

TFB Brand Design

Vallvidrera ocupa una posición singular dentro de Barcelona: es ciudad sin serlo del todo, y naturaleza sin abandonar la ciudad. Su emplazamiento en los límites de la Serra de Collserola la sitúa permanentemente entre categorías. Entre trama urbana y ecosistema forestal, entre servicios municipales y gestión del parque natural. Esta condición es una forma de vida específica, con una comunidad real, una historia propia y una manera de habitar el territorio que ninguna identidad de marca ha articulado hasta ahora. Vall de Vidre es el sistema de marca e identidad visual desarrollado para nombrar, dar forma y hacer visible esa especificidad.

**VALL DE
VIDRE**

Definición del proyecto

No es ni ciudad (donde la densidad de población justifica la inversión en servicios) ni campo (donde se aplican protecciones rurales). Los instrumentos de planificación diseñados para uno u otro la desatienden constantemente. La gobernanza está fragmentada entre el Ajuntament, el Consorci del Parc de Collserola, el Àrea Metropolitana de Barcelona y el FGC, sin que haya un solo organismo que tenga tanto el mandato como el incentivo para abordar la plena condición de vivir aquí. La brecha de gobernanza no es un fallo de voluntad. La comunidad se encuentre entre categorías, ninguna de las cuales fue diseñada para ella.

La comunidad cuenta con infraestructura para la coordinación: un periódico, asociaciones de vecinos, redes escolares, un programa de centro cívico. Estos proporcionan a la comunidad una forma de comunicarse sobre la vida local: qué está sucediendo, qué necesita ser reparado, qué se está organizando. Lo que le falta a Vallvidrera es una identidad para su estilo de vida urbano-naturaleza.

¿Qué es Vallvidrera?



¿Por qué Vallvidrera?

Elegimos Vallvidrera porque nos permitía explorar Barcelona desde un punto de vista menos convencional.

Queríamos alejarnos de los imaginarios más habituales de la ciudad: el modernismo, el turismo, el Mediterráneo, la trama urbana o la vida de barrio más central. Vallvidrera abría otra posibilidad: trabajar sobre una Barcelona situada en el límite entre ciudad y bosque, infraestructura y paisaje, distancia y pertenencia.

Su posición en Collserola nos permitió pensar la marca no desde el centro, sino desde otra escala. Una Barcelona que se observa desde arriba, se descubre de cerca y se entiende desde una relación más directa con el territorio.



Investigación

Investigación

*Vallvidrera, el Tibidabo
i les Planes*

Edad	Nº personas
<16 años	791
16-24 años	542
25-39 años	782
40-64 años	1.865
65-84 años	756
≥65 años	-
≥85 años	131

<https://portaldades.ajuntament.barcelona.cat/ca/estad%C3%ADstiques/su2viwgbiz>

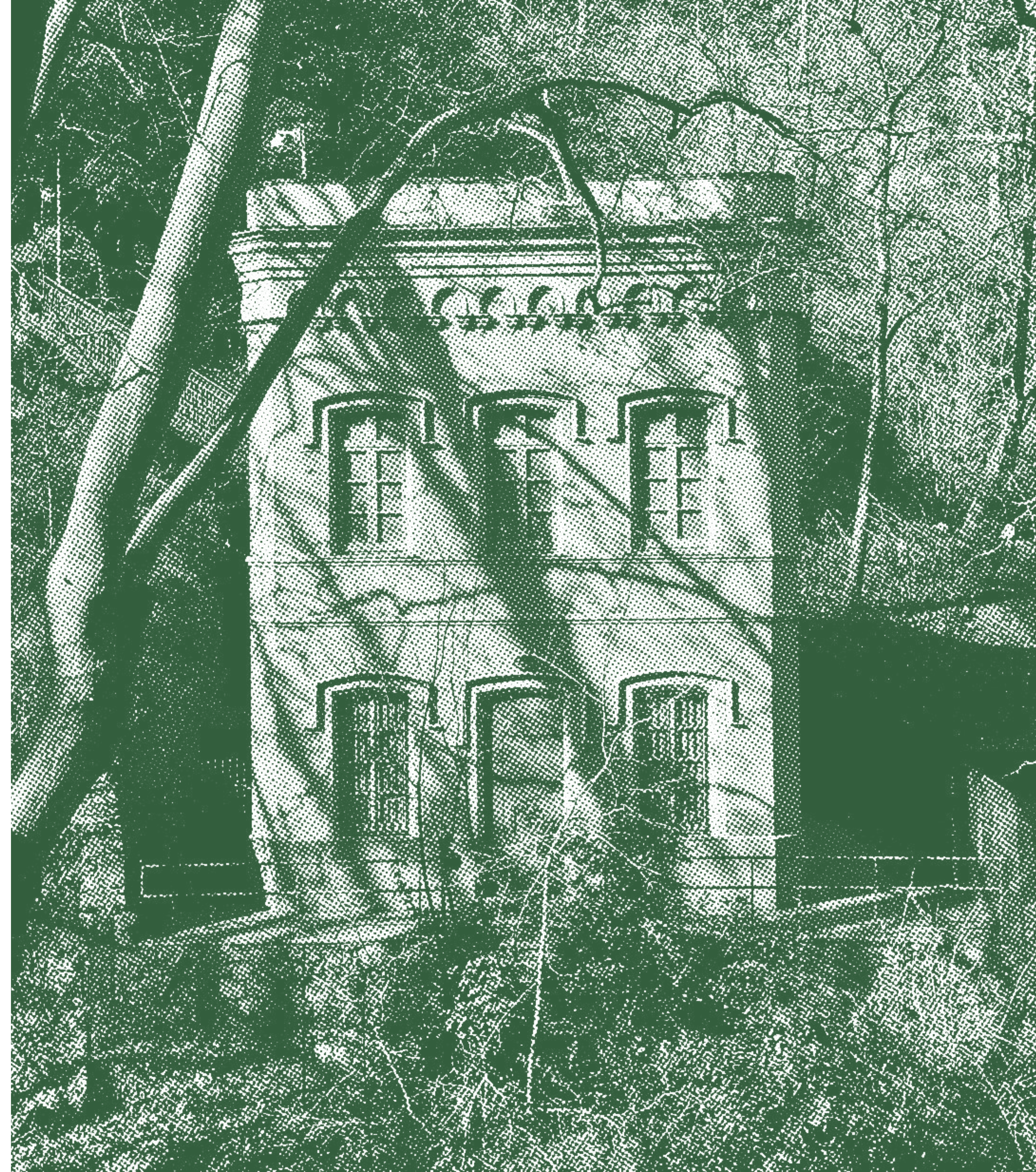
El grupo más numeroso se concentra entre los 40 y los 64 años, lo que indica una comunidad consolidada y estable. Al mismo tiempo, la presencia de menores de 16 años y jóvenes muestra que Vallvidrera también es un territorio familiar y en transformación. La población mayor refuerza la necesidad de una identidad clara, accesible y funcional, especialmente en relación con la orientación, la comunicación y la vida cotidiana del barrio.

