

IIa. Escola d'art i disseny

24

25

Projectes Finals
2n curs

Cicles
Formatius

de Grau
Superior

Gràfica
Publicitària

Grà fica PU bli ci tària

24-25

PREMI
AL MILLOR
PROYECTO
FINAL
de Gráfica
Publicitaria
2024-25



Tíramela és un podcast en el qual avis i àvies amb molta experiència responen consultes reals amb humor, afecte i veritats absolutes. Un consultori sense filtres on explicar el que et passa i escoltar el que no t'esperaves (però potser et calia). Al llibre es recullen els tres primers episodis de la temporada. Sense vergonya i amb molt d'amor, creant un pont entre dues generacions.



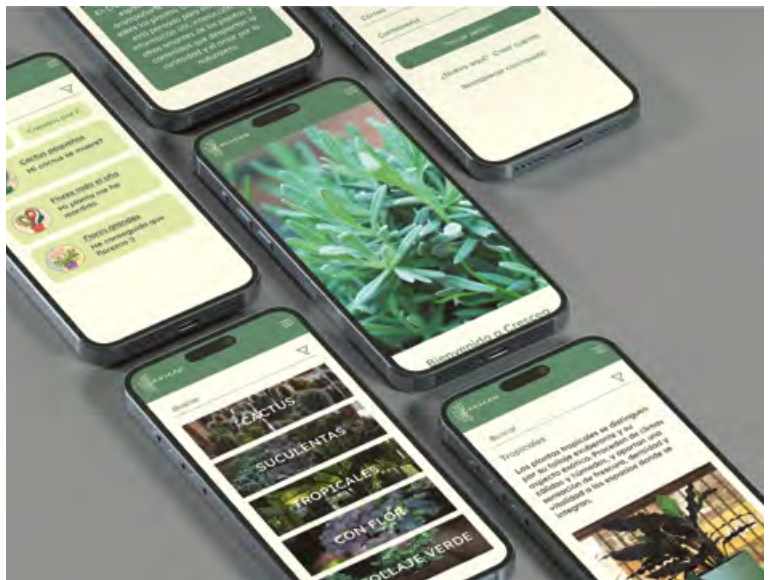
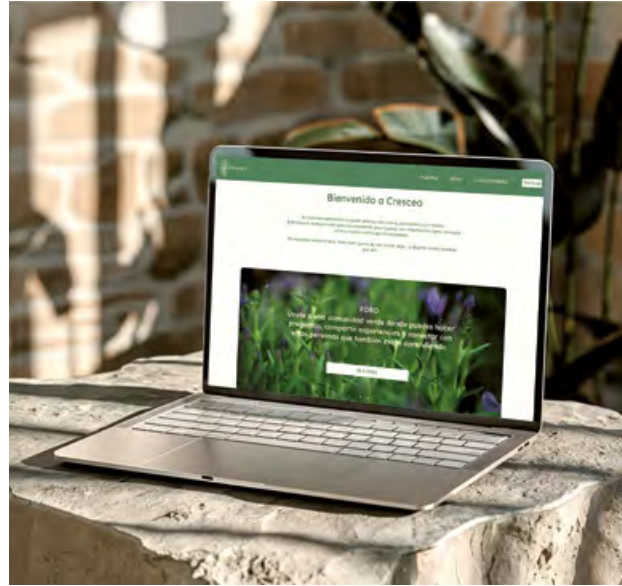
L'objectiu d'aquest treball és dotar **Macabre Park** d'una nova identitat gràfica que s'apropi més a la seva personalitat, per tal de diferenciar-lo de la competència i donar-li visibilitat al mercat. Inclou disseny per a xarxes socials, web i cartelleria.



Diatomea neix amb la voluntat de fer visible allò que habitualment resta ocult: el que és petit, quotidià, desapercebut. Les diatomees no es perceben a simple vista, floten en rius, llacs i oceans. Alhora, entre altres funcions, són imprescindibles per generar l'oxigen que respirem. El llibre identifica la mateixa invisibilitat a altres conceptes clau, com ara el número zero, les tasques auxiliars, el silenci o la lentitud. Es presenta en gran format, des d'una mirada artística.



Krisàlida no és només un bar. És un espai dissenyat perquè t'hi sentis lliure. Cada detall parla d'identitat i d'orgull. Aquí el drag no s'interpreta, s'expressa. I cada nit és un escenari per ser qui ets, sense filtres.



