

Dissenyem Comerç

ESDAPC I EIX COMERCIAL FABRA CENTRE



Disseny Hub
Barcelona



Ajuntament de
Barcelona



Memòria

Promogut per:



Disseny Hub
Barcelona

Desenvolupat per:

ESDAPC

Escola Superior de Disseny
i d'Arts Plàstiques de Catalunya

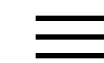


DISSENYEM COMERÇ

ESDAPC I EIX COMERCIAL FABRA CENTRE



Dissenyem Comerç és una iniciativa impulsada per la Regidoria de Turisme i Indústries creatives juntament amb la Regidoria de Comerç, Mercats, Règim Interior i Hisenda i promoguda per Disseny Hub Barcelona i Barcelona Activa que crea **una oportunitat per impulsar el comerç de proximitat amb les aportacions de joves talents** de diversos centres d'ensenyament en l'àmbit de les indústries creatives a diferents eixos comercials de la ciutat de Barcelona.



05.
INTRODUCCIÓ

24.
DESENVOLUPAMENT
I PROCÉS

89.
CONCLUSIONS
GENERALS

56.
PROPOSTES
DE MILLORA

92.
FONTS D'INFORMACIÓ
I REFERÈNCIA

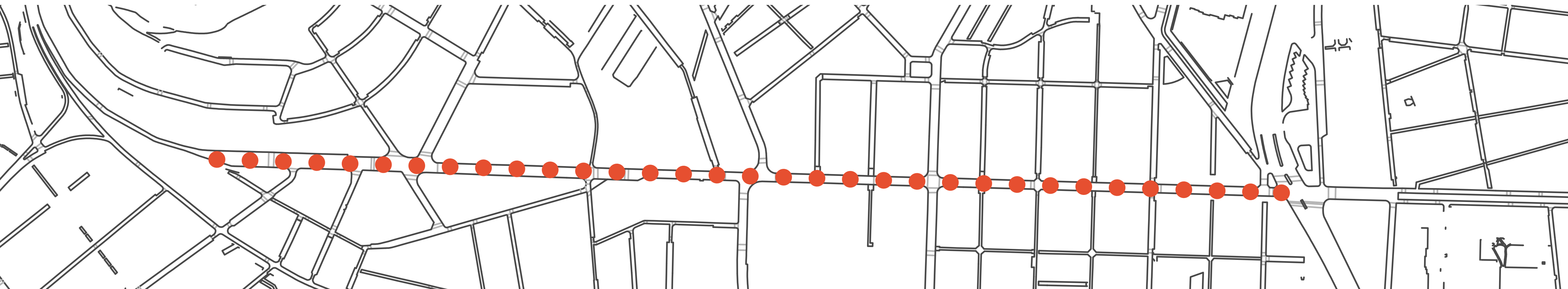
Introducció



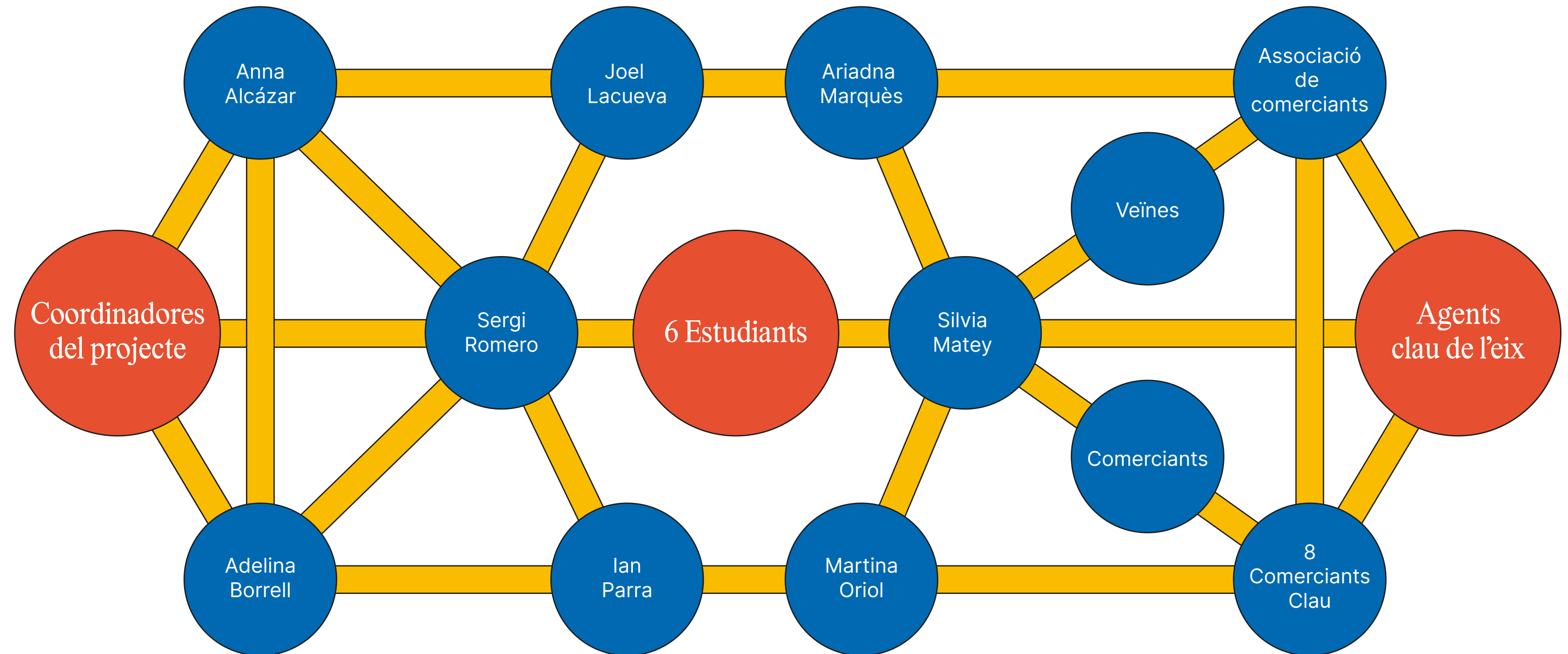
L'eix comercial Fabra Centre es troba situat al Passeig Fabra i Puig a la ciutat de Barcelona. És un llarg passeig on la varietat del comerç és molt ampla però també molt específica, cosa que dota a l'eix d'un comerç de molta qualitat i competent i ofereix a l'usuari un ampli rang de possibilitats.

El carrer no és només un eix comercial amb més de 200 negocis, sinó que és el cel obert més gran del barri i un punt de socialització on comerciants i veïnat se senten acollits i poden passejar cada dia gaudint del comerç local i de diferents serveis públics que es troben al llarg eix.

El propi eix té també la seva associació de comerciants sense ànim de lucre, anomenada Unió de Comerciants Fabra Centre, que agrupa gairebé 70 negocis de l'eix i els dota de diversos privilegis com descomptes, serveis de neteja, convenis específics i notícies rellevants del sector, així com es troben més implicats en les dinàmiques de campanyes temporals al llarg de l'any (rebaixes, Nadal, Sant Jordi...).



En aquest projecte s'ha format un equip d'estudiants de tercer i quart curs de disseny especialitzats en diversos àmbits del disseny, conjuntament amb dues docents i diverses col·laboracions internes i externes que han donat suport en tasques específiques així com han aportat la seva visió professional i personal al desenvolupament del projecte.



En aquest projecte s'ha format un equip d'estudiants de tercer i quart curs de disseny especialitzats en diversos àmbits del disseny, conjuntament amb dues docents i diverses col·laboracions internes i externes que han donat suport en tasques específiques així com han aportat la seva visió professional i personal al desenvolupament del projecte.

Coordinació



Anna Alcázar Antràs
Coordinadora de projecte



Adelina Borrell Gispert
Coordinadora de projecte

Equip



Joel Lacueva Aguilar
Disseny d'espais



Ari Marquès Bertran
Disseny gràfic



Silvia Matey Touza
Disseny gràfic



Martina Oriol Cateura
Disseny de producte



Ian Parra Martín
Disseny gràfic



Sergi Romero Ferrando
Disseny gràfic

Objectius primaris

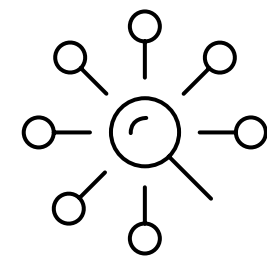
- Reivindicar el valor del comerç local i apostar per impulsar-lo a la ciutat de Barcelona, en aquest cas a l'Eix de Fabra Centre.
- Entendre el barri i col·laborar amb les persones que el viuen dia a dia per tal de detectar oportunitats de millora i/o desenvolupament capaces de dinamitzar i aportar valor al comerç de la zona.



Objectius secundaris

- Utilitzar totes les potencialitats del disseny per a millorar el comerç local; evidenciant que tant el disseny com la creativitat poden proposar escenaris de canvi a totes les escales i aportar valor, inclús al petit comerç.
- Visibilitzar els valors del comerç local i reivindicar la importància de la seva funció social i humana, com també el valor que aporta a l'identitat d'una ciutat com Barcelona.
- Potenciar el talent jove i obtenir una oportunitat per a treballar fora de les aules, sobre el terreny, i aplicar els coneixements adquirits durant els anys de formació i que s'acosten a la realitat del món professional.
- Donar visibilitat al projecte i compartir el procés amb la ciutadania i els diferents agents implicats al llarg del procés.

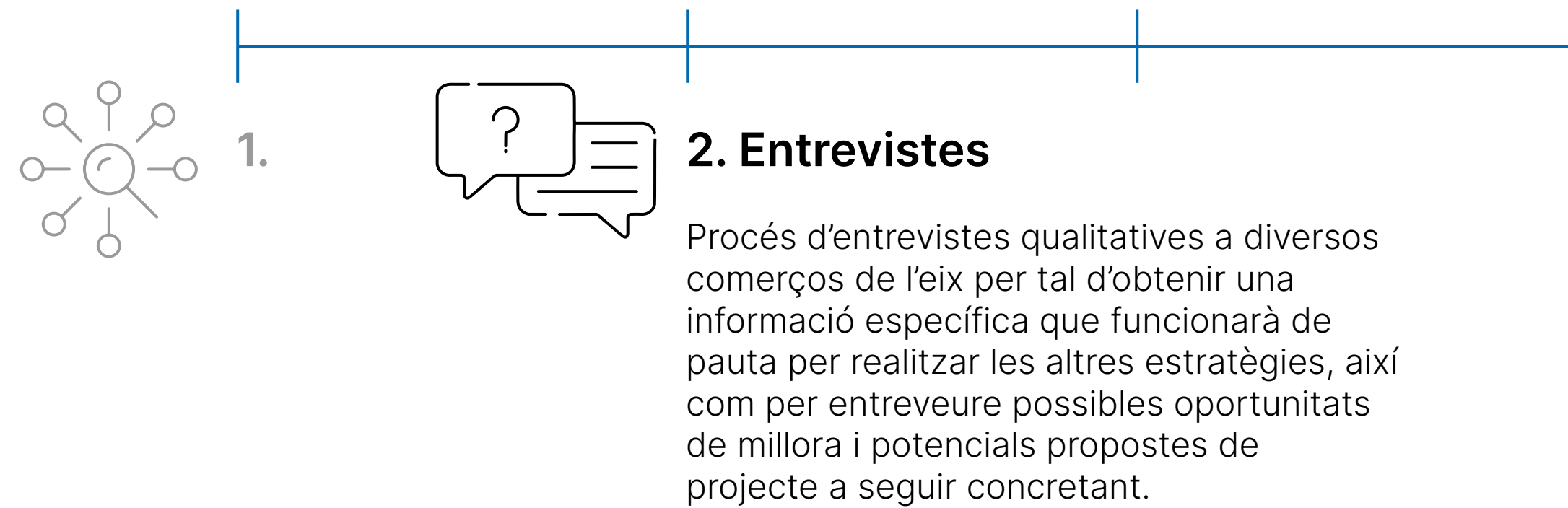
Dins del marc metodològic del design thinking, es plantegen diverses metodologies, anomenades estratègies, per obtenir informació de diverses fonts i perspectives a través d'un procés participatiu per tal de poder desenvolupar, més endavant, unes propostes elaborades amb una base coherent i justificada que respongui a unes necessitats reals de l'eix, el barri i les seves usuàries; tant presents com futures.



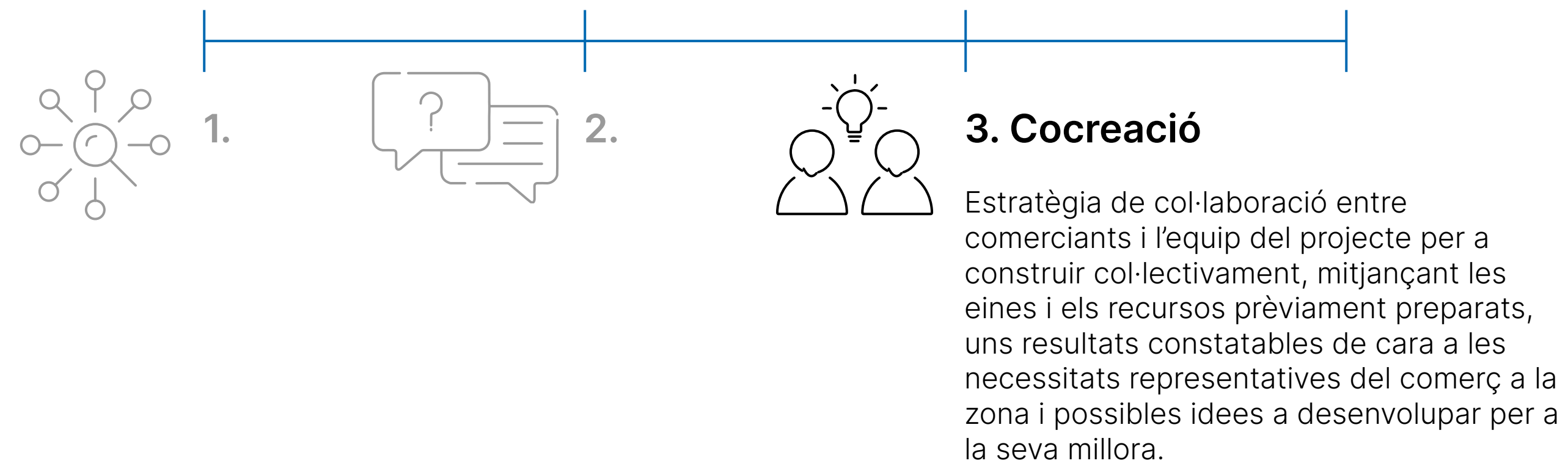
1. Investigació

Mitjançant diversos canals de recerca i d'informació, des de la consulta de fonts bibliogràfiques i webgràfiques fins a la visita en persona de l'eix o l'ús de múltiples eines disponibles al nostre abast, es crea tot un context que permet aproximar-nos a l'eix comercial per tal d'entendre'l i detectar possibles oportunitats de millora i necessitats de l'entorn i el comerç, així com visitar i aprendre d'altres casos reals que ens serviran de referents per al projecte.

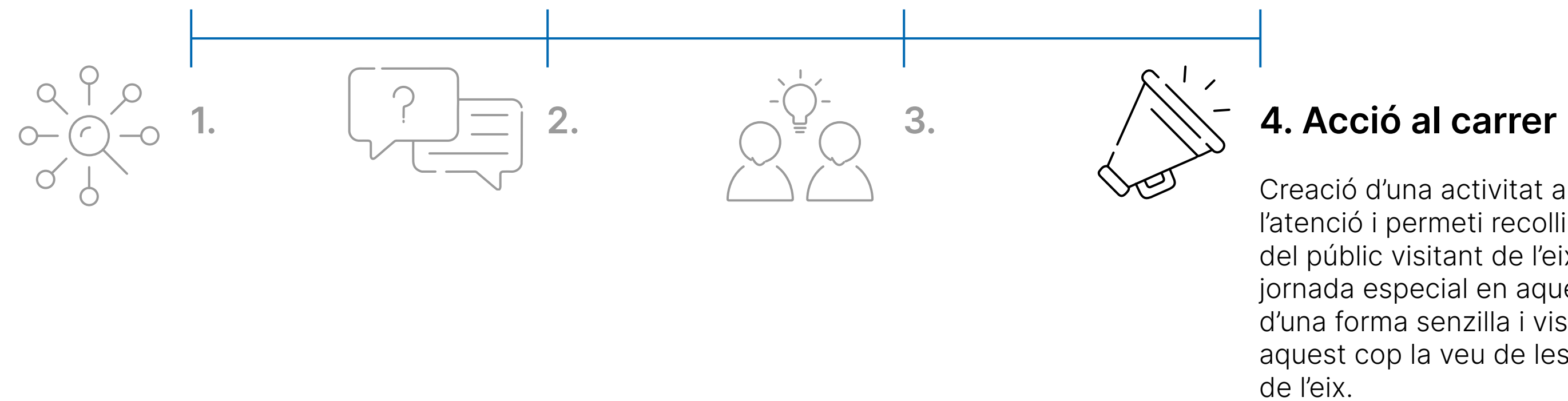
Dins del marc metodològic del design thinking, es plantegen diverses metodologies, anomenades estratègies, per obtenir informació de diverses fonts i perspectives a través d'un procés participatiu per tal de poder desenvolupar, més endavant, unes propostes elaborades amb una base coherent i justificada que respongui a unes necessitats reals de l'eix, el barri i les seves usuàries; tant presents com futures.



