

Premios "Desarrollo rural sostenible" a los Trabajos Fin de Grado y Trabajos Fin de Máster de la Universidad de Zaragoza

Diseño de los espacios interiores, exteriores e imagen de marca para la exposición y festival de música con motivo del nombramiento de Cariñena como ciudad Europea del vino 2025

Autor
Nicolás Elipe Muñoz

Directora
Rosana Sanz Segura

Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto

Escuela de Ingeniería y Arquitectura de Zaragoza (EINA) 2025

Índice.

1. INTRODUCCIÓN	3
Introducción	4
Objetivos	5
Metodología	6
Planificación	7
Recopilación de información previa	8
 2. PROYECTOS EMERGENTES CON ARRAIGO	 9
Fase 1: Documentación y análisis	10
Fase 2: Conceptualización y diseño de detalle	17
Fase 3: Diseño final y ejecución	29
 3. CARIÑENA DIVINO FESTIVAL	 40
Fase 1: Documentación y análisis	41
Fase 2: Conceptualización y diseño de detalle	48



INTRODUCCIÓN.

Introducción.



Plataforma rural especializada en el desarrollo de proyectos culturales adaptados a la singularidad de cada territorio.

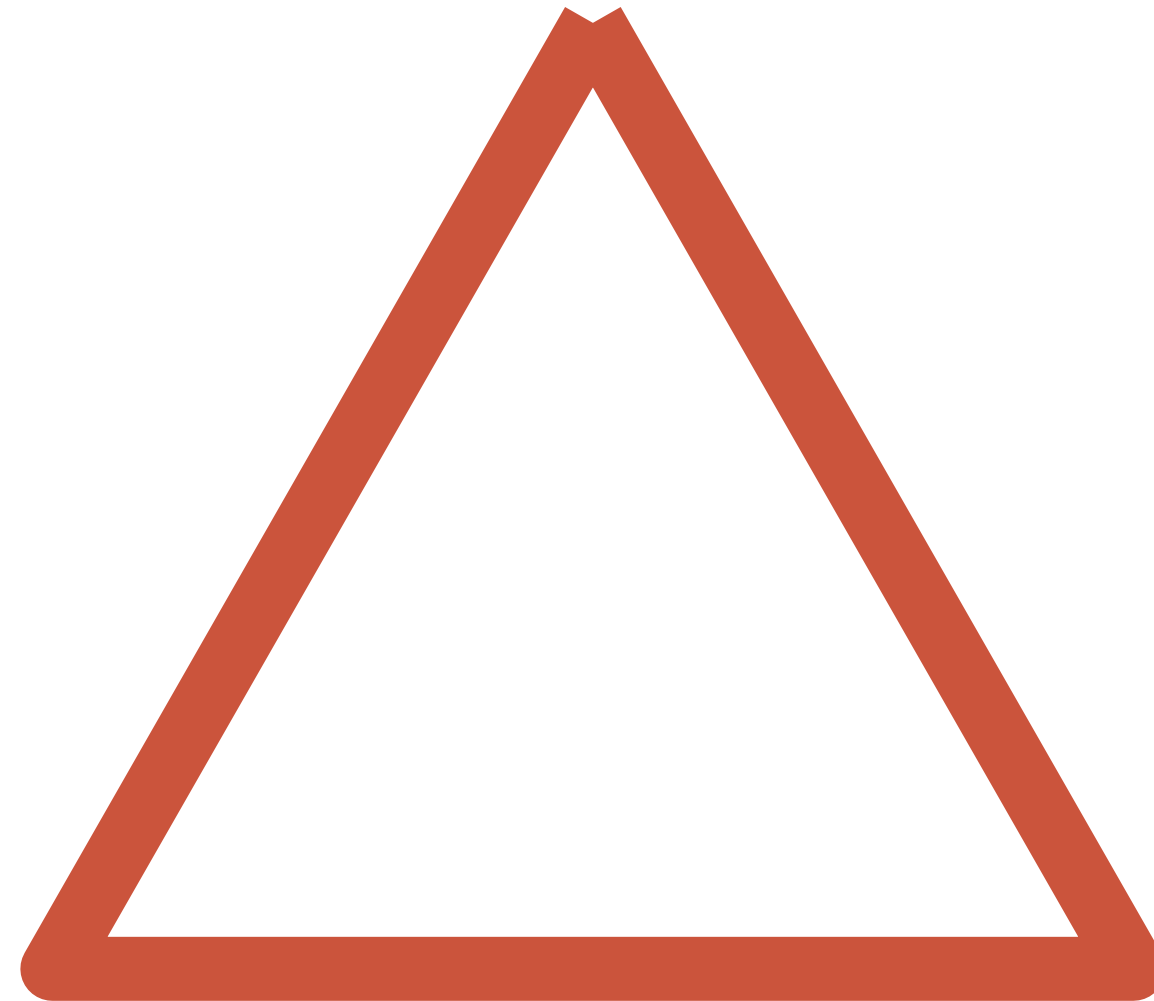
www.ocre.info



Objetivos.

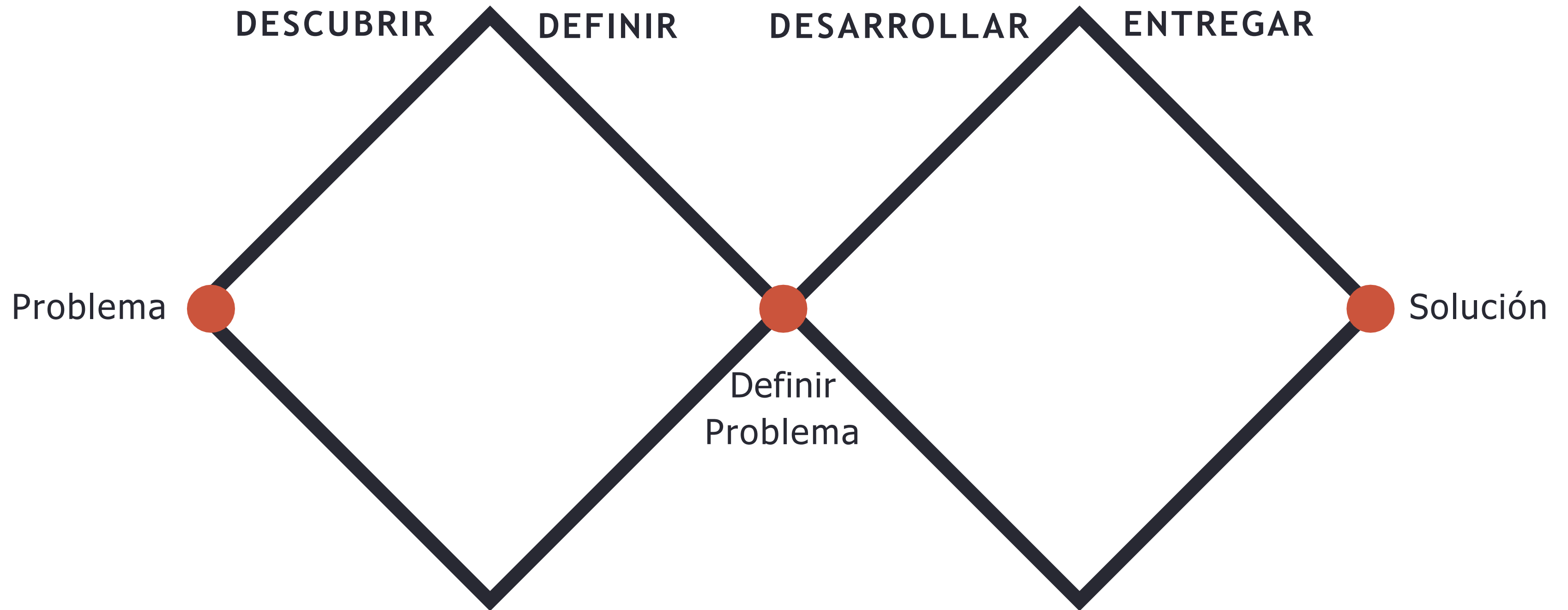
Poner en valor y reforzar la identidad del territorio.

**Contribuir a la cohesión social
en los territorios donde se
desarrollan**

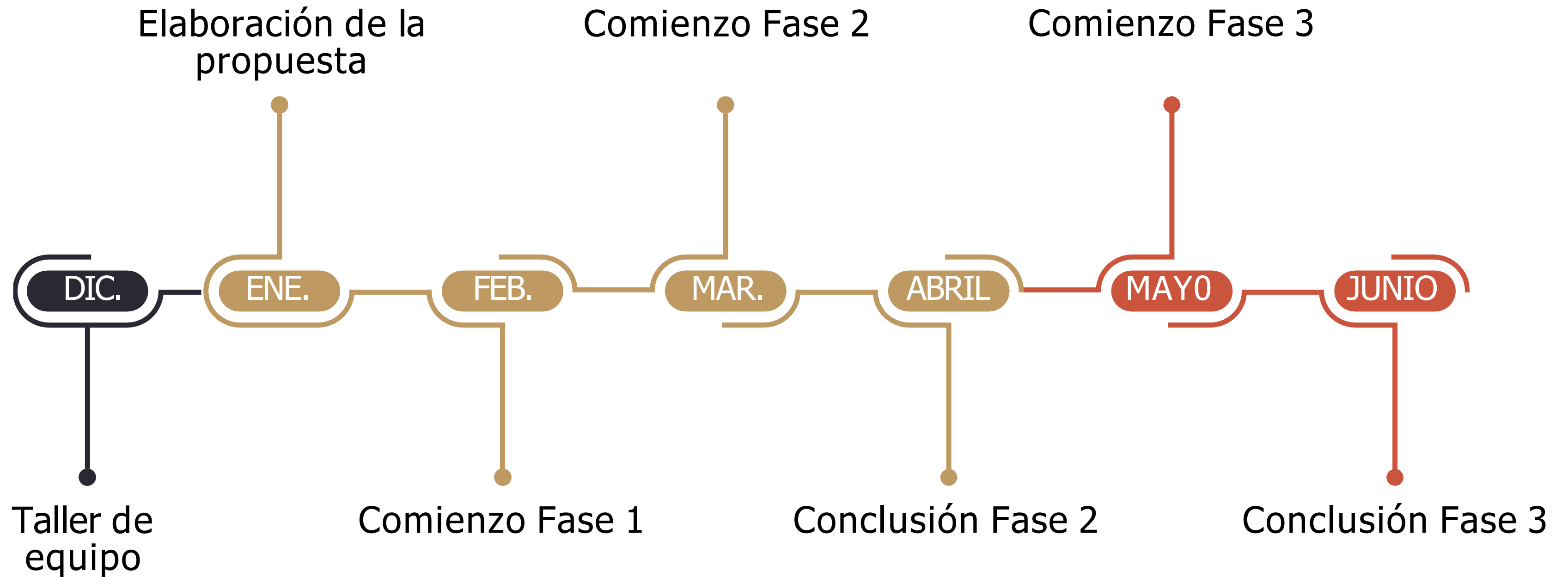


**Conectar el ámbito rural con
los lenguajes
contemporáneos de la cultura
y el diseño**

Metodología.



Planificación.



FASE PREVIA: Recopilación de información previa.

PROYECTOS EMERGENTES CON ARRAIGO:

Definición de los objetivos concretos y metodología de trabajo.

Recopilación de los 11 proyectos a exponer

Lectura, comprensión y elaboración de síntesis de cada uno de los 11 proyectos expuestos.

Contacto y primeras conversaciones con los autores.

CARIÑENA DIVINO FESTIVAL:

Definición de los objetivos concretos y metodología de trabajo.

Primera visita al Santuario Virgen de Lagunas

Recopilación y lectura de los dossiers previos de Ocre

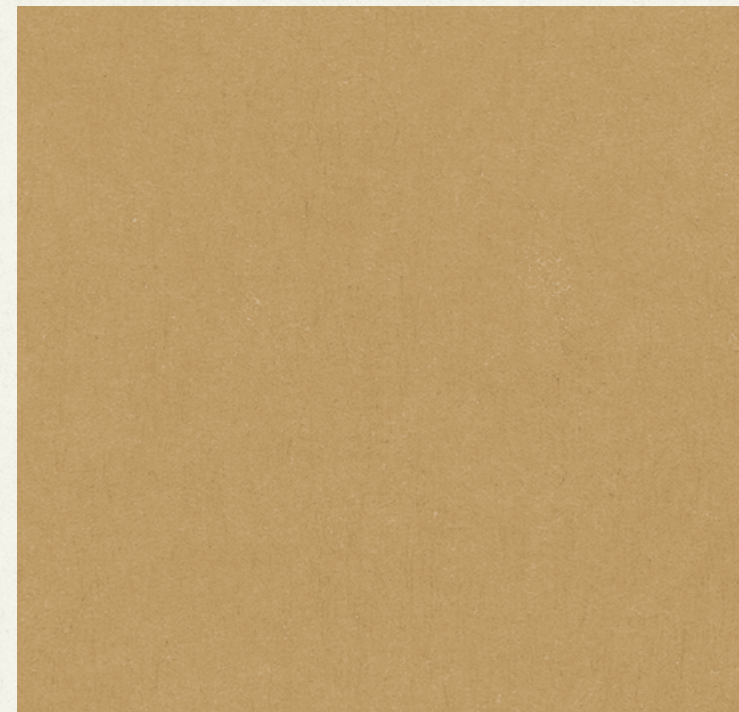
Recopilación de fechas clave y plazos establecidos en el anteproyecto de Ocre.

2

PROYECTOS EMERGENTES CON ARRAIGO.