Pàgina web que ajuda a cuidar plantes en la llar, destacant els beneficis de tenir naturalesa a l'entorn domèstic. El web inclou informació botànica, un fòrum i una zona per a cada usuari. A més s'ha creat una campanya promocional que combina estratègies físiques i virtuals.



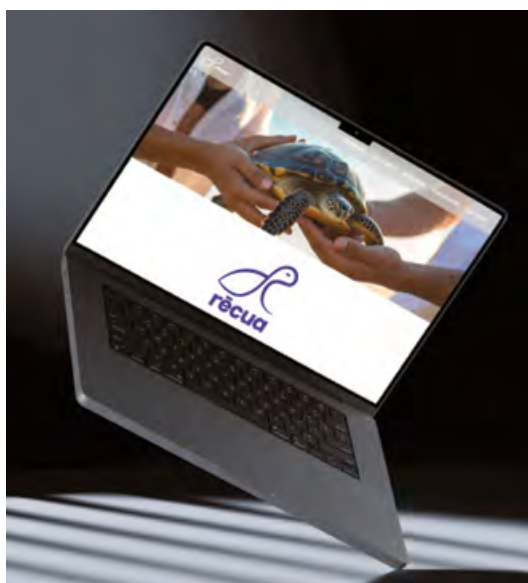
Projecte editorial que reflexiona sobre dues maneres de mirar els objectes: la primera part, RES, mostra la seva cara més funcional i distant; la segona, SER, dona espai al seu valor emocional i al vincle que creen amb les persones.



Redisseny de la identitat del club olímpic ubicat a Canovelles i fundat el 1975. L'actualització permet connectar amb nous públics sense perdre l'essència i els valors originals. També atorga coherència i funcionalitat quan s'aplica a diferents suports.



Es parla de la dislèxia amb dades i definicions, però poques vegades s'explica com es viu des de dins. Aquesta exposició itinerant vol il·luminar una realitat que sovint passa desapercibuda, però que forma part del dia a dia de moltes persones. Una invitació a mirar, escoltar i comprendre d'una altra manera.



Identitat gràfica i campanya que alerta del perill d'extinció de les tortugues a la Costa Brava de Girona. Una iniciativa de disseny social i sostenible.



Hi ha dues formes d'expressió aparentment oposades que tenen molt en comú: la intensitat, la precisió i la capacitat d'emocionar. Durant dos dies, la ciutat de Barcelona, es transforma en escenaris vius on la música clàssica i l'electrònica es mesclen com mai. Una celebració del contrast al ritme d'una generació que no entén de gèneres, sinó d'experiències úniques.



Redisseny de la gràfica del club de bàsquet de Palau-solità i Plegamans, amb l'objectiu de presentar una marca més cohesionada, professional i enfocada a l'usuari.



En un món saturat de soroll digital, moltes festes majors s'esvaeixen en l'oblit. **Fmplus** és una app mòbil, pensada per i per a joves, que actua com a far entre tanta sobre informació, unificant-ho tot en un sol lloc. Però no tan sols és això: és un plus de plusos. Més enllà d'informar, promou un entorn d'oci cultural inclusiu, respectuós i ecològic. Una invitació a reconnectar amb la terra, la cultura i el futur.



Aquest projecte consisteix en el redisseny de la marca d'una orxateria que ofereix productes com orxates, gelats de gel, granissats i gelats. Després d'una recerca exhaustiva, es va identificar la necessitat de renovar la identitat de la marca per equilibrar la seva imatge amb el valor dels seus productes i crear una connexió més forta amb el públic.



Aquest projecte desenvolupa la identitat gràfica de **Noa Jordán**, una marca de roba inclusiva, sostenible i de proximitat, enfocada en cossos no normatius dins la moda jove. Mitjançant una metodologia basada en la recerca, l'anàlisi i el disseny conceptual, s'ha creat una proposta gràfica completa acompanyada d'estratègies comunicatives. Una aportació creativa amb un clar impacte social en els àmbits del disseny gràfic i la moda responsable.



