómo influye la crisis actual en el diseño español?

El trabajo se basa en una investigación documental, centrada inicialmente en definir con precisión los conceptos objeto de estudio, y que revela que la crisis actual es una crisis de valores que afecta a casi todas las disciplinas. Se analiza además la influencia

de otras crisis en la historia en el diseño y, finalmente, se investiga en profundidad la crisis actual y también las tendencias generales, consecuencia del consumismo y la sobreproducción, entre otros elementos. Por otro lado, se ha contrastado esta información con el trabajo de campo para obtener de primera mano la opinión de expertos en el tema y verificar y/o ampliar aquello que se ha encontrado en la investigación bibliográfica. Se ha entrevistado a profesionales de diferentes ámbitos del diseño (Jomi Murlans, David Lienas, Pedro Adamuz, Franco Casado y Elisa Amman), que coinciden en su mayoría en muchos aspectos con lo establecido por el análisis documental. Entre las conclusiones cabe destacar el hecho de que el diseño se está volviendo más social. Valores como la sostenibilidad-consecuencia de unas pautas de consumo desmesuradas, base del sistema capitalista-, las estrecheces económicas y la necesidad de volver a las cosas “auténticas”, hechas sin prisa y de manera artesanal, producto de un nuevo sistema de valores que pone en duda “el tener”, tan sobrevalorado en épocas pasadas, respecto “al ser”, también han llegado al diseño, que, como

la mayoría de disciplinas, se está adaptando a la nueva situación. Y esto pide un cambio en el sistema.

**La cultura y la implantación del  
diseño gráfico en el pequeño  
comercio**

**Mónica Figueras Doménech**

Resulta evidente que algo pasa con el concepto de diseño, especialmente en nuestro país y en las pequeñas empresas, donde parece ya un término vacío de contenido o muy ligado a la moda. Para comprender que la identidad visual es importante, debe entenderse también que la imagen no es únicamente un logotipo y sus imágenes, sino que constituye la propia realidad de la marca. La imagen no es solo una herramienta: representa y muestra la verdadera personalidad de la empresa. Podemos observar que cada vez es más habitual que las pequeñas empresas, al margen de sus dimensiones, luchan por cuidar su imagen, y esto es positivo. ¿Pero lo hacen porque se ha convertido en una moda y no saben realmente qué significa? ¿Lo hacen porque quieren crecer? ¿O realmente empiezan a conocer

el término diseño tal y como debe entenderse?

Analizando las entrevistas realizadas en este trabajo, observamos que muchas empresas utilizan diseño en mayor o menor escala, pero la mayoría no invierten en diseñadores profesionales. Y los motivos son diversos. Es habitual pensar que el motivo es económico, pero nos hemos dado cuenta de que no es el único. Muchos empresarios de microempresa desconocen la existencia y la importancia de este servicio. Como hemos dicho anteriormente, los nuevos empresarios empiezan a consumir diseño paulatinamente, pero todavía se utiliza de manera puntual; de hecho, se utiliza el diseño de una manera puramente estética y no como una herramienta estratégica.

Para mejorar esta problemática se han buscado posibles soluciones a fin de concienciar y educar a los nuevos emprendedores que quieren iniciarse en el mundo empresarial, así como a los que no lo son tanto, pero de cambios constantes. Soluciones que están en manos de la administración, pero también del propio diseñador.

### ***La gráfica activista de la crisis económica en la España del siglo XXI.***

**Laura Gutiérrez Masó**

Este proyecto de investigación se centra en la búsqueda, recopilación, análisis y catalogación de la gráfica activista aparecida durante la crisis económica que vive España.

A raíz de estudiar la gráfica surgida en la Primavera Árabe (considerada como un punto de referencia en este estudio por las similitudes que se han encontrado con la revolución española), se ha buscado y catalogado la gráfica de las manifestaciones, protestas y acampadas que han tenido lugar en la documentación gráfica hallada en blogs y webs relativos a la revolución social de la España actual, así como fotografías sobre este mismo tema.

El resultado ha sido un amplio estudio con documentación y catalogación sobre la gráfica activista de la crisis económica del siglo XXI basada en otra revolución como referente.

En esta crisis económica la población ha opinado, se ha organizado, se ha manifestado y se ha expresado. Y el diseño ha sido nuevamente una herramien-

ta para poder comunicar todo cuanto se ha tenido y se tiene que decir en esta revolución.

### ***La heráldica y sus diseñadores***

**Sara Caballería Orive**

Nuestro trabajo de investigación versa sobre el arte de la heráldica en Barcelona, centrado sobre todo en los blasones de las familias de esta ciudad. Hace también especial referencia a los artífices de estos escudos de armas y el mundo que los rodea.

Sin duda, es un tema interesante puesto que vincula el mundo del diseño con el de la historia heráldica. No debemos olvidar que un escudo es una representación de un concepto tan abstracto como el linaje. Al fin y al cabo, es el imago tipo de una familia, y eso es precisamente a lo que se dedican los diseñadores: a intentar representar conceptos mediante imágenes.

Para realizar este trabajo empezamos buscando todo tipo de información en Internet, libros y estudios. Posteriormente contactamos con distintas personas del mundo de la heráldica que nos ayudaron a resolver nuestras dudas, siempre apoyados por el

tutor. Estas entrevistas fueron claves, sin lugar a dudas, para la consecución de este estudio.

### ***La importancia del registro de la propiedad en el diseño gráfico.***

**Carolina Martínez Izquierdo**

Este Trabajo Fin de Grado tiene como objetivo principal definir de manera clara qué es la Propiedad Intelectual e Industrial y cómo afecta a las obras de los diseñadores gráficos.

La metodología utilizada ha consistido, primero, en realizar una recopilación de material bibliográfico a partir de tesis doctorales anteriores, libros, revistas, así como la asistencia a seminarios sobre el tema, lo cual ha servido para definir las bases teóricas y analizar en detalle los conceptos relacionados con el tema objeto de estudio.

Una vez establecidas las bases teóricas hemos procedido a relacionar los conceptos analizados con el trabajo del diseñador, estableciendo qué elementos son susceptibles de registro. Posteriormente, y a través del estudio de casos prácticos, hemos comprobado las consecuencias de registrar o no las creaciones del

diseñador. Para comprobar y verificar el proceso de registro, hemos procedido al registro real de una marca y hemos analizado los elementos susceptibles de derechos de una página web.

También nos hemos reunido con un bufete de abogados de Barcelona especializado en propiedad intelectual e industrial para contrastar todos los conceptos que se han definido en la fase de investigación documental y aclarar pequeñas dudas.

Como conclusiones, la investigación establece que el diseñador gráfico realiza numerosos trabajos susceptibles de registro, tanto en su faceta de creador como de usuario, y que tiene la posibilidad de utilizar más de una vía de protección (al menos en el caso de la propiedad intelectual). Esto pone de manifiesto la necesidad de conocer en profundidad el tema, lo cual le permitirá decidir cuándo, cómo y por qué debe protegerse y defenderse de plagios y usos indebidos.

Los conceptos más importantes que trata este trabajo son: la diferenciación entre la propiedad intelectual e industrial, su relación con las creaciones del diseñador gráfico, los derechos que otorgan y el proceso del registro.

### ***La música se puede comunicar mediante el uso de la infografía.***

**Eva González Durán**

El propósito de este proyecto es el de investigar sobre la comunicación visual de la música mediante el uso de la infografía.

Es una investigación teórica que abarca propiedades de la música y del sonido con el fin de representarlas visualmente bajo los principios de la infografía, con un uso correcto de la forma y el color y, teniendo en cuenta las leyes y el criterio a seguir de la percepción visual. Los resultados obtenidos tras contrastar la información, que no son comparables a la experiencia de escuchar una pieza musical en sí, determinan que deben usarse los gráficos con dimensión de tiempo y escala tonal, diferenciando el color (como por ejemplo, el amarillo para la trompeta) y la forma (cuanto más aguda, más vibrante y rápida) de cada información de la pieza musical.

Gracias a esta investigación, se determinan los aspectos y recursos más importantes a tener en cuenta a la hora de visualizar la música y comunicarla como información a través de la infografía. De esta forma, se certifica

el arduo proceso de composición musical, ayudando a su comprensión y ampliando el entendimiento sobre sus partes.

La música, descompuesta como un conjunto de datos, puede representarse y comunicarse de manera visual haciendo uso de la infografía.

### ***La percepción gráfica del envase de marca blanca por parte del consumidor en los productos de alimentación.***

**Marta Izquierdo Parera**

Uno de los retos a los que se enfrentan los productos de marca blanca es competir con las marcas de fábrica para ser la opción de compra elegida por los consumidores. El diseño gráfico del envase es uno de los factores que puede ser importante en esta elección, ya que es el encargado de transmitir los valores y emociones al consumidor. En este trabajo se analiza la percepción que tiene el consumidor ante el diseño de los envases de productos de alimentación de primera necesidad. Se han realizado 15 encuestas a consumidores de 30 a 40 años de edad en el barrio de Les Corts (Barcelona), a los que se ha mostrado

láminas con productos sin marca y luego con marca. Algunos de los aspectos analizados son la calidad, la confianza y la valoración en sí del diseño del envase sin tener en cuenta el precio del producto en el supermercado. Los resultados muestran que, aunque el diseño gráfico en un envase de marca blanca guste al consumidor, la marca del producto tiene un peso muy importante en la decisión de comprar y recomendar un producto por parte del consumidor. Se puede afirmar que la marca es más importante que el diseño gráfico. Una marca consolidada, que transmite valores de confianza y calidad, será más apreciada aunque su diseño guste menos al consumidor.

### ***La recuperación de los sistemas de impresión tipográficos***

**Albert Jornet Ubald**

Este trabajo de investigación pretende introducir y documentar el resurgimiento de los sistemas de impresión tipográficos tradicionales, una técnica que quedó obsoleta hace más de 30 años y que parece renacer actualmente en nuestro país, a diferencia de Gran Bretaña, Holanda, Italia o



América donde ya hace años que se ha erigido como una corriente importante. Las nuevas generaciones creativas, que se han visto limitadas por las soluciones gráficas y de carácter despersonalizado que ofrecen las nuevas tecnologías, han optado por apostar nuevamente por este oficio, por reinterpretarlo y utilizarlo como un sistema de impresión válido en el marco de una sociedad acelerada.

Gracias a este trabajo de investigación y a una serie de entrevistas realizadas a personas relacionadas directamente con este fenómeno, se ha podido demostrar que existe una corriente nacida en los últimos dos años que tiende a promover los procesos manuales, por los valores que aportan, y que dedica su tiempo y economía a trabajar otra vez con esta maquinaria.

El letterpress, por tanto, sigue siendo una técnica de impresión competitiva en el siglo XXI ya que sigue aportando valores que las nuevas tecnologías no pueden proporcionar.

***La sinergia entre artesanía y diseño como fuente del diseño artesanal contemporáneo***  
**Mireia Rosario García Rovira**

El presente proyecto plantea la situación actual y las perspectivas de la sinergia entre artesanía y diseño y aporta un marco teórico tanto de los principales conceptos tratados como de la evolución de la sinergia artesanía-diseño a lo largo del siglo XX. El trabajo muestra las peculiaridades de la dialéctica entre artesanía y diseño en España, ya en lo tocante al mayor arraigo local de la artesanía como a la tardía absorción del diseño a partir de los años sesenta. Se presta especial importancia a la evolución reciente, en particular a lo que se ha denominado “los postolímpicos”, un grupo de diseñadores que renuevan el interés por la artesanía tras el auge del diseño español asociado a Barcelona '92, el fomento de la neoartrisanía, así como la utilización de materiales *high-tech*.

En cuanto a la metodología, se ha buscado verificar las fuentes bibliográficas, con preferencia por la obra de autor sobre las obligadas referencias de Internet, y contrastar este material con las opiniones de Fundesarte, Lues-

ma Vega y Martín Ruíz de Azúa mediante una serie de entrevistas. La conclusión principal es que la artesanía como medio de producción de alta calidad no debe ser vista como una utopía, sino como un segmento pequeño en volumen, pero de alto valor añadido, orientado a mercados que exigen mucha diferenciación de producto y series de producción muy cortas, artesanas, que no interesan a la producción masiva.

***La valla publicitaria y su evolución hacia lo digital***  
**Estefanía Prats Miras**

La publicidad exterior está experimentando, sin pausa alguna, continuos avances a todos los niveles pero sobre todo en el plano tecnológico, lo que provoca también cambios en la relación que hasta el momento mantenía con el usuario.

La valla publicitaria, como una de las principales estructuras de la publicidad exterior, no es ajena a esta situación, lo que, en gran parte, ha dado origen a una nueva tipología: la valla digital. En este estudio se pretende hacer un recorrido por los factores que han influido en el desarrollo de la

valla publicitaria, con la finalidad de conocerla y con ello entender la relación cambiante que, en la actualidad, mantiene con el receptor.

El estudio se ha llevado a cabo mediante el análisis de las fuentes bibliográficas y una serie de entrevistas y cuestionarios que han facilitado datos y conocimientos claves para elaborar la investigación.

***Las diferentes Barcelonas a través de la tipografía. Usos tipográficos en los rótulos comerciales de la ciudad***  
**Mercè Núñez Mayoral**

El tema de este Trabajo Fin de Grado es la elaboración de una topografía de la tipografía y sus usos en los rótulos de los comercios de la ciudad de Barcelona. A través de este mapa tipográfico, la intención es responder asimismo a una serie de cuestiones sobre el estado de la rotulación comercial en la Ciudad Condal, las tipografías o familias tipográficas más utilizadas en determinadas zonas, o si la realidad socioeconómica y demográfica de estas zonas escogidas determina de alguna manera los usos tipográficos que allí se

dan. La intención de este trabajo es hacer una radiografía del uso de la tipografía en la ciudad, valorizar un tipo de expresión que a menudo pasa desapercibida para mucha gente, posiblemente por la cotidianeidad con la que nos miramos nuestras calles y también por las prisas con las que acostumbramos a desplazarnos de un sitio a otro.