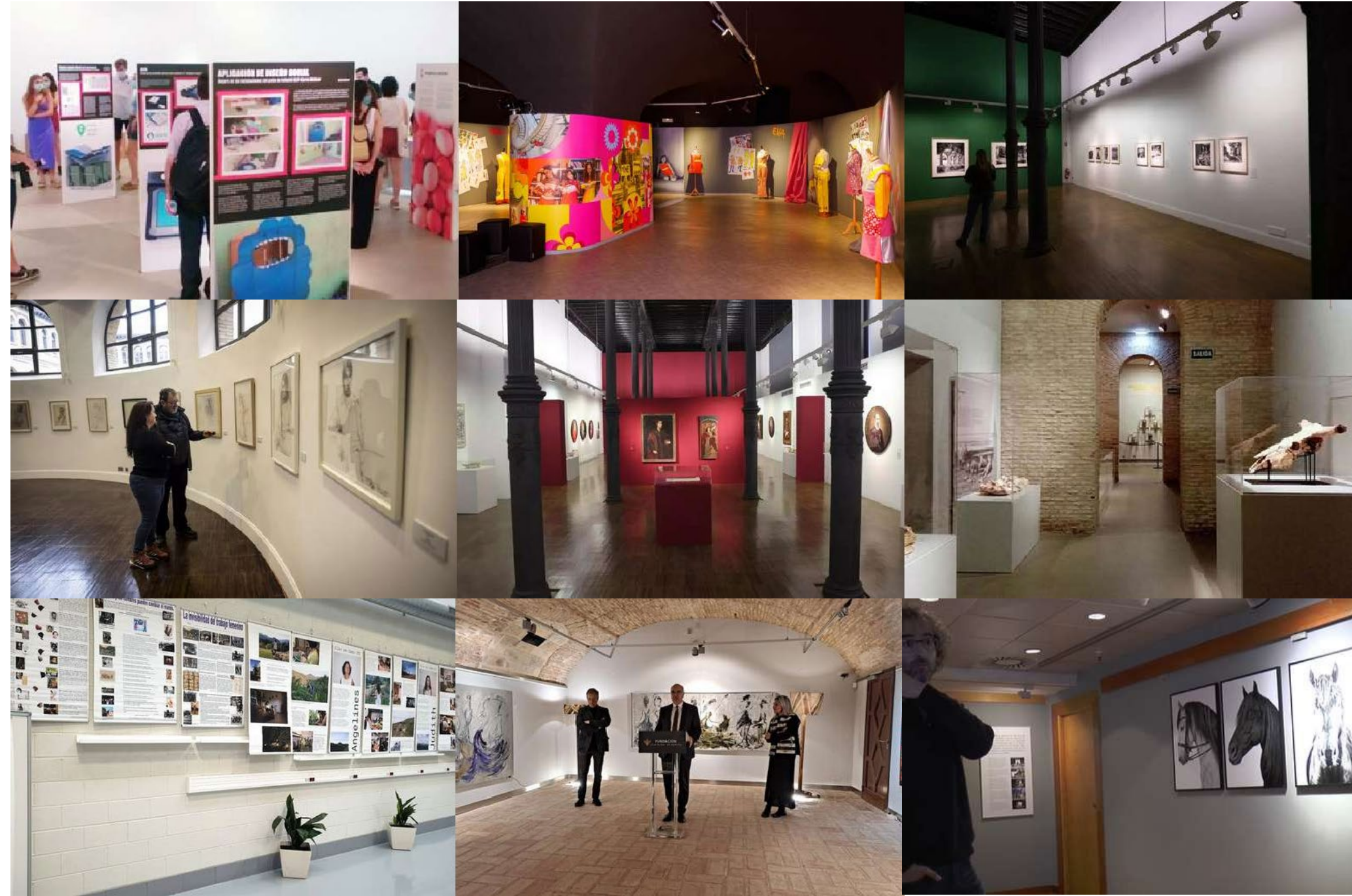
Fase 1:

Documentación y
análisis



Estudio del entorno

Investigación exhaustiva de eventos similares para identificar narrativas expositivas, comunicación, difusión y aspectos técnicos de las mismas.



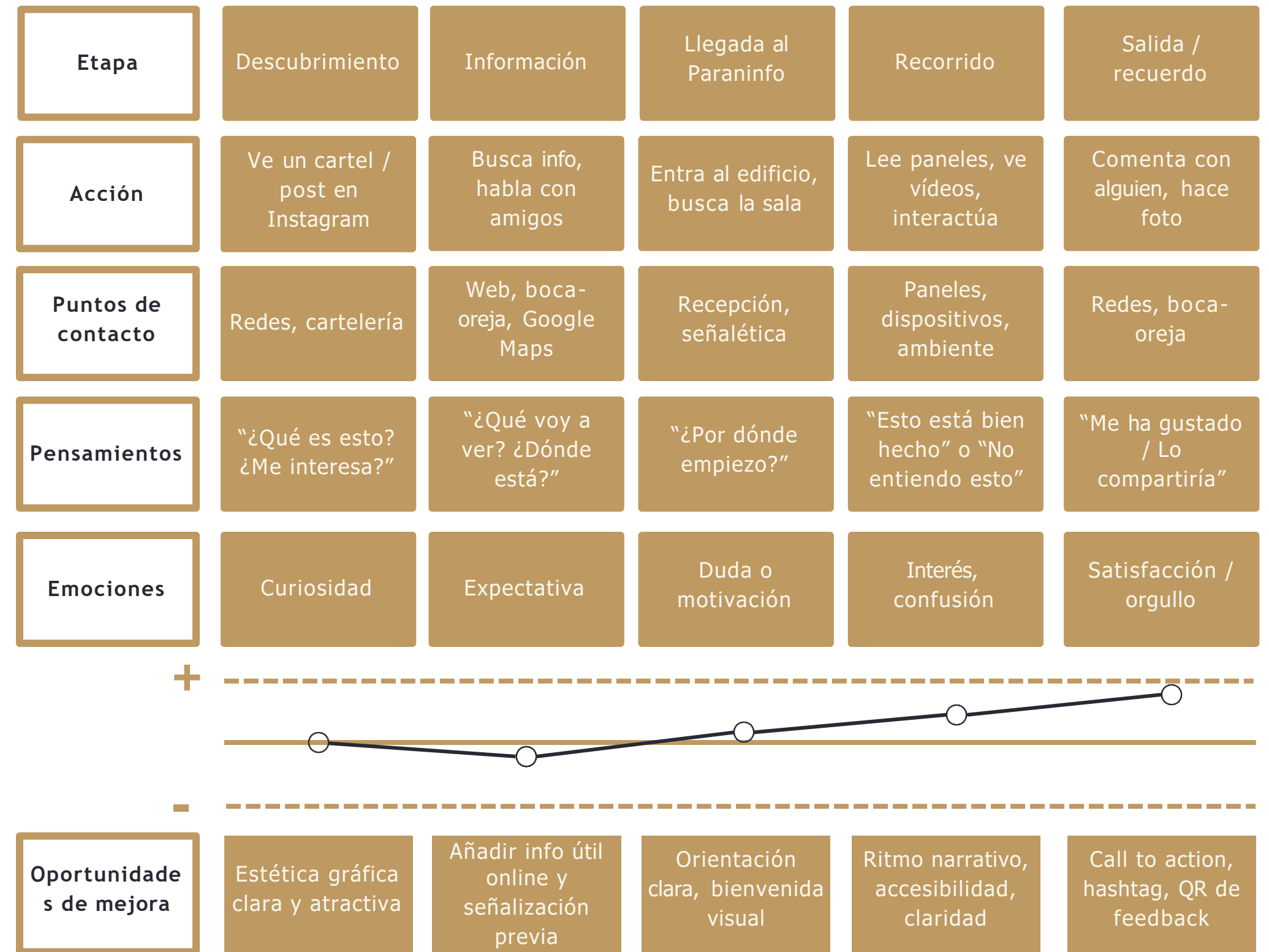
Estudio de identidad .

Los resultados de la identificación de valores su jerarquización fue la siguiente, distinguiéndolos en tres niveles, de más a menos importante respectivamente:

- **Nivel 1 - Valores esenciales:** Vinculación territorial, inclusión, empatía y humanidad.
- **Nivel 2 - Valores estratégicos:** Colaboración, transformación social, sostenibilidad.
- **Nivel 3 - Valores diferenciales:** Innovación, orgullo y celebración.

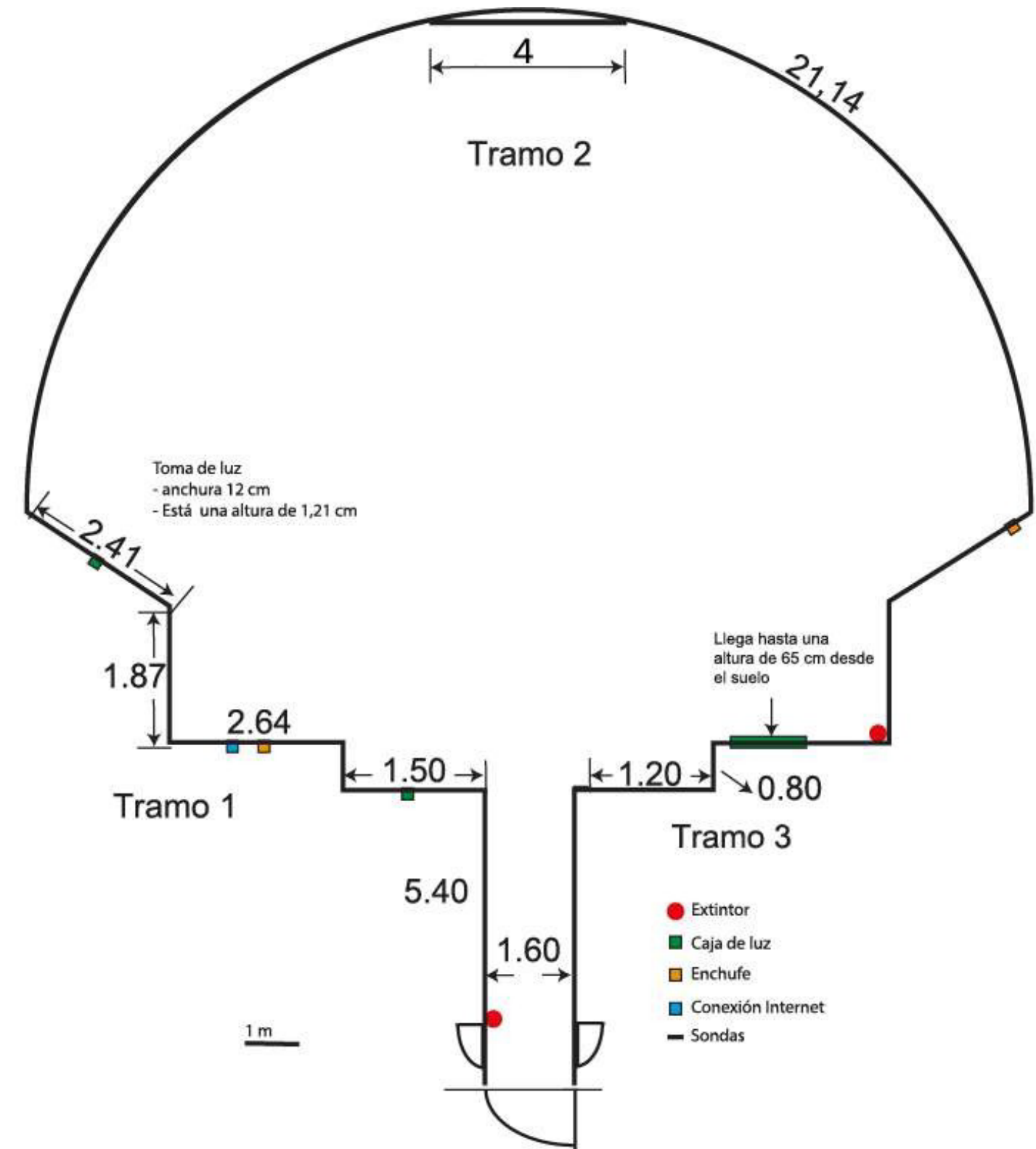
Análisis de usuario.

Elaboración de mapa de Stakeholders para identificar a todos los usuarios, investigación a nivel micro a través de Customer Journey y grupos de conversación con los autores de los proyectos, investigación macro a través encuestas a usuarios finales.



Análisis de espacio .

Visita a varios espacios candidatos a acoger el proyecto, análisis de sus características y elaboración de planos vectorizados



Análisis de materiales

Propuesta y análisis de varios materiales y sistemas constructivos empleados en proyectos similares, decisión de unos criterios de selección y elaboración de una tabla de valoración de estos.

Material	Ventajas	Inconvenientes
MDF reciclado	Económico, versátil, superficie lisa para acabados gráficos	Pesado, sensible a humedad si no se protege
Contrachapado reutilizado	Estética natural, resistente, adaptable a múltiples usos	Mayor coste inicial, necesita sellado ecológico
Tubos de aluminio modular (reutilizables)	Ligeros, resistentes, reconfigurables, alto valor de reuso	Estética fría si no se integra correctamente
Cartón estructural reciclado	Ligero, biodegradable, económico, buen soporte para gráfica	Vulnerabilidad en ambientes húmedos o cargas altas
Textiles de algodón reciclado o poliéster PET reciclado	Flexibles, cálidos, fáciles de transportar y montar	Menor resistencia si hay mucha manipulación
Polycarbonato celular reciclado	Ligero, translúcido, resistente	Menos sostenible si no se recicla correctamente

Identidad y contenido

- El proyecto pone en valor el medio rural desde la universidad.
- Debe sentirse hecho por jóvenes y para jóvenes.
- Cada autor debe estar representado con voz propia.
- El relato debe ser colectivo, pero no homogéneo.

Recorrido y espacialidad

- Recorrido libre y flexible.
- Ritmo narrativo claro, sin saturación.
- Zonas de pausa y mirada.
- Adaptado al espacio sin modificarlo.

Lenguaje y accesibilidad

- Lenguaje claro, cercano y directo.
- Accesible a todos los públicos, sin tecnicismos.
- Diferentes niveles de lectura: rápido y profundo.
- Integrar recursos visuales, textuales y orales.