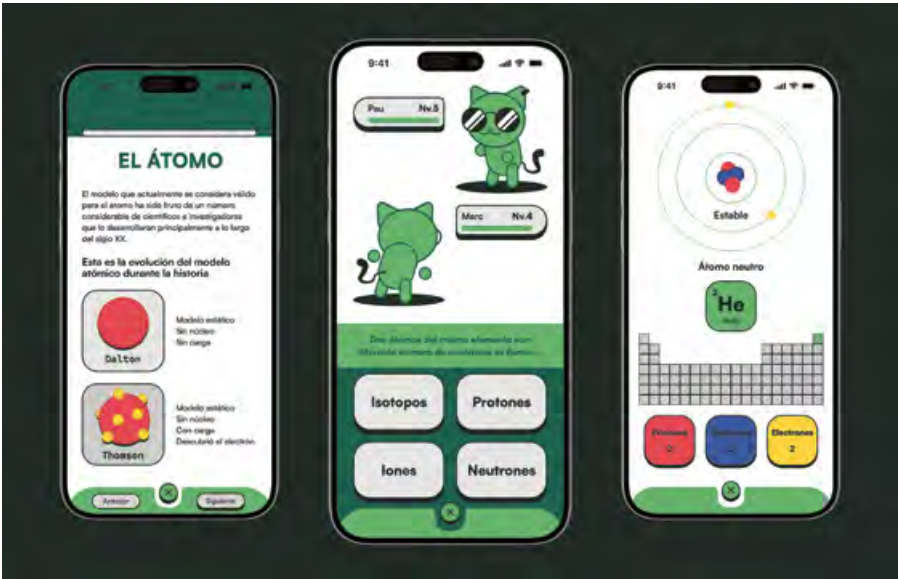
Projecte de renovació de la identitat visual d'Amics del Perú, una associació solidària fundada a Sabadell que col·labora amb comunitats rurals del Perú. Mitjançant el disseny gràfic i l'elaboració de materials tant digitals com impresos, es pretén reforçar la seva presència, millorar la comunicació i afavorir la incorporació de nous socis, voluntaris i col·laboradors.

20è aniversari del Cerdanyola Club de Futbol

Andreu González Coma



Aquest projecte crea una nova imatge al Cerdanyola FC per celebrar el seu 20è aniversari. Més enllà del logotip, s'ha creat una campanya visual i una línia de marxandatge per reforçar els valors del club i la seva connexió amb la ciutat. El disseny reflecteix el compromís amb el futur i amb la gent que forma part d'aquesta història. És una manera de fer visible tot el que representa el club per a Cerdanyola.



Aquest projecte planteja una nova manera d'aprendre química: divertida, visual i motivadora. **Quark** és una mascota virtual interactiva que et desafia, et guia i evoluciona amb tu. Cada dia és una nova oportunitat per aprendre, superar reptes i fer créixer la teva criatura. Aprendre mai havia estat tan addictiu.

Museu Nacional de l'Automòbil d'Andorra

Kristina Maiorova



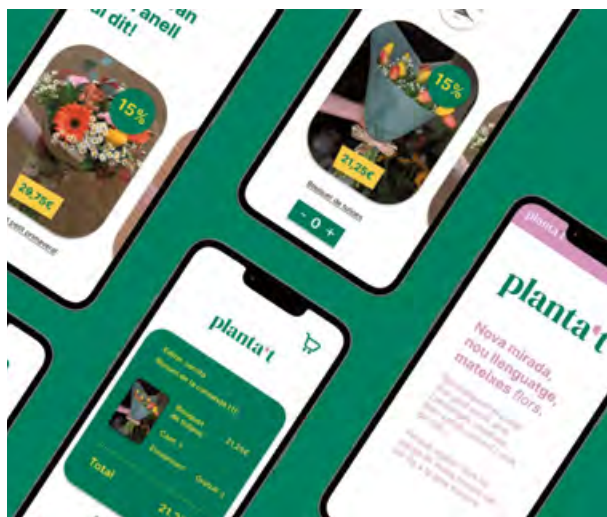
Redisseny del lloc web del *Museu Nacional de l'Automòbil d'Andorra*, amb l'objectiu de millorar l'experiència de l'usuari, la navegació i la presentació visual dels continguts. La proposta sorgeix d'una anàlisi prèvia i de la identificació d'oportunitats per actualitzar la seva interfície, adaptant-la a estàndards contemporanis de disseny digital i accessibilitat. El nou disseny aposta per una estètica fosca, neta i minimalista, que destaca el valor visual de les peces exposades (vehicles històrics) i facilita una lectura clara del contingut informatiu. Aquest enfocament busca no sols millorar la usabilitat del lloc, sinó també reforçar la identitat visual del museu, posicionant-lo com un referent cultural i tecnològic al Principat d'Andorra.