Estos datos nos llevaron a plantear una marca que no se dirige a un único perfil, sino a una comunidad amplia. Una identidad capaz de hablar tanto a los vecinos como a quienes se acercan a Vallvidrera desde Barcelona, manteniendo un tono claro, sereno y cercano.

Investigación

Por ello, el análisis previo del contexto demográfico llevó a plantear un sistema visual que combinara una arquitectura gráfica relativamente convencional con recursos más conceptuales, como la lupa, el cambio de escala y la relación entre mapa y textura.

Esta investigación permitió identificar la necesidad de una estructura estable que garantizara accesibilidad y reconocimiento, incorporando al mismo tiempo elementos más expresivos capaces de aportar una mirada contemporánea sobre el territorio.



El problema

Vallvidrera forma parte de Barcelona, pero no siempre es percibida como tal. Su ubicación en Collserola, su topografía y su relación directa con el bosque la sitúan en un punto intermedio entre ciudad y naturaleza, generando una identidad híbrida difícil de leer desde fuera.

Esta singularidad produce una *desconexión simbólica y física*: Barcelona la mira como un lugar distante, mientras que el propio territorio se vive de forma fragmentada por sus recorridos, desniveles y núcleos dispersos.

El problema que debe resolver la marca es perceptivo: Vallvidrera necesita una identidad que conecte sus escalas, visibilice sus vínculos y permita entenderla no como una excepción fuera de Barcelona, sino como otra manera de verla.

El target principal es la comunidad de Vallvidrera: un público intergeneracional formado por vecinos de distintas edades y perfiles. Esta diversidad exige una marca clara, accesible y reconocible, capaz de funcionar en señalética, cartelería, comunicación vecinal y entornos digitales.

El target secundario son los barceloneses que perciben Vallvidrera como un lugar distante o ajeno a la ciudad. Para ellos, la marca actúa como una invitación a mirar Barcelona desde otra escala: desde el bosque, desde la altura y desde la proximidad del barrio.

La identidad se dirige, por tanto, a personas que necesitan orientarse, reconocerse y conectar con el territorio. Una marca pensada para quienes viven Vallvidrera y para quienes todavía no han aprendido a verla como parte de Barcelona.

Barcelona



La identidad del Ajuntament de Barcelona funciona como un sistema de comunicación cívica: claro, replicable y accesible en múltiples formatos.

El aprendizaje más relevante para Vall de Vidre es que una marca territorial debe funcionar como una herramienta, no solo como un universo estético. El sistema del Ajuntament prioriza la legibilidad, la jerarquía, el contraste, la consistencia tipográfica y la adaptabilidad del layout.

Sin embargo, la marca del Ajuntament mantiene un tono marcadamente institucional. Su fuerza está en la claridad y la coherencia, pero su expresión es necesariamente neutra. Vall de Vidre toma esta claridad cívica como base, pero incorpora una capa más expresiva y territorial a través de la textura, la escala, la observación y la relación entre ciudad y bosque.

Benchmark · Ajuntament de Barcelona

AaB**B**bCcDdEeFfGg
HhIiJjKkLlMmNn
OoPpQqRrSsTtUu
VvWwXxYyZz
0123456789@€&?

Barcelona  El clau de la ciutat

cavaller, el monstre, el poble. El petó, la trobada, l'emoció. Compartir, abraçar, viure. La família, la parella, l'amistat. El drac, el llibre i la rosa.



Barcelona 

 Districte de Ciutat Vella	 Districte de Nou Barris
 Districte de l'Eixample	 Districte de Gràcia
 Districte de les Corts	 Districte de Sarrià - Sant Gervasi
 Districte de Sant Andreu	 Districte de Sants-Montjuïc
 Districte de Sant Martí	 Districte d'Horta-Guinardó



Benchmark · Ajuntament de Barcelona

Ajuntament de Barcelona

Utiliza un sistema coherente en muchas aplicaciones

Prioriza la accesibilidad y la legibilidad

Usa una jerarquía tipográfica clara

Tiene firmas de distrito conectadas con la marca ciudad

Utiliza normas de layout, retículas y áreas de firma

Tiene un tono institucional y neutro

Vallvidrera

Vall de Vidre también debe funcionar en carteles, señalética, RRSS y comunicación local

Vallvidrera tiene un público intergeneracional, por lo que la marca no puede ser demasiado críptica

El sistema necesita titulares grandes y legibles, combinados con capas de información más pequeñas

Vall de Vidre debe sentirse local, pero seguir formando parte de Barcelona

Las aplicaciones también necesitan estructura, no solo libertad estética

Vall de Vidre puede evitar esa neutralidad incorporando textura, paisaje y observación