Dins del marc metodològic del design thinking, es plantegen diverses metodologies, anomenades estratègies, per obtenir informació de diverses fonts i perspectives a través d'un procés participatiu per tal de poder desenvolupar, més endavant, unes propostes elaborades amb una base coherent i justificada que respongui a unes necessitats reals de l'eix, el barri i les seves usuàries; tant presents com futures.



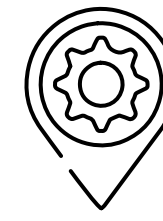
Dins del marc metodològic del design thinking, es plantegen diverses metodologies, anomenades estratègies, per obtenir informació de diverses fonts i perspectives a través d'un procés participatiu per tal de poder desenvolupar, més endavant, unes propostes elaborades amb una base coherent i justificada que respongui a unes necessitats reals de l'eix, el barri i les seves usuàries; tant presents com futures.



Dins del marc metodològic del design thinking, es plantegen diverses metodologies, anomenades estratègies, per obtenir informació de diverses fonts i perspectives a través d'un procés participatiu per tal de poder desenvolupar, més endavant, unes propostes elaborades amb una base coherent i justificada que respongui a unes necessitats reals de l'eix, el barri i les seves usuàries; tant presents com futures.



Secundàriament, també es realitzen diversos tallers i workshops amb diferents professionals de l'àmbit del disseny i la creativitat que impulsaran les idees de l'equip i la informació obtinguda en les diverses metodologies per tal d'enfocar-ho adequadament cap al procés de definició de propostes de projecte.



Workshop Òscar Guayabero

Taller de dues sessions per enfocar el projecte i obtenir diferents plantejaments, visions i estratègies a seguir per a obtenir la informació, les accions i les possibles propostes de projecte a presentar.

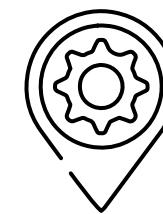
Dins del marc metodològic del design thinking, es plantegen diverses metodologies, anomenades estratègies, per obtenir informació de diverses fonts i perspectives a través d'un procés participatiu per tal de poder desenvolupar, més endavant, unes propostes elaborades amb una base coherent i justificada que respongui a unes necessitats reals de l'eix, el barri i les seves usuàries; tant presents com futures.



Secundàriament, també es realitzen diversos tallers i workshops amb diferents professionals de l'àmbit del disseny i la creativitat que impulsaran les idees de l'equip i la informació obtinguda en les diverses metodologies per tal d'enfocar-ho adequadament cap al procés de definició de propostes de projecte.



Workshop Òscar Guayabero



Workshop Domestic Data Streamers

Taller d'ideació d'una sola sessió per tal de conèixer i generar artefactes i dissenys participatius per a formalitzar l'acció al carrer per a recollir dades útils a l'espai públic que ens serviran posteriorment per a generar propostes coherents.

Dins del marc metodològic del design thinking, es plantegen diverses metodologies, anomenades estratègies, per obtenir informació de diverses fonts i perspectives a través d'un procés participatiu per tal de poder desenvolupar, més endavant, unes propostes elaborades amb una base coherent i justificada que respongui a unes necessitats reals de l'eix, el barri i les seves usuàries; tant presents com futures.



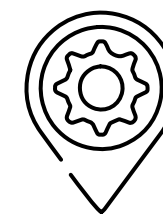
Secundàriament, també es realitzen diversos tallers i workshops amb diferents professionals de l'àmbit del disseny i la creativitat que impulsaran les idees de l'equip i la informació obtinguda en les diverses metodologies per tal d'enfocar-ho adequadament cap al procés de definició de propostes de projecte.



Workshop Òscar Guayabero



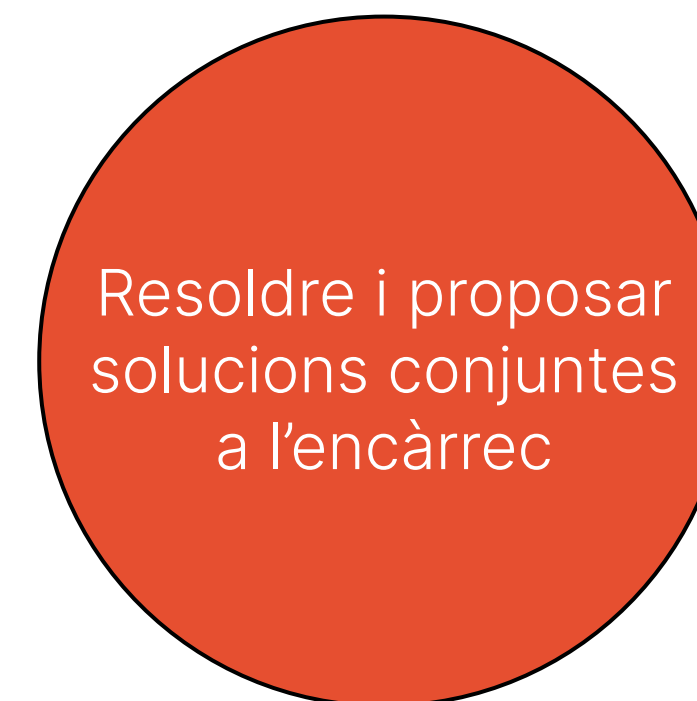
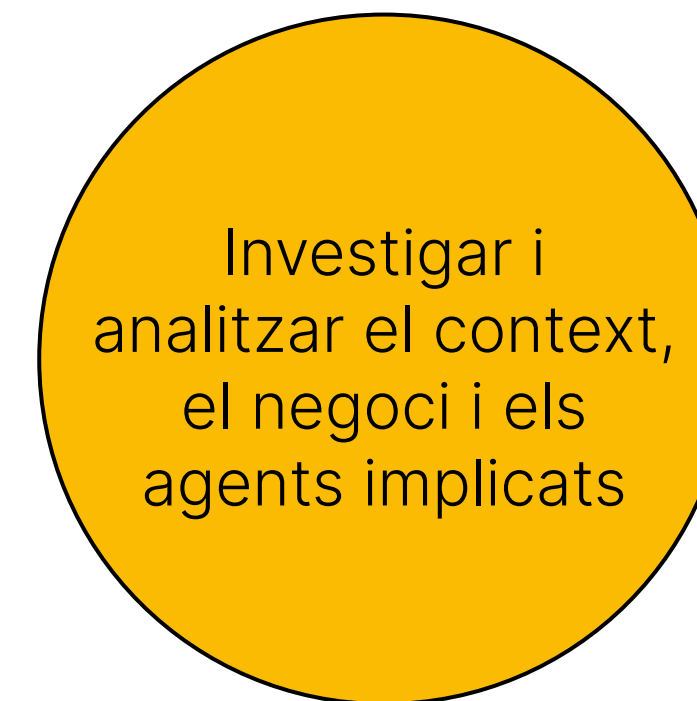
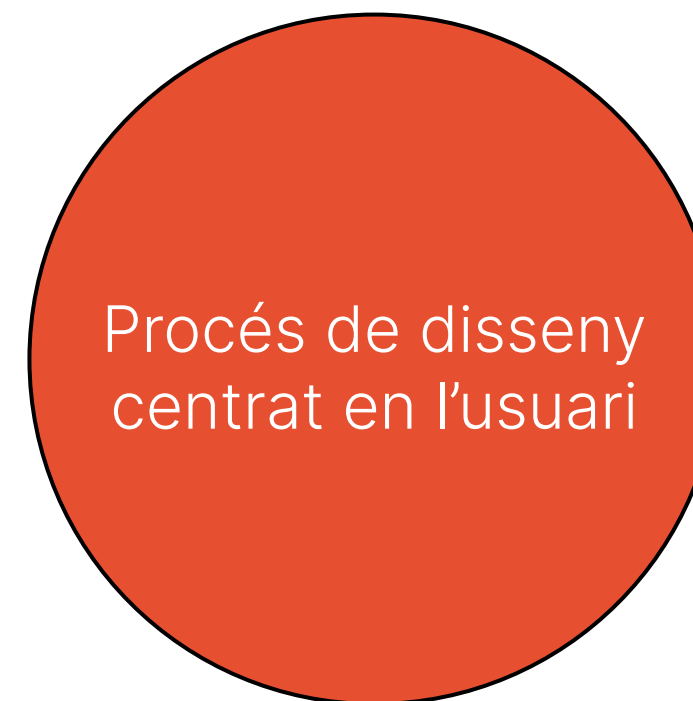
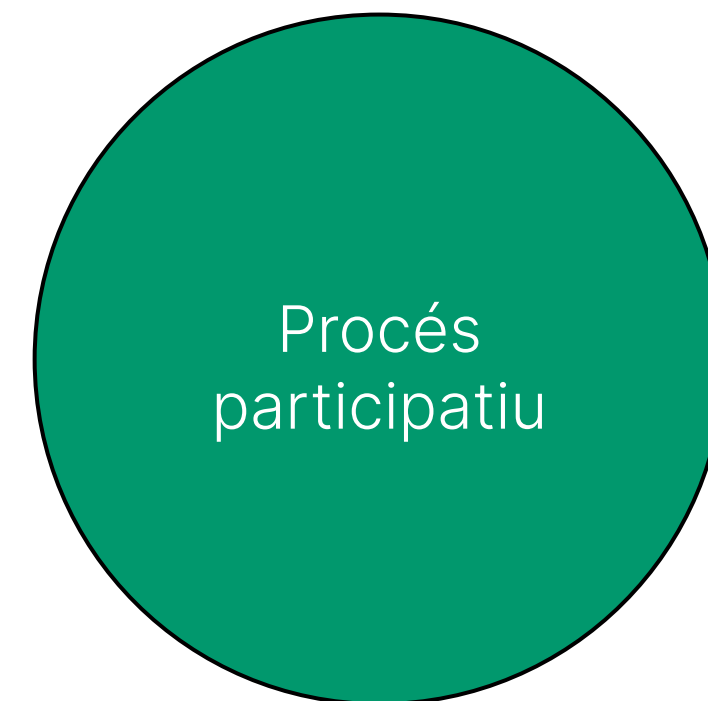
Workshop Domestic Data Streamers

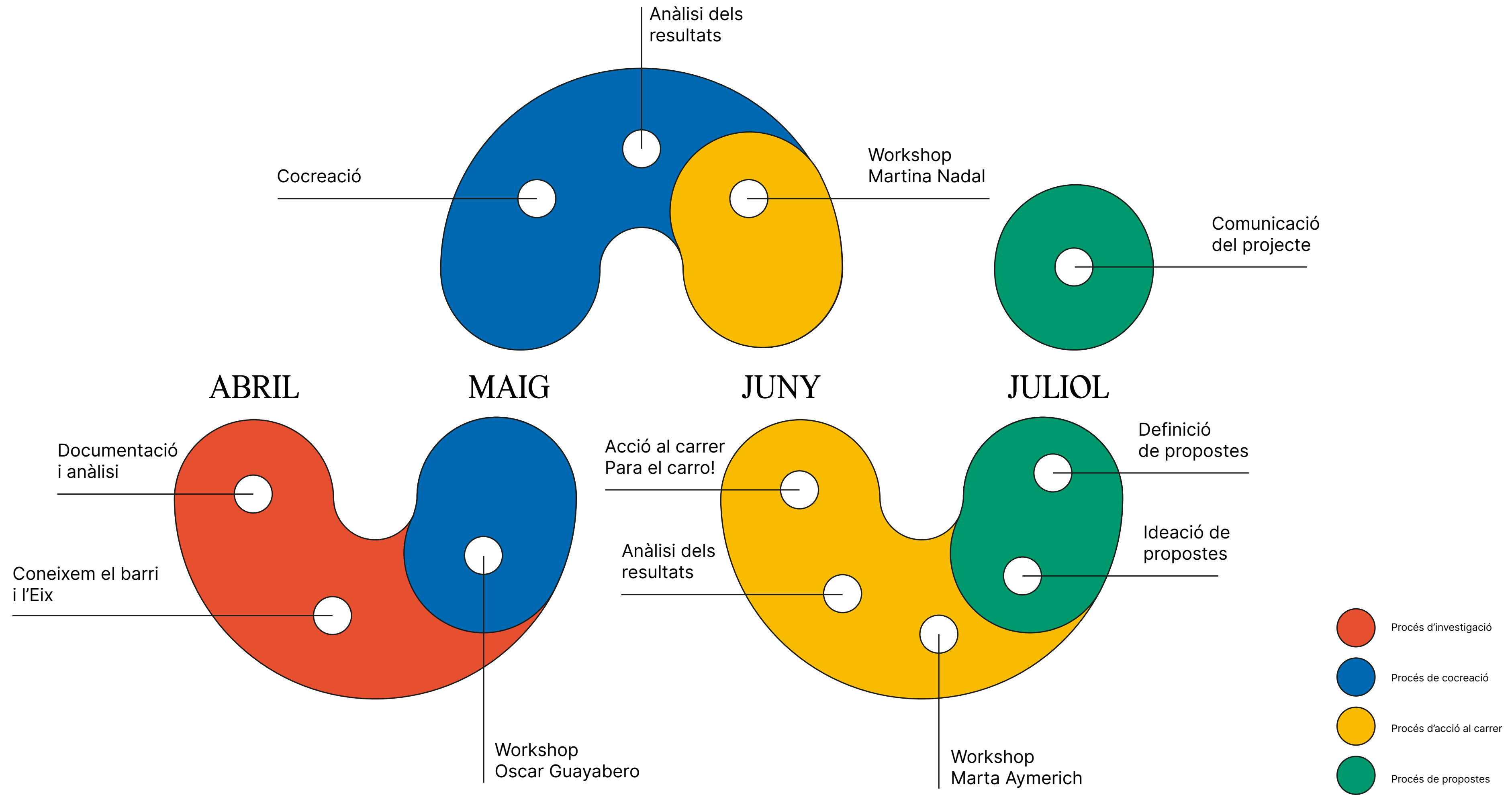


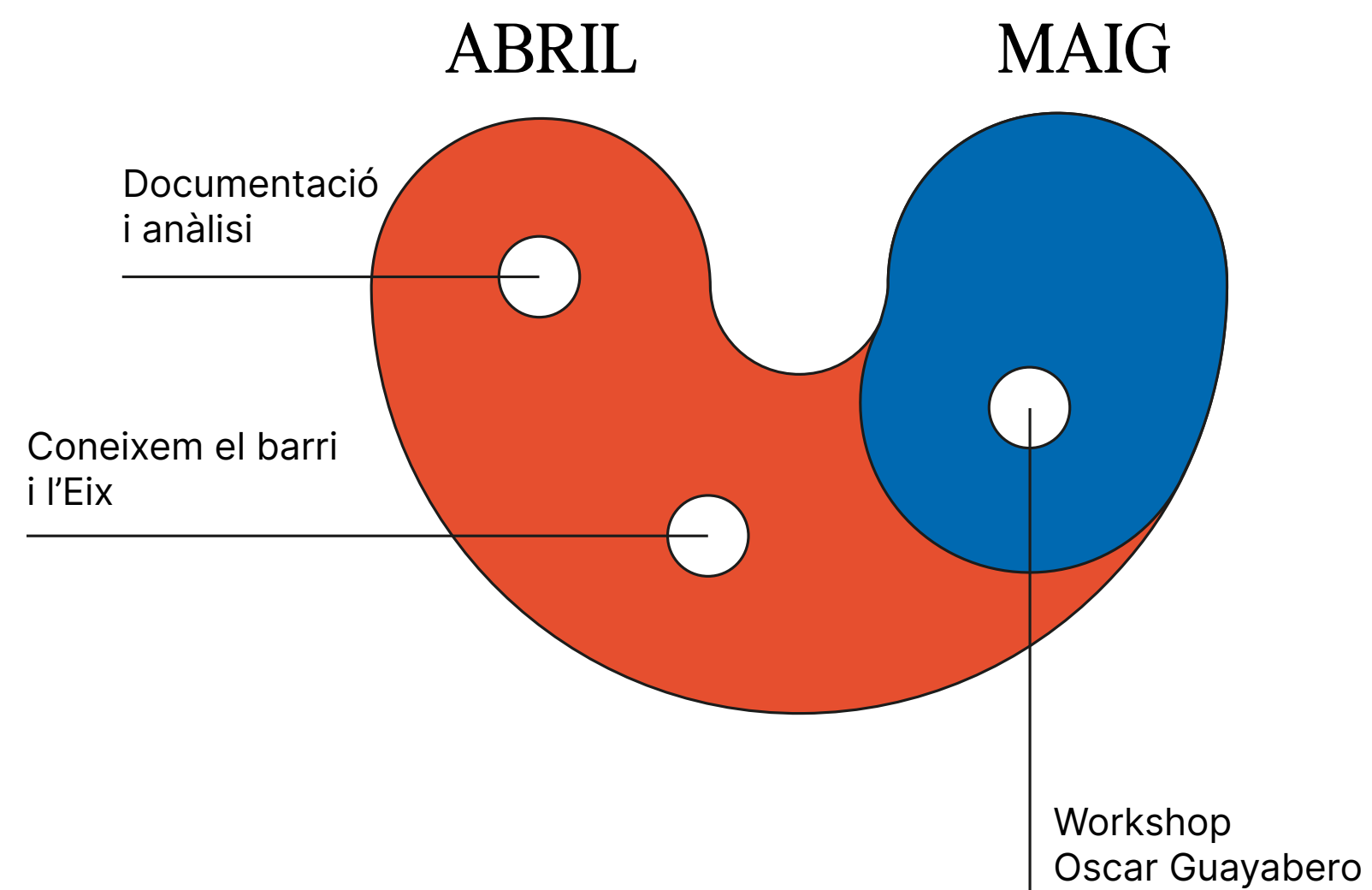
Taller de creativitat amb Marta Aymerich

Taller de creativitat de dues sessions per impulsar i generar propostes factibles i coherents, així com poder-les desglossar en aspectes d'interès i veure la oportunitat de millora que impulsen i promouen.