Para aproximarse y entender la evolución de Barcelona, hecho que condiciona en cierto modo la tipografía que encontramos, se ha hecho una breve introducción sobre la historia más reciente de la ciudad. Paralelamente se ha tratado la evolución y el estado actual de la rotulación comercial desde sus inicios hasta la actualidad, para crear un marco que sitúe el trabajo en un contexto más específico. El “caos” tipográfico que empezó a crecer a partir de la posguerra ha persistido en cierta medida hasta nuestros días, un desbarajuste que parece ser a veces la norma imperante y que, en buena medida, viene provocado por la falta de conciencia ciudadana sobre el espacio público y el espacio privado. Del mismo modo, para poder conocer la realidad de la ciudad, el trabajo se ha apoyado también en

algunos datos de tipo estadístico que ayudan a situar el panorama económico y social de las diferentes zonas estudiadas, utilizando referencias como, por ejemplo, el índice de renta familiar o el porcentaje de población en el paro.

### **Los Salones del Hogar Moderno Marina Tasias Trullàs**

Los *Salones del Hogar Moderno* tuvieron lugar en Barcelona durante los años 1951 y 1961 y fueron organizados por el Fomento de las Artes Decorativas de Barcelona y la revista *Menaje*, especializada en temas del hogar. Estos salones eran exposiciones donde se presentaban todo tipo de utensilios, productos, mobiliario, etcétera, destinados al hogar. Una de sus finalidades era resolver los problemas de la vivienda y procurar una vida doméstica mucho más cómoda, funcional y agradable. Uno de los principales problemas era la disminución del espacio en los hogares tras la guerra que había vivido el país años atrás. El confort, la funcionalidad, el orden en los espacios, el color y la luz, sin dejar de lado la estética, eran algunas de las

cuestiones que se trataban en los *Salones del Hogar Moderno*. En esas exposiciones surgieron las primeras nociones de interiorismo y decoración para el hogar en Catalunya, y grandes diseñadores y arquitectos reconocidos hoy internacionalmente, como Juan Antonio Coderch, Evarist Mora o Alexandre Cirici Pellicer.

Si bien fueron unos salones muy significativos para Barcelona, mucha gente desconoce su existencia ya que todavía no se ha hecho ninguna publicación ni estudio sobre ellos. Esta investigación quiere dar a conocer las nueve ediciones de los salones y conservar su memoria.

En esta investigación, las principales tareas han sido localizar, fotografiar y catalogar los distintos documentos relacionados con los *Salones del Hogar Moderno*. A partir de esta investigación, la información se ha clasificado por orden cronológico de los salones y en cada uno de ellos se detallan los organizadores, los objetivos, los diseñadores, arquitectos y empresas que participaron, las novedades de cada edición y su aparición en los medios de comunicación.

### **Museos y visitantes: una conversación pendiente. Mireia Pérez Carbonell**

Los recortes presupuestarios que ha sufrido el sector cultural debido a la crisis económica actual, han puesto a muchos centros culturales al borde del abismo. En este contexto, los museos han tenido que replantearse no solo su modelo de financiación sino también el papel que juegan en la sociedad del siglo XXI. En los últimos quince años los museos han desarrollado un perfil social para complementar sus funciones de preservación y conservación del patrimonio cultural. Pero, ahora que están siendo cuestionados desde el propio estado del bienestar, es cuando deben afianzar su relación con el público y demostrar todo lo que pueden ofrecer. Mediante el uso de las redes sociales y de las nuevas tecnologías, los museos tienen la oportunidad de comunicarse e interactuar con el público de una forma inimaginable hace algunos años. El proyecto investiga las estrategias comunicativas de los museos para atraer público y para difundir su papel social en un momento de cambios económicos y culturales.

### **No todo es digital** **Bea Bascuñán Martínez**

En una era que se plantea básicamente como digital y en la que la información se mueve a la velocidad de la luz, cabe hacerse una pregunta muy concreta: ¿cuál es el futuro del papel y del medio impreso?

Esta investigación aborda la temática del medio impreso y su evolución hasta nuestros días desde el punto de vista de las revistas, un medio que ha sobrevivido a pesar de las innumerables ocasiones en que se ha vaticinado su final. Se considera que las revistas son un reflejo de la era en la que son concebidas y que representan a diferentes sectores de la sociedad. Existen todo tipo de revistas, enfocadas y dirigidas a toda clase de públicos, pero no son únicamente una fuente de información sino un espacio para la opinión y para abordar nuevas discusiones. Dan voz a cualquier sector de la sociedad, que de este modo se ve retratado y representado en ellas. A través del análisis de cuatro revistas de ámbito nacional, se pone en práctica todo lo desarrollado a lo largo de la tesis, ayudando con ello a asimilar todo lo comentado anteriormente. Cada una de las

revistas analizadas ha sido escogida por unos motivos concretos, ya sea por su trayectoria y evolución, ya sea por su éxito, su contenido o su reciente nacimiento. Esta selección permite analizar la situación de las revistas impresas desde varios puntos de vista. La investigación llevada a cabo a través de esta tesis sirve no solo para dejar constancia de la situación actual y de la evolución que ha experimentado el medio escogido (la revista impresa), sino para orientar de alguna forma a aquellas personas que estén indecisas a la hora de plantearse un proyecto editorial y no saber cuál es el mejor soporte o los pros y los contras de cada uno de ellos. Para concluir, cabe destacar que este trabajo no solo abarca el contexto en el que se han desarrollado las revistas impresas y la situación actual frente a las ediciones digitales de las mismas, sino que plantea las ventajas y los inconvenientes de cada uno de los medios, poniendo de manifiesto, además, que el medio impreso tiene mucho que aportar y que no todo tiene porque ser digital. A modo de conclusión, podemos decir que ambos medios no se excluyen sino que se complementan.

### **Nuevas técnicas de venta en e-commerce: ¿compulsivas o impulsivas?**

**Francesc Xavier Miró Sánchez**

El uso de *e-commerce*, basado en modos de compras a partir de ofertas con un tiempo y un *stock* limitados, está aumentando entre los usuarios. Actualmente el 26% de los compradores españoles *online* son adeptos a esta clase de páginas. Este estudio se ha realizado utilizando metodologías de consulta bibliográfica, consulta metodológica, búsqueda personal, encuesta aplicada y entrevista presencial. De este modo se ha pretendido entender qué ha llevado a usar estas técnicas para fomentar el consumo entre los usuarios, y si los que compran en estos *e-commerce* lo hacen de forma compulsiva o bien impulsiva. Para ello se han investigado diferentes aspectos del ámbito del consumo, la psicología y el comercio *online*, que se han añadido dentro del marco teórico. También se han estudiado tres *e-commerce* (Privalia, Groupalia y eBay) analizando todo su proceso de compra para poder establecer su funcionamiento y los factores más representativos. Para averiguar el motivo y la manera de

comprar de los usuarios, se ha realizado una encuesta a 20 compradores *online* (10 hombres y 10 mujeres) sobre los tres comercios mencionados anteriormente.

Posteriormente se han analizado las respuestas de las que se han extraído, junto al marco teórico, las conclusiones finales del estudio. Estas han determinado que el motivo principal para utilizar dichas técnicas es fomentar la compra irreflexiva eliminando la gran barrera que tiene comprar en internet, que es no ver el producto físicamente. También se ha determinado que el nombre más correcto para referirse a este tipo de técnicas sería “marketing por impulsos”. Por otro lado, se ha establecido que los usuarios no compran por el hecho de utilizar estas técnicas, sino motivados por las grandes ofertas, al margen de si verdaderamente necesitan el producto. Lo que hacen las técnicas de marketing por impulsos es aumentar la velocidad a la hora de realizar la compra. Por último, se ha determinado, según la variable de tiempo, compra y el motivo de visita de la página, que los usuarios de *e-commerce* son compradores más bien impulsivos.

### **Pasado, presente y futuro de las tiendas online de moda y complementos**

**Blanca Vilaseca Fernández**

Comenzamos esta investigación con el propósito de conocer el origen, la evolución y el futuro del comercio *online*, teniendo en cuenta su funcionamiento interno y externo, así como sus ventajas y desventajas, haciendo especial hincapié en el sector de la moda y los complementos.

A lo largo de la primera parte del trabajo, hemos estudiado y analizado los orígenes, el estado actual y el futuro de las tiendas *online*. Al indagar sobre el nacimiento de la venta online para tratar de entender la razón de su existencia, hemos constatado que esta no es más que una evolución de la venta a distancia o venta por catálogo que comenzó en Estados Unidos a mediados del siglo XVI-II. El concepto de tienda *online* se creó a la vez que se generalizaba y democratizaba el acceso a Internet, principalmente en los países desarrollados. En los últimos quince años las tiendas *online* han evolucionado considerablemente tanto en su estética como en su funcionamiento.

Existen distintos formatos de

tienda *online*, que se pueden clasificar según: a) los participantes en la transacción de compra-venta, es decir, según quién sea el vendedor y el comprador; b) la familia de productos; y por último, c) los objetivos que se haya fijado en la red (estos pueden ser la venta directa al consumidor o simplemente informar a los clientes y atraerlos a sus tiendas físicas, mostrando el producto pero no dando opción a compra).

Dentro del campo de la moda y los complementos, el emprendedor de un negocio puede tomar la decisión de abrir únicamente una tienda *online* o abrir una tienda física apoyada por una tienda *online* que le proporcione más visibilidad, sobre todo a nivel mundial, gracias al trampolín que supone Internet. Ambas opciones tienen sus ventajas e inconvenientes, y es importante valorarlos a la hora de comenzar un negocio desde cero.

Las tiendas *online* tienen dos caras; por un lado, la cara externa visible para todo aquel que entre en la página web; y por el otro, la cara interna que solamente conocen los propietarios del negocio. Hay que tener en cuenta todos los actores y herramientas que intervienen en cada una de ellas.

Respecto a la parte interna del negocio, deben considerarse las infraestructuras y los programas necesarios para la creación y mantenimiento de una tienda *online*, los profesionales externos que habrá que contratar, la normativa a seguir para cumplir la ley y, por último, el presupuesto estimado de los gastos que generará el proyecto a dos o tres años vista.

Respecto a la parte más pública y externa, hay que prestarle especial atención ya que definirá la imagen que se proyectará a los posibles clientes, por lo que debe estar en consonancia con la filosofía de la empresa. Por consiguiente, la correcta presentación de los productos, un marketing virtual bien orientado y una atención al cliente rápida y eficaz serán esenciales para el buen funcionamiento del negocio. Finalmente, hemos querido hacer un estudio cualitativo y cuantitativo del estado actual de las *e-shop* a nivel mundial, con datos e informes recogidos desde 2011 hasta finales de 2012. A partir del análisis de este material hemos hecho una estimación de cómo debería enfocarse la apertura de una hipotética tienda *online* en la actualidad para que llegue a tener éxito y cuál será su futuro a tres años vista.

Las conclusiones extraídas de esta investigación son las siguientes:

- La venta *online* es una evolución de la venta por catálogo, que se creó para cubrir las necesidades de una parte de la población (especialmente la alejada de los grandes núcleos urbanos) y adaptada a la sociedad actual.
- Existen muchos prejuicios sobre la venta *online* que deben ser desmentidos, ya que, en su mayoría, carecen de fundamento -muchas veces no son más que bulos-.
- Para el emprendedor que quiera crear una tienda *online*, es importante tener el control absoluto de todas las decisiones y que estas hayan sido meditadas detenidamente, ya que, en caso contrario, pueden pasarle factura en un futuro.
- Existen algunos inconvenientes que hacen que las tiendas *online* no alcancen el éxito deseado; para evitarlos debería conseguirse que se parecieran lo máximo posible a una tienda física.



### **Personas con dificultad visual en los supermercados**

**Pere Peña Ribas**

El entorno que nos rodea y los elementos que lo constituyen no son accesibles a todas las personas del mismo modo, ya que no todos somos iguales y nuestras necesidades o capacidades tampoco. Por ello, actividades que para la mayoría pueden ser fáciles, para algunas personas, por sus condiciones físicas o motoras, pueden resultar complicadas e incluso a veces imposibles de llevar a cabo. Y es que muchos de los elementos que conforman nuestras vidas no han sido pensados para satisfacer las necesidades de la mayoría, sino que únicamente cubren las necesidades de un determinado sector.

Este es un estudio sobre el diseño universal dentro de los supermercados y el modo en que las personas con dificultades visuales se desenvuelven dentro de ellos. Uno de los objetivos es comprender la posición tanto de los supermercados como de las personas que forman parte de este colectivo, y comprender cuáles son las necesidades y carencias. Mediante este trabajo se ha desarrollado una herramienta dirigida

a las personas con escasa visión que les permite obtener de forma cómoda la información de los productos y normalizar su situación dentro de estos espacios.