El proceso

Así comenzamos

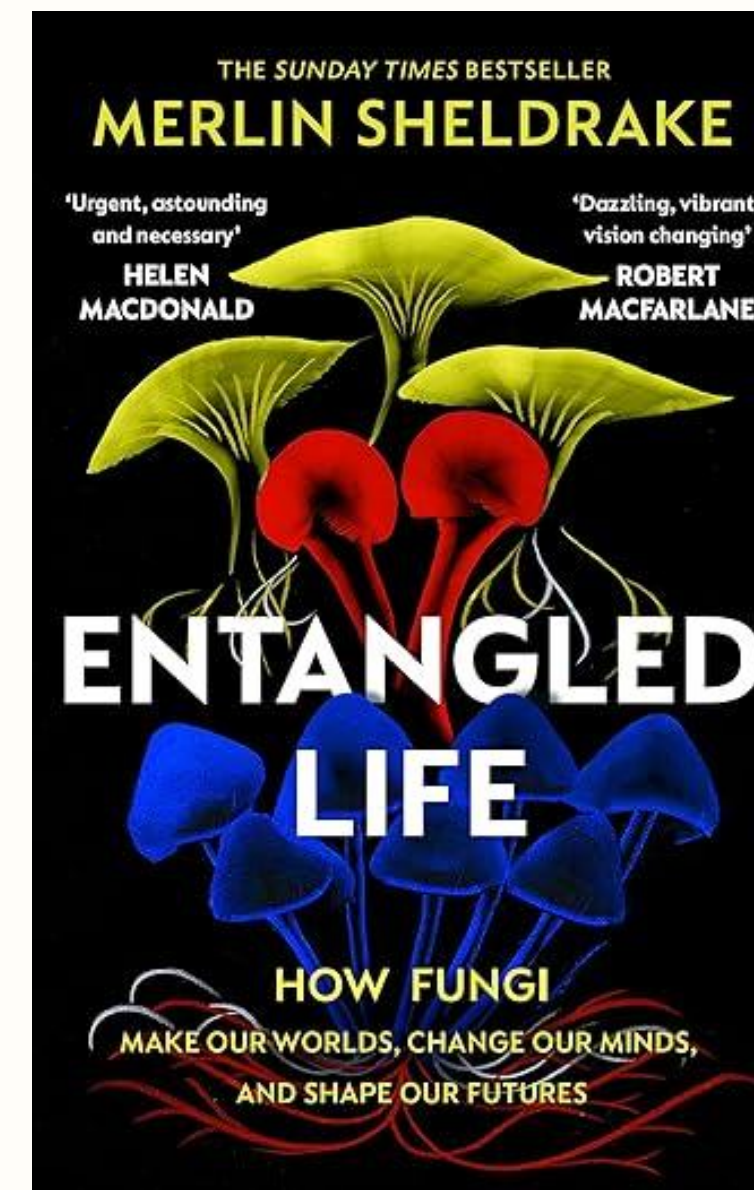
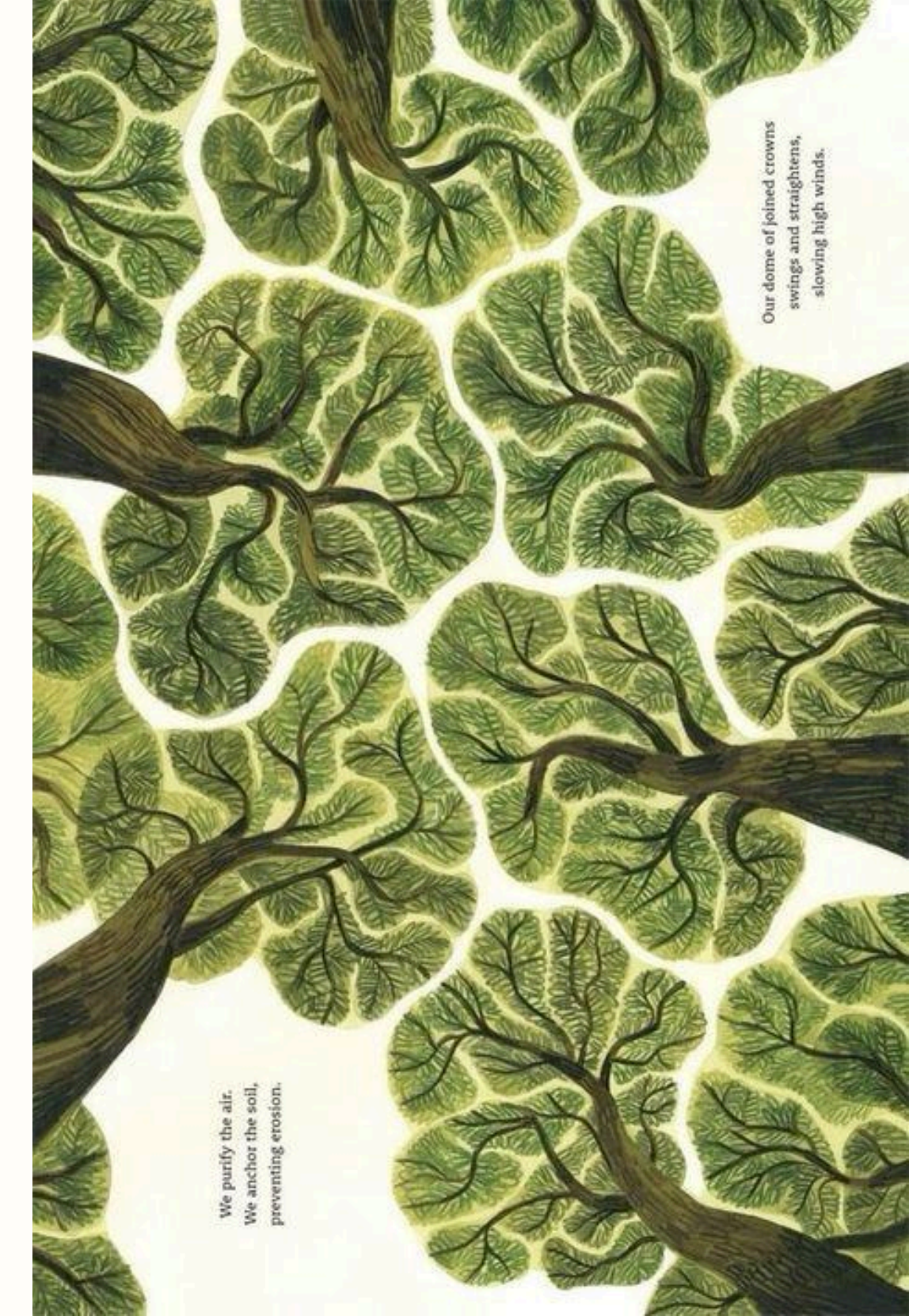
Empezamos explorando el elemento naturaleza de forma visual, como una comunidad. ¿Qué elementos de un ecosistema contribuyen al conjunto?



A continuación, comenzamos a explorar las redes de distribución de recursos en los ecosistemas forestales. Las más evidentes son las raíces de los árboles. Pero una red frecuentemente ignorada es el micelio: una red de filamentos fúngicos que conecta plantas para compartir nutrientes y agua.



Por ejemplo, el Arrendajo Euroasiático, una especie de ave presente en Collserola, esconde bellotas y a menudo olvida dónde las enterró. De esta manera contribuye a redistribuir nutrientes e incluso a regenerar árboles.



Los hilos que forman el micelio son microscópicos y apenas visibles a simple vista. O para quienes no hayan leído el fascinante libro de Merlin Sheldrake. Así fue como llegamos al concepto de mirar hacia adentro.



*Una idea central:
cambiar la escala de la mirada.*

Vallvidrera se entiende desde dos movimientos complementarios:

Por un lado, el zoom out permite situarla dentro de Barcelona y reivindicar su pertenencia a la ciudad.