Com treballarem





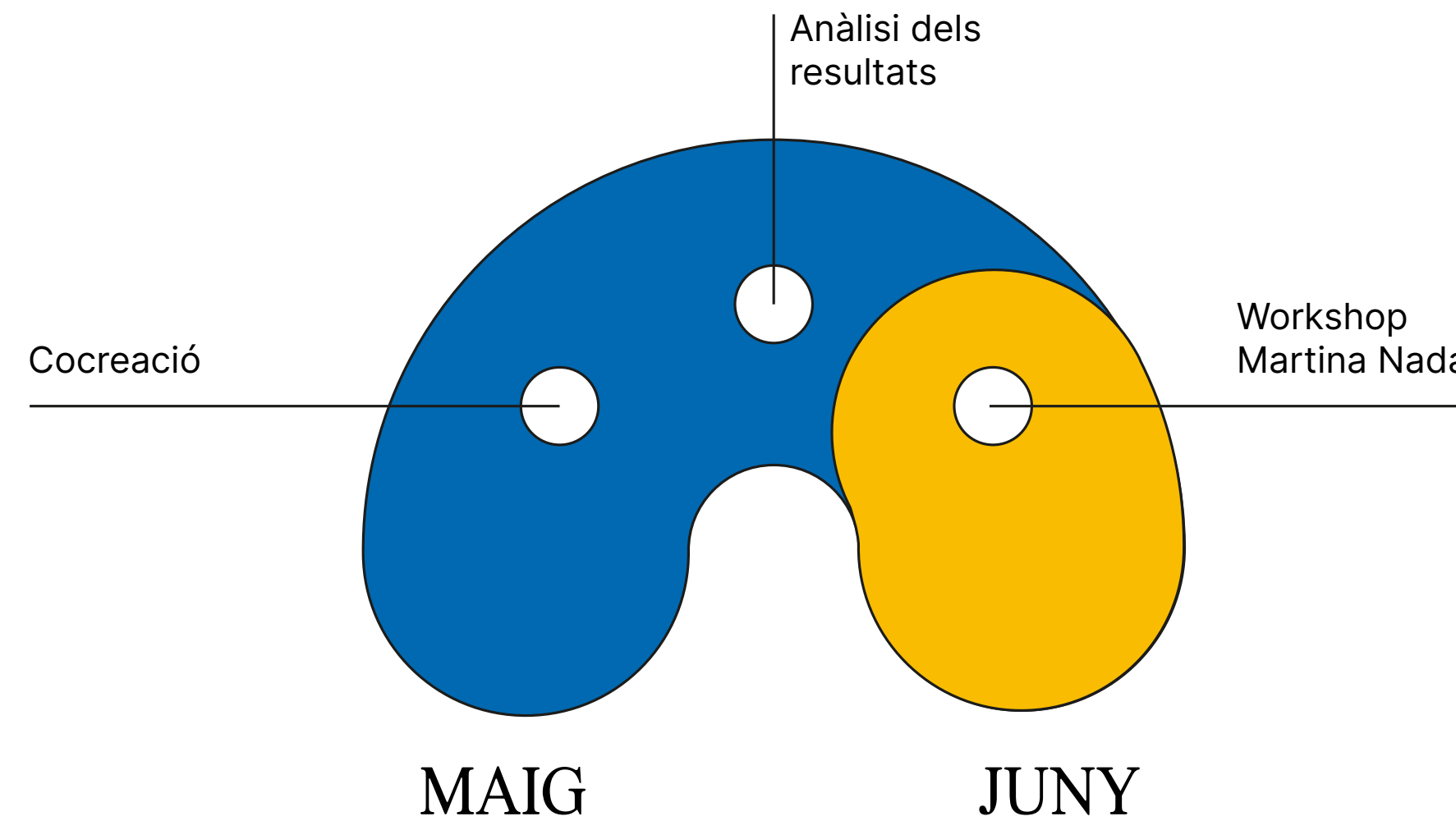


FASE 01: ORGANITZACIÓ, PLANIFICACIÓ I DOCUMENTACIÓ

- Coneixença entre l'equip de treball i reunions entre estudiants i tutores.

- Organització, planificació i coordinació del grup: tasques, repartició de rols i responsabilitats de l'equip i calendari. Primeres aproximacions amb l'eix comercial i els comerços en concret. Recopilació de documentació i dades. Selecció d'una mostra representativa dels agents clau. Recollida d'informació secundària (informes existents, projectes anteriors). Organització, anàlisi i la síntesi de les dades recopilades.

- Document d'arxiu - registre de la fase: Registre de l'anàlisi i la síntesi de les dades recopilades.

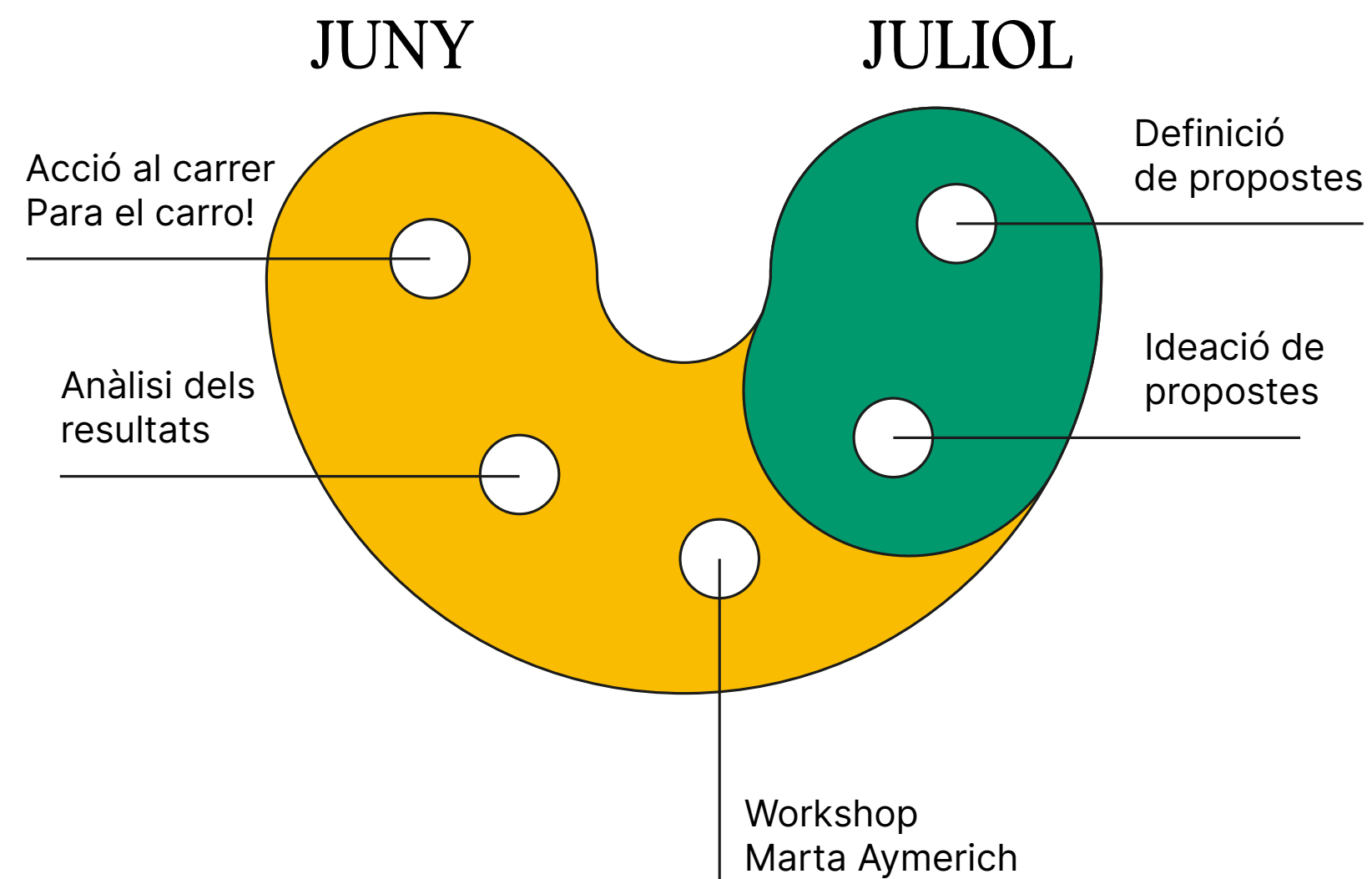


FASE 02: INVESTIGACIÓ I TREBALL DE CAMP, INTERPRETACIÓ I ANÀLISI

- Treball de camp, observació, realització d'entrevistes amb els agents clau, tenint en compte la seva realitat i les seves necessitats funcionals, socials i emocionals.
- Utilitzant el mètode DAFO, es concreten les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats.
- Recull d'informació complementària per a la investigació.
- Documentació del procés i el treball de camp realitzat per a la seva comunicació i anàlisi.
- Definició dels objectius concrets del projecte.
- Preparació del material necessari per a les estratègies d'ideació conjunta entre els diferents agents que intervenen en el procés.
- Document d'arxiu - registre de la fase: Síntesis de la investigació i creació de material gràfic (mapes, infografies, cartografies) per comunicar la interpretació i l'anàlisi.

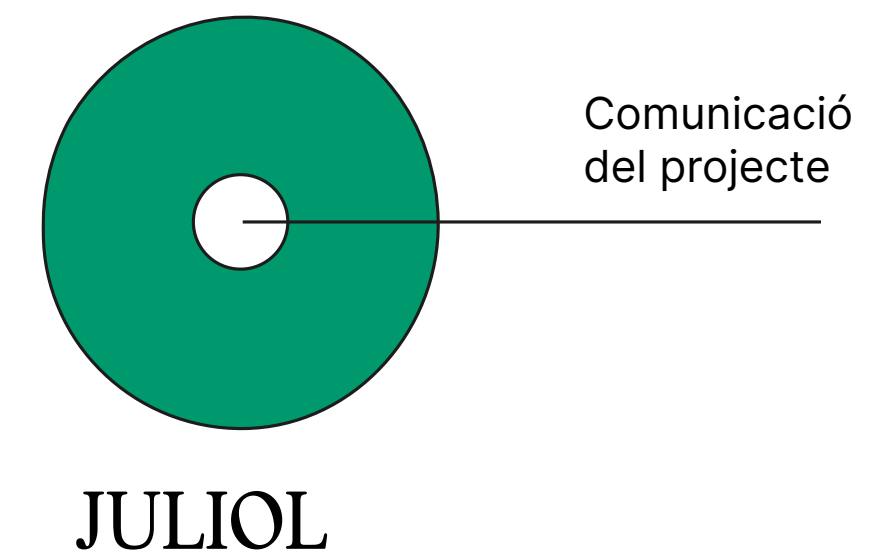
FASE 03: IDEACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE PROPOSTES

- Disseny d'un taller de co-disseny per a la creació de possibles propostes per impulsar els comerços de proximitat, perquè ajudin aconseguir els objectius establerts (ex: reconduir la falta de visibilitat, la falta d'adaptabilitat a les noves tecnologies i comunicació, augment de les vendes, etc.).
- Incloure en el procés de disseny de les propostes als diferents agents. El projecte s'abordarà amb el design thinking com a marc metodològic.
- L'equip de treball continua treballant en les propostes més interessants i les comunica en un format comú, que contingui briefing i esbossos. Aquestes propostes seran retornades als agents participants a través del document del projecte.
- Conclusions.
- Document d'arxiu - registre de la fase: Registre activitats + propostes finals.



FASE 04: COMUNICACIÓ I PRESENTACIÓ DEL PROJECTE

- Elaboració del material per a la seva comunicació en format digital, per tal de compartir el projecte amb la l'eix comercial i la ciutadania.
- Retorn de les propostes a l'eix comercial a través del document del projecte.
- Elaboració del material per a la seva comunicació en format digital, per tal de compartir el projecte amb la ciutadania.
- Document d'arxiu - registre de la fase: Memòria del projecte.
- Video de presentació projecte.
- Presentació del projecte (7 de juliol)



Desenvolupament i procés

Estratègia 1: Investigació i aproximació a l'eix comercial

La primera estratègia parteix d'una investigació de diferents fonts per tal de determinar informació que serà determinant per conèixer i aproximar-nos a l'eix comercial i al barri en qüestió.

Estratègia 1: Investigació i aproximació a l'eix comercial

Ubicació i situació

El Passeig Fabra i Puig es troba situat entre el nord i el nord-est de la ciutat de Barcelona, i és pròxim a la C-33 (avinguda Meridiana), una de les principals sortides de Barcelona direcció Girona, cap les comarques del Vallès.

El passeig es troba dins del districte de Nou Barris, connectant els tres barris de Vilapicina-La Torre Llobeta, Porta i Turó de la Peira. Al mateix temps, l'inici coincideix amb el límit del districte de Sant Andreu, districte al qual abans pertanyia el tram, així com el final d'aquest coincideix amb el límit del districte d'Horta-Guinardó.

Per tant, ens trobem en un important eix que actua de connexió entre diversos barris i districtes, tant a nivell de circulació rodada com de circulació de vianants i agrupació de comerços, serveis i transports públics, així com es troba pròxim a importants eixos de la ciutat com és l'Avinguda Meridiana.



Estratègia 1: Investigació i aproximació a l'eix comercial

Trets urbanístics

El passeig té uns dos quilòmetres de longitud, no obstant, l'eix comercial només ocupa els darrers 900 metres. Es considera el seu començament a Avinguda Meridiana, on s'ho troba la parada de metro L1 Fabra i Puig i la seva connexió amb la Rambla Fabra i Puig, així com es considera el final del recorregut al encreuament del Passeig Fabra i Puig amb el Passeig de la Peira i Carrer del Teide, on hi trobem l'últim negoci de l'eix, el reconegut bar Victòria; a pocs metres de la parada de metro L5 Vilapicina. Just al mig del recorregut hi trobem la plaça Virrei Amat, on també hi ha la parada de metro L4 homònima i que just estructura el passeig en dos trams: tram A, de Fabra i Puig a Virrei Amat, i tram B, de Virrei Amat a Vilapicina.