### **Ritos y costumbres en las bodas de las tres religiones del libro (judaísmo, cristianismo e islam)**

**María Dolores López Ruiz**

El objetivo principal de esta investigación es conocer y comparar las bodas en las tres grandes religiones monoteístas del mundo (judaísmo, cristianismo e Islam). El enfoque utilizado es cualitativo. La muestra del estudio es intencional y se ha llevado a cabo con entrevistados clave: Jorge Burdam, miembro de la Sinagoga Comunidad Israelita de Barcelona; Salim Benamara, presidente del Centro Cultural Islámico Catalán e Ignacio López, sacerdote y profesor de seminarios sobre matrimonio cristiano. Los instrumentos utilizados son: registros de entrevistas, análisis de contenidos, grabación de audio, fotografías, análisis de documentos, bibliografía y relatos. Al evaluar los resultados se constata que las bodas se componen de tres grandes partes: antes, duran-

te y después. Cada una de estas partes está constituida a su vez por diferentes rituales cargados de simbolismo, creencia, ideología, que responden a una sola necesidad: la de realizar o reforzar la creencia respecto a la religión y la adoración de un dios. Analizaremos todos los rituales de las diferentes partes para establecer las similitudes y diferencias entre las tres bodas. La investigación permite romper la imagen deformada e imprecisa, así como los tópicos y creencias equivocadas que existen sobre los distintos ritos nupciales en estas tres religiones. En la estructura profunda de los diferentes rituales, aparentemente estáticos y homogéneos, hay otra realidad, que es la que intentaremos mostrar. Por último, analizaremos si en España se celebran más ceremonias civiles que religiosas. Si así fuera, estudiaremos las razones que llevan a las parejas a cambiar el rito religioso por el civil.

### **Sociedad laboral y cooperativismo como estrategia empresarial para el campesinado del Camp de Tarragona**

**Joan Casas Torras**

Son muy pocos los trabajos que intentan aportar soluciones a esta situación y, sobre todo, propuestas de solución desde dentro del sector. Por ello resulta necesario un estudio como el que propongo en este Trabajo Fin de Grado, que tiene por objetivo, además de hacer un diagnóstico del sector de la agricultura en el Tarragonès, analizar también las posibles acciones estratégicas que habría que formular e implementar mediante el cooperativismo agrario para, en caso de que no fuera posible resolverla, mejorar al menos la situación actual.

Para conseguir los objetivos planteados, se ha seguido un método de trabajo basado en una revisión teórica con el análisis de la literatura y de las estadísticas publicadas hasta la fecha (ámbito teórico) y otro basado en entrevistas a miembros de instituciones públicas y a los payeses de la Riera de Gaià, que son la base de nuestra agricultura (ámbito empírico).

En primer lugar, se hará una

recopilación de datos ya publicados y un análisis sobre el tejido agrario en Catalunya, centrado en el Tarragonès, a partir del uso de la información estadística sobre la distribución de la superficie del territorio de Catalunya, la renta agraria, la media de edad, las cooperativas que quedan actualmente y las Denominaciones de Origen. Para realizar este estudio se utilizarán estadísticas existentes sobre el sector, procedentes de sus principales organismos.

En segundo lugar se llevará a cabo un análisis empírico de la situación real en el campo del Tarragonès, basado en entrevistas a los payeses de la Riera de Gaià, que son los actores principales y que viven día a día la problemática en el campo.

En tercer y último lugar, se elaborará un diagnóstico estratégico y una propuesta de acciones estratégicas a seguir, para resolver o intentar mejorar la situación actual.

### **Twitter: la televisión 2.0** **Eloy Muñoz Bueno**

El objetivo principal de esta investigación es observar cómo conviven dos medios de comunicación distintos (Twitter y televisión) y delimitar si el uso que se hace de ambos es correcto y eficiente.

La metodología utilizada como base para la investigación ha sido la observación. Observar y entender el funcionamiento de Twitter es fundamental para desarrollar el proyecto, y al mismo tiempo, nos ayudará a entender cómo la televisión puede transportar y transformar esta herramienta según sus propios códigos de comunicación.

Es un estudio interesante e importante ya que esta es una situación que convive con todos nosotros en el día a día, de forma directa o indirecta. Estos medios están en constante transformación y, por tanto, cambiando nuestra forma de entenderlos y de comunicarnos.

### **Turismo del s.XXI: desde la casa del árbol a la cámara real** **Eulalia Cenzano Codina**

Bien entrados en el siglo XXI, y en un contexto de crisis mundial, resulta evidente que el panorama actual no es el mismo que hace diez años. Ahora bien, gracias a Internet y a las redes sociales, el valor de la comunidad y el hecho de querer formar parte de una sociedad más sostenible, han hecho cambiar los hábitos de las personas en todos los sentidos.

Así pues, a la hora de viajar, estos hábitos también están cambiando. Este trabajo pone de manifiesto que una parte de la población que viaja está buscando maneras alternativas de hacerlo, alejándose del circuito comercial habitual y durmiendo en lugares que hasta ahora no se consideraban “alojamiento”. Gracias a la *Sharing Economy* o Economía Compartida, propietarios y personas que buscan alojamiento contactan a través de distintas plataformas y redes sociales; aquí se trata de ir a la esencia del viaje, que es conocer a fondo el lugar que se visita, huyendo de la masificación y de la oferta comercial estandarizada. Como consecuencia, los barrios y los negocios que quedan fuera

de las zonas comerciales consiguen mejorar su economía. Se ha hecho un estudio sobre el perfil de usuario de este turismo alternativo, y de él se desprende que, por el momento, se trata únicamente de una minoría (personas con un alto nivel de estudios y con una buena profesión), si bien la tendencia va al alza y ya se está popularizando (jubilados, estudiantes...). Por consiguiente, podríamos decir, que el “turismo clásico” seguirá existiendo y generando riqueza, a pesar del “turismo alternativo”. No obstante, cabe hacer una reflexión y no tener en cuenta únicamente el contexto actual de crisis económica, sino también el hecho de que este fenómeno solo acaba de empezar. Estas plataformas comenzaron con timidez, a la sombra de los hoteles y de las grandes empresas, pero es lógico pensar que tarde o temprano habrá que redibujar el negocio turístico tras el escenario de la crisis. Las empresas deben estar preparadas y tener suficiente capacidad para adaptarse a las nuevas condiciones de la demanda o, lo que es lo mismo, deben diseñar nuevas estrategias para no quedar fuera del mercado.

**Viabilidad de impresión con tintas comestibles sobre soportes alimentarios**  
**Anna Ferrer Torremadé**

El tema de estudio de este proyecto se centra en la impresión de tintas alimentarias con sistemas de impresión convencionales en soportes alimenticios u otros materiales.

El objetivo era intentar utilizar las tintas alimentarias para enfatizar la diferenciación del producto, conseguir un *restyling*, ahorro en el *packaging*, primar la información imprescindible en el producto con beneficios económicos y medioambientales, así como aportar beneficios para la salud pública.

Se toma como referencia el uso de las tintas comestibles en la pastelería y la alimentación, estudiando sus sistemas de impresión, soportes y materiales utilizados. Se ha realizado una investigación primaria tomando como referencia a profesionales del diseño gráfico-químico-farmacéutico-alimentario, proveedores de tintas, fabricantes de colorantes naturales para la industria alimenticia, fabricantes de tintas para codificación industrial, fabricantes de envases, fundaciones y asocia-

ciones pertenecientes al mundo alimentario. También se han consultado diferentes normativas, leyes y códigos reglamentarios para el uso de purezas y aditivos. Existe la posibilidad de crear una tinta para imprimir en productos alimentarios, aunque para ello se debería invertir en investigación, realizar un estudio para conseguir una formulación adecuada de la tinta y que esta pueda ser patentada y aceptada según los reglamentos federales de *Council on Foreign Relations* (CFR) sobre usos y purezas de aditivos y las normas de seguridad de la *Food and Drug Administration* (FDA).

Este proyecto de investigación intenta abrir un camino para seguir concretando en las utilidades que ofrece este tipo de tintas, e intentar conseguir más inversión económica, a tenor de los beneficios que podría comportar perfeccionar y patentar una tinta alimenticia, adecuándola a las diferentes técnicas de impresión para abaratar los costes de producción en productos alimenticios, ahorrar en *packaging* innecesario y, a la vez, contribuir a la minimización de residuos por tratarse de una tinta biodegradable y reducir los residuos del embalaje de los productos.

También sería beneficioso para el consumidor evitar los peligros que comporta el contacto directo de una tinta convencional sobre productos alimentarios, debido a la gran toxicidad y a los riesgos para la salud que esto comporta.

**Red de recuperación del trazado agrícola del Pla de Barcelona**  
**Julia Mata i Riera**

El estudio que se plantea con el proyecto *Red de Recuperación Agrícola del Pla de Barcelona* se basa en la evolución de los campos de cultivo, la industria y los asentamientos humanos que se han sucedido desde el siglo V a.C. hasta la actualidad en la zona conocida como “Pla de Barcelona”, y más concretamente en el antiguo municipio de Sant Martí de Provençals. Desde sus orígenes y hasta mediados del siglo XX fue una zona predominantemente agrícola, pero a finales de este siglo la agricultura desaparece definitivamente dejando paso a la expansión urbana de Barcelona. La actividad industrial corre la misma suerte, en beneficio del crecimiento exponencial de la población durante el último tercio del siglo pasado.

La historia de la evolución económica, social, humana y productiva de Sant Martí es la base de este proyecto. El análisis histórico se hace cronológicamente a partir de la evolución del territorio, su población y el trabajo agrícola e industrial. Dentro de esta evolución, los capítulos y epígrafes del trabajo se configuran a partir del análisis histórico, y tienen como principal objetivo los hitos históricos: evolución agrícola, diseño de estructuras viarias, desecamiento de las lagunas, industrialización, formación de nuevos núcleos de población, y progreso de las técnicas agrícolas. Todo ello contribuye a la identificación de los datos que mejor caracterizan la evolución territorial y agrícola. En este sentido, se ha hecho hincapié en los siglos XIX y XX. La abundante documentación de este período facilita el análisis de la información (fotografías, datos y documentos), sobre todo a partir de finales del siglo XIX. La búsqueda y compilación de los mapas del Pla de Barcelona comporta la identificación de los usos del territorio a través de los siglos, y a la vez sirve para identificar las parcelas que se han beneficiado de los cambios producidos por la actividad humana: red hidráulica.

ca y red viaria. Juntas contienen las características idóneas para establecer un sistema agrícola eficiente. Con la confrontación de los datos recogidos, se elabora un mapa final, a modo de hipótesis, con las parcelas susceptibles de ser utilizadas para ejemplificar el proyecto *Red de Recuperación Agrícola del Pla de Barcelona*. Finalmente, mediante el ideario y la filosofía de la *Permacultura*, que comprende métodos agrícolas sostenibles, se desarrolla la hipótesis de trabajo que hace posible la realización del proyecto.

# GRADO



## **Índice de los Trabajos de Fin de Grado defendidos por los estudiantes de Grado en Diseño y aprobados durante el curso académico 2012-13**

*Ordenados alfabéticamente por autor*

### **Neus Aldea Merino**

*Print it yourself*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

### **Aida Boncompte Espunyes**

*La gráfica televisiva: análisis de la identidad corporativa de TV3 y Lleida TV*

Audiovisual

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

### **Marta Camps Fuster**

*La representación de la figura humana a través del Art Brut*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

### **Alexandra Caparrós Pérez**

*Estudios de grabación y salas de ensayo*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

### **Patricia Cardona Castro**

*Retiro*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

### **Fernanda Carrillo Arredondo**

*Tesela*

Moda

Tutores: Fran Casado y Elena Martín

### **Jessica Castaño Mateo**

*Del tótem al maltrato*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

### **Laia Delgado Asensio**

*La gráfica del bar Manolo*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

### **Alexandre Fernández Pastor**

*El video mapping como herramienta de expresión*

Audiovisual

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

### **Mar Font Ferrado**

*Nuevas miradas del proceso de enseñanza-aprendizaje a través del pensamiento creativo*

Audiovisual

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

### **Itxaso Gallardo Izcue**

*Sociedades populares como lugar de encuentro en el ámbito rural navarro*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Ana Garbayo Álvarez**

*Los sanfermines como fiesta tradicional y popular*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Enric Garrido Gabarrón**

*Letterpress, la artesanía gráfica*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Nuria Garrido Remacha**

*Horror Vacui*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

**Marina Gil Salazar**

*El fotomontaje: pequeñas dosis de realidad*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Marc Ginfrer Farrarons**

*Baukers*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

**Sergi Gómez Ruiz**

*Proyecto y gestión en beneficio del interiorista*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

**Paula González Alcalde**

*Estudios de los edificios industriales de Mataró catalogados como patrimonio arquitectónico*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

**Berta González Embún**

*El límite y el cuento literario: género literario, espacio narrativo y colaboración del lector*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Carolina Jauregui Ruiz**

*Antología de un hallazgo*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Natàlia Linares Pruna**

*La biblioteca pública virtual. Pensar en digital para abrir las puertas hacia el conocimiento*

Audiovisual

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

**Miguel Lozano Jiménez**

*Memoria de otro*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**María Marco Villate**

*Reencuentro*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Sílvia Maria Marina Ribe**

*Alzheimer*

Moda

Tutores: Fran Casado y Elena Martín

**Alejandro Marti Matilla i****Jose Rosales Cardell**

*El espectador: del pasivo al activo*

Audiovisuales

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

**Carla Martí Rico**

*David Cronenberg : la nueva carne*

Moda

Tutores: Fran Casado y Elena Martín

**Miriam Martín Ayala**

*Salvando recuerdos. Una apuesta por incentivar la vida social en los centros urbanos*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

**Zeneida Martín Castilla**

*Craftivismo, artesanía y transformación social: estado de la cuestión y oportunidades de difusión desde el diseño gráfico*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Iris Martínez Ruiz**

*El Sleep-writing como técnica de generación de ideas aplicada al diseño gráfico*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Claudio Marzá Compte**

*Monstruos*

Moda

Tutores: Fran Casado y Elena Martín

**Cristina Massot Montserrat**

*Nuevos espacios y formas de exhibición*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Ariadna Mira Pagès**

*La necesidad de pertenecer al grupo*

Audiovisual

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

**Laura Mora Melció**

*P*

Moda

Tutores: Fran Casado y Elena Martín

**Jennifer Moreno Espelt**

*La otra cara de la moneda: causas y consecuencias del lado oscuro de la creatividad*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Laia Munnà Besalduch**