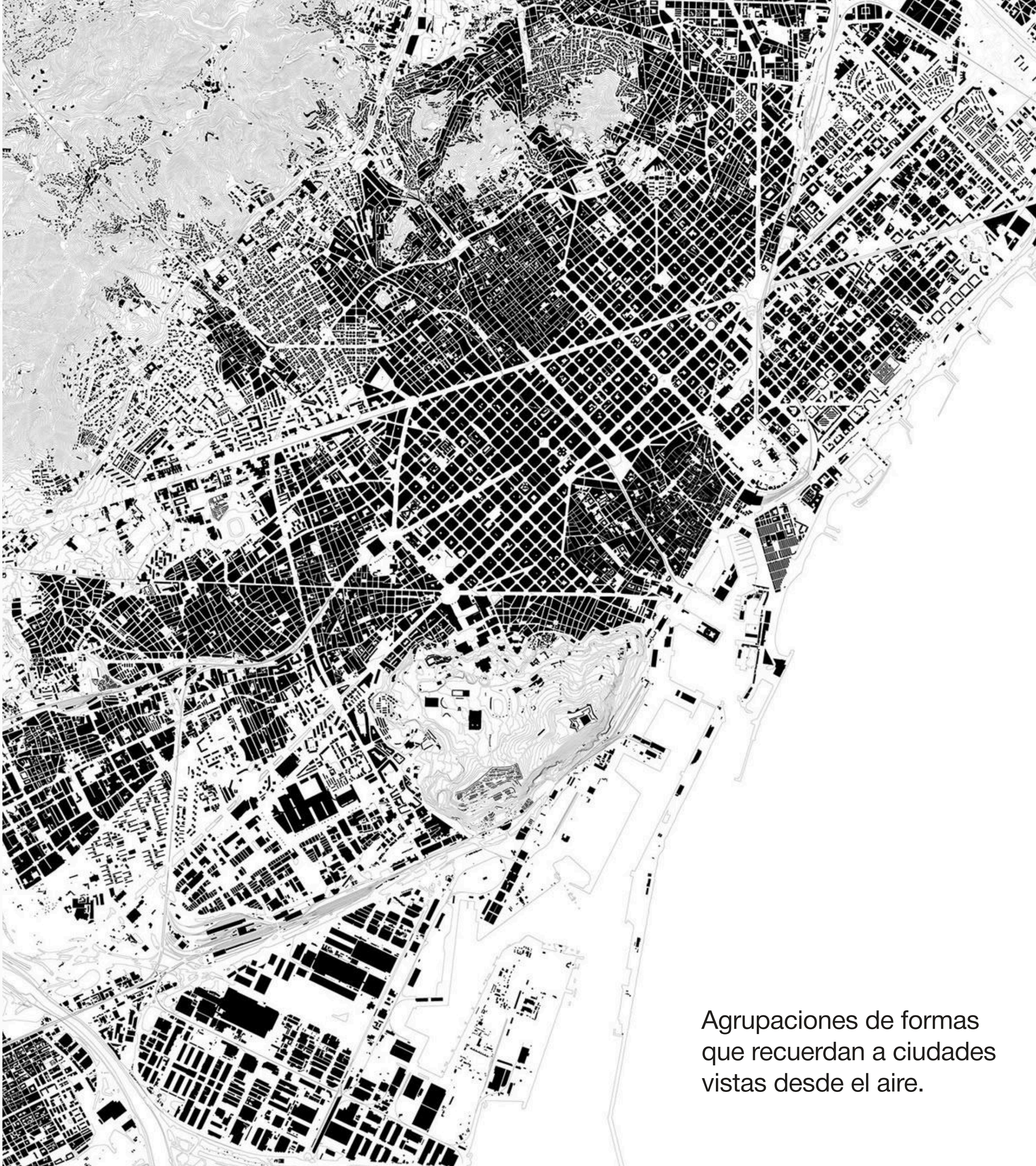
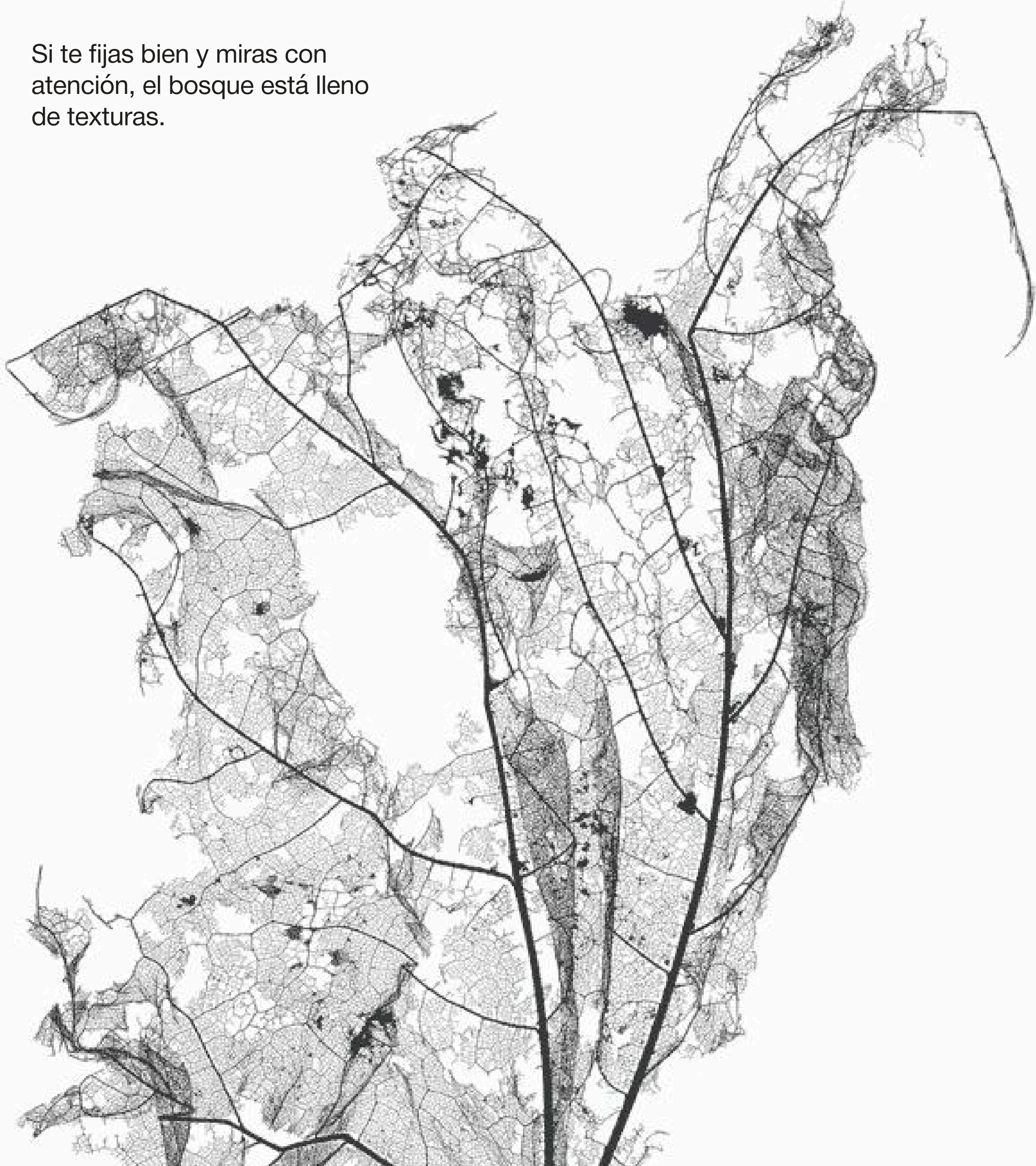
Por otro, el zoom in permite descubrir aquello que normalmente pasa desapercibido: las texturas del bosque, los recorridos, los detalles del paisaje y las relaciones que construyen la vida del barrio.

A partir de esta lógica, el proyecto combina códigos visuales urbanos, como mapas, calles y señalética, con códigos naturales, como texturas orgánicas, tramas vegetales y formas propias del entorno de Collserola.

La lupa funciona como recurso gráfico y conceptual: no solo amplía, sino que dirige la atención hacia lo que merece ser observado.

Este lenguaje permite conectar lo urbano y lo salvaje sin tratarlos como mundos opuestos. Vallvidrera aparece como un punto de encuentro entre ambos: un territorio que se mira desde lejos para entender su lugar en Barcelona y desde cerca para descubrir su identidad propia.

Si te fijas bien y miras con atención, el bosque está lleno de texturas.