- Eix Tram A: **De Fabra i Puig a Virrei Amat**
- Eix Tram B: **De Virrei Amat a Vilapicina**

La geografia del passeig, ubicat al nord/nord-est de la ciutat de Barcelona, està en situació de pendent, notant-se el sentit ascendent en direcció cap a Vilapicina, trobant-se els inicis geològics, al nord, del Turó de la Peira i, al sud, del Turó de la Rovira, al Parc del Guinardó. Pel que fa el recorregut, no hi ha cap altre desnivell ni alteració pronunciats, així com tampoc hi ha cap zona verda ni natural durant la seva trajectòria.

La morfologia del passeig s'estructura en una calçada central, de tres carrils de circulació en sentit ascendent, on un d'ells té de preferència la circulació de bus i taxi, i d'un carril d'estacionament públic i col·locació de contenidors de residus. Pel que fan les voreres són d'uns 5 metres d'amplada des de que comença i permeten el moviment còmode de vianants en tots dos sentits. Un cop passada la plaça Virrei Amat, els carrils de la calçada passen a ser quatre, tres en sentit ascendent, on un d'ells és d'estacionament (però al costat oposat d'on ho era abans), i un en sentit descendent. Tot i això, l'ample de la vorera se segueix mantenint.

Per últim, abans de l'encreuament amb el carrer Rosario Pi, just davant del Centre Cívic Can Basté, la calçada augmenta un carril més, mantenint-se tres carrils ascendents (un d'estacionament) i dos descendents (un d'estacionament també), així com la vorera pateix un estrenyiment notori i que es mantindrà fins al final del passeig.

En l'àmbit de mobiliari urbà es troben elements comuns de la ciutat com bancs, papereres i semàfors i, de forma característica, la presència d'uns fanals habituals al districte de Nou Barris amb dues altures de llum, una inferior d'estructura vermella que il·lumina la vorera i una superior d'estructura groga que il·lumina la calçada. També destaquen les característiques estructures de caràcter escultòric de la plaça Virrei Amat.

Estratègia 1: Investigació i aproximació a l'eix comercial

Circulació i trànsit

L'eix comercial té una molt bona comunicació amb la resta de Barcelona, fent possible una arribada senzilla tant en metro com en bus. Les principals línies que connecta són: L1 i L5 (metro) i R3, R4 i R5 (Rodalies). Pel que fa als busos, cal tenir en compte l'arribada de busos de mitjana i llarga distància a l'estació de Sant Andreu Arenal (62, 96, 97, 126, 133) i els busos metropolitans de Barcelona, entre els quals hi ha les línies 11, 34, 122, 182, H6, V27 i V29.

Pel que fa la bicicleta, el seu trànsit queda relegat al carrer de la Jota, paral·lel a aquest. Tota aquesta gran connectivitat fa que l'eix sigui un punt de fàcil arribada però també genera un tràfic important a les hores punta.

El tràfic rodat és constant al llarg del passeig, disminuint una mica un cop passada la plaça de Virrei Amat. Per altra banda, el flux de gent que circula per tot l'eix és abundant al tram A, destacant els encreuament amb el carrers perpendiculars d'Arnau Oms i Avinguda dels Quinze, dos punts on la circulació i la densitat tant de persones com cotxes és notòriament elevada, tot i que al principi del tram, apropant-nos a Avinguda Meridiana, hi trobem menys gent. La majoria de la resta de carrers que creuen el passeig són petits, sense gaire importància en termes de circulació i trànsit.

MORFOLOGIA URBANA



MOBILIARI URBÀ GENÈRIC



MOBILIARI URBÀ ESPECÍFIC



NEGOCIS AL PASSEIG



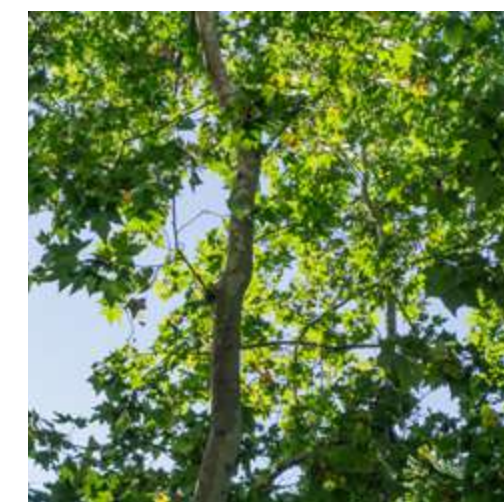
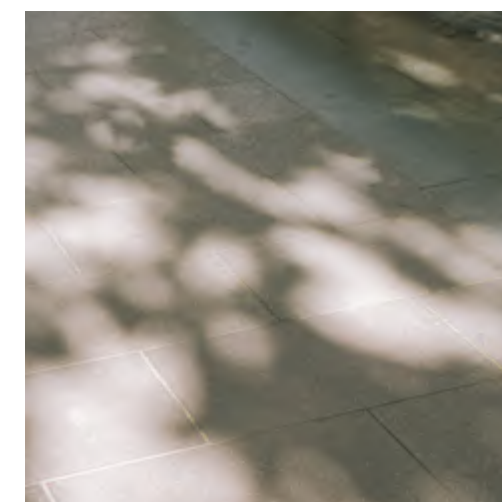
TRANSPORTS



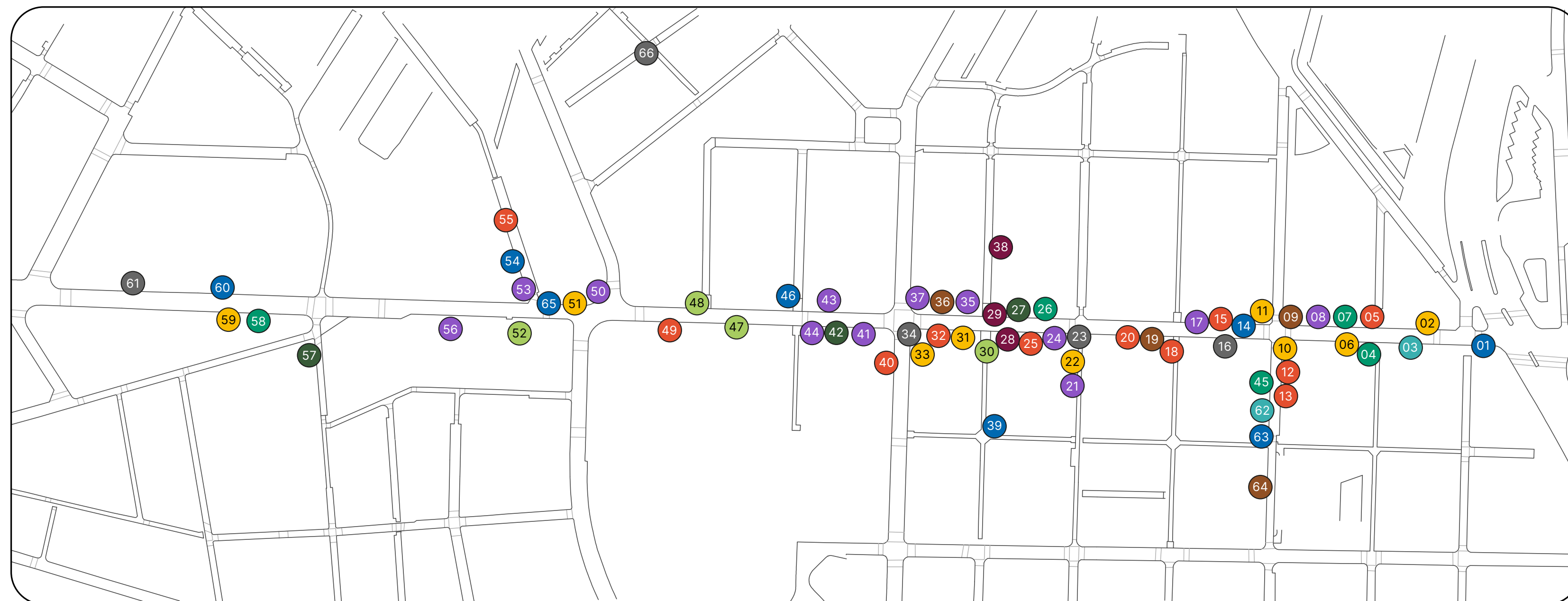
PAVIMENTS DEL PASSEIG



PRESENCIA DE VEGETACIÓ



Mapa de l'eix amb negocis classificats per tipologies



Moda	Automobilístics	Especialitats
Salut i Estètica	Fleques i dolços	Llibreries
Perfumeries	Ferreteries	Altres
Restauració	Decor/Mobiliari	

Moda

- 05 Onna
- 12 Canada House Sant Andreu
- 13 Frisar Esports
- 15 Calçats Montellà
- 18 Bolsos Tribel
- 20 Calzados El Paseo
- 32 Oh! La la
- 40 Dox Style
- 49 Alfonsita
- 55 Sir'a's Joies

Restauració

- 01 Ovante
- 14 Cuina de Mercat
- 25 Egarrí Txapeldun
- 39 Bar 98
- 46 El calamar content
- 54 Bracafé
- 60 La Esquinica
- 63 Bar Barrigó
- 65 Gotham

Salut i Estètica

- 08 Farmàcia Ma Loreto Cardellà
- 17 Beth's Hair Store
- 21 José Simon Perruquer
- 24 Opticalia Jumir
- 35 Farmàcia Aranda
- 37 Amplifon
- 41 Medicina Estètica Lago
- 43 Vitaldent
- 44 Stetik Fabra
- 50 Farmàcia Virrei Amat
- 53 Òptica Universitària
- 56 Audiologia Universitària

Fleques i dolços

- 09 Forn del Passeig
- 19 Santa Glòria
- 36 Lliso Lis
- 64 Panes Creativos

Perfumeries

- 30 Blau (Pg. Fabra i Puig 167)
- 47 Perfumeria Duca Jordi Canals
- 48 Blau (Pg. Fabra i Puig 258)
- 52 Blau (Pg. Fabra i Puig 229-231)

Automobilístics

- 03 Automoto
- 62 Motorace BCN

Llibreries

- 28 Llibreria Santos Ochoa
- 29 Abacus
- 38 Ohana Books

Ferreteries

- 27 Ferreteria Barcelona
- 42 Ferreteria Fabra
- 57 Ferreteria Càndida

Especialitats

- 02 Nuvols
- 06 Gelateria Brina
- 10 The CBD Side
- 11 Xurreria Laia
- 22 Fabra Seguretat
- 31 King Sweets
- 33 Print Center Fabra
- 51 Món Ibèric
- 59 CVM Pisos

Decor/Mobiliari

- 04 La Caixa dels Records
- 07 Elim Home
- 26 Culinarium
- 45 Casa Somni
- 58 Catalunya Comfort

Altres

- 16 Bingo Fabra Centre Asturiano
- 23 Bellas Artes Gutiérrez
- 34 Administración Lotería nº90
- 61 Supermercat Fernández - Coviran
- 66 Associació Brahma Kumaris

Passeig del Doctor Pi i Molist

El 31 de desembre de 1916 l'Ajuntament de Barcelona inaugura definitivament l'obertura d'una nova via no gens comuna al territori del Nou Barris de l'època. Es tractava d'un carrer molt ample i de traçat completament recte.

El nou passeig enllaça la rambla de Santa Eulàlia amb l'institut Mental de la Santa Creu i Sant Pau. Finalitza justament davant de l'entrada principal del Mental i n'ofereix una espectacular perspectiva a mida que els visitants s'hi apropen.

**Ca n'Artés**

- Cruïlla dels dos camins romans coneguts com a Quatre Camins. Una cruïlla que permet anar cap a Sant Cugat o Barcelona i Horta o Sant Andreu de Palomar.

- Ca n'Artés tenia una portalada feta de mig punt que encara es pot apreciar i dues finestres acabades en arc gòtic conopial.

Església de Santa Eulàlia de Vilapicina

- L'església de Santa Eulàlia de Vilapicina té més de mil anys d'història (primers documents: l'991 i 999 però testament l'any 1017).

- La que s'observa actualment només té 300 anys i és que es va ampliar, al llarg dels segles XVII i XVIII.

- Encara es poden veure restes de l'església preromànica, la capella del Santíssim i el mur que dona sota el pont.

Plaça Virrei Amat

- Anys 30, l'Ajuntament converteix l'encreuament en una plaça.

- Era quadrada i sense pavimentar, anys després es fa una rotonda per facilitar la circulació.

- Metro Virrei Amat s'inaugura el 1958 amb l'actual línia 5.

- L'actual plaça és el resultat d'una profunda remodelació a partir de 1998.

Nº 211

Casa baixa supervivent, primera construcció coetània a la creació del passeig l'any 1875.

Estratègia 2: Entrevistes

Per tal de conèixer i entendre el funcionament i les dinàmiques de l'eix s'ha fet, també, una aproximació als comerços i comerciants.

A través d'una petita entrevista s'ha posat cara a les persones darrere de les portes dels negocis que formen el comerç de Fabra Centre.

Estratègia 2: Entrevistes

Emplaçament:

Eix comercial Fabra Centre

Horari:

Dissabte 28 de maig, de 10:30h a 13:30h

Participants:

Olga - Beth's
 Jose - Churrería Chocolatería Laia
 Núria - Opticalia
 Alex - Multiópticas
 María - Gaende
 Ilde - Automoto Ilvi
 Jose Antonio - L'Artigiano
 Juan - Sonlab
 Ana - King Sweet
 Frato - Para tu Hogar
 Andrés - Melody
 Laura - Santos Ochoa Barcelona
 Victoria - Trave
 Sergio - Vinalium
 Susanna - VistaOptica
 Tomás - Ferreteria Fabra
 Sergi - Print Center Fabra
 Cristina - Cliché
 Ivan - The CBD Side
 Angela - The 10€ Bazar
 Encarnación - NÚVOLS
 Walteen - Digital i Multimèdia
 Andreu - CeX
 Silvia - Fina García
 Imma - El Premio
 Melissa - Tío Bigotes

Dissenyem Comerç.
FORMULARI!

Nom i cognom _____

Nom del negoci _____

Tipus de negoci _____

Propietària/Dependentà _____

Adreça del negoci _____

Vius i treballes al barri? Desde quan?

Estas satisfeta amb el funcionament del teu negoci?

En cas afirmatiu; quines són les teves forteses?

En cas negatiu; que creus que es podria canviar per a millorar aquesta situació?

Com definiries el comerç del barri en 3 paraules?





Estratègia 2: Entrevistes

Objectius:

- Conèixer de primera mà l'ús de l'eix, els seus comerços i la seva gent.
- Detectar carències i oportunitats de millora encarades al comerç de l'eix i al seu entorn (barri).
- Determinar possibles preguntes i inquietuds dels comerciants de la zona per a incorporar en la preparació de la sessió de cocreació.
- Viure la segona jornada d'Obrim carrers de la història al passeig per tal d'observar, paral·lelament, el desenvolupament del comerç i dels usuaris de l'eix en un dia de tall al carrer per tal d'extreure conclusions útils per al projecte.



Estratègia 2: Entrevistes

Resultats:

Els negocis amb la seva ampla participació van aportar informació de qualitat, útil per al desenvolupament del projecte i per a plantejar les següents estratègies, així com per entreveure que s'opina del propi comerç i de l'eix comercial Fabra Centre



Estratègia 3: Cocreació

Aquesta estratègia es basa en crear una activitat composta de varies dinàmiques per tal que els comerciants, a partir del joc, estableixin un diàleg i un intercanvi d'idees de les quals es podrà extreure informació útil de cara a detectar oportunitats de millora i elaborar propostes de projecte coherents i pràctiques.

Estratègia 3: Cocreació

Emplaçament:

Ovante (restaurant)

Horari:

Dimecres 1 de juny, de 14:00h a 16:00h

Participants:

- Montse - Moda Onna (roba de dona)
- Rosi Toribio - Alfonsita (roba interior)
- Carmen Timonet - La Caixa dels Records (articles de festa i disfresses)
- Loreto Cardellà - Farmàcia Cardellà (farmàcia i parafarmàcia)
- Isaac Campoy - Fabra Seguret (panys i serralleria)
- Lupe Hernández - Canada House (roba infantil)
- Jordi Navarro - Txapeldun, Ovante i Gotham (restauració)
- Oriol Fuertes - Abacus (papereria, llibreria, oci i cultura)
- Jesús Mir - Gerent de la Unió de Comerciants Fabra Centre



Estratègia 3: Cocreació

Descripció:

Les tres dinàmiques estableixen un mateix llenguatge entorn al món gastronòmic i de la restauració, aprofitant l'emplaçament en el qual es desenvolupen.