*Los cuentos infantiles: de la tradición oral al cuento ilustrado*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Martin Mur Zimmermann**

*El hombre-máquina y el transhumanismo*

Audiovisual

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

**Laura Navau Sabanés**

*Zonas rurales, zonas desapercibidas*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

**Camila Francesca Otero Vegas**

*Caracas moderna*

Moda

Tutores: Fran Casado y Elena Martín

**Maria Pié Amill**

*El cooperativismo en Catalunya: síntesis historiográfica y estado de la cuestión*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Ingrid Pou Iborra**

*In Transit*

Moda

Tutores: Fran Casado y Elena Martín

**Andreu Rami Bastante**

*Butacas vacías: un conjunto de información, reflexiones y propuestas para la promoción de las artes escénicas*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Noelia Ramon Sanchez**

*Antropología del espacio. El comportamiento del individuo en el espacio público urbano*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

**María Lara Redondo Carvajal**

*Postadolescencia Autolesión*

Moda

Tutores: Fran Casado y Elena Martín

**Guillem Rodríguez Bernat**

*Romantycs*

Moda

Tutores: Fran Casado y Elena Martín

**Miquel Rodríguez Estany**

*De la representación inmaterial a la realización material*

Audiovisual

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

**Eloi Rodríguez Franquesa**

*Rollin' Blues: el blues en Barcelona*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Mariona Ruaix Martí**

*Alteraciones perceptivas del propio cuerpo por causas neurológicas*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Pedro Rufi Alsina**

*La importancia del sonido, la inclinación a escuchar la música y modos de representación*

Audiovisual

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

**Anna Ruiz Moya**

*La medicina, cerca de los mayores*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Eva Sánchez Cueco**

*No melon no lemon*

Moda

Tutores: Fran Casado y Elena Martín

**Helena Santacana Ricart**

*La resistencia de los recuerdos*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Marina Sanz Salom**

*Gestión y control del alcohol en los negocios de ocio nocturno*

Audiovisual

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

**Gerard Solsona Gayo**

*Interior de atmósfera*

Interiores

Tutores: Carles Berga y Jordi Planelles

**Joan Suárez Herrero**

*El superhéroe: análisis historiográfico, valores sociopolíticos y propaganda ideológica*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

**Esther Surrallés Roset**

*La innovación en empresas a través de los estudiantes universitarios*

Audiovisual

Tutores: Anna Urroz y Nico Juárez

**Laia Vilarrasa Vilaseca**

*Alimentación ecológica, economías locales y ética del consumo en la distribución moderna de alimentos.*

Gráfico

Tutores: Nacho Gil y Mariona García

# **Resúmenes de los Trabajos de Fin de Grado. Curso 2012-2013**

*Ordenados alfabéticamente por título*

***Alimentación ecológica,  
economías locales y ética del  
consumo en la distribución  
moderna de alimentos***

**Laia Vilarrasa Vilaseca**

El presente trabajo tiene como tema el modelo de consumo utilizado por la sociedad para adquirir los productos de alimentación: la distribución moderna, representada por los supermercados o hipermercados.

La aparición de la distribución moderna como modelo de consumo predominante en nuestra sociedad ha generado cambios gigantescos. Estos se han producido no solamente en el modo y el lugar donde los consumidores adquieren sus productos, sino también en el proceso de su producción, transformación y distribución, su embalaje, su transporte, etcétera, hasta tal punto que quizá deberíamos plantearnos qué es lo que consumimos a diario y las consecuencias, tanto para el medio ambiente como en las personas, de un acto tan cotidiano como hacer la compra. En el trabajo se expone y se analiza la forma de actuar en la distribución moderna de alimentos, así como la problemática que supone, pasando por considerar

las alternativas existentes, con el objetivo de comprobar si sería posible un nuevo modelo de consumo y cómo podría desarrollarse aplicando mejoras desde el campo del diseño gráfico.

***Alteraciones perceptivas  
del propio cuerpo por causas  
neurológicas***

**Mariona Ruaix Martí**

El Trabajo de Fin de Grado que he desarrollado tiene como tema y título: “Alteraciones perceptivas del propio cuerpo por causas neurológicas”. La intención de este proceso de exploración es averiguar todo lo posible sobre la manera en que percibimos nuestro propio cuerpo y las alteraciones perceptivas en sí mismas: cuáles son, cómo se manifiestan y qué las causa.

Todo este tipo de alteraciones, muy variadas, provocan que el enfermo que las padece se haga una idea equivocada del estado, aspecto o situación de su cuerpo o de partes del mismo. Él entiende esta percepción como real, ya que la información errónea le llega por las vías sensitivas habituales, al igual que ocurre con el resto de cosas que percibe de ma-

nera no alterada. Se crea así una contradicción no buscada entre la realidad y lo que el enfermo vive como real.

El objetivo final del trabajo es recoger la información obtenida de un campo tan amplio, especializado y complejo, como es el de la medicina, y hacerla comprensible y accesible a un público adulto no especializado. Entiendo que la formalización más adecuada para este propósito es la realización de un libro que combine texto breve e ilustración, ya que de este modo el contenido llega a través de dos medios diferentes que envían el mismo mensaje con un lenguaje claro y se refuerzan el uno al otro, creando además un valor añadido visual y estético que hace el libro más atractivo y agradable de leer.

### **Alzheimer**

**Silvia Maria Marina Ribe**

La enfermedad de Alzheimer es una enfermedad neurodegenerativa irreversible asociada a la vejez, y es también la fuente de inspiración para esta tesina.

A raíz del interés y la reacción que provoca el diagnóstico de la enfermedad en un familiar cercano doy comienzo a un estudio de los

principales síntomas que revelan la presencia de esta dolencia: la agnosia y la pérdida de memoria. Desde un principio, estos síntomas afectan a los que padecen la enfermedad, y se van agravando a medida que se suceden las diferentes etapas que la caracterizan. Provocada por la degeneración del lóbulo occipital, encargado de la percepción y del recuerdo, la realidad del paciente se deforma, componiendo otra nueva basada en experiencias anteriores unidas entre sí por fantasías “lógicas” creadas por el propio enfermo. Es de esta nueva realidad, de la “nueva” forma de percibir y leer el entorno y lo que acontece, de la que nace la colección, así como del deseo de trasladar el universo que el enfermo genera, como si fuese un collage, a un plano físico como es la moda y la indumentaria. Para ello, el proyecto parte de cuatro conceptos principales que surgen de las dos manifestaciones más significativas de la enfermedad citadas anteriormente, y del hecho de que la enfermedad vaya asociada a la vejez: la transposición de conceptos sin voluntad de transgredir, el desorden, la distorsión de las ideas y de la propia realidad, y la confusión que provocan los tres elementos anteriores.

Sin duda podría decirse que la pérdida de memoria sumada a la agnosia es igual al vacío; pero en su lugar, de manera sorprendente para el observador, surge y se desarrolla una nueva realidad que comporta creación. Justamente, esa constatación es lo que más me ha inspirado, pues he visto en esa creación —que no es más que un cambio de percepción y de interpretación de la realidad— la oportunidad de plasmarla en el ámbito artístico a través del lenguaje de la moda; y, a su vez, he podido concluir que el miedo a perder a la persona que padece la enfermedad se puede reemplazar por la posibilidad de compartir con ella un mundo nuevo y acompañarla en su creación.

### **Antología de un hallazgo**

**Carolina Jáuregui Ruiz**

El hallazgo de la obra pictórica en el domicilio de un familiar lejano es el objeto principal sobre el que gira toda la investigación de este proyecto Fin de Grado. La obra, compuesta por un conjunto de ilustraciones abstractas, se complementa con una serie de objetos personales que pertenecían a Adela Jáuregui Boscó, presunta autora

de estas magníficas composiciones: libros, revistas, recortes de periódico e incluso una agenda personal repleta de anotaciones que había permanecido en el ámbito privado.

El absoluto desconocimiento respecto a la vida y obra de la autora es el punto de partida de este proyecto que tiene por objeto compilar la mayor información posible, analizar la obra, tanto formal como semánticamente, y llevar a cabo una evaluación artística de la misma. Todo ello culminará en el diseño de un libro homenaje a Adela para dar a conocer su obra.

### **Antropología del espacio.**

**El comportamiento del individuo en el espacio público urbano**

**Noelia Ramón Sánchez**

Los espacios públicos urbanos tienen una gran importancia para la ciudad, ya que son un lugar de ocio y un punto de reunión y de encuentro para sus habitantes, en los que se crea una interacción entre las personas y el espacio. Esto nos lleva a realizar una investigación sobre el comportamiento de los ciudadanos dentro de estos ámbitos: cómo se sitúan en ellos, qué elementos tienen en conside-

ración, qué les aporta cada uno de los elementos que los componen y cómo se relacionan con los mismos.

La estructura de este tipo de espacios influye en su percepción, y es a partir de aquí cuando surgen los distintos factores analizados en nuestra investigación: la capacidad de la luz, las características del entorno, los factores ambientales, los sonidos, los volúmenes y las propiedades de sus diferentes componentes, y todos aquellos aspectos que afectan a la configuración de un lugar y que los convierten en espacios singulares. El diseño es la herramienta que permitirá crear espacios que, mediante el control de estos elementos, constituyan una experiencia beneficiosa para el usuario.

### **Baukers**

**Marc Ginferrer Ferrarons**

Mi proyecto de final de carrera está dirigido a aquellos jóvenes emprendedores que no pueden ejercer como profesionales a causa de la actual situación socioeconómica.

El planteamiento es crear un espacio de colaboración entre estos jóvenes para que puedan

actuar como profesionales: un local facilitado por las universidades, dispuestas a adoptar una forma de trabajo que permita a los profesionales independientes y a los emprendedores desarrollarse dentro de un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, y progresar con sus proyectos profesionales de manera personal pero trabajando al mismo tiempo como un equipo. Este espacio de trabajo beneficia también las relaciones estables entre profesionales de diferentes sectores, y a su vez puede desembocar en relaciones cliente-proveedor: un conjunto de nuevas sinergias que da paso a nuevas ideas, a nuevos proyectos, a nuevas empresas.

El proyecto se basa en el análisis del problema de partida: la situación socioeconómica de crisis de un país que echa a perder un futuro de desarrollo y crecimiento, y la coyuntura de una juventud con pocas oportunidades para sacar adelante su proyecto profesional.

Esto coloca al joven en una posición difícil y complicada y ante un cambio paulatino de la manera de trabajar en el mundo laboral: las grandes divisiones de las oficinas como método de trabajo ya empiezan a formar parte

del pasado y se fomenta cada vez más un sistema nuevo de trabajo, en el que compartir sirve a todo el mundo para seguir adelante y poder conseguir los objetivos profesionales. Una época ligada al nacimiento de nuevas metodologías de trabajo como el *coworking*: jóvenes autónomos y pequeñas empresas que se han visto obligados a trabajar conjuntamente para compartir gastos y reducir costes individuales.

Mi proyecto de final de carrera se propone rehabilitar un espacio real y darle un sentido, una filosofía, una integridad, una vivencia en esta dirección, para apoyar a los jóvenes estudiantes que finalicen su etapa universitaria y que ven peligrar su futuro profesional.

### ***Butacas Vacías: un conjunto de información, reflexiones y propuestas para la promoción de las artes escénicas*** **Andreu Rami Bastante**

El proyecto *Butacas Vacías* es un estudio orientado a la ideación de nuevas fórmulas de promoción para las artes escénicas catalanas. Reúne en una pieza editorial dirigida a los profesionales del sector, datos, información, reflexiones,

opiniones y entrevistas a diferentes trabajadores e instituciones culturales, para que aporten su visión del estado de la industria escénica y propongan fórmulas de mejora.

La investigación se efectúa a partir del análisis de la prensa cultural de los últimos años, a fin de comprender la naturaleza del contexto actual. Se completa con una serie de entrevistas personales a profesionales de las artes escénicas.

El proyecto se formaliza con una publicación dirigida a los profesionales de las artes escénicas, que incluye la información recogida y generada, las conclusiones extraídas, y propone sinergias de colaboración para mejorar la comunicación de los espacios teatrales barceloneses.

### ***Caracas moderna***

**Camila Francesca Otero Vegas**

Este trabajo de investigación se divide en tres apartados. En el primero se estudia la aparición de la arquitectura moderna en Europa y cómo, posteriormente, se desarrolla en Venezuela, haciendo mención de sus principales exponentes y de su importancia en



el ámbito cultural y social. En el segundo apartado se desarrolla un proyecto formal que parte de los conceptos previamente expuestos en el trabajo de investigación. En el tercer apartado se especifican los costes de producción y los costes totales para la realización del proyecto.

**Craftivismo, artesanía y transformación social: estado de la cuestión y oportunidades de difusión desde el diseño gráfico**  
**Zen Martín Castilla**

La artesanía es una de las herramientas de las que disponemos para promocionar la cultura, la tradición y las costumbres que nos identifican como pueblo. A lo largo de la historia el concepto de artesano se ha ido transformando y adquiriendo diferentes características.

En la actualidad, uno de los movimientos artesanales más notorio es el Craftivismo, que se presenta como una nueva actitud que camina hacia un cambio social. El presente trabajo recoge, en una primera parte, una revisión histórica de las transformaciones del artesano, así como una revisión del papel de la mujer; mientras

que en la segunda parte se examinan las ideas principales del Craftivismo y se plantea la posibilidad de aplicar estas ideas en beneficio de la difusión de la artesanía entre los más jóvenes.

**David Cronenberg:**  
**La Nueva Carne**  
**Carla Martí Rico**

En este trabajo se ha realizado un estudio del concepto de “*New Flesh*”, *La Nueva Carne*, inventado por David Cronenberg, un director de cine canadiense que se caracteriza por crear obras filosóficas y metafóricas en todos sus trabajos cinematográficos.