Relación con el usuario

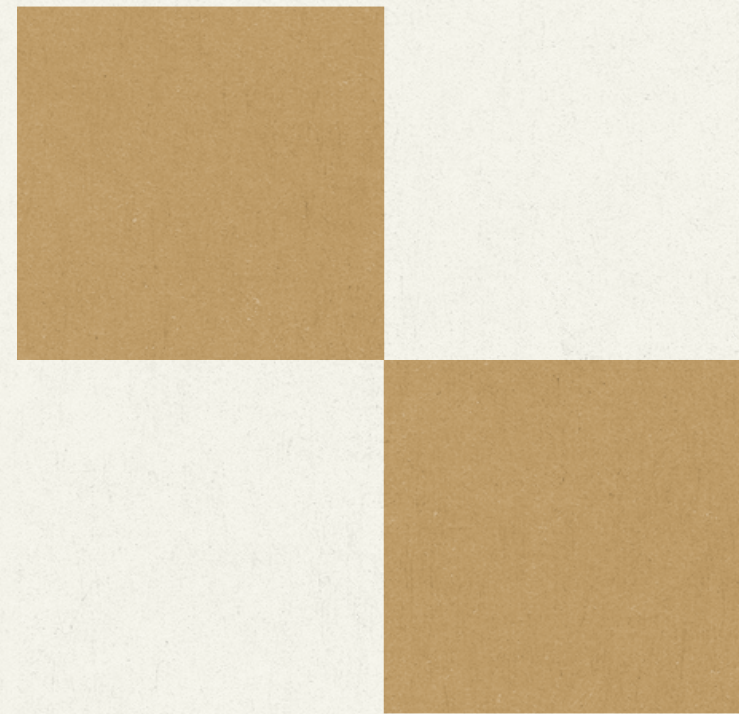
- El visitante debe reconocerse en lo expuesto.
- Debe poder emocionarse, recordar y reflexionar.
- Incluir la voz directa de los autores (textual o audiovisual).
- Dar oportunidad de participación o interacción simbólica.

Material y sostenibilidad

- Materiales reciclados o reutilizables.
- Sistemas desmontables y autoportantes.
- Modularidad y facilidad de transporte.
- Evitar el uso de elementos invasivos o contaminantes.

Fase 2:

Conceptualización y
diseño de detalle



Naming .

Se elaboraron varias propuestas de nombre para el proyecto mediante técnicas de creatividad que debían comunicar de manera efectiva los valores del proyecto y las EDPs establecidas.

A través de una tabla de valoración donde se decidió elegir el concepto **Proyectos con Arraigo**.

Se llevó una reunión presencial en el Paraninfo de Zaragoza entre distintos agentes implicados en la exposición. El resultado de esta exposición fue la propuesta final de naming y con la que se trabajará a partir de ahora: **Proyectos Emergentes con Arraigo**.

Concepto 1

Proyectos con arraigo

Concepto 2

Mosaico rural

Concepto 3

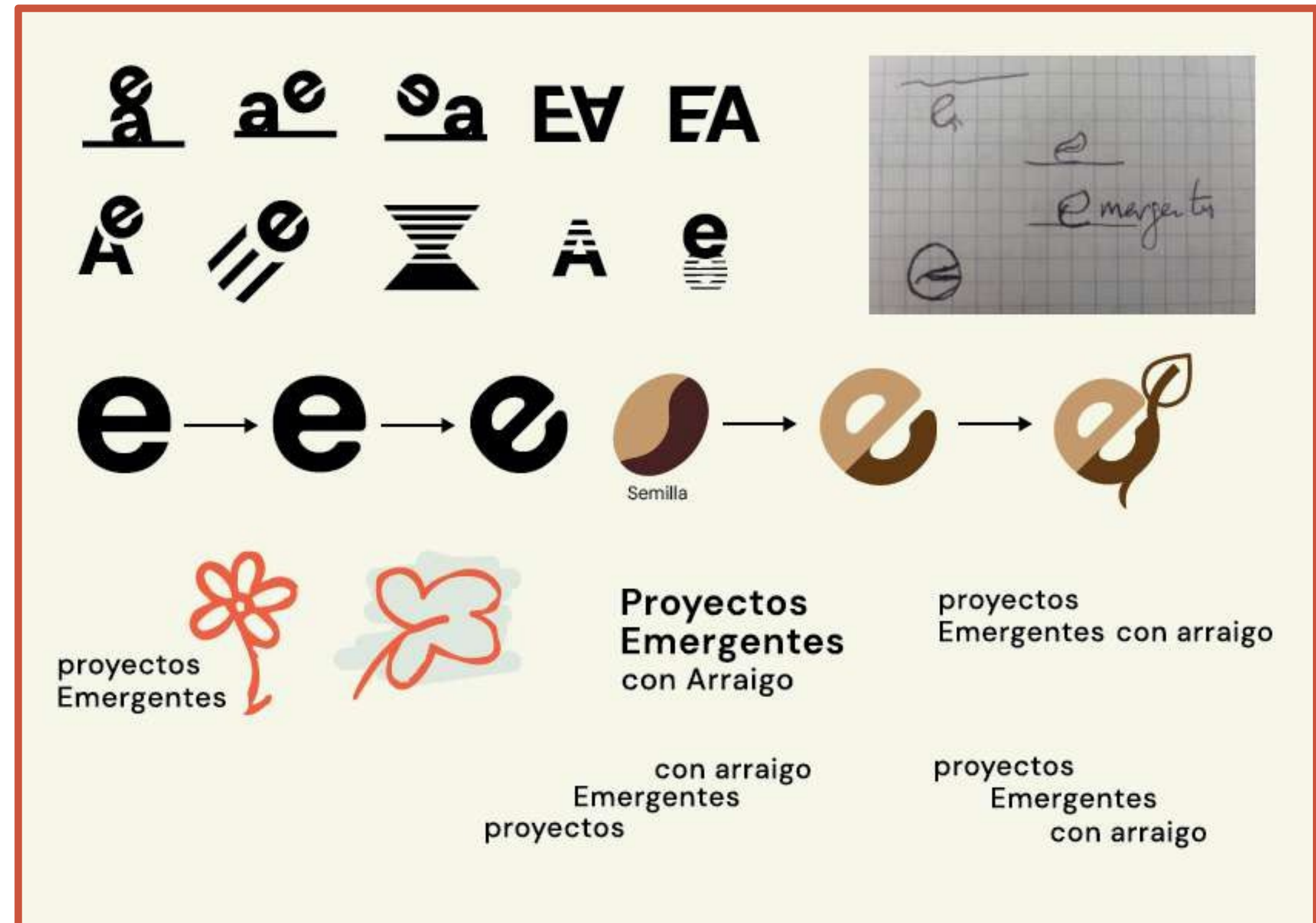
Proyectos Latentes



**Proyectos
Emergentes
con Arraigo**

Conceptos de imagen de marca .

Para la selección del tipo marcario y poder llevar a cabo una exploración formal adecuada, se propuso una tabla como herramienta de selección del tipo. Se decidió utilizar Logotipo + Símbolo como tipo marcario.



Conceptos de imagen de marca .



ocre. + **Proyectos
Emergentes**



Elección y desarrollo de la marca

Ocre	Ocre oscuro	Naranja Ocre	Ocre claro	Azul Ocre
Hex: BF9961 RGB: 191, 153, 97 CMYK: 18, 40, 68, 8 PANTONE: 7562 C	Hex: E1DAC8 RGB: 225, 218, 200 CMYK: 13, 13, 23, 0 PANTONE: 7534 C	Hex: CB553D RGB: 203, 85, 61 CMYK: 1, 78, 78, 0 PANTONE: 7598 C	Hex: F8F7ED RGB: 248, 247, 237 CMYK: 3, 2, 9, 0 PANTONE: 7604 C	Hex: 282934 RGB: 40, 41, 52 CMYK: 86, 76, 51, 65 PANTONE: 276 C



Elección y desarrollo de la marca .

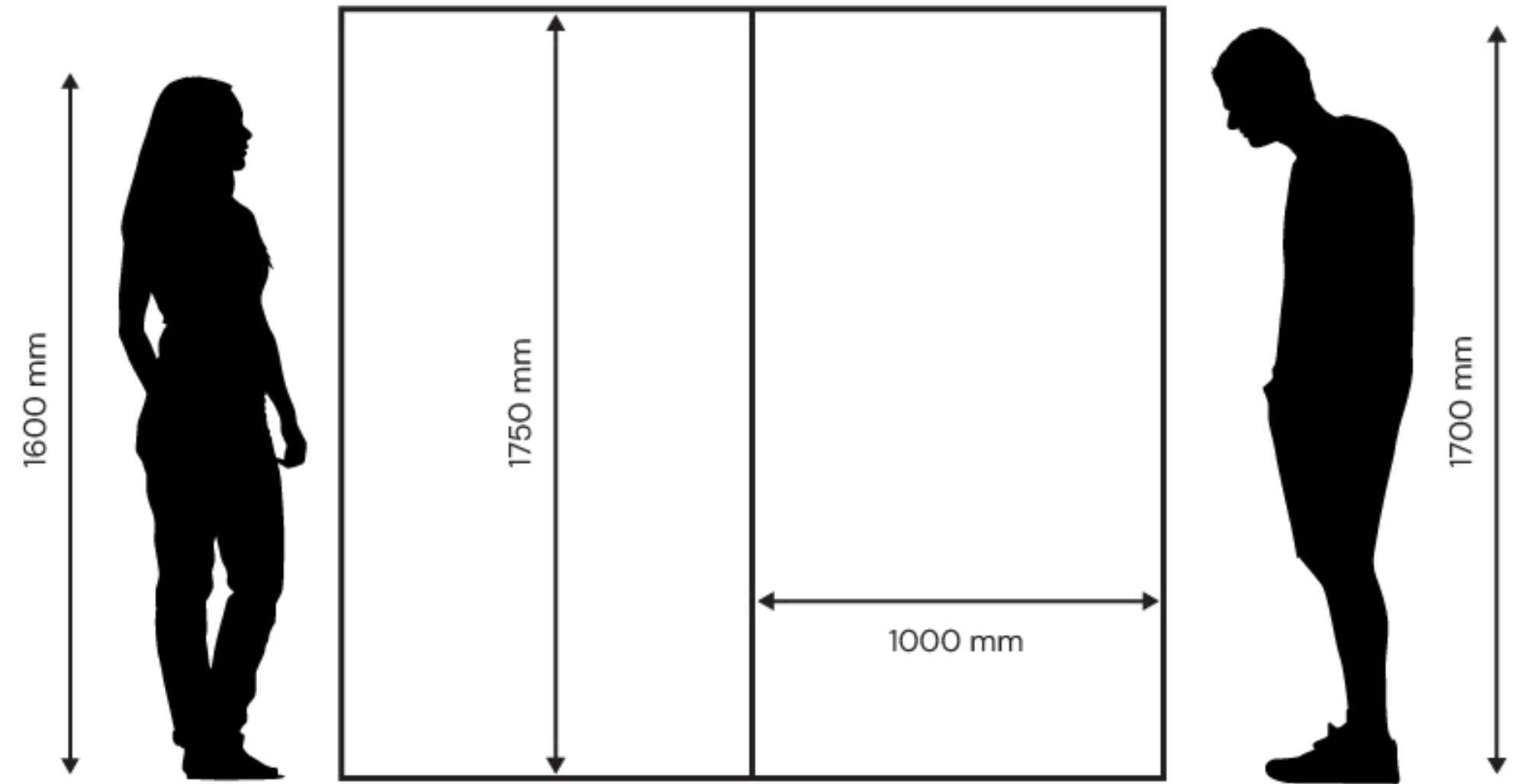


PROYECTOS
emergentes
con arraigo

25

Elementos de la exposición .