Agrupaciones de formas que recuerdan a ciudades vistas desde el aire.

La vida urbana suele fijar la mirada en una sola escala. La naturaleza queda relegada a un fondo distante, asociado al fin de semana, la desconexión o la escapada.

Vallvidrera rompe esta lógica. Desde la Carretera de les Aigües, sus vecinos pueden observar la trama urbana de Barcelona desde arriba y, al girarse, encontrar las texturas del bosque a escala cercana.

Vivir en Vallvidrera entrena una forma distinta de mirar: una mirada capaz de moverse entre lo macro y lo micro, entre la ciudad y el paisaje, entre la distancia y el detalle.

Oportunidad

Las marcas vinculadas a la naturaleza urbana suelen presentar la naturaleza de una de estas dos formas: como una vía de escape de la ciudad o como una capa de bienestar integrada en ella.

Vallvidrera ofrece una perspectiva diferente. Aquí, la naturaleza no está fuera de la experiencia urbana ni se limita a complementarla. Transforma la manera en que se observa la ciudad y se comprende el paisaje.

La oportunidad consiste en posicionar Vallvidrera como una lente entre escalas: un lugar desde el que Barcelona puede leerse desde la distancia, el bosque puede descubrirse de cerca y la relación entre ambos se hace visible.

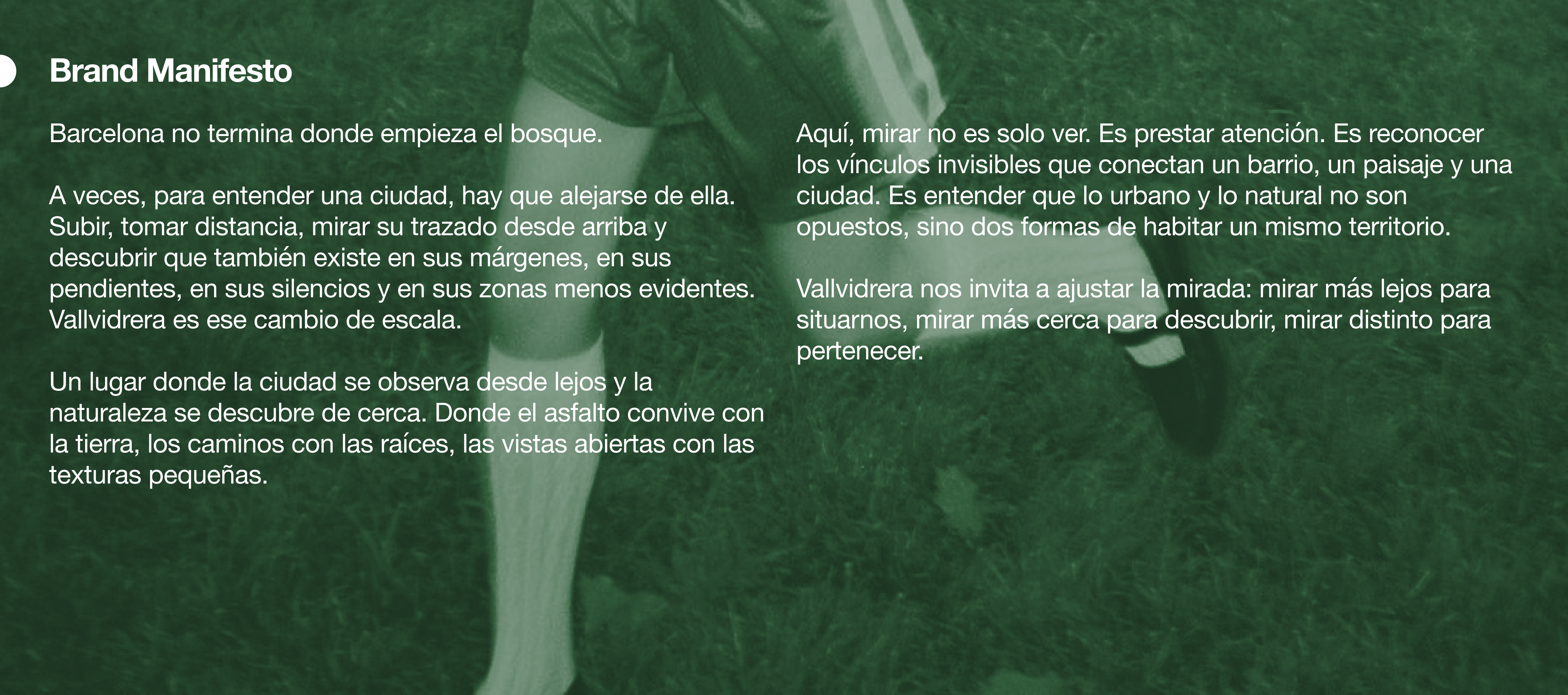
ADN de la marca

Propósito de Marca



Hacer visible Vallvidrera como otra manera de ver Barcelona.

La marca conecta ciudad y bosque a través de un lenguaje de escala, observación y proximidad, invitando a mirar más lejos, mirar más de cerca y entender Vallvidrera como una parte activa de la experiencia urbana.

A person is standing on a grassy hill, looking down at a book or map. The image is in a dark green, monochromatic style. The person is wearing a light-colored shirt and dark pants. The background is a dense, textured grassy area.

Brand Manifesto

Barcelona no termina donde empieza el bosque.

A veces, para entender una ciudad, hay que alejarse de ella. Subir, tomar distancia, mirar su trazado desde arriba y descubrir que también existe en sus márgenes, en sus pendientes, en sus silencios y en sus zonas menos evidentes. Vallvidrera es ese cambio de escala.

Un lugar donde la ciudad se observa desde lejos y la naturaleza se descubre de cerca. Donde el asfalto convive con la tierra, los caminos con las raíces, las vistas abiertas con las texturas pequeñas.

Aquí, mirar no es solo ver. Es prestar atención. Es reconocer los vínculos invisibles que conectan un barrio, un paisaje y una ciudad. Es entender que lo urbano y lo natural no son opuestos, sino dos formas de habitar un mismo territorio.

Vallvidrera nos invita a ajustar la mirada: mirar más lejos para situarnos, mirar más cerca para descubrir, mirar distinto para pertenecer.

Porque Barcelona también respira desde la montaña.

/Arrelament /Atenció /Compartir

Vallvidrera nace de una relación profunda con el territorio. La marca pone en valor aquello que la conecta con su paisaje, su historia, sus recorridos y su comunidad.

La marca invita a mirar con más calma y precisión. Observar los detalles, las texturas y los vínculos que normalmente pasan desapercibidos forma parte de su manera de entender el lugar.

Vallvidrera no se entiende como un espacio aislado, sino como un territorio que se comparte: entre vecinos, visitantes, ciudad y naturaleza. La marca busca generar encuentro, reconocimiento y pertenencia.

/Observador /Seguro de sí mismo

Mira antes de hablar. Detecta relaciones, escalas y detalles que otros no ven.

No necesita exagerar su singularidad. Sabe lo que es y lo expresa con calma, claridad y carácter.