Para poder profundizar en esta idea se han estudiado los referentes y las influencias que han marcado al autor tanto en el ámbito profesional como en el personal. Estos referentes e influencias se centran en doctrinas filosóficas existencialistas, corrientes artísticas como las vanguardias y el romanticismo, y en la obra y la ideología de algunos autores por los que Cronenberg siente especial admiración.

Con este estudio se ha logrado definir las principales premisas de las que parte Cronenberg para

crear su propio trabajo filosófico: la visión de la enfermedad como liberación y la dualidad de conceptos son la base de toda su obra y, por lo tanto, se ha partido de estos dos puntos para realizar la colección final.

**De la representación inmaterial a la realización material**  
**Miquel Rodríguez Estany**

La representación visual de nuestro entorno ha sido una necesidad desde los inicios de la especie humana. La aparición de la imagen ha conseguido transformar la percepción del espacio y del tiempo que nos rodea. A diferencia de la imagen analógica, en la que el objeto era único e inalterable, junto con su proceso, la imagen digital, constituida por una secuencia binaria, pasa a ser un flujo de información desmaterializada e inmaterial que, por su propia condición, es propensa a su fácil modificación o reproducibilidad.

Nuestra propuesta pretende crear una plataforma en Internet en la que, por una parte, diseñadores y artistas puedan crear, en *software* 3D, animaciones digitales (inmaterial y reproducible), de las que

los usuarios podrán escoger después un *frame* e imprimirlo con una impresora 3D. Otra parte consiste en capturar el movimiento de una o varias personas (físico y único) a partir de la Kinect, posteriormente transformar y virtualizar este movimiento en una animación y, finalmente, imprimir la condensación temporal de este movimiento o un momento concreto. Se trata de humanizar la tecnología consiguiendo una representación virtual y material de nosotros mismos.

**Del tótem al maltrato**  
**Jessica Castaño Mateo**

Se analizan las relaciones existentes entre el ser humano y el mundo animal. Se presenta una síntesis cronológica teniendo en cuenta la convivencia entre los humanos y los no humanos para establecer los diferentes vínculos y simbolismos que han compartido hasta la actualidad.

El desarrollo de la cultura hacia una sociedad de bienestar ha provocado una alteración en el hábitat natural, y se dan indicios de maltrato animal por parte de algunos seres humanos. Por ello, se realiza un estudio de los



diferentes ámbitos en los que el animal sufre estas situaciones de maltrato.

***El cooperativismo en Catalunya: síntesis historiográfica y estado de la cuestión***

**Maria Pié Amill**

Este proyecto Fin de Grado se centra en el movimiento cooperativista en Cataluña. Un movimiento con una gran historia de evolución y de superación, que nace con la voluntad de ser algo más que un proyecto meramente mercantil, y del que cabe destacar, por tanto, los valores sociales, culturales y económicos. Por ello centraremos la investigación tanto en sus orígenes, atentos a los factores que impulsaron su creación y la proliferación de bodegas modernistas, como en la evolución de estas cooperativas y en el modo en que se desarrollan en un contexto de crisis como el actual. Se ha abordado el tema en su amplitud y se ha focalizado en las cooperativas agrícolas catalanas -un importante sector económico de Cataluña-, en un momento de cambios y de cuestionamiento estratégico.

Asimismo nos ha parecido im-

portante enlazarlo con la gráfica y la comunicación utilizada en el sector para seguir su progresión a lo largo de los años, mediante el análisis de ambos campos y la elaboración de una síntesis historiográfica y del estado en que se encuentran actualmente. Finalmente, y a partir de esta síntesis, se ha buscado una problemática que permita su formalización a partir de un caso real.

***El espectador: del pasivo al activo***

**Alejandro Martí Matilla i**

**Jose Rosales Cardell**

El presente trabajo consiste en una investigación sobre el cambio del papel del espectador frente a la obra de arte originado por algunos movimientos artísticos. Se analizan los factores que propiciaron ese cambio y su influencia en la actualidad, y se examina desde la publicidad hasta las instalaciones interactivas pasando por todo tipo de festivales basados en la participación e interactividad del público.

***El fotomontaje: pequeñas dosis de realidad***

**Marina Gil Salazar**

Para el desarrollo de esta investigación, primero hemos realizado una síntesis historiográfica sobre la manipulación fotográfica; un recorrido histórico por las diferentes etapas que ha vivido la técnica del fotomontaje, ya sea en forma de collage, de fotocollage, etcétera.

Posteriormente se ha tratado de establecer sus orígenes, explicar el contexto en el que se desarrolla, las influencias posteriores, los autores y las obras, y cómo va cobrando importancia como expresión artística desde la Primera Guerra Mundial hasta nuestros días. Una vez estudiado el marco histórico, intentamos determinar cuáles son las características de esta técnica y lo que la distingue de las demás. Finalmente, el proyecto toma forma gracias a la investigación realizada, que ayudará a establecer unas bases sólidas en la argumentación de la pieza final.

El fotomontaje se basa en la yuxtaposición de varias imágenes, a través de capas, con el fin de crear una nueva composición final.

Esta técnica nos permite manipu-

lar la información a través de la manipulación de la imagen.

Uno de los objetivos básicos de esta investigación ha sido buscar el modo de desarrollar las características que contempla el fotomontaje y aplicarlas en una formalización gráfica que reuniera todo el estudio de campo realizado previamente. De este modo se ha llegado a un concepto clave, el de la manipulación: un proyecto interactivo que oculta o camufla la información, que será alterada y ambigua a través del juego de capas.

“El fotomontaje: pequeñas dosis de realidad” es, finalmente, la pieza final que se genera sobre estas realidades camufladas, sobre la yuxtaposición y manipulación de la imagen y la ocultación en la realidad.

***El hombre-máquina y el transhumanismo***

**Martin Mur Zimmermann**

Este trabajo reflexiona sobre la intensidad de los cambios sociales y culturales que se dan en la actualidad, influidos por el nuevo uso de los medios digitales, para tratar de aproximarnos a la relación

del hombre con la tecnología, presente y futura. Se abordará el concepto hombre-máquina desde la perspectiva transhumanista, un campo fértil para esta concepción, con una revisión de las ideas del movimiento, objetivos, características, antecedentes, desacuerdos, y, en definitiva, de todo aquello que conforma el panorama actual. De este modo, trataremos de comprender el objetivo de estos ideales de mejorar la vida, y de lo que entendemos como condición humana, mediante la fusión de entes biológicos con entes artificiales. Las prácticas de dicha corriente incumben a varios ámbitos y por ello trataremos campos tan diversos como los experimentos de bioingeniería, la exploración de una nueva identidad personal, la robótica, las células madre, la regeneración de tejidos y algunas propuestas de índole moral y ética relativas al perfeccionamiento humano.

***El límite y el cuento literario: género literario, espacio narrativo y colaboración del lector***  
**Berta González Embún**

La investigación de este Trabajo Fin de Grado gira en torno al

cuento literario y al concepto del límite.

Partiendo de esta base, nuestra investigación explora desde el origen del género hasta su relación con la canción y la ilustración. Otro de los conceptos que trabajamos es la descripción del propio género, teniendo en cuenta los rincones y vacíos propios que lo hacen especial y que lo distinguen de otros géneros literarios. Lo que pretende esta memoria es llegar a una aproximación, a una descripción del género, y más adelante romper con aquello que lo define como tal o cuestionarlo para darle una nueva forma y entenderlo de otra manera. Finalmente se extraen una serie de conclusiones en torno al tema explorado y, en relación con el límite, se plantea su formalización en forma de colección de libros.

***El sleep-writing como técnica de generación de ideas aplicada al diseño gráfico***

**Iris Martínez Ruiz**

A la hora de resolver un proyecto de diseño cada diseñador tiene su propio modo de hacer. Si bien es cierto que existen unos pasos comunes en el proceso de trabajo

de la mayoría de profesionales del sector, no suelen realizarse de la misma manera, ni son siempre tareas prefijadas e inflexibles. En este estudio se analizan los métodos que siguen los diseñadores para llevar a cabo sus proyectos profesionales, divididos en métodos de caja transparente y métodos de caja negra. Con la intención de entender mejor los procesos intuitivos que ocurren dentro de la caja negra, se muestran diferentes técnicas que facilitan este tipo de procedimientos y se profundiza más concretamente en la técnica del *Sleep-writing*. Para ello, nueve voluntarios emplearán el método, facilitando datos reales del funcionamiento y sus resultados.

***El superhéroe: análisis historiográfico, valores sociopolíticos y propaganda ideológica***

**Joan Suárez Herrero**

La aparición del superhéroe creó mundos y universos llenos de individuos con superpoderes que conseguían cosas increíbles, que luchaban por la justicia y que siempre nos defendían. En la segunda mitad del siglo XX,

muchísimas generaciones se dedicaron a leer estas historias para comprender lo que significa ser un superhéroe.

Pero antes de su comercialización en masa, antes de convertirse en una herramienta para el entretenimiento y expandir todos sus universos de ficción, su aparición supuso una reacción de esperanza en un momento crítico de la historia. El superhéroe encarnaba además unos ideales implícitos, no solamente de justicia y valor, sino unos principios políticos y nacionales que buscaban la unión de un pueblo destruido por la desolación de la crisis económica. El objetivo principal de esta investigación es analizar el superhéroe desde su origen y concepto, desde su filosofía, y aproximarnos a su aparición en unos Estados Unidos en plena Depresión.

***El video mapping como herramienta de expresión***  
**Alexandre Fernández Pastor**

La siguiente investigación es una aproximación a la actual realidad del *video mapping*. Existen, por supuesto, factores que van más allá de la propia técnica y que tienen que ver con su finalidad

expresiva. Por ello esta investigación se ha planteado desde un punto de vista concreto, tratando de encontrar la relación que hay entre el *video mapping*, el engaño y la percepción audiovisual.

### **Estudios de grabación y salas de ensayo**

**Alexandra Caparrós Pérez**

El objetivo principal de esta investigación es la música. Es más fácil sentirla y reproducirla que explicarla o definirla. Todos entendemos qué es la música, pero el término tiene su origen en la griega *mousiké*, que hacía referencia a la educación del espíritu, colocado bajo la advocación de las musas de las artes. Puede decirse que la música es el arte de organizar sensible y lógicamente una combinación coherente de sonidos y silencios mediante los principios fundamentales de la melodía, la armonía y el ritmo, así como de la intervención de complejos procesos psicoanímicos. El principal cometido que ha tenido y que tendrá la música es el de provocar algún tipo de reacción o experiencia estética en el oyente.

No existe época ni sociedad en

las que la música no haya estado presente. Está en la historia de cada persona y de cada pueblo, en cada creencia y en cada costumbre. Son numerosas las manifestaciones culturales que involucran a la música: tararear, cantar, tocar instrumentos, escuchar melodías o participar en su producción; pero todas ellas tienen algo en común, y es que son producto y creación del hombre. La música es expresión y emoción; la música comunica y enseña.

Para la autora, la música ocupa un lugar muy importante en su vida y en la de su familia. Por ello ha creído oportuno escoger este tema para desarrollar su proyecto final de carrera.

Para la realización de la investigación relativa al proyecto, se ha basado en la lectura de diferentes artículos, libros, investigaciones y estudios. Se ha elaborado un breve estudio y explicación de la música como concepto base, una exposición de los géneros musicales modernos, una descripción de los estudios de grabación con los diferentes tipos de salas, y también una exposición básica de nociones relativas al sonido y la acústica. Además de esta información, se ha desarrollado un análisis de la zona donde se ha querido situar el proyecto.

### **Estudios de los edificios industriales de Mataró catalogados como patrimonio arquitectónico**

**Paula González Alcalde**

En esta investigación se estudia la historia de Mataró, una ciudad que durante la segunda mitad del siglo XIX y el primer cuarto del siglo XX estuvo marcada por la Revolución Industrial. Al igual que otras ciudades catalanas, la industria textil experimentó importantes transformaciones gracias a la incorporación de las novedades en maquinaria e hizo de Mataró la segunda ciudad más importante de Cataluña. De igual forma, esta expansión textil dejó en la ciudad un gran legado de edificios industriales, que será el núcleo principal de nuestra investigación.

Partiendo de la premisa de generar nuevas ideas e inquietudes que busquen aportar un desarrollo sociocultural a la ciudad a través de lo que es urbano, se hace una propuesta de rehabilitación para Vapor Gordils i Dalmau, un espacio fabril construido en el año 1838.

### **Gestión y control del alcohol en los negocios de ocio nocturno**

**Marina Sanz Salom**

En esta investigación estudiamos la necesidad de los bares de copas y discotecas de controlar lo que sucede en sus negocios, centrándonos en las pérdidas generadas por las invitaciones, los robos y que los empleados sirvan demasiado alcohol. Una vez conocido el problema, analizamos las herramientas que nos ofrece el mercado para hallar una solución y comprobamos que ninguna de ellas es eficaz. Así pues, investigamos cómo cuantificar la diferencia entre copas servidas y facturadas. Mediante entrevistas a empresarios del sector, veremos cuáles son sus necesidades y los sistemas que utilizan para llevar a cabo la gestión de su negocio, estableciendo así un marco en el que estudiaremos las tecnologías inalámbricas para aportar una solución innovadora y que responda a las necesidades del mercado.

### **Horror vacui**

**Nuria Garrido Remacha**

Este proyecto busca una explicación al vacío existencial que

se da en la actualidad a partir de una búsqueda en la historia y una investigación sobre el origen del concepto *horror vacui*.

Debido a las diferencias filosóficas que se dan en cada cultura, la investigación se bifurca en dos corrientes, la oriental y la occidental, con el propósito de encontrar dos puntos de vista diferenciados y poderlos comparar.

Se abordan también las diferentes corrientes artísticas que centran su forma en el vacío o la ausencia de materia poniendo ejemplos de dichas obras.