Dinàmica A: Clients:

Es proposa als comerciants posar-se en la pell de les seves companyes i companys de l'eix intercanviant el seu negoci per el d'una altra persona a l'atzar, així com reben un usuari tipus de l'eix amb el que treballar. A partir d'aquests condicionants, han de respondre a tres senzilles preguntes plantejades en unes cartes que se'ls hi facilita:

- (1) Com fer que aquell usuari vingui a l'eix
- (2) Com fer que l'usuari entri a la botiga
- (3) Com fidelitzar a l'usuari

Dinàmica B: Entorn:

Al girar els individuals de taula que trobem a cada lloc es crear com un puzzle el mapa de l'eix sobre el qual es planteja un condicionat: el passeig s'ha tallar com a jornada d'Obrim carrers, i es planteja una qüestió: quines idees planteja cada negoci per aprofitar aquest tall i beneficiar el comerç, tant individualment com col·lectivament. Els comerciants hauran de respondre de forma oberta escrivint als sotagots que tenen des d'un inici sobre la taula.

Dinàmica C:

Cooperació entre negocis
Amb aquesta última dinàmica es proposa que cada comerciant reflexioni de com podria col·laborar amb el seu propi negoci i el negoci amb el qual ha estat treballant durant la sessió, establint un col·loqui general a mode de conclusions finals.



TE

ROSA

ISAAC

LA CAIXA DELS RECORDS
GEMEN

XAVIER

ENNO EDON
MODA ONNA
MONISE

SANDRA

ALFONSI
ROSA

LUPE



CANADA HOUSE
LUPE

COMPARTE CON LA COMUNITAT
COMPARTE CON LA COMUNITAT
COMPARTE CON LA COMUNITAT

ABBA
COMPARTE CON LA COMUNITAT
COMPARTE CON LA COMUNITAT



Estratègia 3: Cocreació

Objectius:

- Conèixer l'opinió sobre l'eix, el barri i el comerç de la zona d'alguns comerciants representatius per tal d'aproximar-nos als agents reals del cas.
- Tenir la possibilitat de plantejar-nos d'una forma més estratègica les preguntes que es faran als compradors /usuaris de l'eix en la següent acció.
- Visualitzar possibles oportunitats de millora sorgides dels comentaris i les idees que es creen durant la dinàmica per part dels comerciants i els seus negocis.
- Generar diferents sinergies entre comerciants i negocis d'una forma lúdica i fora del context laboral que enriqueirà la cohesió de grup entre comerços de l'eix i ajudarà a dinamitzar les relacions futures que s'hi puguin establir.



Estratègia 3: Cocreació

Resultats:

Tots els comerciants van estar molt participatius durant l'activitat i es van poder extreure les problemàtiques i oportunitats de millora reals de part d'aquests, ajudant al encaminament de les posteriors propostes de projecte a l'eix així com opinions que facilitarien un marc contextual per escollir certs aspectes i característiques de les mateixes propostes.



Estratègia 4: Acció al carrer

En aquesta ocasió, l'estratègia es basa en crear tres punts de participació activa al carrer aprofitant una jornada d'Obrim carrers, per tal que les veïnes i consumidores de l'eix comercial puguin expressar la seva opinió respecte el barri, el comerç del barri i els seus hàbits de compra.

Estratègia 4: Acció al carrer

Emplaçament:

Els tres punts de participació es troben situats al Passeig de Fabra i Puig entre el carrer d'Emili Roca i Santapau ocupant l'amplada completa de la via i les respectives voreres.

Horari:

Dissabte 18 de juny, de 11.00h. a 14.00h
(Muntatge i desmuntatge: 10.00h - 11:00h
i de 14:00h a 15:00h)

Participants:

Tota aquella persona que durant l'acció al carrer es trobi amb l'acció i, siguin o no residents al barri, vulgui participar de manera voluntaria.



Estratègia 4: Acció al carrer

Descripció:

Acció participativa organitzada per l'equip de disseny d'ESDAPC a la zona considerada de major aflluència del passeig, al costat de la carpa de l'Associació de l'Eix Comercial. S'utilitzen 3 punts de diàleg, que són estructures de fusta de 100x170 cm amb dues cares practicables on es convida a respondre a cinc preguntes diferents. Aquestes estan pensades per a ser respostes de diferents maneres, dotant l'experiència de dinamisme.

Panell A:

Resposta tancada (gomets)

Pregunta A.1: Compro al barri perquè...

Pregunta A.2: Consumeixo en...

Al panell A, les respostes són quantitatives i s'expressen a través de gomets.

La pregunta A.1 es pot votar tantes vegades com respostes hi ha amb el mateix color de gomet.

La pregunta A.2 es pot votar tantes vegades com respostes hi ha i es fa una segmentació a través dels colors dels gomets. En aquest cas, la segmentació ens dona la freqüència: Puntualment, setmanalment, mensualment.

Panell B:

Resposta oberta (retuladors de colors)

Pregunta: M'agradaria que al barri...

Al panell B, les respostes són qualitatives i s'expressen a través de la opinió de les participants. En aquest cas, es fa una segmentació a través del color del rotulador amb el que s'escriu la resposta per tal de saber si la resposta és d'un usuari veí del mateix barri o no.

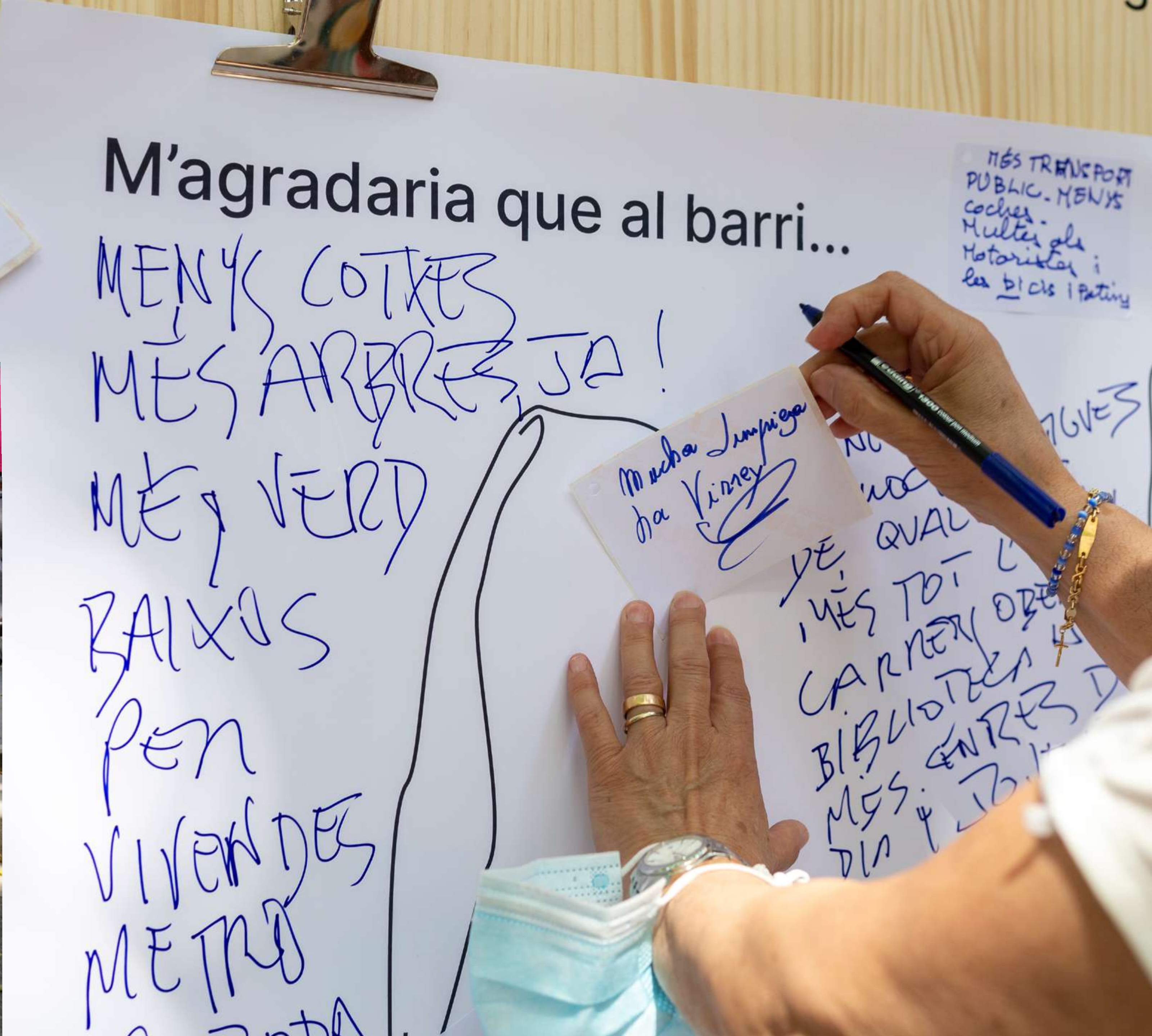
Panell C:

Resposta tancada (tampons)

Pregunta C.1: Quan no compro al barri és perquè...

Pregunta C.2: El que prioritzo a l'hora de comprar és...

Al panell C, les respostes són quantitatives i s'expressen a través de vots amb tampons de tinta. Aquests segmenten les respostes en funció de l'edat de la participant: més o menys de quaranta anys. Tant a la pregunta C.1 com a la pregunta C.2 es pot votar tantes vegades com respostes hi ha, amb el tampó que pertoca.





El que prioritizo a l'hora de comprar és...

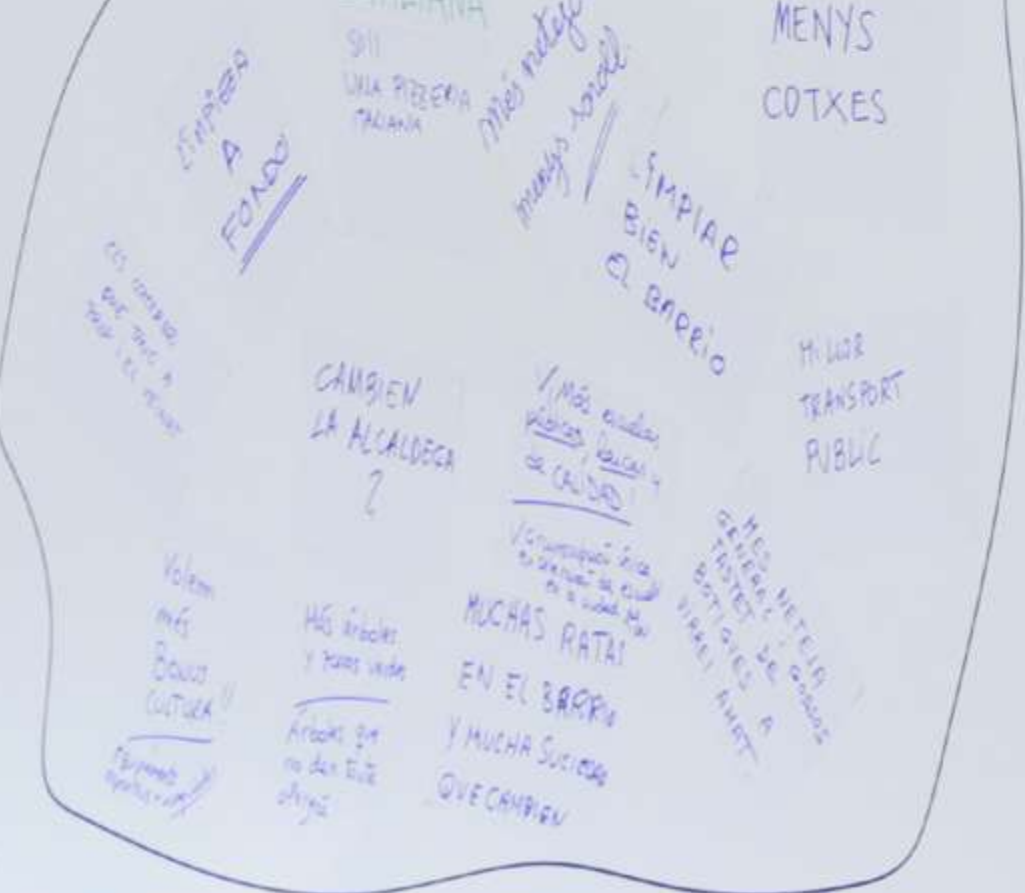
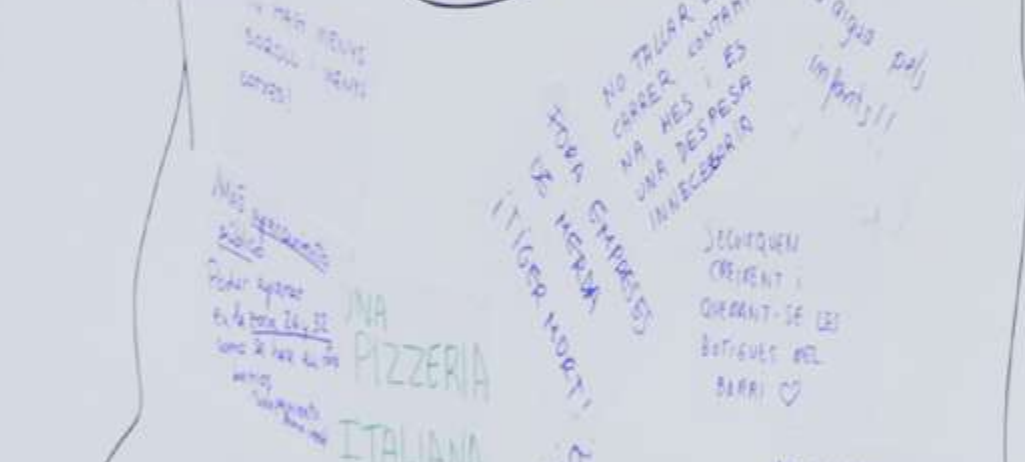


El preu (la pela és la pela)