Habla desde el territorio y para las personas que lo habitan. No impone una visión, la comparte.

Tiene un ritmo pausado, atento y sensible al entorno, sin caer en lo decorativo o lo nostálgico.

Tono de voz

Nunca alza la
voz para llegar
a quien no está
escuchando

El tono de voz de Vallvidrera es sereno, observador y seguro. Habla con claridad, pero sin imponerse. Invita a mirar, no a consumir; a acercarse, no a invadir.

Prefiere hablar con precisión a quienes están dispuestos a prestar atención. Su lenguaje es concreto, cercano pero no informal. Utiliza la observación como herramienta para revelar una manera distinta de habitar Barcelona.

/La ciudad se encuentra con la naturaleza

/El Mirador del Barcelonés

/El bosc de tots

/Més aprop que mai

/Privilegi compartit

Brand Concept

La atención es el método.

Mirar con detenimiento revela que ciudad y naturaleza no son mundos opuestos, sino escalas conectadas de un mismo territorio.



Propuesta estética



EARTH/TONES

by Usal & Nike

ACG

ALL CONDITIONS GEAR

A (Collaborative)

Outdoor Event Series

USAL EXPERIENCES

POWERED BY ACG TECHNOLOGY

LOS ANGELES (CA)

JULY 22

AUG 05

AUG 19

SEPT 02

[01]

[02]

[03]

[04]

Hike to Yoga

Bouldering

Outdoor Strength

Trail Run

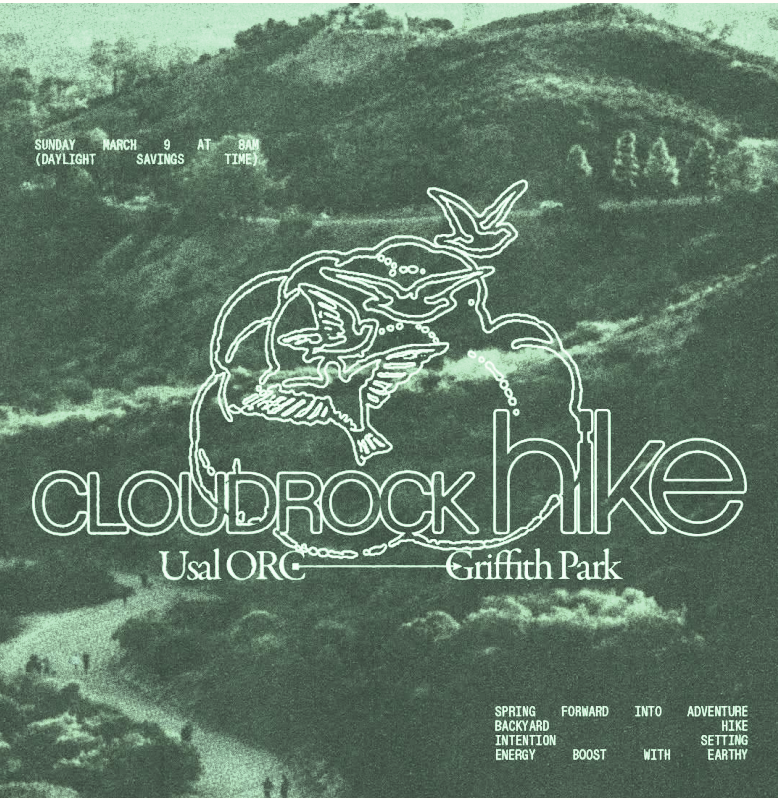
39 49' 53" N • 123 51' 02" W

USAL PROJECT.COM

©2023

NIKE

[ACG] MEANS ALL CONDITIONS GEAR. DESIGNED, TESTED, AND MADE ON PLANET EARTH. FOR OUTDOOR USE.