A partir de toda esta búsqueda se halla una interpretación positiva del vacío y una utilidad del mismo, lo que se empleará posteriormente como base formal del proyecto.

### **Interior de atmósfera**

**Gerard Solsona Gayo**

Mi investigación se centra en los llamados “patios interiores”, una tipología recurrente y clave en la historia de la arquitectura. No obstante, y a pesar de que se dan propuestas heterogéneas e interesantes, el patio interior sigue unos esquemas similares a nivel espacial.

Por consiguiente, sería interesante profundizarse más sobre esta tipología de espacio cerrado, que ahora mismo no tiene un uso predeterminado (en el caso de las grandes construcciones de urbes importantes, no en el de las casas y viviendas particulares): son lugares inertes, que nadie utiliza ni disfruta, con lo que se desaprovecha un espacio que podría ser muy útil en ciudades masificadas y faltas de espacio, como es el caso de Barcelona.

Con los datos obtenidos del estudio de la evolución del patio, de las necesidades sociales que intenta cubrir, así como sobre el porqué de su distribución y forma, mi intención es sacar conclusiones sobre las problemáticas de estos espacios, en especial los interiores de manzana del Pla Cerdà, y más concretamente de una de sus islas. Pretendo ofrecer al lector un análisis exhaustivo del tema con la ayuda de referencias y citas que me ayudarán a orientarlo hacia un camino más innovador e influyente, contando con la aportación de interesantes puntos de vista de artistas. El objetivo de este estudio es proponer una solución viable para el usuario, mejorando su vida en una época tan industrializada y tecnológica.

### **In Transit**

**Ingrid Pou Iborra**

La Globalización, entendida como un orden mundial, se caracteriza por la existencia de unos poderes sociopolíticos más allá de nuestras fronteras, por sistemas tecnológicos y de información de largo recorrido y por la posibilidad de crear e innovar desde cualquier lugar y hacia cualquier destino. Frente a esta situación, el nuevo individuo adopta una postura camaleónica que le permite adaptarse a cualquier circunstancia beneficiosa. La falta de atención por parte de un Estado más allá de lo nacional, preocupado por la economía, realza su *input* de atención y supervivencia. La imaginación y la creatividad en el estilo de vida individual, la capacidad de reinventarse y de reconocerse a sí mismo lo convierten en un artesano del presente.

Es el llamado nuevo nómada, un individuo en reacción permanente, que a lo largo de este trabajo definiremos en base a los distintos análisis y a las tendencias expuestas.

La metodología aplicada para el desarrollo de este estudio está basada, por una parte, en la investigación de los parámetros

actuales, que sitúan la percepción del entorno y los diferentes movimientos sociales, económicos, políticos y culturales; por otra, en las diferentes teorías filosóficas relativas a la investigación, tanto del pasado como del presente. De la investigación se ha derivado la conceptualización de las ideas planteadas en el texto junto con el estudio visual a través de la fotografía de sensaciones y percepción del movimiento en la ciudad.

Esta ha sido la base para definir una serie de características y de hechos actuales enfocados no tanto a la sociedad sino al individuo y que positivizan la situación de reacción hacia un cambio nuevo y dinámico. “El sedentario es aquel que construye ciudades para cambiar su visión, el nómada en cambio, lo hace a través de la acción de caminar”: un individuo en búsqueda de salidas a sus propias necesidades y casi obligado a permanecer en continuo tránsito, en un indefinido transbordo.

***La biblioteca pública virtual.  
Pensar en digital para abrir las  
puertas hacia el conocimiento***  
Natalia Linares Pruna

Las bibliotecas juegan un papel fundamental como centros de conocimiento y cultura para su comunidad. Partiendo de este punto de vista, el siguiente estudio tiene por objetivo presentar un análisis sobre la actual situación bibliotecaria y su adecuación a las tecnologías de la información y la comunicación. En una sociedad tan cambiante como la nuestra, es necesario estar actualizado y tener presencia en la Red para llegar a los ciudadanos. En este sentido, se busca determinar el grado de utilización de la Red por parte de las bibliotecas y, a la vez, definir qué espera el usuario de los servicios que ofrece o tendría que ofrecer una biblioteca virtual. Finalmente se presentan una serie de conclusiones sobre las expectativas de los usuarios a fin de realizar una propuesta proyectual que dé respuesta a estas necesidades.

***La gráfica del bar Manolo***  
Laia Delgado Asensio

Con mi trabajo pretendo hacer un estudio de la identidad gráfica de un bar tradicional de toda la vida como el bar Manolo, cuya definición social del propio nombre formará parte de mi investigación. Son establecimientos con una estética gráfica muy marcada que forman parte de nuestra idiosincrasia y que están resurgiendo gracias a una nueva moda. No obstante, aunque en numerosos artículos sobre tendencias, el moderno de ahora se interesa por todo lo relacionado con lo autóctono y su origen (Ambrosius, 2013), la realidad es que algunos de estos locales llevan años agonizando y no se sabe si conseguirán sobrevivir. Este tipo de diseño va más allá de ser gráficamente correcto. Tiene algo que todos reconocemos y que podríamos considerar entrañable. Vestigio de un pasado en el que la profesión de diseñador aún no existía como tal.

***La gráfica televisiva: análisis de  
la identidad corporativa de TV3  
y Lleida TV***  
Aida Boncompte Espunyes

En este trabajo llevamos a cabo una investigación sobre la televisión y la gráfica televisiva. Mediante la búsqueda bibliográfica de diversos autores, analizaremos de entrada el origen de la televisión y la gráfica televisiva, lo que nos ayudará a conseguir nuestro objetivo: averiguar qué factor o factores influyen en los cambios de las identidades corporativas de los canales televisivos mediante el análisis de dos canales de televisión. Primero examinaremos TV3, la televisión de Catalunya, y sus tres cambios corporativos, estudiando qué ha influido en ello: la situación económica, política y social del momento, la tecnología, el nacimiento de otros canales, la audiencia... Una vez estudiado el panorama televisivo general catalán, haremos una comparativa con las televisiones locales y nos centraremos en Lleida Televisió. A lo largo del trabajo veremos también la importancia del desarrollo de las nuevas tecnologías en la evolución de la televisión actual. Lo que hemos conseguido con

este trabajo de investigación, gracias a los distintos análisis, es, por un lado, ver la situación y la evolución de la televisión que ha influido en los cambios de las imágenes corporativas de los canales y, por otra, la propuesta de renovación de la imagen corporativa de Lleida Televisió, adaptada a las tecnologías del momento y que resalta los valores de la provincia de Lleida.

***La importancia del sonido: la  
inclinación por escuchar música  
y modos de representación***  
Pedro Rufí Alsina

Este proyecto se presenta como una reflexión sobre la importancia del sonido en el medio audiovisual. Se han tratado aspectos antropológicos para averiguar de dónde proviene la inclinación del ser humano por escuchar sonido/música y por intentar representarlo a través de otras manifestaciones artísticas como la arquitectura, la matemática, la danza, el videoarte o la pintura. Por este mismo motivo, la instalación que se ha creado para materializar toda la importancia que tiene realmente la música/sonido para el ser humano se centra única y exclusivamente en la que



podríamos calificar de nuestra primera experiencia audiovisual completa. Dentro del útero materno vivimos nuestras primeras experiencias sensoriales, y uno de los primeros sentidos que desarrollamos es el del oído.

En la videoinstalación se ha querido representar tanto el universo sonoro como visual que existe entre el período intrauterino y la salida al exterior, utilizando metáforas para los elementos de los que no tenemos información científica concreta y siendo precisos y explícitos a la hora de representar el choque que existe al entrar en el mundo de los agudos y de la luz.

La instalación consta de una gran cúpula que, a su vez, es una gran pantalla de leds que permite el visionado en 360 grados. El suelo de dicho espacio está recubierto de una pintura reflectante que permite que tanto la luz como la imagen nos envuelvan durante toda la experiencia. Las imágenes proyectadas son metáforas de las supuestas sombras que el individuo puede ver desde el útero materno, y de algún modo representan las sensaciones que experimentamos cuando tenemos los ojos cerrados y nos pasan objetos por delante. Las imágenes

están cargadas de simbolismo: un árbol, una ciudad, unas manos..., pero todas aparecen de manera abstracta ya que solo deben ser intuitivas. Los puntos blancos de luz son una metáfora de los poros de la piel y, a su vez, una analogía con el universo en el que encontramos cuando nos encontramos en el vientre materno, un universo sin límites, desconocido y a su vez enigmático.

***La innovación en empresas a través de los estudiantes universitarios***

**Esther Surrallés Roset**

En esta investigación se estudiará la innovación, su importancia para las empresas y la existencia hoy en día de mejores soluciones para innovar. Por consiguiente, analizaremos los factores que intervienen en la innovación y de qué manera los estudiantes pueden convertirse en generadores de ideas para innovar en las organizaciones.

Se dará también una visión sobre la asignatura de prácticas de los estudiantes como nexo entre los estudiantes y las empresas. La metodología empleada se basa en entrevistas a diferentes

estudiantes y entidades, lo que permite vislumbrar los problemas a los que se enfrentan y obtener una propuesta.

El objetivo principal es fomentar y mejorar el vínculo entre universidades y empresas y, a la vez, aportar ideas innovadoras para las organizaciones.

***La medicina, cerca de los mayores***  
**Anna Ruiz Moya**

Esta investigación tiene como finalidad analizar la suficiencia e insuficiencia de los envases de medicamentos genéricos actuales que utilizan nuestros mayores. El objetivo es sacar conclusiones para elaborar un diseño accesible a todos los ciudadanos, incluso para aquellos más desfavorecidos o incapacitados a causa de la edad y otras enfermedades crónicas o por patologías propias de este período vital. A lo largo de este proyecto se hace una investigación documental y contextual en torno al mundo de los productos farmacéuticos, visualizando su funcionamiento, la repercusión de la industria y el vínculo que se establece entre medicamento y consumidor, en este caso el consumidor de edad avanzada. Se ha

hecho un examen analítico de los comportamientos y actitudes ante los cinco fármacos genéricos más consumidos y prescritos para la gente mayor en términos de ergonomía, legibilidad, visualización, comprensión e identificación. Se ha contrastado este análisis con la opinión consensuada de profesionales de la salud para sacar conclusiones y elaborar, de manera precisa, el perfil del usuario y las necesidades aún pendientes de satisfacer. En consecuencia, en los envases evaluados la dificultad radica en la falta de elementos gráficos y estructurales adecuados para una buena administración entre los usuarios más mayores. Queda constancia de que hay que implementar mejoras y de que los organismos de control y las industrias farmacéuticas deberían tomar las medidas oportunas.

***La necesidad de pertenecer al grupo***

**Ariadna Mira Pagès**

¿Cómo afectan las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a la socialización? ¿De dónde nace el éxito de las redes sociales? ¿Han cambiado los hábitos de comunicación entre



las personas a través de ellas? El estudio, realizado desde la sociología y la antropología, nos lleva a la conclusión de que somos seres sociales por naturaleza y de que tenemos la necesidad de pertenecer a un grupo. En el estudio y el análisis de las redes sociales hemos podido deducir que el éxito de las redes sociales *online* se debe a que facilitan y amplían los comportamientos de las redes analógicas. Las tecnologías de la información y la comunicación han hecho posible que esta evolución digital *online* se haya podido realizar. A partir de los casos de estudio de redes sociales y de comunidades online con intereses comunes se ha llegado a la propuesta proyectual de una *app* para *smartphone* de una comunidad para diseñadores y creativos, que cubriría la necesidad de pertenecer a un grupo, unidos por sus intereses comunes.

***La otra cara de la moneda: causas y consecuencias del lado oscuro de la creatividad***  
Jennifer Moreno Espelt

En las últimas décadas se ha dado mucha importancia a la creatividad desde distintos ámbitos y

perspectivas. Se ha investigado en campos como la política o la ciencia, así como en la economía o el diseño, y la mayoría ha defendido que la creatividad es una herramienta muy positiva y útil para resolver cualquier tipo de problema. Y así es en muchos casos, pero toda luz proyecta una sombra y la capacidad generativa no es una excepción.

Así pues, la creatividad es una moneda que tiene dos caras: la cara (la positiva) y la cruz (la negativa). El objetivo principal de este estudio es analizar la cruz, o parte oscura, de la creatividad, darla a conocer a aquellos que quizá ignoraban su existencia y hacer reflexionar a los profesionales y estudiantes de diseño.

Para hacerlo y acotar unos límites asumibles respecto al tiempo disponible, se analiza la cara negativa de la creatividad aplicada a nivel profesional (concretamente en el diseño gráfico) y se usa el modelo de las 4 Ps de Rhodes, examinando por separado cada una de ellas (Producto, Entorno, Proceso y Persona).

***La representación de la figura humana a través del Art Brut***  
Marta Camps Fuster

Cuando se explora el amplio terreno de la retratística se descubre su conexión con el Art Brut, el arte de las personas con problemas mentales. A partir de este hallazgo se plantean diversas relaciones entre los dos mundos: el retrato y el Art Brut; el consciente y el subconsciente; la pintura y la fotografía. El objetivo principal es hacer llegar este arte a la sociedad.

***La resistencia de los recuerdos***  
Helena Santacana Ricart

Este trabajo nace del desasosiego que produce pensar qué ocurrirá con los recuerdos de las personas cuando estas desaparezcan. El tema central de la investigación ha sido la memoria. En primera instancia se trata el tema desde un punto de vista neurológico, y en segunda instancia desde un punto de vista mucho más social. Por último, el foco de atención es el fenómeno de los recuerdos flashbulb, del que nace mi deseo de plasmar los recuerdos de las personas.