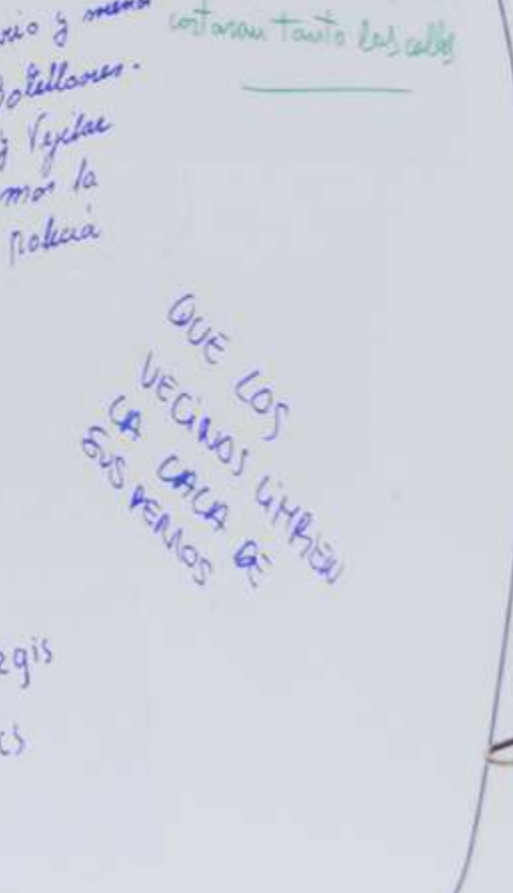
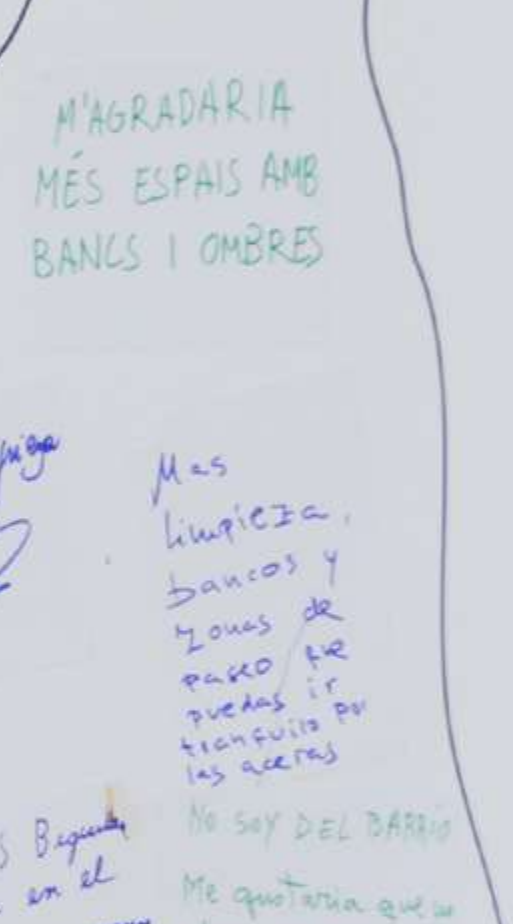
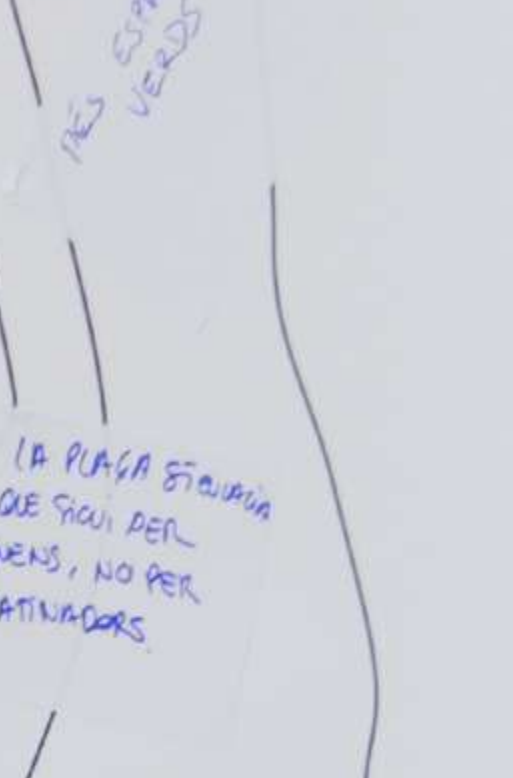
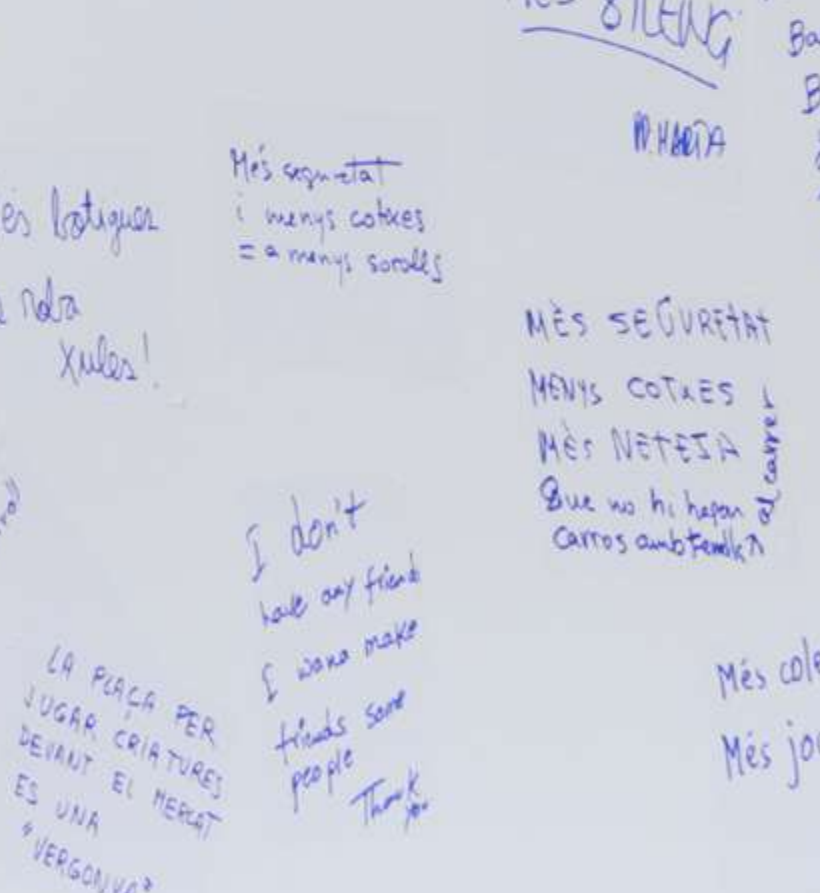
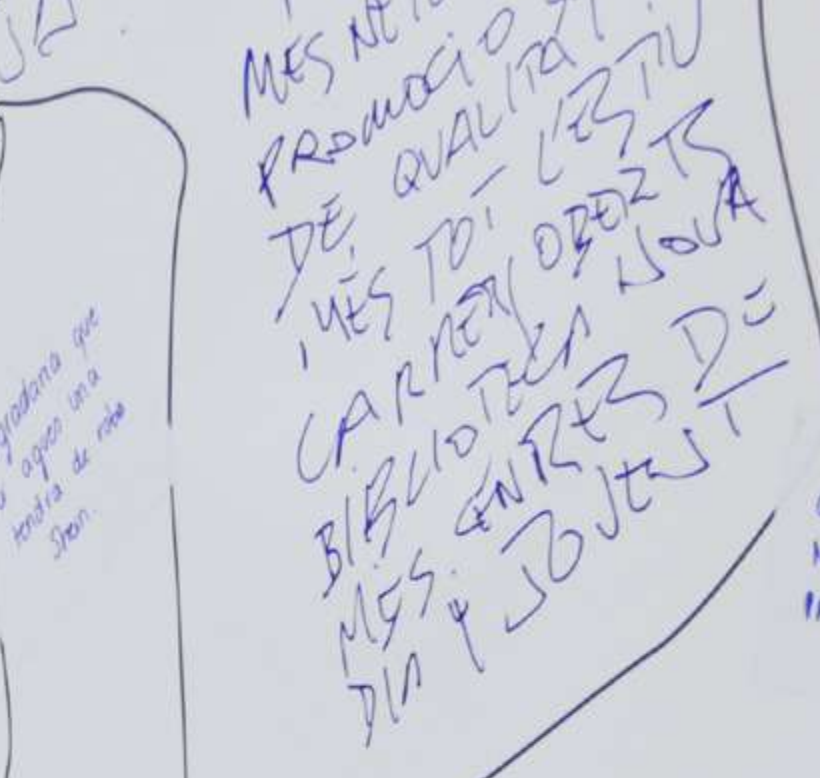
Comoditat (si m'ho porten a casa, millor que millor)

M'agradaria que al barri...



M'agradaria

MENYS COTXES
MÉS ARBRES JA!
MÉS VERD
BAIXOS
PEN
VIVENDES
METRO
PARATA
NOVA
ENTRE
MORAGA
I NINGU



Para el carro!

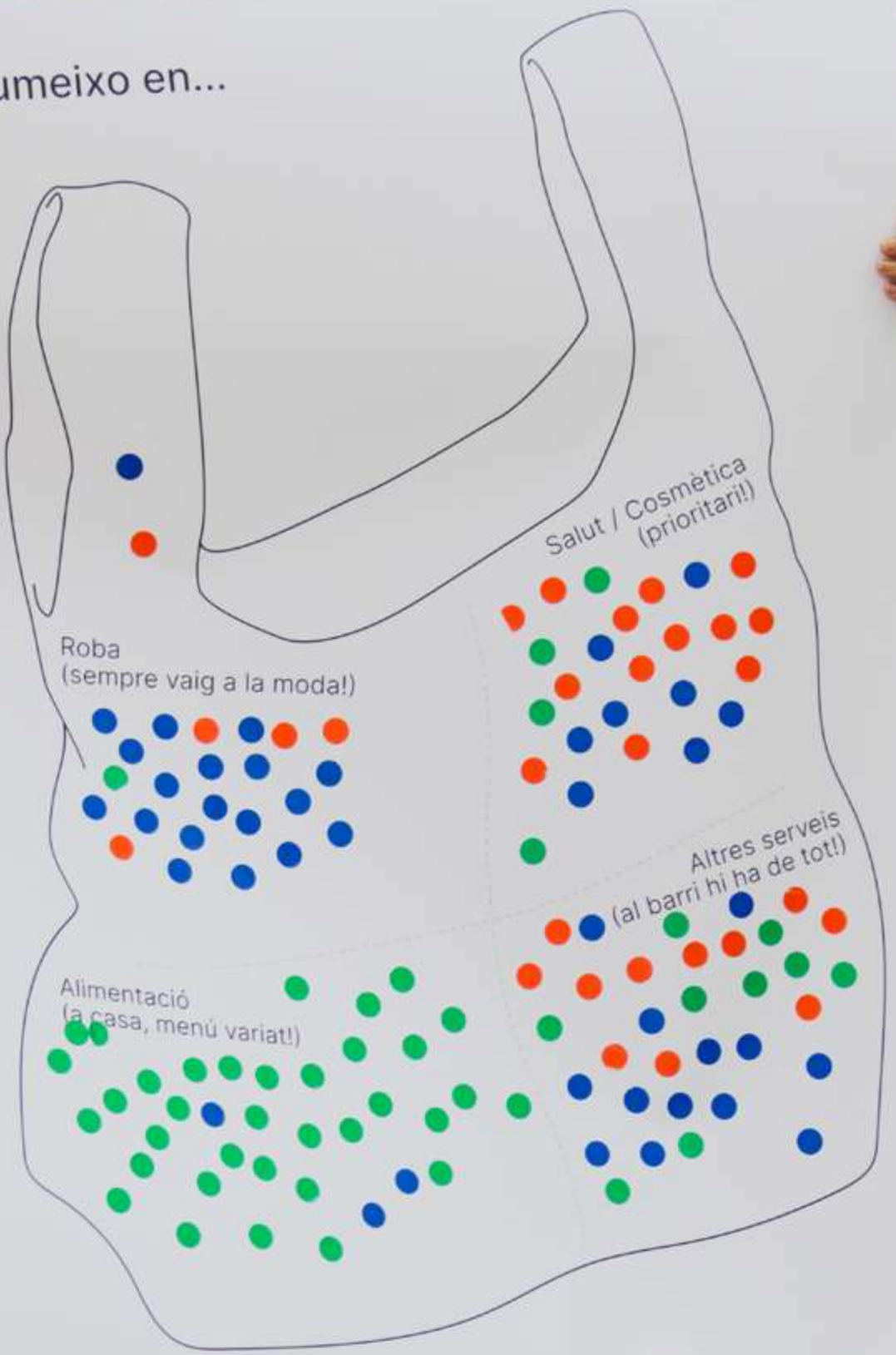
Ajuda'ns a reactivar el comerç del barri!

Deixa les teves suggerències escrites a les enganxines!

El que prioritzo a l'hora de comprar és...



Consumeixo en...



M'agradaria que al barri...



Estratègia 4: Acció al carrer

Objectius:

- Aconseguir opinions diverses sobre la situació actual del comerç del barri mitjançant la involucració del veïnat, fent reflexionar i participar dintre del seu propi panorama i context social.
- Obtenir informació rellevant sobre la manera de comprar al barri, intercanviar opinions, fer reflexionar sobre els valors del comerç al veïnat.
- Conèixer les necessitats com a llavor per generar les propostes adequades per reactivar el comerç de l'eix. D'aquesta manera amb les diferents accions realitzades es dona veu als diferents agents implicats: comerciants, veïnat i associació de comerciants.



Estratègia 4: Acció al carrer

Resultats:

Els usuaris del barri prioritzen consumir en el propi eix de Fabra Centre, pel fet de que es tracta del seu districte, d'aquesta manera es poden veure indicis d'una comunitat veïnal.

Per altre banda, el factor de l'edat influeix ja que en temes de comoditat i desplaçament les usuàries i usuaris de més de quaranta anys també buscarien aquesta facilitat de compra.

Pel que fa a les opinions de veïnat s'ha pogut contrastar els punts febles i forts amb les respostes obtingudes a la jornada de co-creació amb el comerç, ajudant també a les iniciatives i propostes de millora per l'eix comercial de Fabra Centre.



**Propostes
de millora**

Amb tota la informació obtinguda durant el procés de recerca a l'Eix Fabra Centre, es van generar 6 propostes per respondre a les necessitats detectades.

Totes les propostes funcionen de manera individual, però estan **ideades per complementar-se entre elles.**

Proposta 1: Redisseny d'identitat

Redisseny de la identitat gràfica del passeig Fabra i Puig per tal de donar-li cohesió, protagonisme i ubicar-lo en el mapa, tant pel veïnat del barri com per a la resta de Barcelona

Proposta 1: Redisseny d'identitat

Estratègia:

• **Què farem:** Redissenyar la identitat gràfica de l'eix de comerciants de Fabra Centre a partir de la qual es transforma l'eix Fabra Centre i passa de ser un eix comercial a ser un eix veïnal amb un sentiment de pertinença darrera.

• **Com ho farem:** A través de la creació d'una nova identitat, amb una gràfica més actual, rejuvenida i atractiva que utilitzi una gamma cromàtica llampant amb formes geomètriques senzilles i dinàmiques adaptables a les característiques urbanes i històriques de l'eix i el barri en qüestió, creant un logo, un sticker identificatiu pels comerços associats a l'eix i un mapa de referència on apareguin aquests comerços.



Proposta 1: Redisseny d'identitat

Viabilitat - Transformació real:

• **Per què:** Per aconseguir que Fabra Centre sigui un eix referent a Barcelona i unificar les seves veïnes i veïns creant un sentiment de pertinença que els faci ser partícips i orgullosos de viure al barri. Per una banda que sigui capaç d'atraure un públic més jove i funcioni per incentivar a descobrir el barri i, per l'altra, que aquesta mateixa sigui capaç d'impulsar els usuaris més fidelitzats en l'actualitat, la gent gran, animant-los a sortir i a reviure i retrobar-se amb el seu barri i eix comercial.

A més, la creació d'alguns d'aquests elements faran que Fabra Centre estigui més actualitzat i informat d'una manera visual de cara a la comunitat comercial de l'eix.

A nivell conceptual, s'ha treballat a partir del concepte urbanístic del passeig principal de l'eix com a unió i element característic del barri, creant una metàfora entre aquest passeig simbolitzat a través de la paraula Fabra.



EIX **FABRA** CENTRE

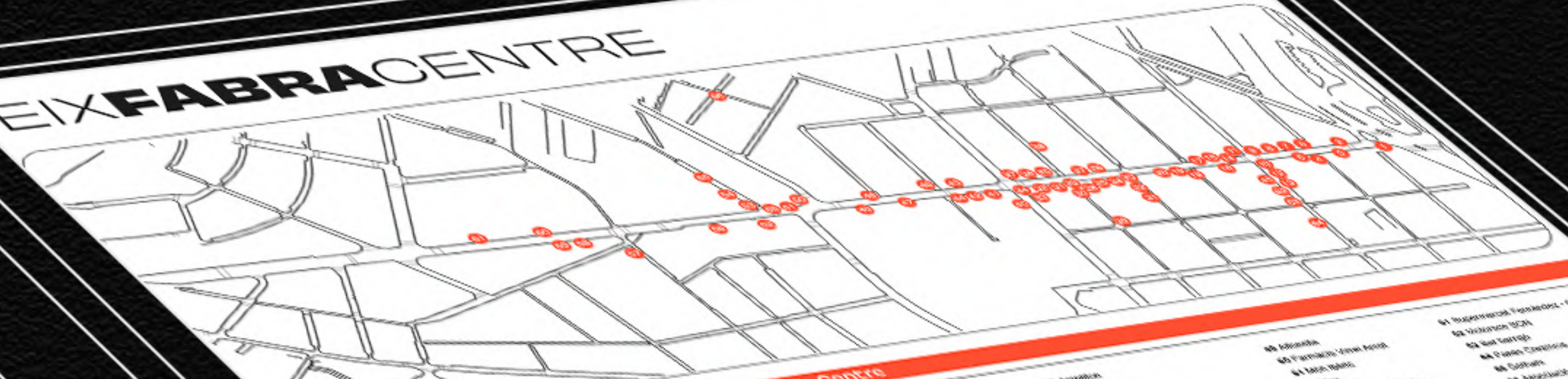
A wide, tree-lined street in Eix Fabra Centre, Barcelona. The street is flanked by tall, mature trees that create a canopy effect. The scene is captured with a color gradient, transitioning from a warm orange-red on the left to a vibrant green on the right. In the foreground, a red circular sign with a white horizontal bar is visible on the left. The street is populated with pedestrians, a stroller, and parked motorcycles. In the background, a white truck and other vehicles are visible on the road. The overall atmosphere is bright and lively.