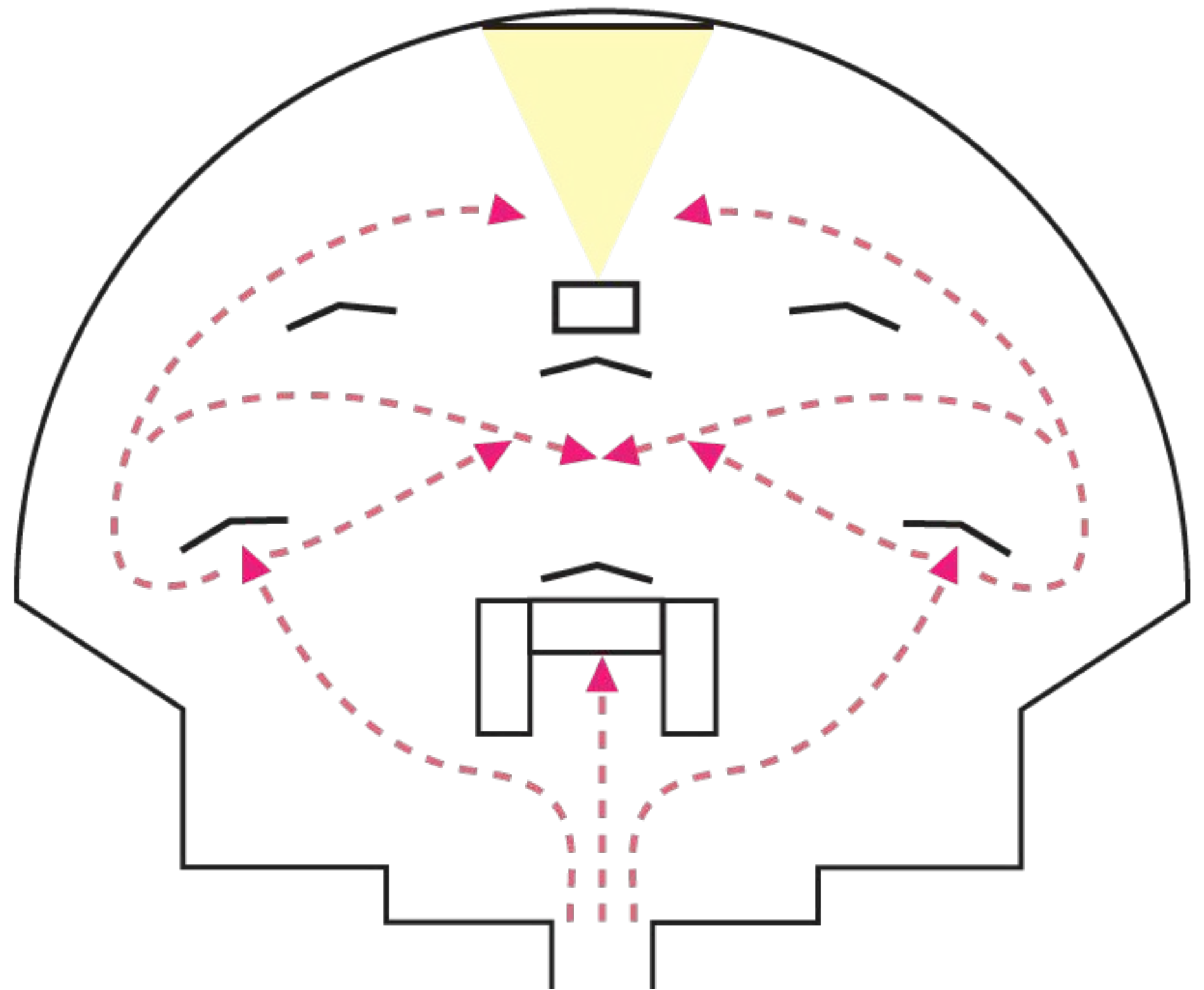
Elemento
Cartel de presentación (parabán)
Panel de créditos en pared
Paneles de pared
Paneles explicativos de proyectos
Paneles explicación proceso de diseño
Señalética para el pasillo del museo
Flyers/Catálogos
Elemento audiovisual
Bancos para zona de descanso



Flujo del espacio expositivo.

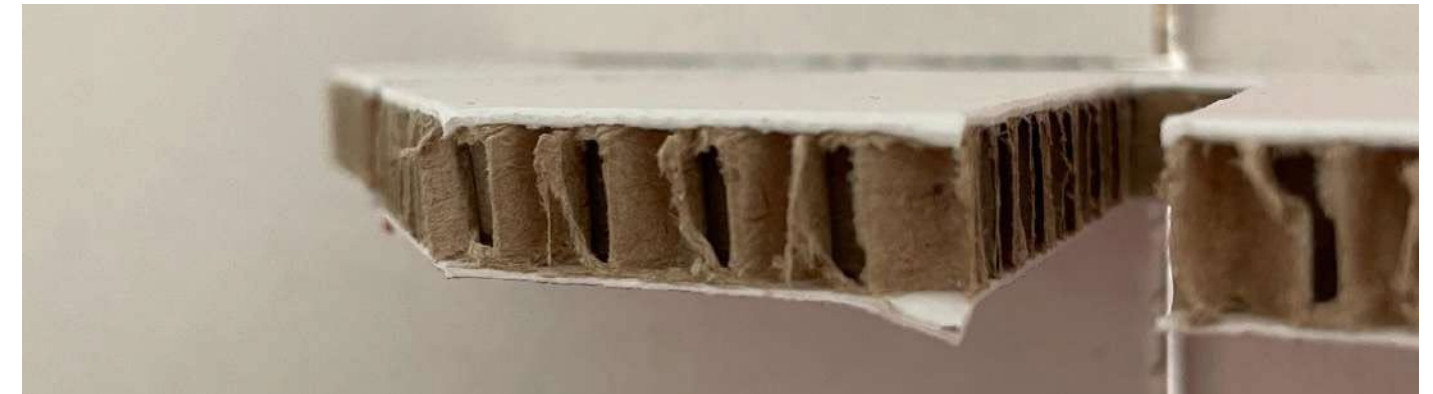
Primero se realizó de una tabla donde se identificaban todas las **zonas del espacio expositivo**. Debido a la geometría circular de la Sala, se optó por un **recorrido libre en forma de abanico**.

También se consideró la **iluminación regulable** de la sala, especialmente en relación con la zona de proyección.



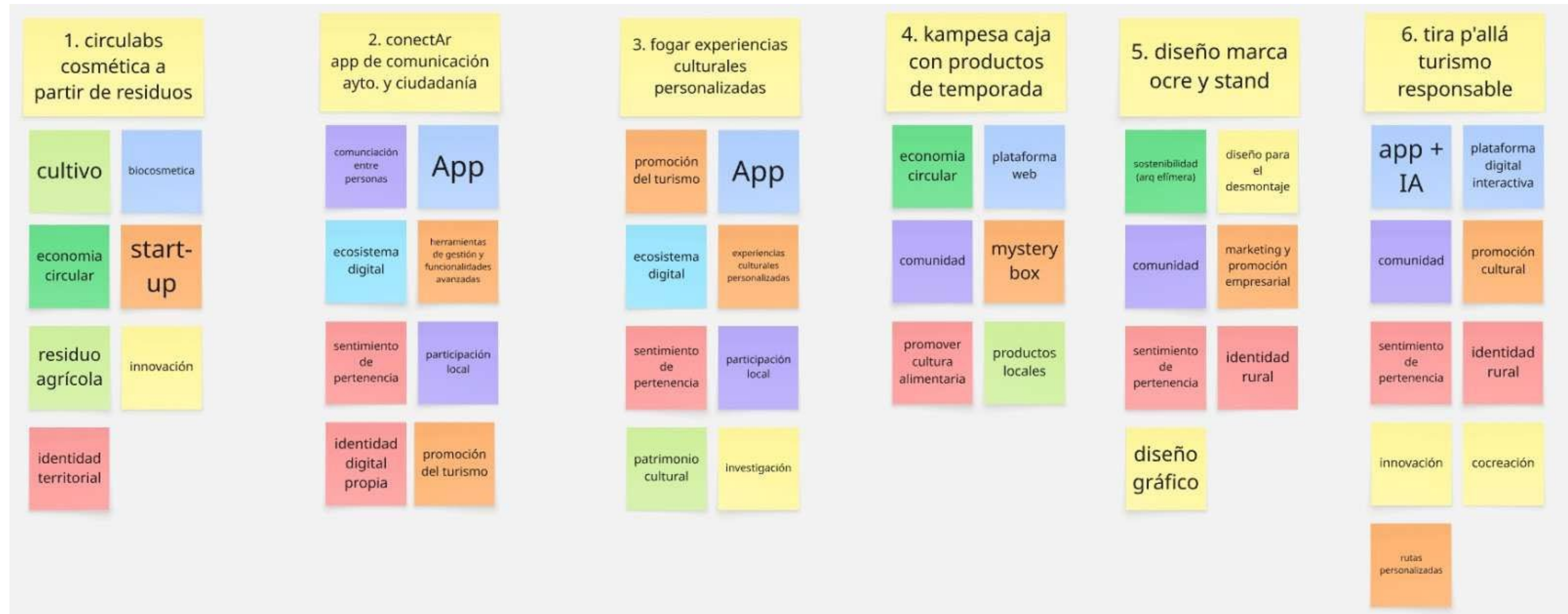
Materiales y ensamblaje

Elemento	Material
Cartel de presentación (parabán)	Vinilo de alta adherencia impreso y laminado para rotulación de parabán.
Panel de créditos en pared	Impresión directa a cartón pluma
Panel de presentación en pared	Impresión directa a cartón pluma
Paneles explicación proceso de diseño	Impresión sobre papel 300grs.
Señalética para el pasillo del museo	Pvc magnético en impresión directa
Flyers/Catálogos	Impresión digital color 2 caras sobre papel estucado de 150grs



Planteamiento del material gráfico

Paneles del proyecto: Para el diseño de estos paneles se realizó una sesión de co-creación.



Planteamiento del material gráfico .

Paneles del proceso de diseño: transmitir el proceso de diseño desde un enfoque didáctico y accesible para todo tipo de públicos. Para ello se llevó a cabo una sesión de trabajo fotográfico en un entorno agrícola.



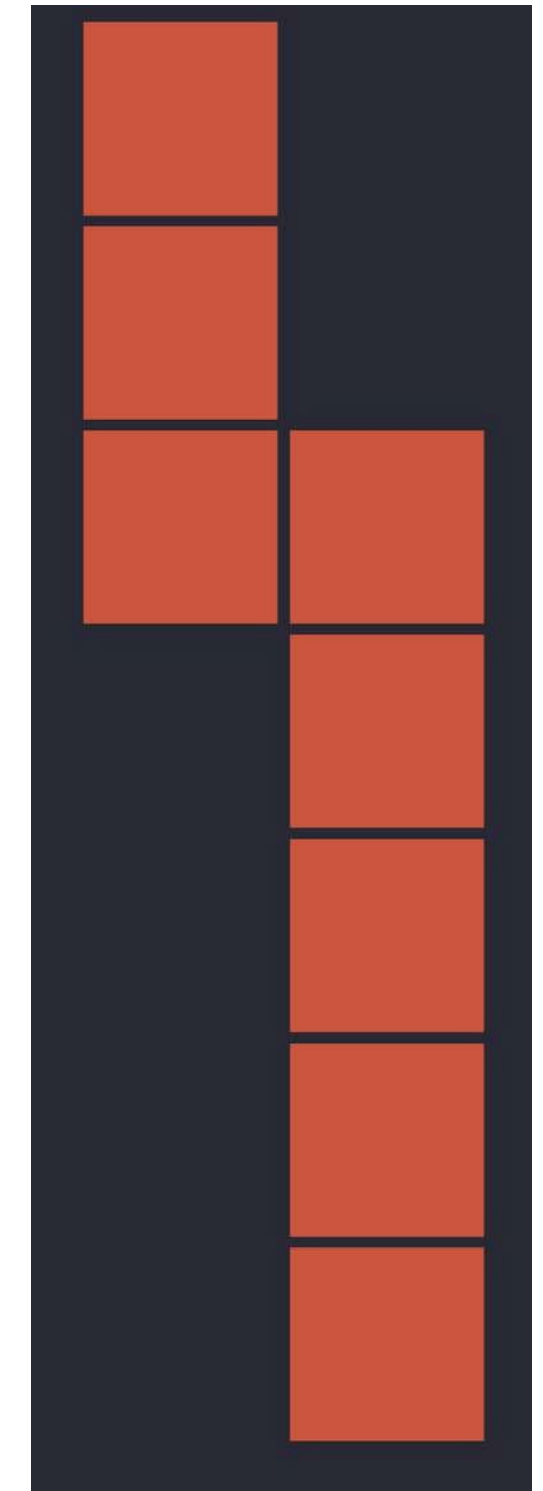
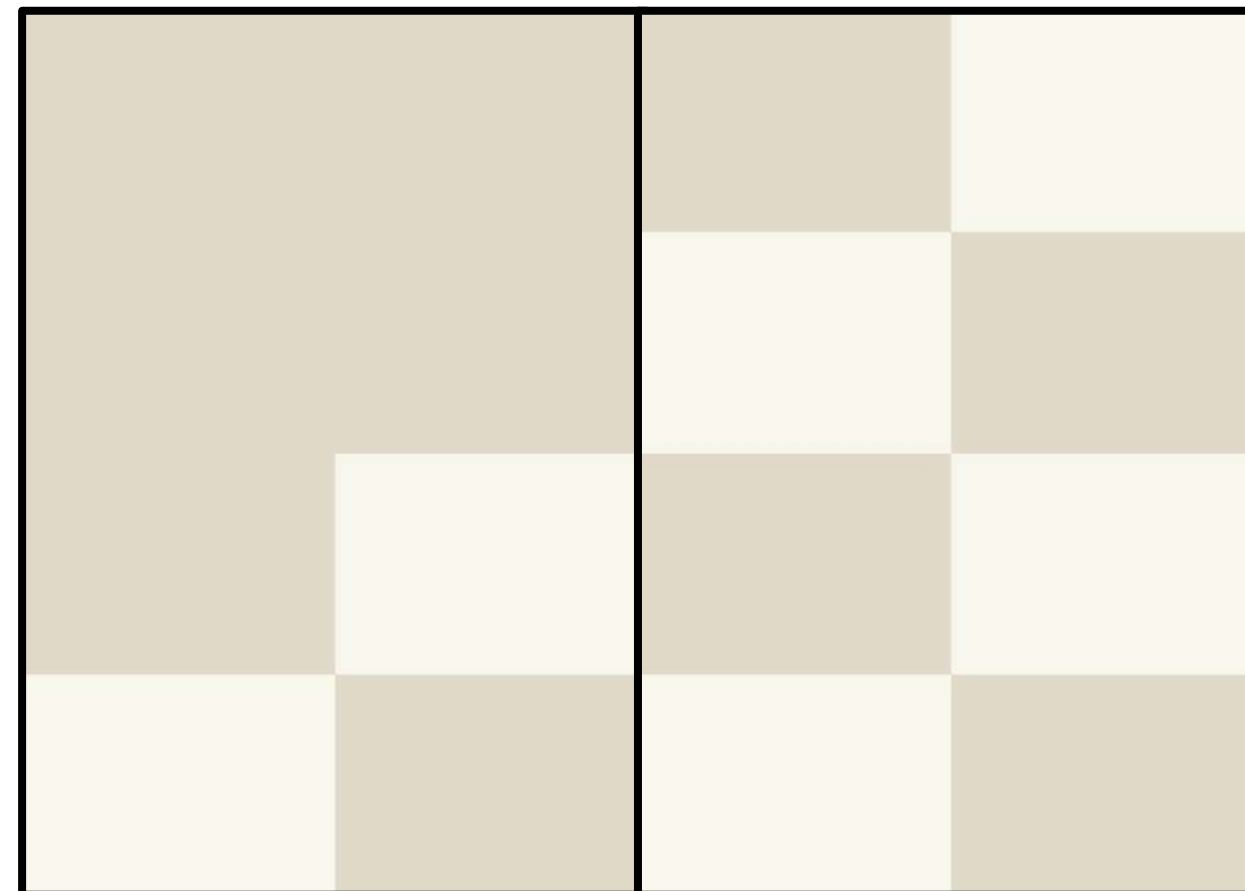
Cartel principal de la exposición: Se utilizaron las fotografías representativas de cada territorio vinculado a los proyectos expuestos.