***Letterpress, la artesanía gráfica***  
Enric Garrido Gabarrón

“*Letterpress, la artesanía gráfica*” analiza el motivo por el que algunos talleres y estudios ubicados en Barcelona han decidido recuperar técnicas de impresión que parecían estar en desuso. Se trata de nuevos modelos de artesanía gráfica, que recogen el conocimiento del pasado a través de maquinaria antigua y de materiales gráficos a los que se ha decidido dar una segunda oportunidad. Para comprender mejor en qué consiste esta artesanía, estudiaremos cómo se ha desarrollado a lo largo de la historia, qué vínculos ha tenido con el diseño y cómo se estructura en la actualidad.

***Los cuentos infantiles: de la tradición oral al cuento ilustrado***  
Laia Munnà Besalduch

El cuento es un género que se ha empleado como medio narrativo para transmitir historias desde el inicio de los tiempos. El ser humano empezó a contar mucho antes de aprender a escribir, y ya utilizaba la narración oral para expresar sus miedos, inquietudes y valores morales. A lo largo de la

historia, han aparecido nuevos recursos narrativos, pero las formas primitivas se han conservado y siguen teniendo vigencia.

El presente trabajo intenta realizar un estudio sobre los orígenes y la evolución de la narración, haciendo un recorrido desde la tradición oral al cuento ilustrado y haciendo especial hincapié en el cuento infantil por su importancia dentro del género.

Mediante este análisis se pretende establecer las cualidades de la transmisión original del cuento, es decir, la transmisión oral; de qué modo podrían potenciarse y, sobre todo, qué puede aportar el diseño gráfico a la cuestión.

***Los sanfermines como fiesta tradicional y popular***  
**Ana Garbayo Álvarez**

Las fiestas están presentes en nuestra vida desde hace siglos, como parte de nuestra sociedad y de nuestra cultura. A lo largo de los años han marcado ciclos y sucesos importantes, y se han ido adaptando y desarrollando hasta configurar lo que son hoy las fiestas populares.

En España, la influencia de culturas diversas a lo largo de los siglos

se refleja en las diferentes tradiciones y en sus características: no hay una fiesta igual a otra; cada una tiene su esencia, su tradición y su historia. Con el tiempo se han ido popularizando y la participación ha ido aumentando cada año, consiguiendo integrar a los visitantes, hacer que formen parte de ellas. Si bien el turismo contribuye al mantenimiento de las fiestas y de muchos comercios, esta afluencia no siempre es positiva ya que, al masificarse, las tradiciones se ven desnaturalizadas por otros actos más primarios. Este es el punto de partida de mi tesis: que los participantes foráneos ignoran el sentido y las costumbres necesarias para vivir y comprender plenamente las fiestas. La investigación ha evidenciado que es necesario facilitarles toda la información, de forma sencilla y clara, para que puedan disfrutar de las fiestas con todos los recursos necesarios, ayudarles a comprender mejor las tradiciones y enseñarles las normas a tener en cuenta. Concretamente mi trabajo se centra en las fiestas de San Fermín desde el punto de vista de su idiosincrasia, sus reglas y sus tradiciones.

Mi propuesta es la creación de una empresa dedicada a facilitar

información a los visitantes, de manera básica y concisa, para que puedan conocer mejor las fiestas y puedan disfrutar plenamente de ellas. La formalización constará de un kit y un manual de supervivencia dotado de los elementos necesarios para su absoluta integración en las fiestas, además de una aplicación móvil y página web complementaria que permitirán “sobrevivir” y estar permanentemente informado de lo que sucede en los Sanfermines. Esta formalización está pensada para poder desarrollarse también con otras fiestas populares de España como la Tomatina, la Feria de Sevilla o la Batalla del Vino, entre otras.

***Memoria de otro***  
**Miguel Lozano Jiménez**

Todo empieza con una idea que surgió por casualidad mientras ordenaba una caja llena de trastos viejos para decidir cuáles conservaba y cuáles iba a tirar. Durante esa catalogación encontré un juguete de mi niñez que me hizo recordar buenos momentos del pasado y que me llevó a plantearme cómo era posible que sintiera tanto afecto por un objeto, por

algo inanimado. En él se aglutinaban recuerdos de mi infancia y también mis sentimientos. Tras meditarlo durante un tiempo, creí que sería interesante dedicarle un trabajo de investigación, que tendría una posterior formalización gráfica. Con ese objetivo he llevado a cabo este proyecto sobre las relaciones y sentimientos que surgen entre personas y objetos. Me propuse llevar a cabo un estudio de campo para poder abordar el tema con mayor amplitud. El primer problema que se planteó nada más empezar fue: ¿Dónde busco a la gente y cómo la relaciono con los objetos?

Gracias a mi investigación teórica llegué a la conclusión de que el objeto que más posibilidades tenía de guardar vínculos emocionales con alguna persona era el de segunda mano, puesto que ya había tenido uno o más dueños. Por ello decidí ir a los mercados de venta de objetos de segunda mano para hablar con los compradores, justo después de la adquisición del artículo en cuestión. Me interesaba conocer cómo la gente interpreta y ve las relaciones entre la persona y un objeto ajeno. De este modo la información no sería malinterpretada al no interferir las propias emociones.

**Monstruos****Claudio Marzá Compte**

Carl Gustav Jung (1946) afirma que lo feo de hoy es un signo de grandes transformaciones futuras. Es así como el genio tiene que afrontar en algunas ocasiones el papel de monstruo, ya que la contemporaneidad de sus pensamientos provoca un conflicto en el orden de la sociedad en la que vive.

A veces el monstruo se convierte en héroe o villano, y por ello en esta investigación analizaremos los procesos y factores de desarrollo de la monstruosidad y la genialidad, cómo se desarrolla en la sociedad y las características tanto físicas como psíquicas del monstruo.

**No melon, no lemon****Eva Sánchez Cueco**

Reflexión sobre el funcionamiento del cerebro ante el proceso de percepción visual, sus mecanismos adaptativos y el cambio de la sociedad hacia la desatención.

**Nuevas miradas del proceso de enseñanza-aprendizaje a través del pensamiento creativo****Mar Font Ferrado**

En esta investigación se ha intentado abordar el tema del *design thinking* o pensamiento creativo aplicado a la educación, entendida como un proceso continuo de desarrollo de los individuos a lo largo de toda su vida que empieza casi desde el momento del nacimiento. Se han investigado los métodos de enseñanza-aprendizaje actuales con sus pros y sus contras, y también las causas y consecuencias negativas y positivas, cómo se aplica la creatividad, la influencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el sistema educativo, la formación del profesorado y su figura, las necesidades individuales y, finalmente, una visión general sobre nuevas metodologías de enseñanza como las propuestas en el marco de la Escola Nova.

El uso de la creatividad ha sido la piedra fundamental en el desarrollo de esta investigación. Se parte de la base de la creatividad para cualquier forma de pensamiento y de la creación de nuevas metodologías asociadas que puedan

ser aplicables a un contexto educativo o a un contexto proyectual, propio del pensamiento de diseño.

Por este motivo se ha estudiado el diseño como disciplina, cómo ha ido evolucionando a lo largo del tiempo y cómo ha ido mutando su concepción y estudio, de tal modo que se ha empezado a plantear como una metodología propia y una manera de pensar y de encontrar soluciones concretas a problemáticas concretas. El llamado *Design Thinking*. Finalmente, se exponen aproximaciones que pueden ser aplicables al contexto de la educación mediante esta nueva visión de pensamiento creativo. Se han citado metodologías y teorías como el constructivismo, el dadaísmo, la gamificación, el *storytelling* y el retorno al aprendizaje por descubrimiento.

“Ayudar a los estudiantes a pensar de forma creativa suele considerarse uno de los objetivos clave de la educación” (Steinbeck, 2011).

**Nuevos espacios y formas de exhibición****Cristina Massot Montserrat**

Los nuevos espacios y formas de exhibir el arte es un tema a tener en cuenta en la actualidad. Para realizar este estudio ha sido necesario remitirnos al arte objetual, su evolución hacia el arte conceptual, así como profundizar en los diferentes espacios expositivos. El presente trabajo examina soluciones alternativas a la producción museográfica actual para adaptarse mejor a la sociedad actual. En una primera fase se exploran los ámbitos de referencia que afectan al tópico, la evolución histórica del ámbito museístico, así como los nuevos espacios expositivos que han aparecido en los últimos años. A continuación se orientan y discuten los resultados de la investigación, y se formulan unas conclusiones.

**Postadolescencia Autolesión****María Lara Redondo Carvajal**

En la presente investigación se ha realizado una inmersión en la psicología evolutiva, con el propósito de analizar la llamada etapa de la edad adulta emergente

o postadolescencia -período que se sitúa entre la adolescencia y la fase de adultez-. El objetivo principal ha sido dilucidar y entender qué motiva las conductas autolesivas y suicidas que se dan en parte de la juventud de los países industrializados. Este estudio y sus posteriores conclusiones han constituido el paso previo al desarrollo de una propuesta proyectual, que es la realización de una línea de prendas.

## P

### Laura Mora Melció

El medio ambiente y el espacio físico son dos aspectos fundamentales en el campo del diseño; preocupan a los diseñadores y se tienen en cuenta a la hora de diseñar. Actualmente existe el *Design Thinking*, una manera de pensar y diseñar que reduce riesgos y aumenta las probabilidades de éxito. Es aquel diseño que tiene como primera preocupación las necesidades del hombre y que conecta diferentes disciplinas como la psicología, el marketing, la ingeniería... para llegar a una solución rentable, viable y satisfactoria. En muchos campos del diseño se trabaja aplicando el

*Design Thinking* sobre todo en el diseño de producto y de *packaging*. *Packaging* es un término que sintetiza el concepto de envoltorio, envase o estuche de un producto cuya función es proteger, conservar e identificar el producto que contiene.

### **Print it yourself** **Neus Aldea Merino**

Actualmente el reciclaje, la reutilización y la reparación de los utensilios ha dejado de ser una mera obligación para convertirse en un estilo de vida. En este sentido es interesante analizar la cuestión del tratamiento de residuos en la ciudad de Barcelona, que mejora día a día. No hablamos simplemente de la separación de basura o de las “*deixalleries mòbils*”: también podemos encontrar interesantes cursos de formación en centros cívicos, como la entidad “*Millor reparat que nou*” donde se enseña a reparar electrodomésticos para poder alargar su vida, también la empresa “*L'estoc*”, que colabora con personas discapacitadas para reparar muebles viejos que luego vende en su tienda. Por otro lado, las necesidades de la sociedad de consumo han

generado una evolución técnica casi constante para obtener objetos con un coste de fabricación más reducido, y desde hace más de una década la tecnología ha centrado sus fuerzas en conseguir una máquina capaz de crear objetos antes imposibles de conseguir con los métodos tradicionales de fabricación. Finalmente, y después de muchos intentos, se consiguió la impresión aditiva por capas, un sistema de impresión -mayoritariamente de crecimiento vertical- que va colocando partículas de un material térmicamente fundible una encima de otra: de esta manera, sin perder tiempo en moldes, se puede conseguir todo tipo de prototipos, en pocos minutos y a partir de un modelo diseñado por ordenador en 3D. Gracias a este sistema de fabricación se consiguen crear unos objetos dentro de otros, e incluso objetos ya ensamblados entre sí. Este sistema presenta un sinfín de posibilidades y de variables impensables aún por descubrir, pero -como toda fabricación- también genera residuos. El estudio de las impresoras 3D y la detallada observación del proceso de reciclaje en la ciudad de Barcelona ha servido para unir dos mundos muy alejados en un

principio, pero que, gracias a la conciencia medioambiental, es cada vez más factible asociar: no podemos evitar el consumo, pero sí podemos llevar a cabo una fabricación correcta y controlada.

### **Proyecto y gestión en beneficio del interiorista** **Sergi Gómez**

La intención de esta investigación es mostrar la manera de centralizar en la figura del interiorista todos aquellos aspectos y tareas que se originan en la rehabilitación de una vivienda, donde por lo general se distribuyen los papeles entre diversas personas o entidades. Se ha afrontado el trabajo como un primer acercamiento al mundo real, contemplando la optimización de las gestiones en beneficio del interiorista y de un ahorro para el promotor. Para contextualizar la temática, se ha llevado a cabo un análisis de la situación actual del sector de la construcción. Además se ha realizado un estudio de todas las áreas que contempla (obra residencial, no residencial, rehabilitación e ingeniería civil), y de su situación y previsión a nivel europeo y estatal. Este bloque se ha analizado a

partir de los datos del Instituto de Tecnología de la Construcción de Catalunya, que ofrece un sumario en el rendimiento del conjunto y permite extraer conclusiones directas de fuentes fiables, procedentes del Euroconstruct.

Una vez encauzado el proyecto, se ha procedido a la elección analítica de uno de los componentes que forman el área del sector (rehabilitación), y a la investigación de su funcionamiento y práctica. El proyecto tiene como objeto de estudio la rehabilitación, y en concreto de la tipología “vivien-da”. Dentro del proceso de trabajo que se sigue en todo proyecto de rehabilitación, se ha hecho un análisis de las diversas figuras operativas que intervienen directa o indirectamente, los papeles que desarrollan y hasta qué punto pueden llegar a ser necesaria su intervención en los trabajos que desempeñan. De este análisis se han obtenido estrategias para concentrar los cometidos de los diversos colaboradores en una única figura profesional, en este caso la del interiorista.

### **Reencuentro** **María Marco Villate**

La agrupación de las personas, según su grado de capacidad creativa, plantea interrogantes acerca de las causas de la diferenciación entre individuos más y menos creativos. El motivo de esta clasificación reside en la existencia de una serie de dicotomías presentes en la personalidad creativa, entre las cuales se encuentra la androginia psicológica, rasgo que se presenta como ejemplo y caso de estudio en este trabajo.