EIX FABRA CENTRE

EIX
FABRA
CENTRE

EIX
FABRA
CENTRE

EIX FABRACENTRE



Comerços associats a l'Eix Comercial de Fabra Centre

- | | | | | | |
|--------------------------------|---------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--------------------------|---------------------------------------|
| 1 Oriente | 18 Fressi espagna | 35 Egeim Transport | 57 Anglès | 63 Idiomatic | 61 Hospitalitat, Espalador - Corral |
| 2 Hesperis | 19 Quins de mercat | 36 Cudamassum | 58 Còrrecs locals | 64 Farmacia Lluís Ferris | 62 Volcanon 1224 |
| 3 Automòbil | 20 Ciutat de les arts | 37 F. Amadoria Barcelona | 59 The 92 | 65 Tach Retail | 63 Sol Ventall |
| 4 La Caixa dels records | 21 Hespèr Fabra Centre Reunions | 38 Abacois | 60 Tòxica | 66 Taxis | 64 P. i Merc. Castelló |
| 5 Omnia | 22 Baficó Tria stores | 39 Universitat Santa Cecília | 61 Mètrica | 67 Cypria Universitat | 65 Colfalm |
| 6 Capítol de l'obra | 23 Baficó Urban | 40 Ibis | 62 Medicina i Salutació legal | 68 La Caixa | 66 Tarradellas, Reunions, Tarradellas |
| 7 Elim Torra | 24 Sàbia Cabota | 41 Korgi Swire | 63 Mediam | 69 Sàbia Fabra | 67 Española |
| 8 Farmacia nr. Loreto Cardella | 25 Catorros el vassal | 42 Ciel LA, LA | 64 Sàbia Fabra | 70 Casu-Comer | 68 Facultat de Ciències |
| 9 Pomi del pasadís | 26 Jorda i Mercat comercial | 43 F. i Merc. Fabra | 71 Casu-Comer | 72 Casu-Comer | 69 Casu-Comer |
| 10 The Casa 100 | 27 Fabra i Mercat | 44 Agromercat Fabra nr. 10 | 73 Fabra i Mercat | 74 Fabra i Mercat | 70 La Caixa |
| 11 Xarxeta Lila | 28 Sàbia Fabra Cuaderns | 45 Farmacia Irlanda | 75 Farmacia Irlanda | 76 Farmacia Irlanda | 71 La Caixa |
| 12 Comedia House Sant Andreu | 29 Opticall, Jardi | 46 Ubalda | 77 Ubalda | 78 Ubalda | 72 La Caixa |

Proposta 2: Targeta veïnal

Creació d'una targeta veïnal on les persones residents del barri poden enregistrar les seves compres a l'eix i accedir a informació privilegiada, recomanacions personalitzades i obsequis i avantatges de compra únics.

Proposta 2: Targeta veïnal

Estratègia:

• **Què farem:** Crear una targeta de fidelització per l'eix comercial de Fabra Centre. Es tracta d'una targeta que et permet obtenir unes prestacions de forma puntual (lots de productes, regals, promocions...) en comprar en diferents establiments de l'eix.

• **Com ho farem:** A través de la creació d'una targeta física enllaçada a un codi de barres amb la qual els comerços escanegen el codi de barres i poden sumar punts als usuaris per tal de bescanviar-los per obsequis de fidelitat.

Proposta 2: Targeta veïnal

Viabilitat - Transformació real:

· **Per què:** Per aconseguir que el veïnatge i els usuaris de l'eix Fabra Centre tinguin un consum més habitual a totes aquelles botigues associades a l'eix. Per altre banda també incentivar a la resta de comerciants a unir-se entre ells amb l'objectiu final de crear una gran comunitat que no només involucri a comerciants sino al gran nombre d'usuaris i veïnat del propi barri.





Proposta 3: Vestir l'eix

Creació d'una campanya gràfica en base de la identitat creada que s'apliqui a diferents elements i situacions de l'eix comercial, així com elements i canals de promoció, per tal de vestir l'eix i transformar-lo en un *contínuum*.

Proposta 3: Vestir l'eix

Estratègia:

• **Què farem:** Per tal de remarcar la nova identitat creada per l'eix comercial, s'ha creat una campanya publicitària per promocionar i donar veu a l'associació de comerciants de l'Eix Fabra Centre. La campanya consta d'intervencions en varis elements de caràcter públic, així com també s'inclouen elements de marxandatge.

• **Com ho farem:** La gràfica aplicada serà divulgada als diversos suports publicitaris de la zona de l'Eix Fabra Centre, com a les estructures publicitàries o a les marquesines repartides al llarg del passeig. També constarà de la instal·lació de banderoles als fanals, l'opció de vinilar alguns aparadors i la distribució de diversos elements de marxandatge repartits als diversos comerços associats (bosses de tela, pins i altres elements promocionals).

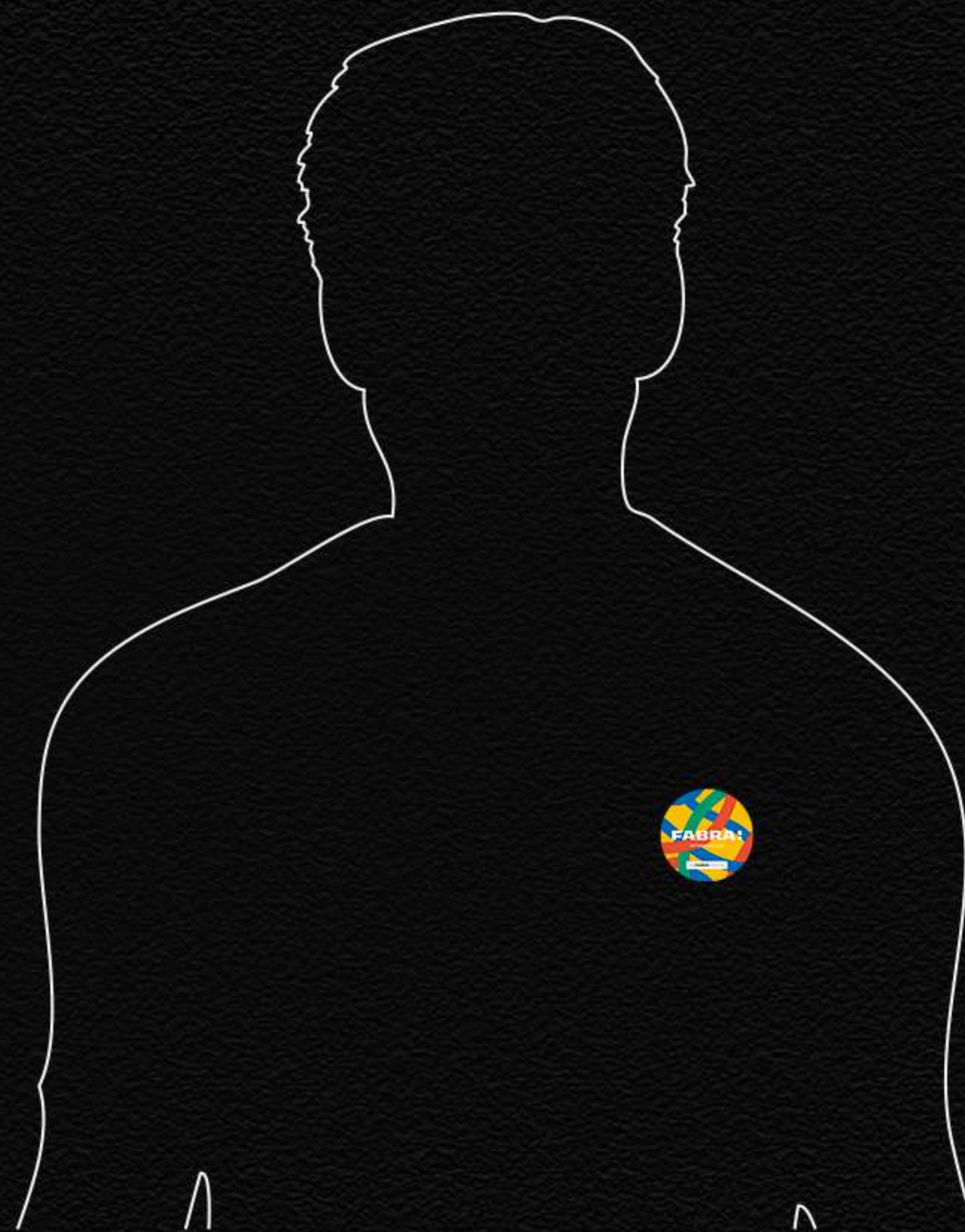


Proposta 3: Vestir l'eix

Viabilitat - Transformació real:

• **Per què:** Aquests elements es creen per reforçar la nova identitat de l'eix comercial, d'aquesta manera reactivem la participació de l'associació de l'eix comercial i els ubiquem dins del punt d'interès del propi barri com a una comunitat més sòlida; tot promocionant el comerç local de l'eix.





Proposta 4: Remodelació urbanística dels marges de l'eix

Intervenció urbanística als marges de les voreres del passeig per generar noves sinergies al barri i aportar verd a l'eix.

Proposta 4: Remodelació urbanística dels marges de l'eix

Estratègia:

• **Què farem:** Creació de nous espais urbans als marges de les voreres del tram A del passeig, per tal d'aportar verd, nous espais de trobada i interacció urbana; en resum: noves experiències al llarg de l'eix.

• **Com ho farem:** Creació de noves zones d'estada, més estimulants, així com elements de joc i barreres vegetals que separin tan acústica com, sobretot, visualment, la calçada de la vorera i que aportin verd a l'eix, ocupant el mateix espai que actualment ocupen els arbres, papereres i bancs; mantenint així la circulació actual tant de vianants com de tràfic rodat però generant nous espais verds i de socialització i descans al carrer.

Dins d'aquesta intervenció, també s'incorporaria la col·locació d'unes estructures metàl·liques ancorades a paviment, probablement d'acer corten, utilitzat en la resta de la proposta, els quals actuarien com a suport de format horitzontal on s'hi pot trobar el mapa de l'eix Fabra Centre acompanyat d'una petita llegenda explicativa.

Les formes i materials utilitzats en aquesta proposta partirien de l'estil arquitectònic de la plaça Virrei Amat, on hi ha elements característics que doten a l'eix i al barri de trets distintius i representatius (formes triangulars, ús de fusta i metall, detalls de paviment en granit, contrast entre materials lleugers i formes contundents...).

Pel que fa la vegetació, es plantejaria utilitzar espècies únicament mediterrànies i en un tipus de creixement de 'jardí en moviment', que s'adaptin al clima de la ciutat fàcilment i requerint poc manteniment, així com generin una altura i frondositat suficient com per crear aquesta "barrera" entre vorera i calçada. Un exemple d'intervenció vegetal de caràcter similar seria la que actualment trobem al nou parc de Glòries, al voltant de la Gran Clariana.

La proposta va unida també a una possible remodelació de la plaça Paul Claudel, unida directament a l'eix i davant del centre cívic Can Basté, per tal de promocionar i portar les activitats del centre cívic de l'eix al carrer, així com crear una cohesió urbana que posi en valor al veïnat i l'usuari de l'eix amb un projecte d'urbanisme senzill però eficaç, generant experiències al passeig i potenciant, en segona instància, el comerç al passeig.

Proposta 4: Remodelació urbanística dels marges de l'eix

Viabilitat - Transformació real:

• **Per què:** Per aportar el verd i els espais d'estada que reclama el veïnat i per crear un espai de passeig i compra molt més agradable, fresc i estimulants, que funcioni de referència al barri; voler viure el passeig.

Els models reals i pràctics de Passeig Sant Joan i de les superilles de Sant Antoni i de Poblenou serviran de referència per fer una actuació urbana unificada i funcional a la ciutat de Barcelona però adaptada a les característiques de l'eix qui, no jugarà en crear des de zero, sinó que treballarà amb la xarxa urbana ja establerta (ample vorera, carrils de calçada, marquesines de bus, elements d'il·luminació...) per tal de no alterar el funcionament de l'eix, sinó adaptar-se a aquesta per tal de modificar-lo i potenciar-lo d'una forma subtil, però cohesionada i eficaç; tenint en compte a les necessitats que té el barri i el propi eix.





CLINICADENT

BELLE

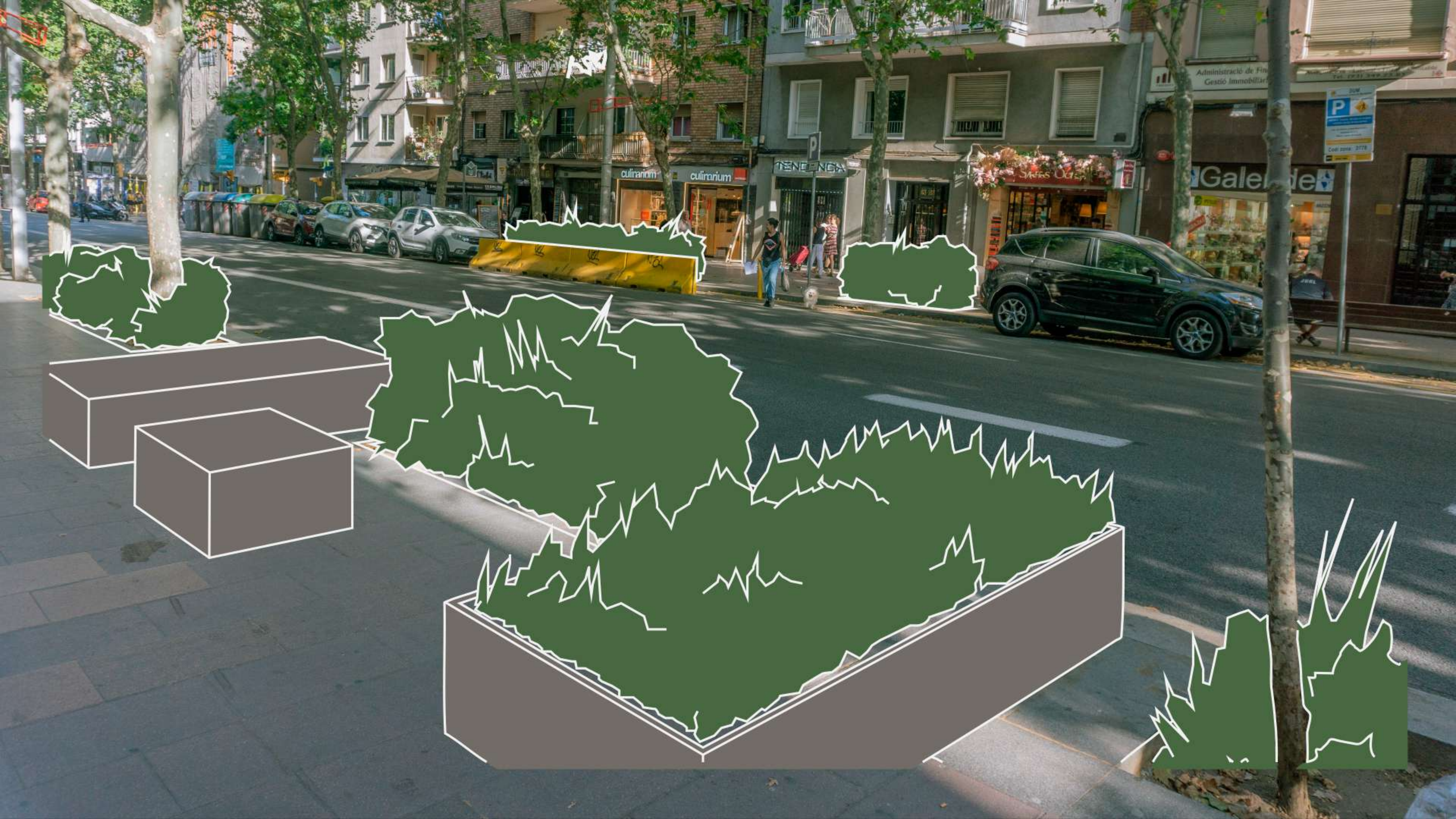
Erbel

SANTAGLORIA

SANTAGLOR

PASEO

Condi



Proposta 4: Remodelació urbanística dels marges de l'eix

Exemples:



Materials:



Proposta 5: Can Basté al carrer

Disseny d'un espai/estructura efímer de caràcter modular per promocionar i donar a conèixer els tallers que es realitzen a Can Basté.

Proposta 5: Can Basté al carrer

Estratègia:

• **Què farem:** Creació d'un espai efímer per esdeveniments i temporades festives de llarga durada, per tal de donar a conèixer els tallers que es realitzen al centre cívic de Can Basté. L'espai podrà acollir també alguns del tallers que es realitzen al mateix centre.

• **Com ho farem:** Creació d'una estructura versàtil amb materials naturals i lleugers, de fàcil reciclatge i que permetin un fàcil muntatge i desmuntatge; com pot ser la fusta, el cartró o els tèxtils. Aquesta estructura de disseny a concretar es podria plantejar per fer en un concurs públic per tal d'incorporar la ciutadania al procés i producció de disseny i seguir fomentant la pertinença de barri. Una idea de com podria aproximar-se la morfologia i les característiques d'aquest element podria ser utilitzant un llenguatge plàstic similar al de les estructures i l'arquitectura de la plaça Virrei Amat, que és característic identitari del propi eix (formes triangulars, contrast entre materials lleugers i formes contundents, ús de la fusta amb tractament per exteriors combinada amb el metall...)