Planteamiento del material gráfico .

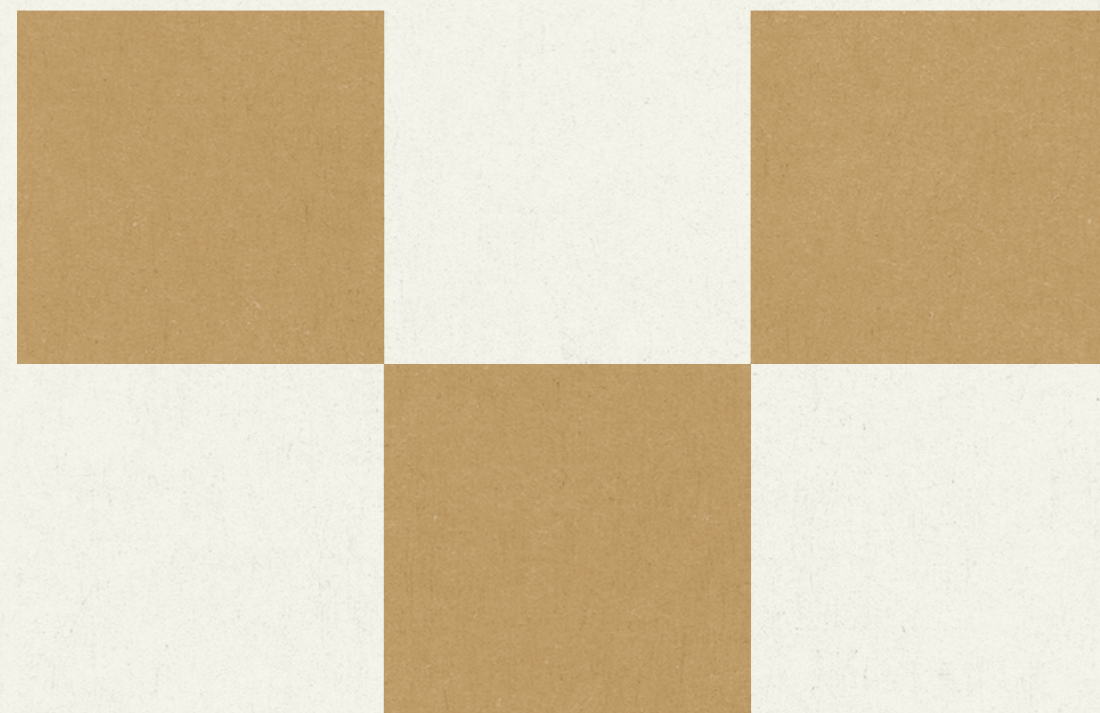
Catálogo DIN A4: La estructura del catálogo está pensada para que el usuario, al desplegarlo de forma natural, descubra de manera progresiva los distintos proyectos.

Cartel de señalética: Este panel utilizará elementos del cartel principal para mostrar el proyecto ajustándose a estas nuevas dimensiones.



Fase 3:

Diseño final y
ejecución



Presupuesto

Concepto	Precio Ud	Unidades	Total
Cartel presentación de interior acceso a sala (189 x 250 cm)	200,00€	1,00€	200,00€
PVC magnético en impresión directa (40 x 140 cm)	38,00€	1,00€	38,00€
Impresión directa a cartón pluma 5 mm (2 uds. tamaño A2)	25,00€	2,00€	50,00€
Impresión directa a re-board 10 mm (12 uds. 100 x 175 cm, doble cara)	118,00€	12,00€	1.416,00€
Impresión sobre papel 300 grs. (3 unidades de 80 x 220 cm)	60,00€	3,00€	180,00€
Flyers a color 2 caras sobre papel estucado de 150 grs. (150 unidades)	0,60€	150,00€	90,00€
Desplazamiento de operarios para instalación del vinilo del parabán	—	—	75,00€
Subtotal			2.049,00€
IVA (21%)			430,29€
Total final			2.479,29€

Artes finales



Artes finales

EL PROCESO DE DISEÑO

EL PROCESO DE DISEÑO ES UNA **FORMA DE PENSAR Y HACER** PARA RESOLVER PROBLEMAS DE FORMA **CREATIVA Y FUNCIONAL**.

PERMITE PASAR DE UNA NECESIDAD O IDEA INICIAL A UNA SOLUCIÓN CONCRETA.

SE ORGANIZA EN DISTINTAS FASES QUE NOS AYUDAN A AVANZAR PASO A PASO.



PLANIFICACIÓN



¿QUÉ ES?

EN ESTA FASE SE ORGANIZA EL PROYECTO, QUÉ SE QUIERE HACER, CÓMO Y CUÁNDO.

SE DEFINEN OBJETIVOS, TAREAS Y TIEMPOS.

UNA BUENA PLANIFICACIÓN AHORRA ERRORES Y FACILITA TODO EL PROCESO.

"PRIMERO HAY QUE MIRAR EL CIELO, EL CALENDARIO Y EL TERRENO. SI NO PLANIFICAS BIEN, NO RECOGES NADA."



EJECUCIÓN



¿QUÉ ES?

EN ESTA FASE SE HACE REALIDAD LO DISEÑADO.

SE CONSTRUYE, SE MONTA, SE FABRICA O SE APLICA LA SOLUCIÓN.

ES EL MOMENTO DE MATERIALIZAR TODO EL TRABAJO ANTERIOR.

"AHORA SÍ, TOCA METER LAS MANOS EN LA TIERRA. ES CUANDO EMPIEZA LO DE VERDAD."



EVALUACIÓN



¿QUÉ ES?

SE COMPRUEBA SI LA SOLUCIÓN FUNCIONA Y COMO SE PUEDE MEJORAR.

SE ESCUCHA LA OPINIÓN DE QUIENES LO USAN Y SE AJUSTAN LOS FALLOS.

EVALUAR AYUDA A APRENDER Y CRECER EN FUTUROS PROYECTOS.

"CUANDO RECOGES LA COSECHA SABES SI LO HICISTE BIEN. Y SI NO, PUES AL AÑO SIGUIENTE, MEJORAS."



DOCUMENTACIÓN Y ANÁLISIS



¿QUÉ ES?

AQUÍ SE INVESTIGA Y SE RECOGE INFORMACIÓN ÚTIL.

SE OBSERVAN CASOS SIMILARES, SE ESCUCHA A LA GENTE Y SE ESTUDIA EL CONTEXTO.

CUANTO MÁS SEPAMOS, MEJOR SERÁ LA SOLUCIÓN.

"ANTES DE SEMBRAR, HAY QUE SABER QUÉ TIERRA TIENES, QUÉ CRECE BIEN Y CUÁNDO CONVIENE HACERLO."



IDEACIÓN Y DESARROLLO



¿QUÉ ES?

ES EL MOMENTO DE PENSAR EN POSIBLES SOLUCIONES.

SE HACEN BOCETOS, PRUEBAS, Y SE ELIGE LA MEJOR OPCIÓN.

AQUÍ LA CREATIVIDAD SE CONVIERTE EN PROPUESTAS REALES.

"ES COMO CUANDO PASAS LA AZADA: VAS MARCANDO POR DÓNDE VA A IR TODO ANTES DE PLANTAR."



Artes finales

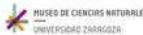
**PROYECTOS
emergentes
con arraigo**



**PROYECTOS DE
GRADO Y MASTER
UNIVERSITARIO EN
INGENIERÍA EN
DISEÑO
INDUSTRIAL Y
DESARROLLO DE
PRODUCTO**

DEL 16 DE JUNIO AL 20 DE SEPTIEMBRE

**EDIFICIO PARANINFO - MUSEO DE CIENCIAS NATURALES
SALA ODÓN DE BUEN**





**Universidad
Zaragoza**



**PROYECTOS
emergentes
con arraigo**

CRÉDITOS

Comisariado de la exposición:

Rosana Sanz Segura

Derechos de autor de texto e imágenes:

Escuela de Ingeniería y Arquitectura

Universidad de Zaragoza

Diseño gráfico:

Nicolás Elipe Muñoz

Diseño de la exposición:

Nicolás Elipe Muñoz

Autores/as de los proyectos:

Ada Fuertes

Inés Cajal

Alberto Mendoza

Irene Olarte

Alberto Prado

Iris Espallargas

Beatriz Acerete

Isaac Pinacho

Cristian Bonafonte

Javier Burillo

Daniel Baya

Jesús Navarro

Eva Tausiet

Laura Gimeno

Gabriel Parra

Laura Salafranca

Gerardo Artal

Lola Borruey

Gerardo Cambra

Nicolás Elipe

Iker Soria

Nuria Goldáraz

Artes finales

Comisariado de la exposición:
Rosana Sanz Segura

Diseño de la exposición:
Nicolás Elípe Muñoz

Autores/as de los proyectos:

Ada Fuertes	Inés Cajal
Alberto Mendoza	Irene Olarte
Alberto Prado	Iris Espallargas
Beatriz Acerete	Isaac Pinacho
Cristian Bonafonte	Javier Burillo
Daniel Baya	Jesús Navarro
Eva Tausiet	Laura Gimeno
Gabriel Parra	Laura Salafranca
Gerardo Artal	Lola Borruey
Gerardo Cambra	Nicolás Elípe
Iker Soria	Nuria Goldáraz

PROYECTOS emergentes con arraigo 25

PROYECTOS DE GRADO Y MASTER UNIVERSITARIO EN INGENIERÍA EN DISEÑO INDUSTRIAL Y DESARROLLO DE PRODUCTO

DEL 16 DE JUNIO AL 20 DE SEPTIEMBRE

EDIFICIO PARANINFO - MUSEO DE CIENCIAS NATURALES
SALA ODÓN DE BUEN

Organiza:

ocre. Universidad Zaragoza Escuela de Ingeniería y Arquitectura Universidad Zaragoza

Colabora:

MUSEO DE CIENCIAS NATURALES UNIVERSIDAD ZARAGOZA Clúster DPI sobre Desarrollo y Creatividad Universidad Zaragoza GOBIERNO DE ARAGÓN

3

Tira p'alla: Rutas inteligentes para el turismo rural.
Ada Fuertes, Eva Tausiet, Inés Cajal, Alberto Mendoza, Iker Soria Sobrevilla

Turismo responsable y personalizado con IA en zonas rurales.

2

YOUNG DREAM: Modelo de acompañamiento al emprendimiento juvenil rural.
Iris Espallargas Gomariz

Mentorización para jóvenes emprendedores desde el territorio.

1

ocre.
Iker Soria Sobrevilla

Diseño de identidad y espacio efímero para la Asociación

Diseño gráfico y arquitecturas móviles para eventos culturales rurales.

Proyectos Emergentes con Arraigo

Recopilación de proyectos desarrollados en el Grado y el Máster Universitario en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto.

Una muestra de propuestas que, mediante metodologías de diseño estructuradas, exploran cómo fortalecer el vínculo de los jóvenes con su territorio, apostando por el desarrollo y la revitalización del medio rural.

4

FOGAR: Servicios culturales a medida en pueblos aragoneses.
Gerardo Cambra, Gerardo Artal, Daniel Baya, Cristian Bonafonte

Experiencias culturales adaptadas a cada localidad rural.

6

CircuLabs: Bio-cosmética rural a partir de residuos del puerro.
Alberto Prado, Nuria Goldáraz, Iris Espallargas

Innovación cosmética desde el residuo agroalimentario.

8

VIVIR EN PUEBLO

Vivir en un Pueblo: Plataforma para conectar nuevos pobladores con municipios rurales.

Lola Borruey Bolea

Herramienta digital para facilitar la repoblación consciente.

10

Velomundo Ejea: Festival cicloturista en la Bardena Negra
Laura Salafranca Igúzaz

Diseño de servicios aplicados a un festival cicloturista rural.

DESCUBRE LAS ZONAS

5

Kampesa: Cajas sorpresa de producto local y recetas.
Beatriz Acerete Palacios, Jesús Navarro Hernández, Gabriel Parra Ortiz

Cajas de temporada para transformar el consumo desde el campo.

7

ConectAr: Aplicación para conectar municipios y habitantes.
Javier Burillo Palacín, Irene Olarte Martínez, Isaac Pinacho Jara

Una red social para dinamizar la vida local en los pueblos.

9

RECREO – Festival joven en Sigüenza
Laura Gimeno Garbajosa

Diseño de servicios aplicados a un festival de música.

11

Cariñena Divino Festival: Cultura y vino en el Santuario de la Virgen de Lagunas.
Nicolás Elípe Muñoz

Diseño de imagen, espacios y experiencia en un festival de vino y cultura en torno al misterio.