La investigación llevada a cabo pretende poner de manifiesto la relación existente entre estos dos fenómenos, creatividad y androginia, con el fin de determinar el punto donde sus significados convergen. Teniendo en cuenta que ambos campos son extremadamente amplios, la investigación queda acotada al estudio de cada uno de ellos desde un punto de vista psicológico, íntimamente ligado a los procesos cognitivos producidos en la psique del individuo.

### **Retiro** **Patricia Cardona**

La relación que existe entre el estudio o formación del usuario y su vida es el propósito de este trabajo. Se han investigado diversos espacios e instituciones que han servido al usuario para formarse, pero que a la vez le están llevando a seguir un estilo de vida determinado. No es tan importante el estilo de vida que este pueda llevar, como la organización de dichos espacios y su relación con el usuario.

Estos espacios se han valorado desde el conocimiento de la diversidad espacial, funcional, de influencia y de organización para tener una perspectiva más global sobre el tema; por lo tanto, entenderlos desde sus orígenes en la historia y conocer algunos ejemplos existentes en la actualidad ha sido esencial para el trabajo.

Se ha llevado a cabo un análisis desde los orígenes históricos de la biblioteca, así como de sus necesidades espaciales y arquitectónicas actuales, a partir de “La arquitectura de la biblioteca” (Romero, 2003). En segundo lugar, y en cuanto a la organización espacial, el estudio de los monasterios y claustros ha servido para enten-

der esta idea formal de la “vida contemplativa” de la Edad Media y la formación del usuario: cómo se organizaban estas estancias, cuáles eran las circunstancias de ese aislamiento y qué formas de aislamiento se podían experimentar. La parte temática de la investigación más cercana a nuestros días, como son las residencias estudiantiles o colegios universitarios, es otro de los puntos a tratar. Se han investigado los orígenes de la residencia de estudiantes, y algunos ejemplos formales y de interés en cuanto a organización, como la Residencia de Estudiantes (Madrid) o el Eaton College (Inglaterra). También se han tenido en cuenta los servicios y estructuras que tienen muchas de las residencias más frecuentadas en Barcelona. Y también se ha contemplado otra tipología de residencia que podemos calificar de más disciplinaria -en el caso del ámbito deportivo- como son los centros de alto rendimiento. Por último, los casos anteriores nos llevaron a abordar otro tema que ha sido muy importante para la investigación: los espacios de abstracción o meditación. Estos pequeños espacios se conciben como lugares para “huir del *molto vivace* de la urbe y refugiarse en el



tempo sosegado de la naturaleza. El sueño secreto de los ejecutivos agresivos es y ha sido también el *modus operandi* de pensadores y creadores célebres, que plantaron su escritorio en un pequeño cubículo perdido en medio de ninguna parte.” (El mito de la cabaña, 2011).

**Rollin' Blues: el blues en Barcelona**  
**Eloi Rodríguez Franquesa**

*Rollin' Blues* es un proyecto que versa sobre los músicos de blues y su entorno. Este trabajo sirve para acercarnos a las personas que crearon un estilo que cambió el rumbo de la música y sentó las bases de la música moderna. Se trata de una aproximación a su historia, sus precedentes, su origen, su evolución, sus representantes más grandes y más reconocidos, y su legado. Por último, este proyecto incluye una serie de conversaciones con músicos en activo, tanto profesionales como amateurs, de la escena actual de Barcelona, que nos permiten conocer numerosas experiencias y anécdotas de sus vidas, su evolución como músicos —desde su infancia hasta hoy—, sus motivaciones para aprender, sus primeras notas, sus primeros

grupos, sus pasos por el directo, etcétera; y reflexionar sobre temas relacionados con el mundo del blues y la música en general, tales como las academias de música, las drogas o las *jam sessions*.

**Romantycs**

**Guillem Rodríguez Bernat**

Este trabajo se propone analizar toda una generación, la llamada Generación Y, considerada la primera nacida en la era globalizada por Internet y las tecnologías 2.0. Las redes sociales tienen un papel muy importante en la vida de estos jóvenes, ya que implica una evolución en la forma de comunicarse y relacionarse. Dentro de las redes sociales circulan constantemente millones de imágenes que dejan en un segundo plano la comunicación escrita. Esto conlleva una evolución de la comunicación escrita a la comunicación visual. En estas páginas se examinan los condicionantes de esta generación, así como su forma de ser y su *modus operandi*. El motivo de este trabajo es el análisis comparativo entre los jóvenes de hoy y las bases conceptuales del movimiento romántico del siglo XIX, ya que en

ambos movimientos se advierte un escapismo que es la raíz de los cambios producidos en ambos períodos históricos.

**Salvando recuerdos. Una apuesta por incentivar la vida social en los centros urbanos**  
**Miriam Martín Ayala**

El problema de la descentralización comercial, introducida hace ya más de una década, es su impacto en los centros urbanos y sobre algunos sectores sociales. La apertura de grandes centros comerciales en la periferia de las ciudades, como es el caso de Mataró, provincia de Barcelona, supone un cambio en la distribución lógica de las ciudades, donde tradicionalmente el ocio y el comercio se localizaban en el centro por su fácil acceso. Con la aparición del Centro Comercial Mataró Parc se produjo una descentralización del ocio y, por añadidura, del cine, ya que cerraron más de nueve salas en el núcleo urbano de Mataró y se trasladaron las proyecciones cinematográficas a las afueras. La progresiva desaparición de salas de cine en los núcleos urbanos agrava esta necesidad de crear un

emplazamiento urbano donde la sociedad tenga la posibilidad de seguir estableciendo un vínculo con el cine y donde se siga compartiendo esta afición como un ocio colectivo. Es indudablemente un ocio necesario en los momentos que vivimos, en que la crisis general que vivimos hace indispensable la comunicación colectiva: “El cine es un fenómeno social que puede unir a las masas y prácticamente nadie analiza como tal, porque recordémoslo, ¡las películas son cultura!” (Cuevas, 2011). La descentralización del ocio a la periferia de la ciudad provoca un descenso considerable de afluencia en el centro urbano, lo que hace peligrar el comercio tradicional. Aun así, desde hace unos años ya se empieza a ver la voluntad de recuperar el comercio tradicional, de reconquistar la ciudad para el ciudadano, de hacer revivir las ciudades, de humanizar la calle y los espacios públicos, así como de revitalizar los mercados locales y los productos ecológicos de la propia comunidad, etcétera: una crítica creciente a la forma de vida relacionada con las catedrales del consumismo, los centros comerciales gestionados por multinacionales. Se trata de un proyecto en el que



el consumidor estará dispuesto a pagar por sus beneficios. Buena muestra de ello son las entrevistas que se han llevado a cabo, además de las noticias que corroboran y reafirman esta necesidad. Se pretende atestiguar, con este proyecto, la necesidad de un cine urbano en Mataró, y, en consecuencia, de la vida urbana.

### **Sociedades populares como lugar de encuentro en el ámbito rural navarro**

**Itxaso Gallardo Izcue**

Una de las razones que hacen de los pueblos lugares tan diferentes y especiales son las relaciones que se establecen entre las personas que los habitan. En Navarra y el País Vasco las sociedades populares son espacios catalizadores donde se manifiestan estas relaciones. El presente trabajo indaga en el valor sociocultural de dichas sociedades como lugares de encuentro dentro de su ámbito geográfico.

En una primera fase de estudio se consulta bibliografía y todo tipo de documentación sobre las sociedades populares y su incidencia en la esfera social. A continuación, se realiza un trabajo de

campo que, mediante entrevistas e interacción con el contexto, nos permite adentrarnos en su historia, valores y principios. Todo ello concluye con la estimación de los hallazgos y con un proyecto editorial que, por medio del diseño gráfico, permita formalizar esta investigación.

Para dejar constancia de todo lo que representa una sociedad popular, la alumna decidió hacerlo a través de un libro-objeto y la mirada gráfica de una persona que pertenece a una sociedad popular: un libro de fotografías que muestra diferentes aspectos de las sociedades divididos por capítulos. El libro comienza con una breve introducción sobre el motivo de su publicación y sobre la historia de las sociedades, a la que sigue un primer capítulo sobre fotografías históricas que, al ser de archivo, tienen un tratamiento gráfico diferente al resto de capítulos. A lo largo del volumen encontramos algunas de las frases que los entrevistados mencionaron durante las entrevistas, y que refuerzan las tesis de la investigación. Y por último, los agradecimientos y las colaboraciones.

El libro está escrito en los dos idiomas que se hablan en Euskal

Herria, el castellano y el euskera, lo que también da juego a la hora de marcar una gráfica.

### **Tesela**

**Fernanda Carrillo Arredondo**

Este trabajo de investigación surge a raíz del magnetismo que genera la geometría del *origami*. Partiendo de la idea de tesela como la pieza que conforma un mosaico e investigando sobre los tipos de *origami*, se descubre el teselado regular, en el que el triángulo se reparte por toda la superficie sin cambiar de dimensión: con ello se consigue la homogeneidad, pero también se pone de relieve la importancia de cada unidad. Referencia principal es el *zen*, como una forma de entender y vivir la vida, así como de abstracción y búsqueda de un espacio íntimo, del que nacen el *wabi-sabi* y el *origami*. El primero, como la emoción que puede obtenerse de un objeto vivido y “marcado” por el paso del tiempo. El segundo, como concepto extraído del *zen*: el ritual de la creación del *origami* es el elemento constructivo principal de la propuesta y destaca la geometría perfecta de sus formas y su fácil elaboración mediante un plano de

teselado triangular. Esta técnica genera una forma dinámica que consigue pasar de una superficie plana a un objeto en tres dimensiones mediante el movimiento. Nos planteamos la tesela como una representación sensible del ser humano en búsqueda del orden, como una manifestación real o imaginaria que expresa percepciones, emociones y sensaciones a través de sus recursos modulares, plásticos y lúdicos: la tesela es una parte dentro del conjunto, como lo es el yo dentro del grupo. A partir de este pensamiento inicial, ordenamos la investigación como un proceso y la centramos en la mujer japonesa, en su papel dentro de la sociedad y cómo ha ido cambiando a lo largo de la historia. Hacemos especial hincapié en la mujer japonesa contemporánea y en las acciones por cambiar su papel en la jerárquica sociedad nipona. Supeditada a la discriminación por razón de sexos en el terreno laboral, sus condiciones no tan solo no mejoran sino que empeoran (Global Gender Gap Report 2012).

Como concepto paralelo planteamos el empoderamiento. El concepto de empoderamiento se utiliza bastante en la actualidad para entender la dinámica

de cooperación al desarrollo y/o de género: a fin de fortalecer las capacidades, siempre ha sido una de las metas ancestrales del ser humano mostrar confianza y protagonismo, ya sea de forma individual o grupal. Considerando que la mujer japonesa ha pasado de ser una esposa servil a ganar terreno en la igualdad de derechos, cada vez hay más mujeres en cargos directivos y son tenidas en cuenta con mayor frecuencia. Sin embargo, queda aún camino por recorrer, por lo que tratamos de promover un cambio individual en medio de la acción colectiva mediante una nueva imagen de las mujeres japonesas. Utilizamos el teselado regular, compuesto por unidades triangulares, como una representación simbólica de la unidad y del colectivo. Se genera de este modo una estructura dinámica que permitirá explorar diferentes configuraciones geométricas bidimensionales y tridimensionales, y que podrán estar sujetas a la intervención del usuario. Como resultado de este trabajo de investigación se ha elaborado una colección de ropa de mujer de prêt-à-porter para otoño de 2013, donde se establece un diálogo entre tejidos y detalles de prendas clásicas de

sastrería masculina. Destaca la simbiosis de la sobriedad de las prendas con la geometría y la fuerza del *origami*, que se muestra como una coraza perfectamente estructurada, un refugio que protege el interior pero que al mismo tiempo resalta la fuerza interior de quien las viste.

**Zonas rurales, zonas desapercibidas**  
**Laura Navau Sabanés**

Este estudio parte de algunas preguntas sobre el mundo rural: ¿Por qué ha estado tanto tiempo obsoleto? ¿Cuál o cuáles fueron las causas de la despoblación masiva que sufrió? ¿Todavía la padece? La base de la investigación es responder a estas cuestiones mediante el análisis del marco histórico de la población rural desde el siglo pasado hasta nuestros días, obtener conclusiones y comprender qué está sucediendo hoy en día. Temas de actualidad como la crisis económica y de valores tienen mucho peso en los recientes cambios de pensamiento de la población actual. El hecho de buscar valores más allá de lo material y relacionados con el consumo origina un nuevo interés

hacia la persona, el espacio que la rodea, el bienestar, el ocio..., y eso convierte al turismo rural en un destino ideal para aquellos que busquen estos valores o algo nuevo.

El turismo rural ha supuesto que el patrimonio cultural de muchas poblaciones se convierta en un recurso de ocio y educativo: estas zonas, hasta ahora olvidadas, vuelven a cobrar vida y empiezan a ser puntos de interés para el público.

La investigación se basa en el estudio de una población concreta para poder dar unas respuestas más claras y, a la vez, ejemplificar los casos a partir de hechos reales. El conocimiento más amplio de la población rural de Cubells pone de manifiesto que en esta zona, a pesar de su importancia, aún quedan muchas cosas por descubrir tanto para la población como por los visitantes.

Los resultados de nuestro estudio revelan que algunas zonas rurales hasta ahora obsoletas poseen, sin embargo, características apreciadas a nivel mundial. A pesar de ser un tema de actualidad, el mundo rural es aún un destino desconocido, y vale la pena ahondar para descubrir el modo de potenciar estas zonas.



Pujades 118 · Barcelona 08005  
[www.bau.cat](http://www.bau.cat) · [info@bau.cat](mailto:info@bau.cat)  
[www.gredits.org](http://www.gredits.org) · [gredits@bau.cat](mailto:gredits@bau.cat)