BEYOND GREEN FIELDS

VR GLIDER FLIGHTS FROM PLANET EARTH PRESENTS

FLIGHT COORDINATOR: MISS S.A. PLOT LAND: AULGEMUND

GLOBUSVERSE PRESENTS

BALI FLIGHT D47B

JUNE. 10 / 23 MMXXII

11 AM — 04 PM GMT +3

WWW.GLOBUSART.COM VR — READY ONLINE

75x5" (STF — 1257) Limited Edition

BEYOND GREEN FIELDS

Opernhaus Zürich

Eröffnung der Spielzeit 1968 / 69

Palestrina

Musikalische Legende von Hans Pfitzner

Uraufführung Samstag, 7. September, 18.00 Uhr

Musikalische Leitung: Herbert Graf

Inszenierung: Max Rychenberger

Bühnenbild: Hans Erismann

Der Wildschütz

Komische Oper von Albert Lortz

Neuaufführung Samstag, 14. September, 20.00 Uhr

Musikalische Leitung: Matthias Benschbacher

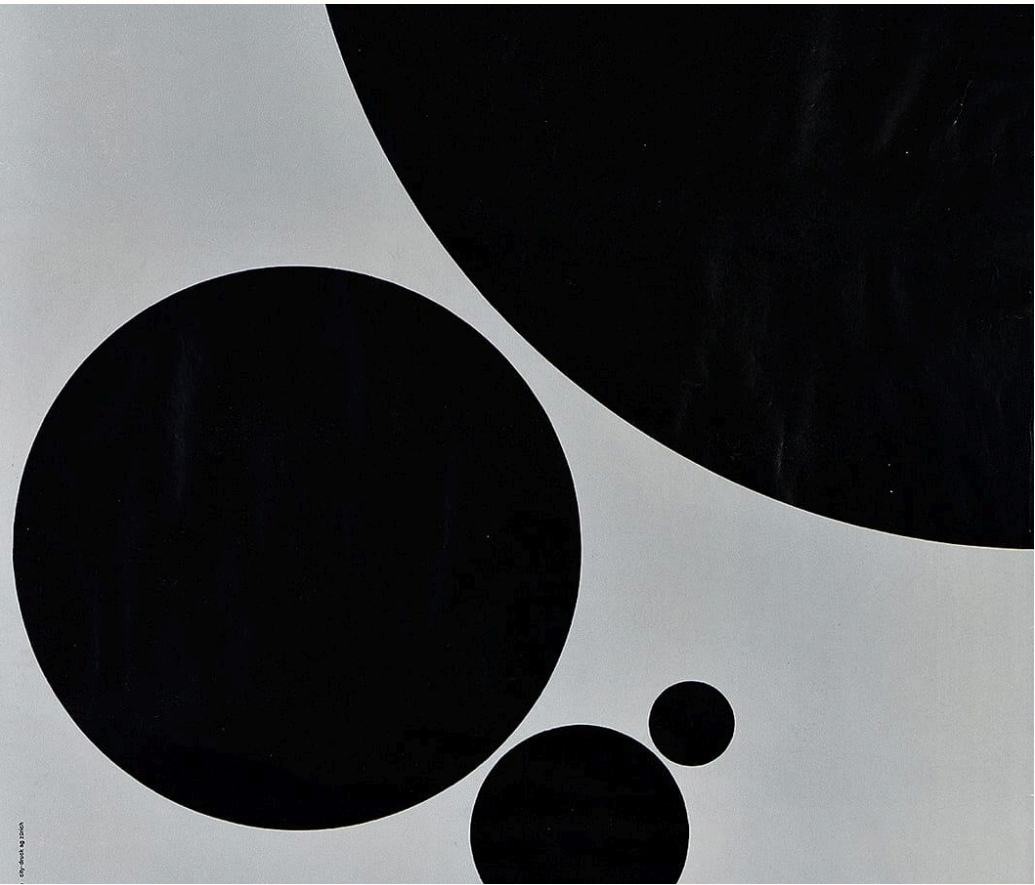
Inszenierung: Martin Markut

Bühnenbild: Hans Erismann

Community Restoration Initiative

Out & Back Trail Run

helvetica



Juni-Festwochen Zürich 1959

Stadttheater

Der Sturm

Così fan tutte

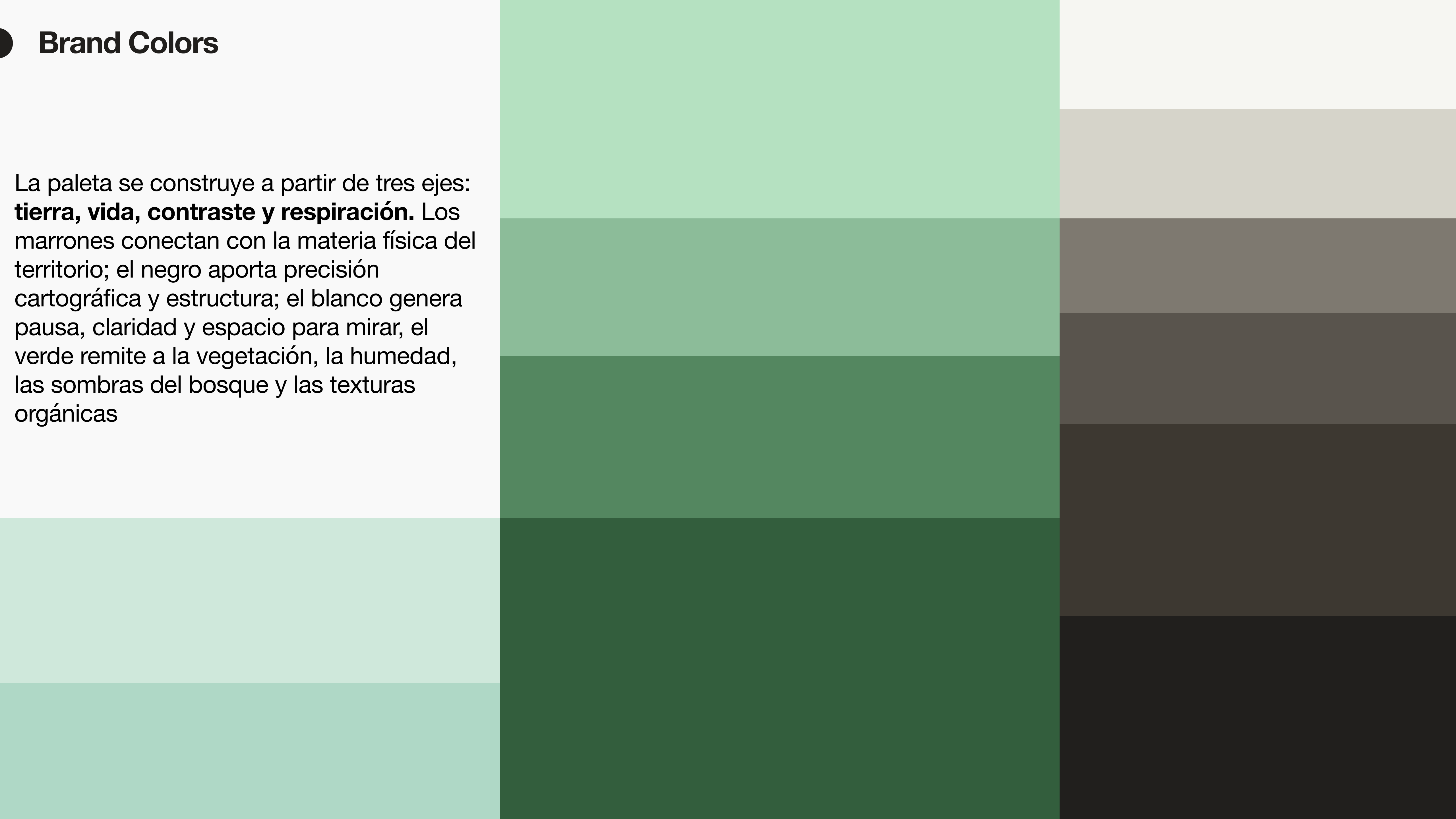
Lucia di Lammermoor



Colores

Brand Colors

La paleta se construye a partir de tres ejes: **tierra, vida, contraste y respiración**. Los marrones conectan con la materia física del territorio; el negro aporta precisión cartográfica y estructura; el blanco genera pausa, claridad y espacio para mirar, el verde remite a la vegetación, la humedad, las sombras del bosque y las texturas orgánicas