Artes finales



Artes finales

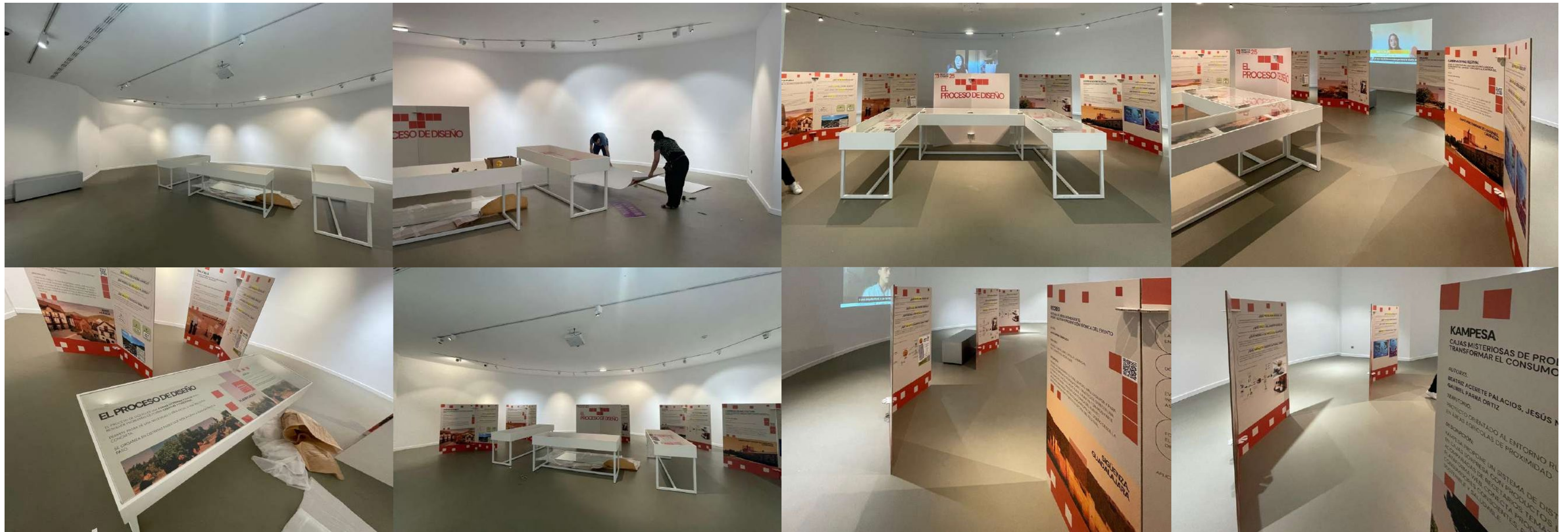


Integración del recurso audiovisual.

Para la realización del vídeo se realizó un previo guion con instrucciones de grabación y una serie de preguntas a responder para los autores. Tras hacer pruebas de audio en la sala, se decidió elaborar subtítulos para el vídeo de forma que todo el mundo pueda entenderlo sin problemas.



Montaje



Inauguración.

El día 16 de junio de 2025 se celebró la inauguración oficial de la exposición Proyectos Emergentes con Arraigo en la Sala Odón de Buen del Museo de Ciencias Naturales (Edificio Paraninfo).

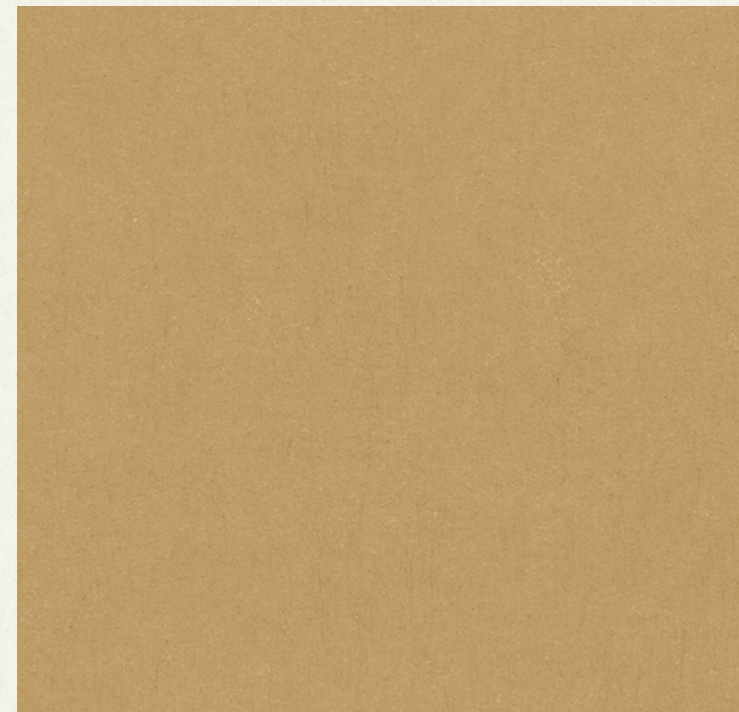


3

CARIÑENA DIVINO FESTIVAL.

Fase 1:

Documentación y
análisis



Taller de equipo .

Los objetivos del taller fueron los siguientes:

- **Personas clave:** Dar la bienvenida, identificar y cohesionar a las personas clave que estarán implicadas.
- **Información general:** Compartir la información necesaria para una planificación y comunicación adecuadas.
- **Puesta en común:** Definir los roles de las personas y áreas responsables del proyecto.
- **Próximos pasos:** Crear un itinerario claro y consensuado por todas las partes.

Tras el desarrollo de la sesión se sacaron las siguientes **conclusiones:**

- Reivindicar un **enfoque accesible** y popular del vino.
- Diferenciar claramente entre **viticultura y vinicultura**.
- Reconocer el **valor estratégico** del sector del vino.
- Compatibilizar **públicos diversos**, con foco en la juventud.
- Reforzar la **visibilidad y beneficio** para los **pueblos** de la comarca.
- Aprovechar **recursos existentes** en el territorio.
- Diseñar una celebración **para la gente del lugar**.

Estudio del sector .

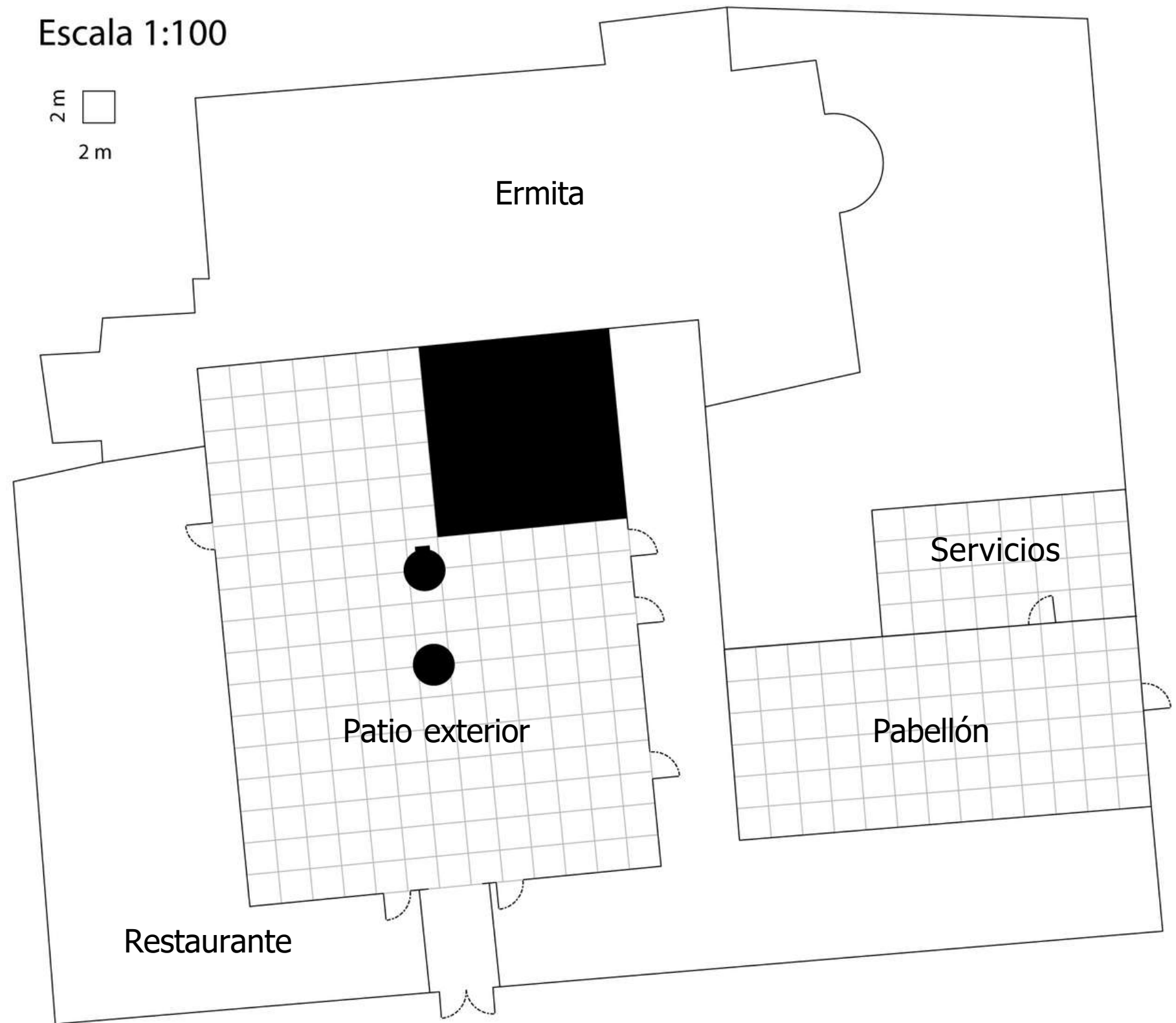
Se elaboraron moodboards de distintos sectores en los que se puede enmarcar el proyecto, se analizaron aspectos clave de cada uno que servirán de base para el desarrollo del proyecto:

- **Sector vitícola:** tradición, trabajo, autenticidad, arraigo, cuidado, materia.
- **Divinidad:** sacralidad, ornamento, misterio, tradición simbólica, solemnidad.
- **Territorio:** cercanía, identidad local, sobriedad, tradición, materialidad del entorno.
- **Espacios de festivales:** celebración, comunidad, color, apertura, experiencia sensorial.

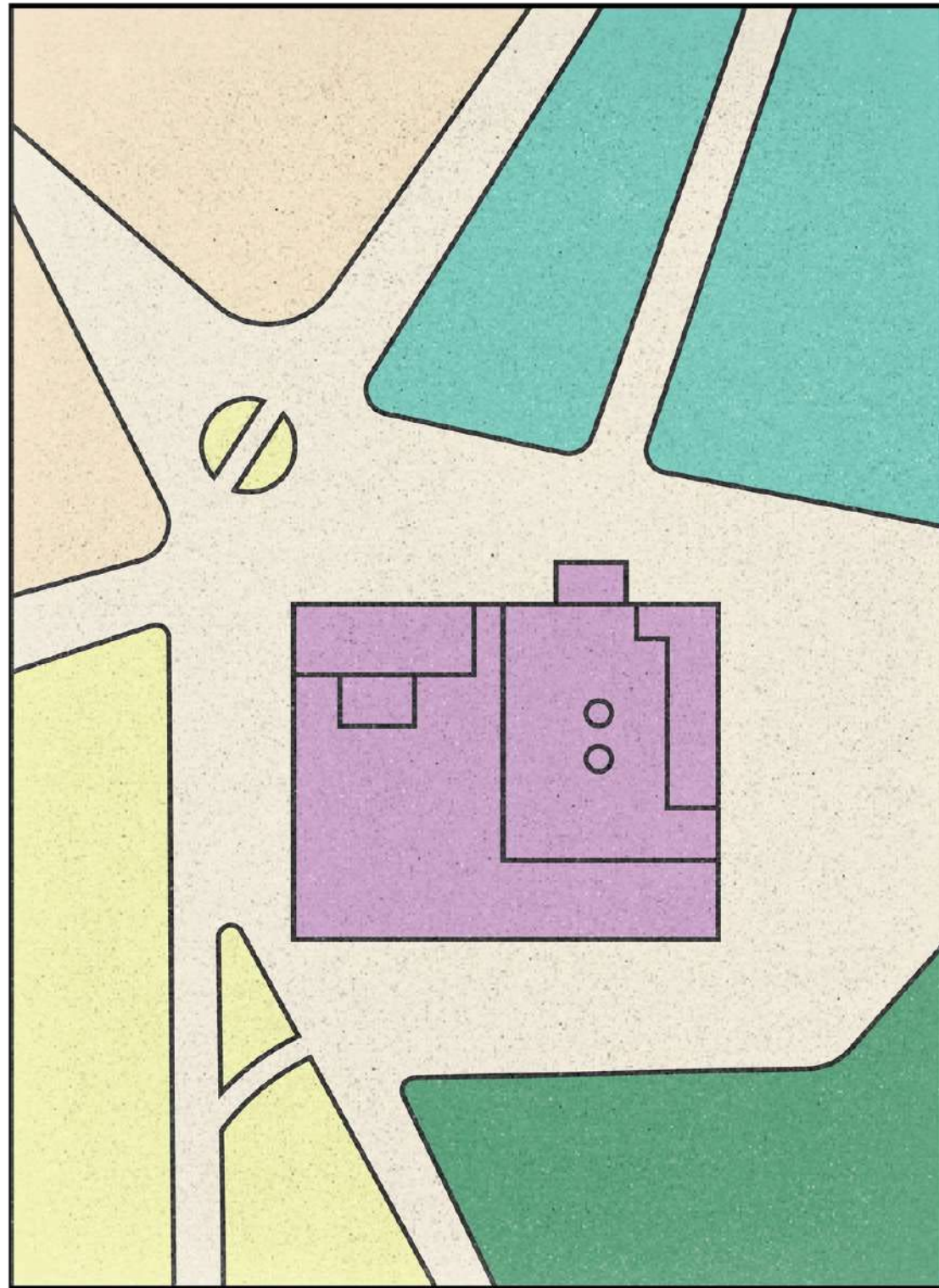
- **Imagen de marca de festival:**
 - Logotipos con fuerte presencia visual.
 - Tipografías protagonistas y altamente reconocibles.
 - Paletas de color llamativas y coherentes.
 - Adaptabilidad a múltiples formatos físicos y digitales.
 - Estilo joven, energético y emocional.
 - Construcción de un sistema visual, no solo un logotipo.