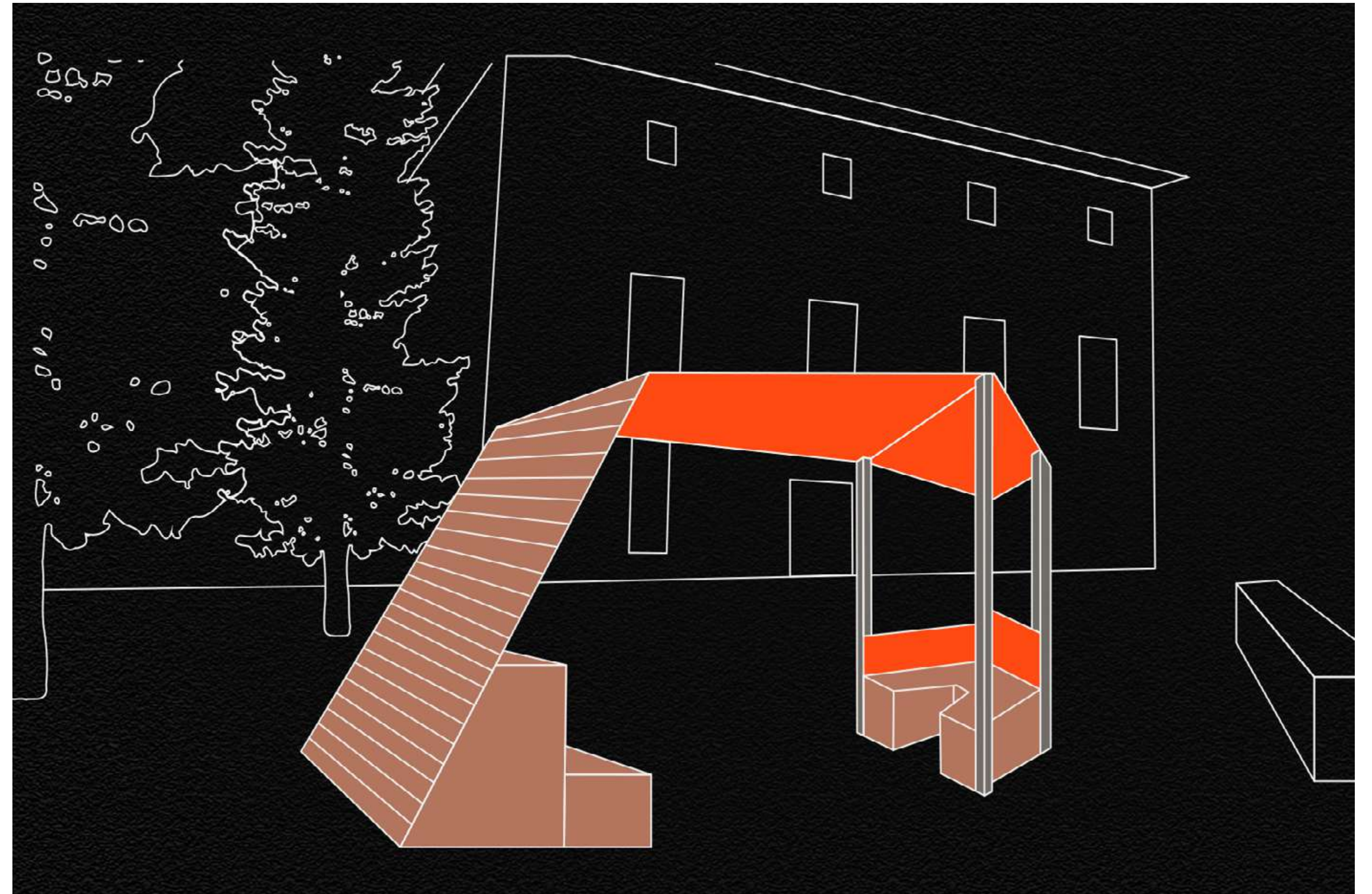
Proposta 5: Can Basté al carrer

Viabilitat - Transformació real:

• **Per què:** Per aportar espais de caràcter lúdic oberts a totes hores, per a tothom i a l'abast de tots els usuaris.

Per altra banda servirà de punt de referència per informar-se de les activitats, cursos i dinàmiques duts a terme pel centre cívic de Can Basté, reactivant el flux de gent a l'eix comercial i generant experiències al carrer; així com promocionar les pròpies activitats del centre cívic, que té una gran oferta d'activitats desconeguda per la majoria del veïnat. El fet d'atraure a gent a quedar-se al barri per fer activitats, fomentaria indirectament el comerç a l'eix.

L'estada d'aquesta estructura serà de llarga durada però no permanent. La intenció és fer una crida a les veïnes del barri aprofitant que es tracta d'un element temporal que atrau a més gent degut al seu caràcter efímer.





Proposta 5: Can Basté al carrer

Exemples:



Proposta 6: Elements efímers per jornades d'*Obrim carrer*

Disseny d'elements efímers per les jornades d'Obrim carrers.

Proposta 6: Elements efímers per jornades d'*Obrim carrer*

Estratègia:

• **Què farem:** Dissenyar un sistema per tal de donar accés a les veïnes a elements per dinamitzar l'espai urbà durant les jornades d'Obrim carrers.

• **Com ho farem:** A través del disseny d'elements lleugers i modulars fàcils de transportar i l'espai d'emmagatzematge amb un sistema d'autogestió amb el veïnat.

Proposta 6: Elements efímers per jornades d'*Obrim carrer*

Viabilitat - Transformació real:

• **Per què:** Per aportar el verd i els espais d'estada que reclama el veïnat i per crear un espai de passeig i compra molt més agradable, fresc i estimulants, que funcioni de referència al barri; voler viure el passeig.

Els models reals i pràctics de Passeig Sant Joan i de les superilles de Sant Antoni i de Poble Nou serviran de referència per fer una actuació urbana unificada i funcional a la ciutat de Barcelona però adaptada a les característiques de l'eix qui, no jugarà en crear des de zero, sinó que treballarà amb la xarxa urbana ja establerta (ample vorera, carrils de calçada, marquesines de bus, elements d'il·luminació...) per tal de no alterar el funcionament de l'eix, sinó adaptar-se a aquesta per tal de modificar-lo i potenciar-lo d'una forma subtil, però cohesionada i eficaç; tenint en compte a les necessitats que té el barri i el propi eix.





Proposta 6: Elements efímers per jornades d'*Obrim carrer*

Exemples:



**Conclusions
generals**

Dissenyem Comerç és un projecte ferm i decidit a detectar oportunitats de millora per canviar l'eix Fabra Centre des de la veu del veïnat i el comerç, aportant la visió i la funció del disseny com a eina dinamitzadora i creativa per tal d'arribar als objectius marcats.

Dins del marc metodològic del design thinking, les diferents activitats, workshops i accions realitzades durant els tres mesos de projecte, no només ens han creat un ampli context d'informació de varietat de fonts i pensaments, sinó que també han estat de gran utilitat per saber identificar, analitzar i examinar els diferents agents implicats en un barri, ja que entendre l'ecosistema on s'havia de treballar era clau en el procés per abordar les diferents problemàtiques de manera directa i grupal des de la visió i opinió de totes les entitats i agents involucrades.

Aquesta gran varietat d'elements i agents en joc ha enriquit tant a l'equip individual i grupalment, com al propi desenvolupament de treball, ja que ens ha permès observar el conjunt d'una manera més holística.

L'organització, el treball en equip i l'existència d'un calendari rigorós han estat tres punts importants que han marcat el ritme de treball i conseqüentment la qualitat de les propostes realitzades, així com la interdisciplinarietat aplicada a aquesta, que sempre ha volgut tractar d'oferir unes oportunitats de canvi i millora des de diferents perspectives i aplicacions, partint d'aspectes més gràfics i de petita dimensió per acabar en aspectes urbanístics i de gran escala.

Un cop acabat tot el procés d'investigació, treball de camp i ideació així com definides les propostes, es va posar en comú tot el treball dut a terme durant els mesos de transcurs del projecte amb els agents implicats durant un esdeveniment al centre cívic de Can Basté, l'espai més apropiat per a dur-ho a terme degut a la seva història i representativitat dins de l'eix i el barri, on després d'una dinàmica i concisa presentació del procés i les propostes en qüestió, es va poder acabar la trobada de manera participativa amb debat enriquidor i les votacions de les propostes més viables i suggerents per part dels assistents; comerciants i gerent de l'eix, col·laboradors i entitats impulsores entre les quals mencionem novament la Regidoria de Turisme i Indústries creatives juntament amb la Regidoria de Comerç, Mercats, Règim Interior i Hisenda i promoguda per Disseny Hub Barcelona i Barcelona Activa, així com en Jesús Mir, gerent de la unió de comerciants de l'eix Fabra Centre i tots aquells comerciants i comerços que han ajudat; sense oblidar-nos tampoc de tot el veïnat i usuàries i usuaris de l'eix que han pogut participar i ajudar en tot el procés.

És a totes aquestes entitats i agents implicades a qui volem donar les gràcies per l'oportunitat que ens ha permès formalitzar i participar en aquest projecte, una oportunitat clau de treballar amb agents i problemàtiques reals que ens ha aportat motivació personal i un background d'experiència laboral com a dissenyadores únic i que segurament ens retrobem en un futur en altres eixos, ciutats o situacions.

Així com també volem donar les gràcies a aquests agents que mencionàvem pel suport rebut i per l'actitud oberta, transparent i disposada a col·laborar per tal de fer de l'eix un lloc on passin coses; un lloc fet per i per al veïnat. Un lloc amb una identitat dissenyada, que escolti la història, la forma i l'energia de l'eix, i que ajudi a crear un sentiment de pertinença que la seva gent enyora de forma conscient. Un lloc on es generin experiències i espais polivalents, amb diferents funcions i que estimulin viure i comprar a l'eix.

Un lloc acollidor, intergeneracional, on tothom hi tingui cabuda d'una forma simultània, tot teixint un entramat veïnal i social de gran valor social i riquesa humana. Un lloc on el comerç local estigui viu i sigui motor de dinamització de la seva societat al barri. Un lloc que no només sigui un eix comercial, sinó que es transformi en un eix veïnal. L'eix veïnal Fabra Centre. Perquè com diu la nostra campanya: **Fabra... i punt!**

Fonts d'informació i referència

100architects. 2022. PEGASUS TRAIL - 100architects. [online] Available at: <<https://100architects.com/project/pegasus-trail/>> [Accessed 2022].

A Nueva York - La guía de Nueva York escrita por neoyorquinos. 2022. Guía para visitar la High Line, el parque elevado de Nueva York. [online] Available at: <<https://www.anuevayork.com/guia-de-la-high-line/>> [Accessed 2022].

ArchDaily. 2022. A Walking City for the 21st Century. [online] Available at: <<https://www.archdaily.com/443701/a-walking-city-for-the-21st-century>> [Accessed 2022].

ArchDaily. 2022. Cycling Pavilion / A.C.R.E. Atelier + School of art design and Media of ECUST. [online] Available at: <https://www.archdaily.com/976800/cycling-pavilion-acre-atelier-plus-school-of-art-design-and-media-of-ecust?ad_medium=gallery> [Accessed 2022].

ArchDaily. 2022. Montaña en la Luna / ENORME Studio. [online] Available at: <<https://www.archdaily.com/890308/montana-en-la-luna-enorme-studio>> [Accessed 2022].

ArchDaily. 2022. The Elephant Theater Pavilion / Bangkok Project Studio. [online] Available at: <https://www.archdaily.com/982794/the-elephant-theater-pavilion-bangkok-project-studio?ad_medium=gallery> [Accessed 2022].

Bazar.preciousplastic.com. 2022. Recycled Plastic Coasters. [online] Available at: <<https://bazar.preciousplastic.com/products/household/recycled-plastic-coasters-set-of-6-with-coaster-holder-all-hdpe/>> [Accessed 2022].

Bazar.preciousplastic.com. 2022. Three Seater Garden Bench. [online] Available at: <<https://bazar.preciousplastic.com/products/furniture/three-seater-garden-bench/>> [Accessed 2022].

Can Basté. 2022. Can Basté | Centre Cívic a nou barris Barcelona. [online] Available at: <<https://www.canbaste.com>> [Accessed 2022].

Cashdan, S. and Cashdan, S., 2022. Skate Through Gallery: Zuk Club's Swiss Skate Park Perfects the Graffiti Aesthetic — KNSTRCT. [online] KNSTRCT. Available at: <<http://www.knstrct.com/art-blog/2014/5/30/skating-through-the-gallery-zuk-clubs-swiss-skate-park-perfects-the-graffiti-aesthetic>> [Accessed 2022].

Contornourbano.com. 2022. MODUL – Fundación Contorno Urbano. [online] Available at: <<https://www.contornourbano.com/modul/>> [Accessed 2022].

Dailytouslesjours.com. 2022. Daily tous les jours | Daily tous les jours. [online] Available at: <<https://www.dailytouslesjours.com/en>> [Accessed 2022].

designboom | architecture & design magazine. 2022. d*face spraypaint skateboarding at ridiculous. [online] Available at: <<https://www.designboom.com/art/d-face-spraypaint-skateboarding-at-ridiculous/>> [Accessed 2022].

Digital AV Magazine. 2022. Llum BCN 2018 cuenta con Sono para el mapping sobre la fachada del Museo del Diseño. [online] Available at: <<https://www.digitalavmagazine.com/2018/02/21/sono-participa-videomapping-festival-llum-bcn-2018/>> [Accessed 2022].

Empreses.barcelonactiva.cat. 2022. Dissenyem comerç - - Empreses. [online] Available at: <<https://empreses.barcelonactiva.cat/ca/web/es/dissenyem-comerc>> [Accessed 2022].

estudioSPN. 2022. estudioSPN. [online] Available at: <<https://estudiospn.wordpress.com>> [Accessed 2022].

eýeka. 2022. ¡Expresa tu creatividad, pon en práctica tus capacidades y conviértete en una estrella! - eýeka. [online] Available at: <<https://es.eyeka.com/creators>> [Accessed 2022].

Fabracentre.cat. 2022. Fabra Centre. [online] Available at: <<https://www.fabracentre.cat>> [Accessed 2022].

Facebook. 2022. Log in to Facebook | Facebook. [online] Available at: <<https://www.facebook.com/fabracentre/>> [Accessed 2022].

logc.cat. 2022. Inici. Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya. [online] Available at: <<http://www.icgc.cat>> [Accessed 2022].

KUNE | Architecture Office. 2022. KUNE | Architecture Office / The book community. [online] Available at: <<http://www.kuneoffice.com/portfolio/bookgarden/>> [Accessed 2022].

Makeatuvida. 2022. Unitat Mòbil O.B.N.I.. [online] Available at: <<https://www.makeatuvida.net/unitat-mobil-o-b-n-i-2/>> [Accessed 2022].

Paperblog. 2022. Walking City – R. Herron - Paperblog. [online] Available at: <<https://es.paperblog.com/walking-city-r-herron-3367577/>> [Accessed 2022].

Plataforma Arquitectura. 2022. Endesa World Fab Condenser / MARGEN-LAB. [online] Available at: <<https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/627163/endesa-world-fab-condenser-margen-lab>> [Accessed 2022].

Plataforma Arquitectura. 2022. Plaza Escuela La Pau / Leku Studio. [online] Available at: <<https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/962316/plaza-escuela-la-pau-leku-studio>> [Accessed 2022].

Plataforma Arquitectura. 2022. Plaza Superilla de Sant Antoni / Leku Studio. [online] Available at: <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/938234/plaza-superilla-de-sant-antoni-leku-studio?ad_medium=gallery> [Accessed 2022].

Raco.cat. 2022. [online] Available at: <<https://www.raco.cat/index.php/Finestrelles/article/download/214526/311054>> [Accessed 2022].

Raco.cat. 2022. [online] Available at: <<https://www.raco.cat/index.php/Finestrelles/article/download/214555/294180>> [Accessed 2022].

Todoporlapraxis.es. 2022. 020 CAMPO DE CEBADA – Todo Por La Praxis · TXP. [online] Available at: <<https://todoporlapraxis.es/020-campo-de-cebada/>> [Accessed 2022].



ESDAPC | EIX COMERCIAL FABRA CENTRE