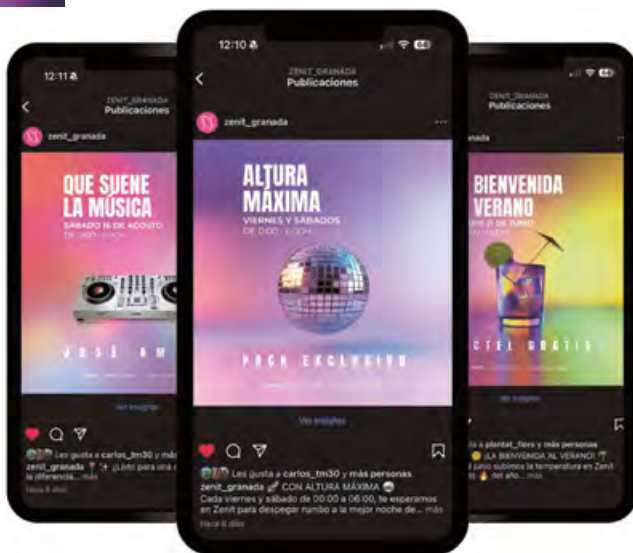
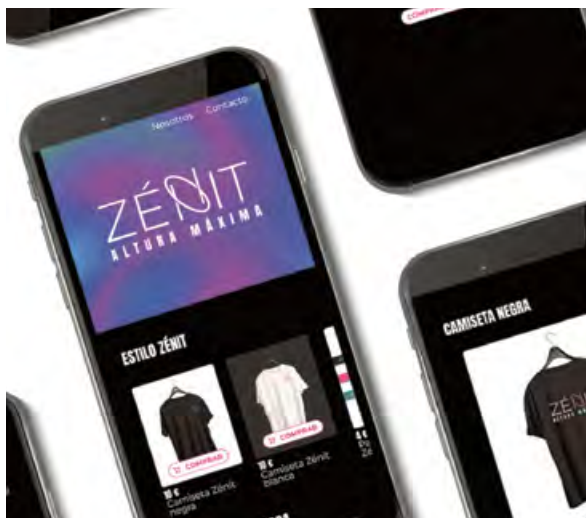
Disseny de la identitat visual, de les peces gràfiques promocionals i de l'aplicació mòbil del projecte **Cadaquest**, una proposta d'itinerari històric de la localitat Cadaqués, per tant, d'impulsar un turisme responsable, sostenible i de qualitat.



Ens volen obedients, dòcils i adormits sota una falsa llibertat. Ens programen perquè no qüestionem, perquè callem i consumim. Això és una crida a despertar, desobeir i recuperar el poder de pensar.



Aquest projecte té com a objectiu principal ampliar el target de les floristeries, adaptant la seva imatge per connectar amb les generacions més joves. S'ha dissenyat una nova identitat visual, que inclou logotip, *naming*, continguts digitals i una campanya publicitària, tot amb l'objectiu de transmetre una imatge fresca, innovadora i alineada amb els valors actuals del públic jove.



Aquest projecte desenvolupa una proposta visual per a una discoteca situada a Granada. El treball desenvolupa una identitat gràfica que es pot aplicar tant a suports físics com digitals, com ara marxandatge, xarxes socials o el logotip. L'objectiu ha sigut crear una imatge atractiva i clara que connecti amb diferents tipus de públic. Amb aquest projecte es vol demostrar com el disseny gràfic pot ajudar a construir una experiència d'oci més inclusiva, participativa i dinàmica.



Blanco és un manual de disseny gràfic que combina la síntesi visual amb contingut teòric. El projecte ofereix un recorregut clar i accessible a través dels tres pilars essencials del llenguatge gràfic: la forma, el color i la tipografia. Partint del concepte de la "pàgina en blanc" com a espai de creació, el llibre construeix una narrativa tant educativa com expressiva. Mitjançant una maquetació minimalista i estructurada, busca explicar els principis bàsics del disseny a través d'exemples visuals recolzats per textos concisos.



Exploració crítica del consumisme a través del disseny editorial com a eina de comunicació visual. El projecte analitza com la publicitat, el materialisme i l'individualisme contribueixen a la construcció del disseny i de la identitat contemporània. Mitjançant l'apropiació dels codis gràfics del món comercial, es genera una estètica que sedueix visualment però que alhora activa una lectura crítica. La proposta inclou una publicació principal i una peça complementària en format de catàleg emocional, que amplia el discurs a través de la ironia i la reflexió.



Campanya per fomentar l'hàbit lector entre el jovent d'11 a 14 anys. Mitjançant dissenys atractius i accions interactives, es busca fer de la lectura una activitat divertida i quotidiana, amb la implicació de famílies i docents.



Ajuntament
de Sabadell



Escola d'Art i Disseny



escolaillaartidisseny

Escaneja'm!
Connecta't
al nostre **web**