Análisis de espacio .

Se realizó una recreación de todo el santuario a escala real de carácter más técnico a petición del equipo de Ocre, esta representación se utilizará en futuros apartados para estimar parámetros como el aforo y el flujo de usuarios.



Análisis de espacio .



MAPA DE ZONAS

LEYENDA:

-  ZONA DE PARKING
-  ZONA EXTERIOR GRATUITA
-  ZONA DE CAMPING
-  RECINTO INTERIOR
-  ZONAS VACÍAS/TIERRA



Análisis de usuario.

El objetivo de este análisis no es solo analizar a los usuarios del festival, **sino analizar como estos se relacionan con el espacio**. Se definió una herramienta específica para este proyecto, bautizada como **Análisis de flujo**. Primeramente, se distinguen dos tipos de perfiles de usuario:

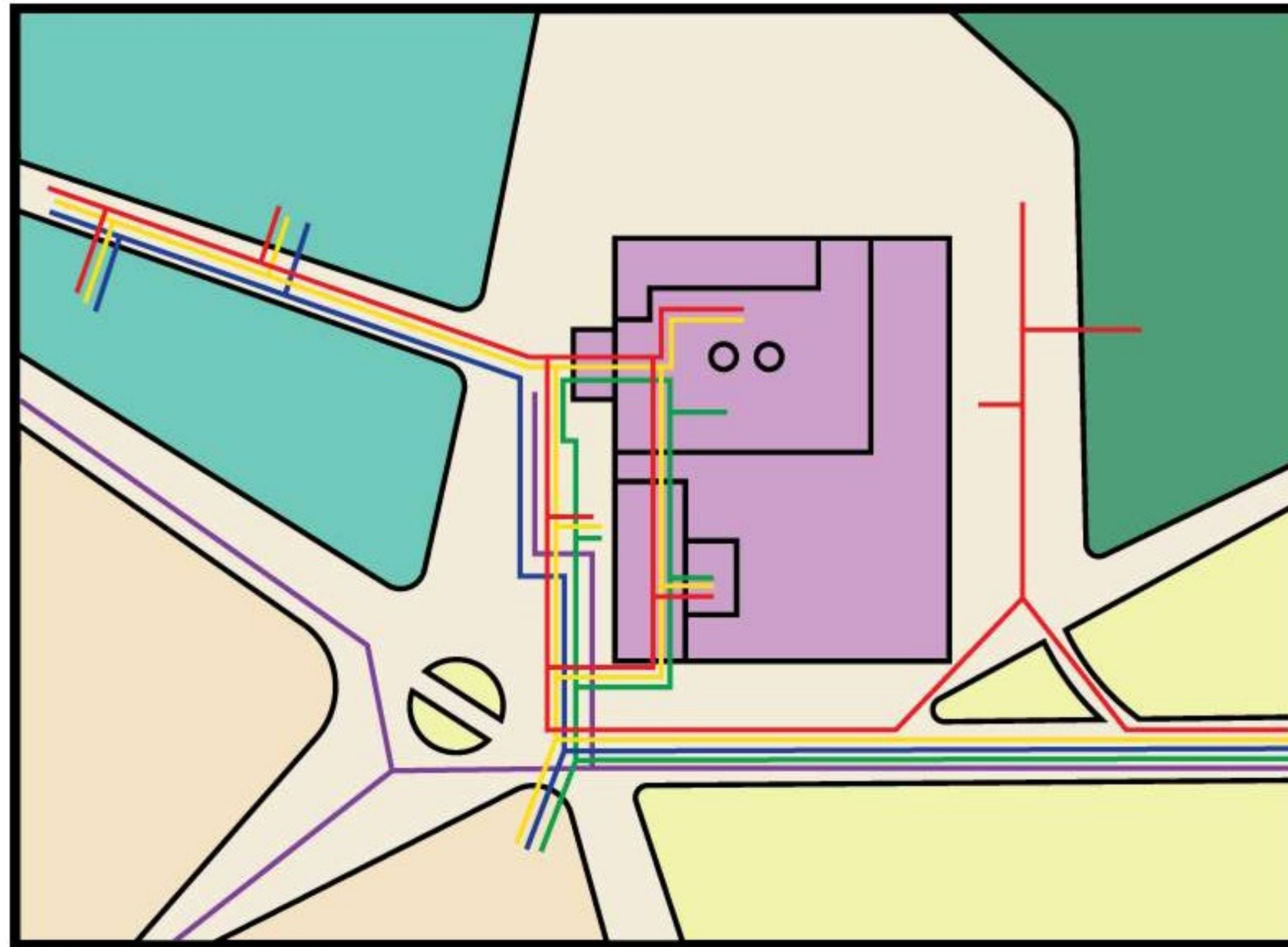
- **Usuarios finales:**

- Personas ajenas al festival
- Usuarios de acceso exclusivo a la zona exterior gratuita
- Usuarios de acceso exclusivo a los conciertos
- Público general
- Usuarios del camping

- **Usuarios secundarios:**

- Servicio de recepción
- Personal del punto de información
- Seguridad de la entrada lateral
- Artistas y equipo de producción/montaje
- Foodtrucks/Artesanos

Análisis de usuario.



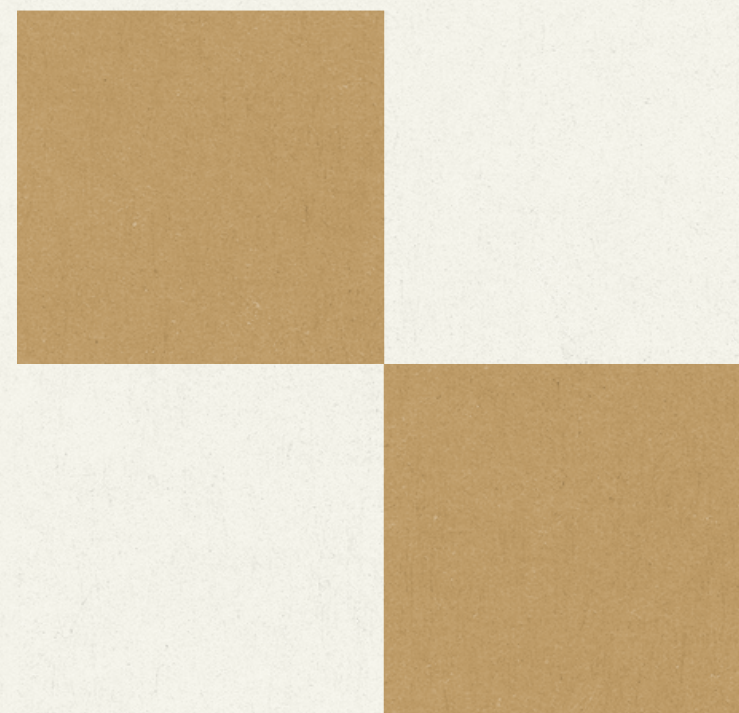
Usuarios Finales o Beneficiarios

- Personas ajenas ■
- Usuarios de solo la zona exterior gratuita ■
- Usuarios de solo los conciertos ■
- Público general ■
- Usuarios del camping ■



Fase 2:

Conceptualización y
diseño de detalle



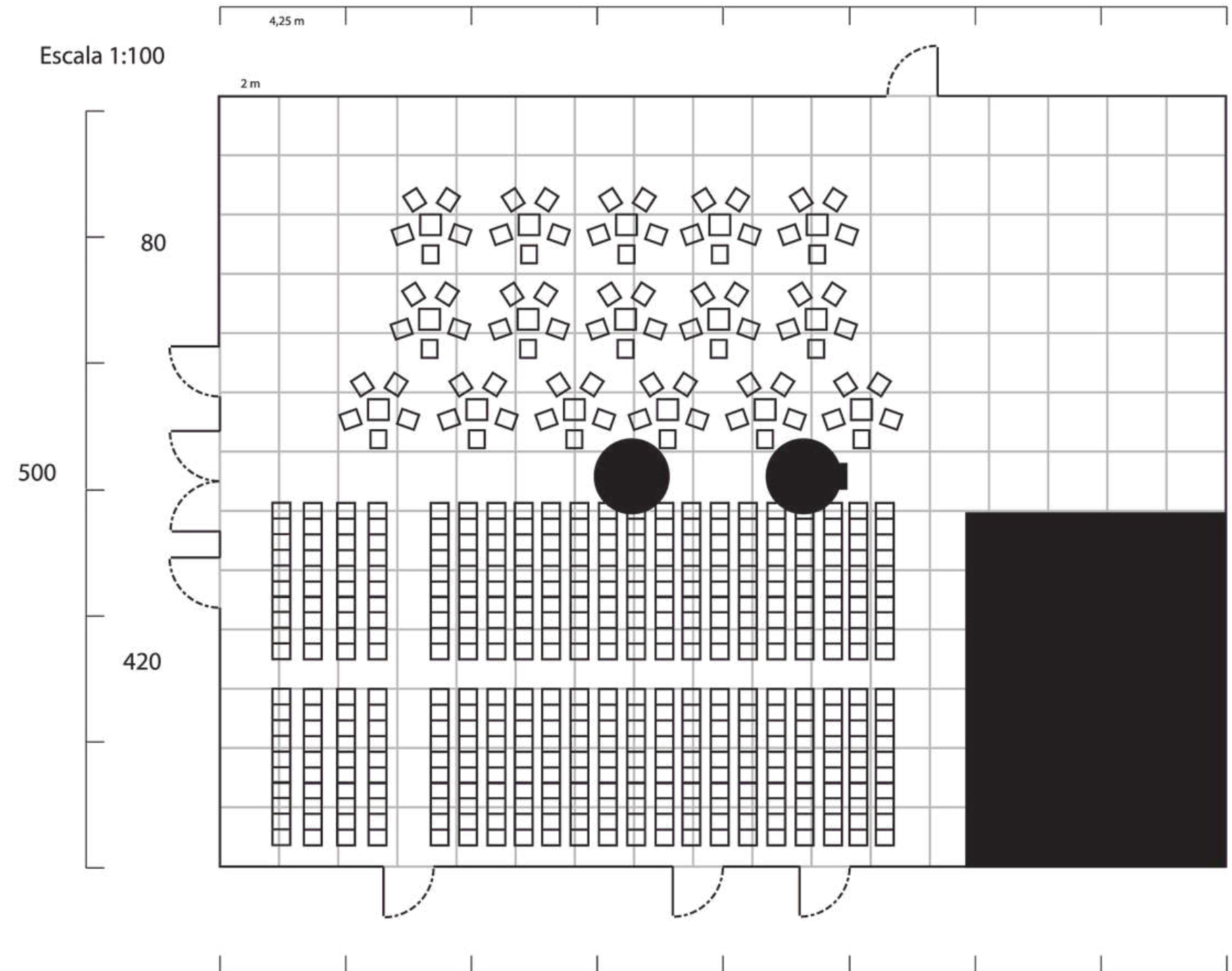
Planteamiento del espacio .

Partiendo de la necesidad de alcanzar un aforo de **500 personas**, se desarrollaron varias propuestas de distribución a escala.

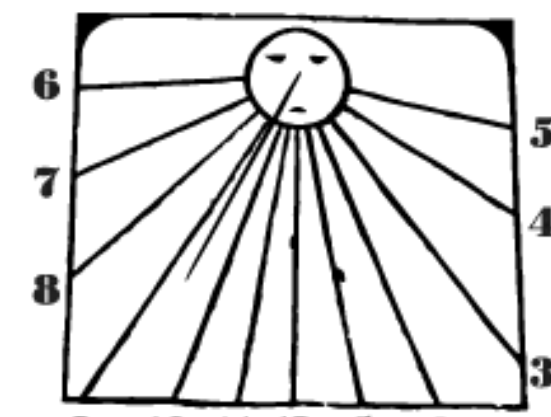
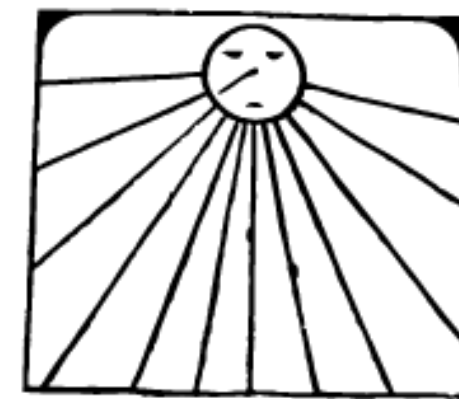
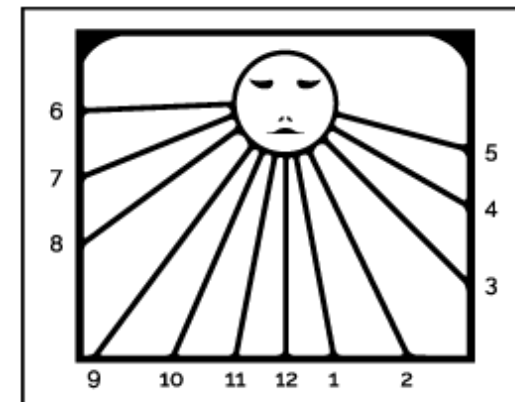
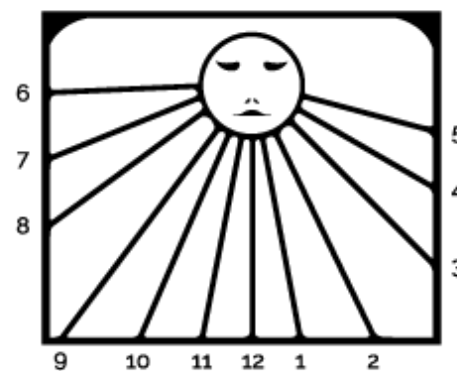
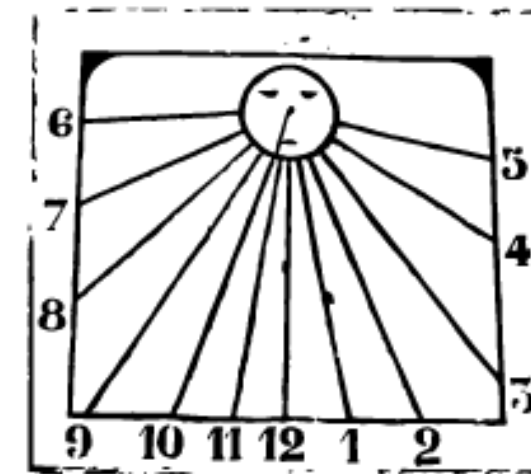
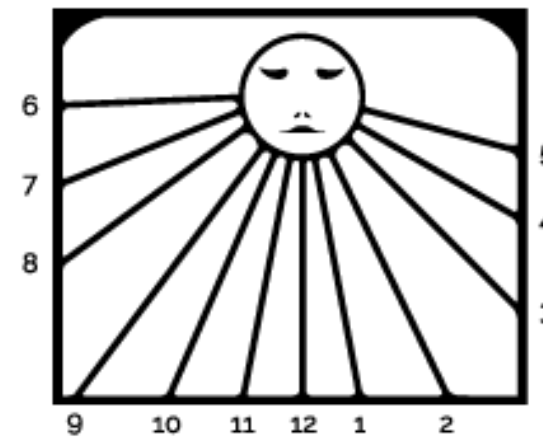
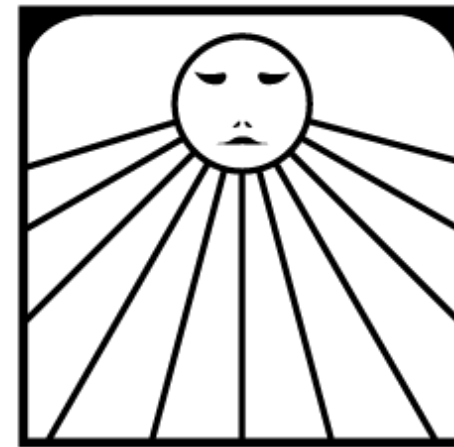
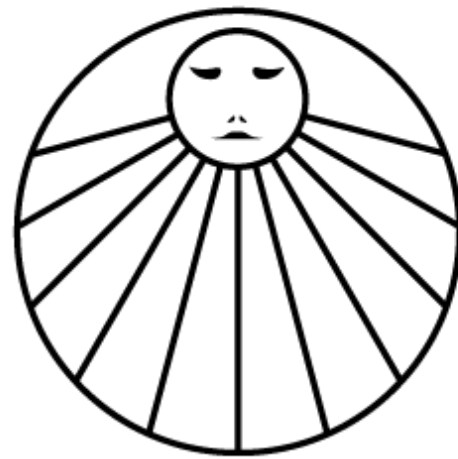
A partir de estas condiciones, se plantearon dos modelos principales de distribución:

- Un modelo tipo **anfiteatro**, con filas de butacas y pasillos de separación.
- Un modelo de **mesas**, con grupos de cinco sillas que favorecen un ambiente más informal y social.

Se iteraron hasta llegar a una propuesta final .



Conceptos de imagen de marca

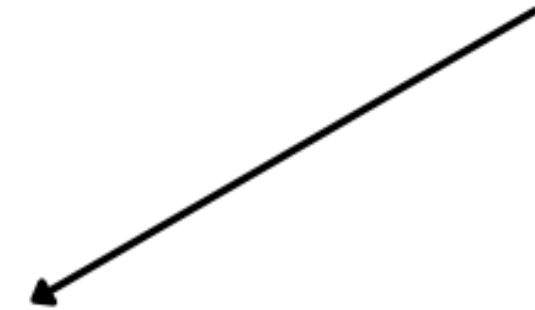


Conceptos de imagen de marca .

CARIÑENA
DIVINO
FESTIVAL

TT Bluescreens

Poppins



Desarrollo del concepto final.

Morado

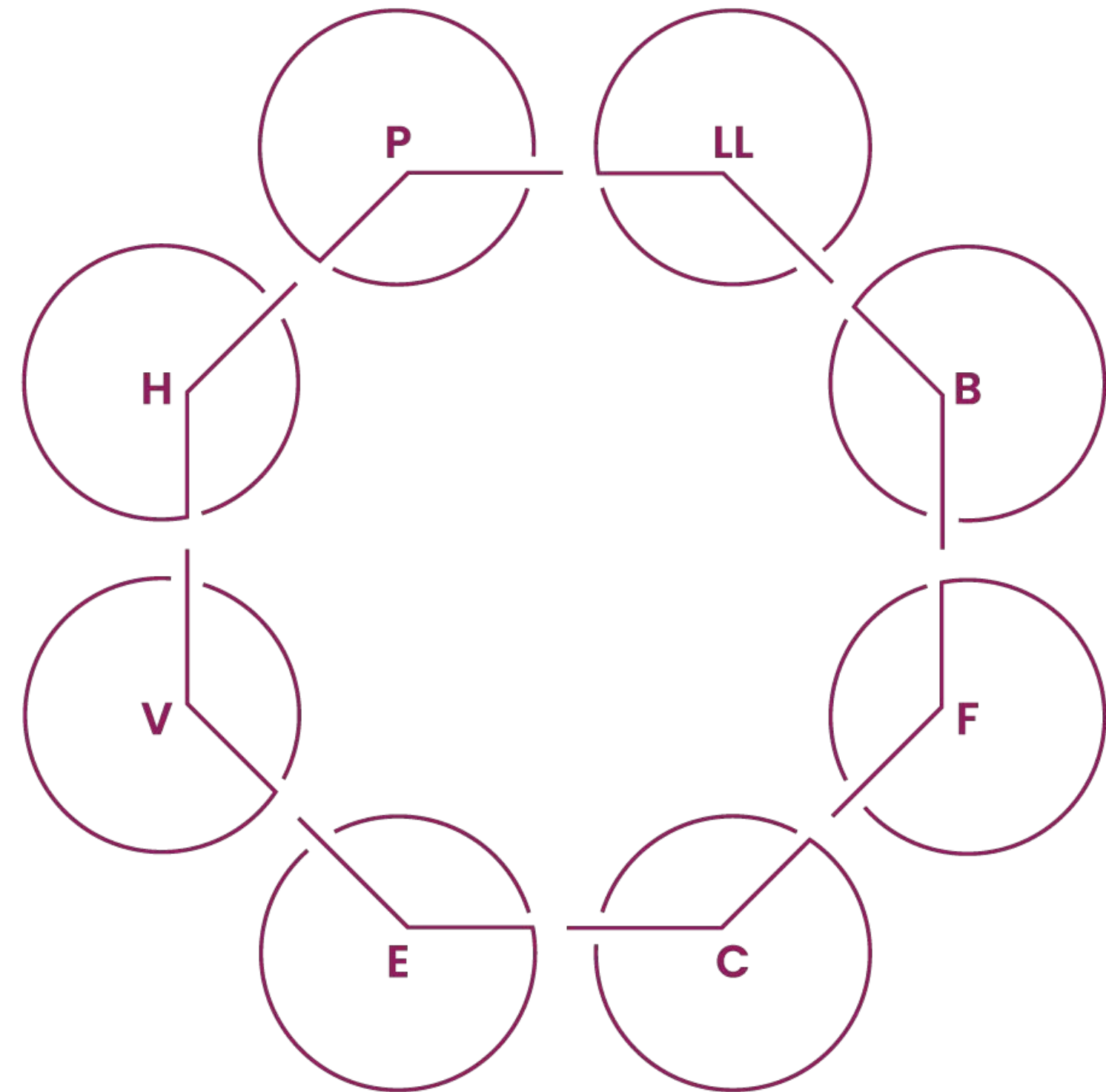
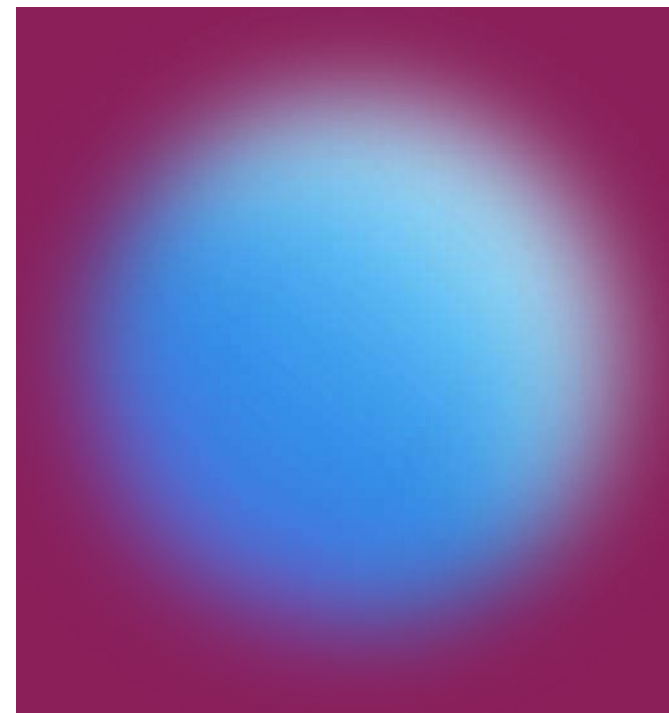
- HEX: #8c1f5b
- RGB: 140, 31, 91
- CMYK: 0, 78, 35, 45
- Pantone 7420 C

Blanco

- HEX: #ffffff
- RGB: 255, 255, 255
- CMYK: 0, 0, 0, 0
- Pantone White

Azul

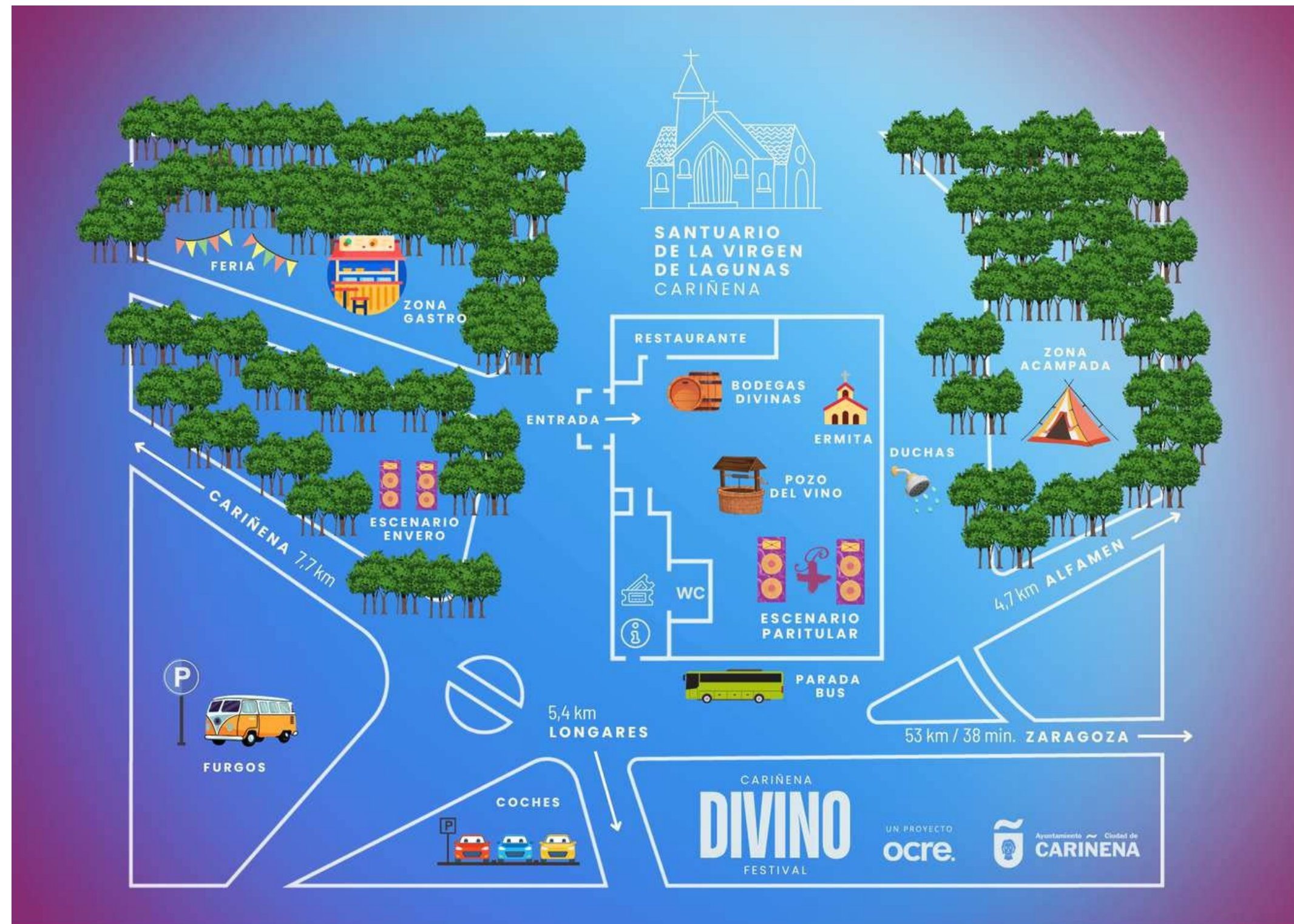
- HEX: #388fe8
- RGB: 56, 143, 232
- CMYK: 76, 38, 0, 9
- Pantone 285 C



Aplicaciones realizadas



Aplicaciones realizadas



Aplicaciones realizadas .



Aplicaciones realizadas



Brotación.

Prueba piloto para ver como respondería el espacio ante un concierto. De esta manera los alumnos y el equipo docente de I.E.S Joaquín Costa acudieron al festival para asistir a un concierto.