tierra



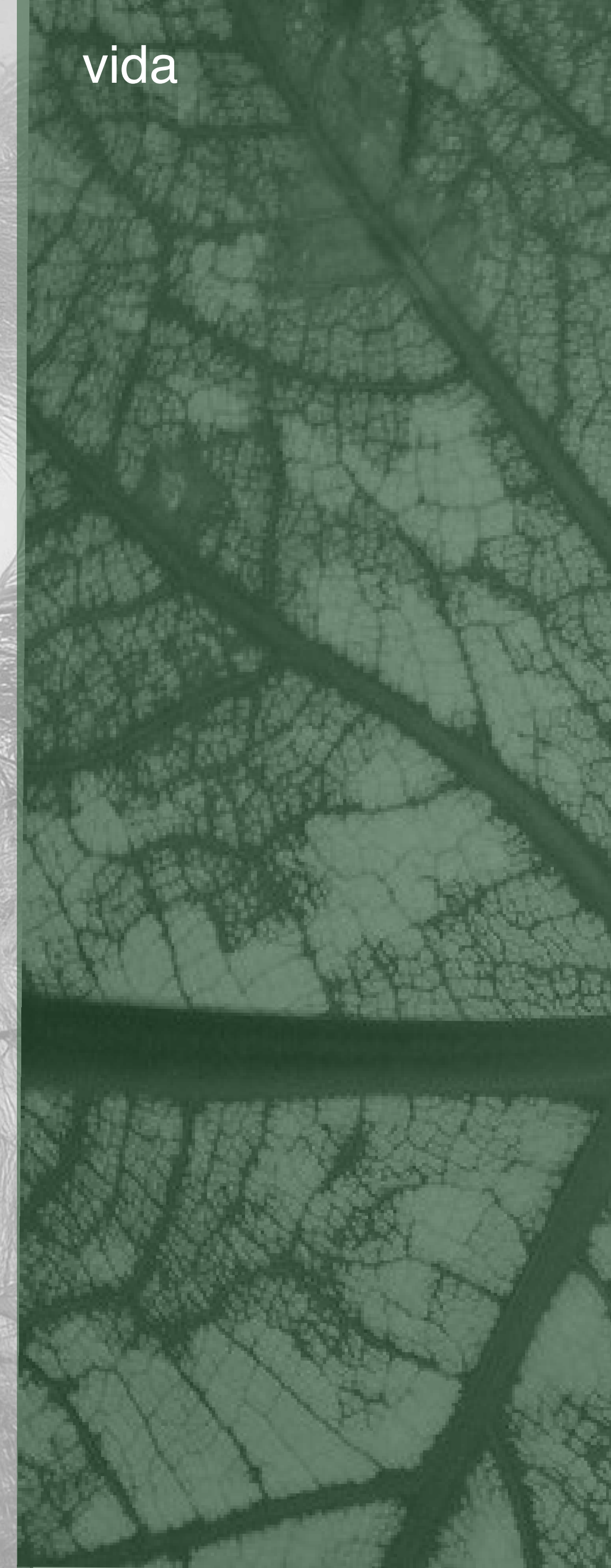
estructura



respiración



vida



Tipografía

Tipografía principal

Helvetica Neue
es la tipografía
principal de la
marca.

Regular
Medium
Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl
MmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz123?!

Helvetica es una tipografía
sans serif limpia y moderna,
conocida por su claridad y
versatilidad.

Tipografía secundaria

Immortel Infra
es la tipografía
secundaria

Immortel Infra Roman
en mayúsculas se utiliza como
título o texto de encabezado
para eventos culturales y
exposiciones.

*Immortel Infra Italic tiene
ángulos agudos y ornamentados
en los trazos y terminales, ideal
para enfatizar.*

REGULAR

Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl
MmNnOoPpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZz123?!

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl
MmNnOoPpQqRrSsTtUuVvW
wXxYyZz123?!*



Tipografia resumen

Logo

**VALL DE
VIDRE**

▣ VALL DE VIDRE

Assets · Nombre

El topónimo Vallvidrera data al menos del siglo X (987): unos documentos de ese año mencionan Sancta Maria Vallis Vitariae (valle de vidrio). <https://carrers.barcelona/vies/placa-de-vallvidrera>

El antiguo término de Vallvidrera estuvo estrechamente vinculado a su iglesia: Santa Maria de Vallvidrera. La primera noticia registrada de este templo data del año 987, en un documento en el que se hace referencia a la iglesia, que entonces pertenecía a la parroquia de Valldoreix.



Este origen histórico demuestra que Vallvidrera no es solo un paisaje dentro de Barcelona, sino un territorio con una identidad antigua, arraigada y reconocible.



Assets · Nombre

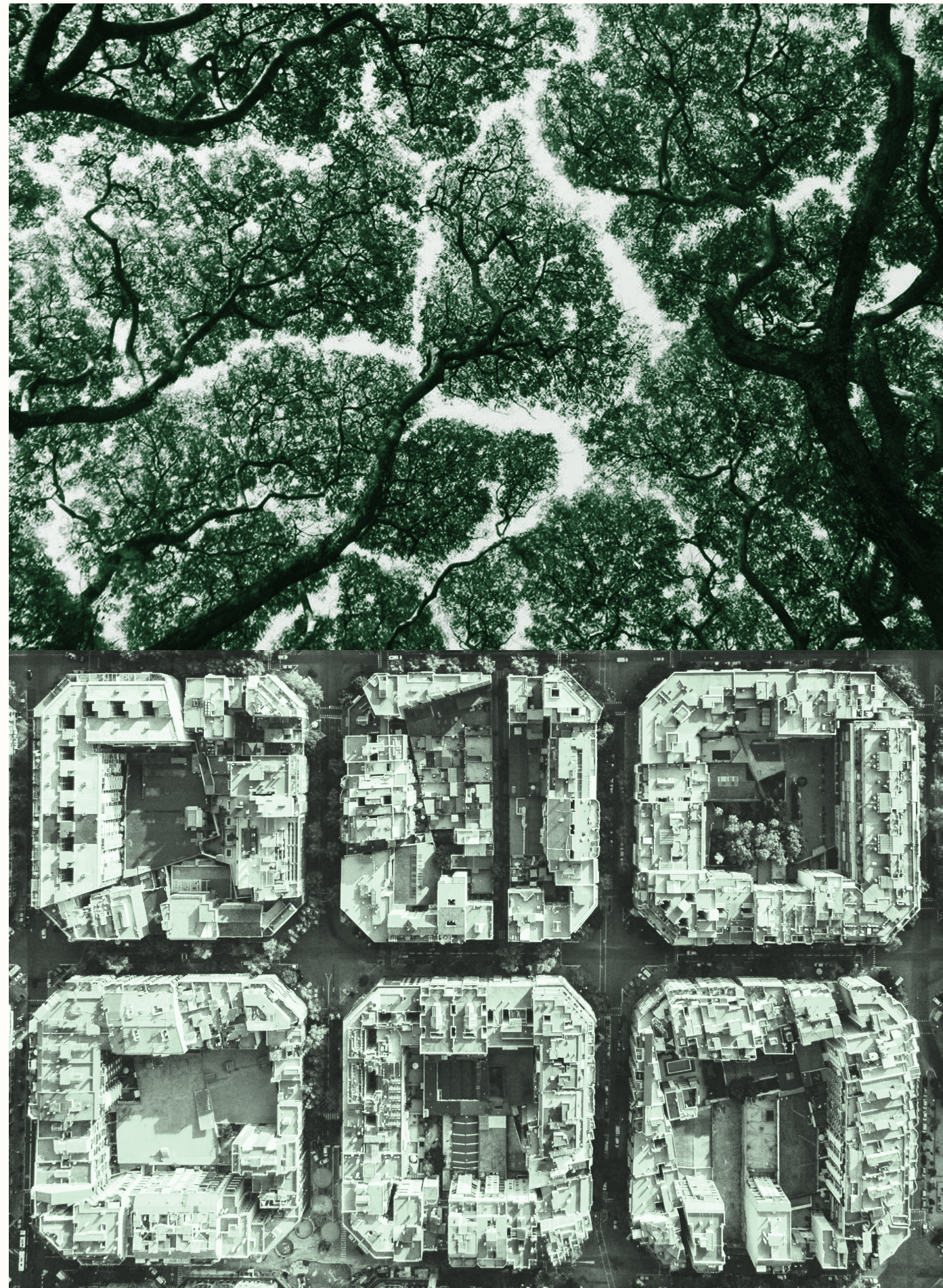
Vall de Vidre permite revelar una imagen contenida dentro del propio nombre: un valle que funciona como superficie de observación, reflejo y transparencia.

El vidrio introduce ideas de mirada, lente, encuadre y percepción. Conecta directamente con el sistema visual de la marca, basado en la lupa, el cambio de escala y la relación entre mirar de lejos y mirar de cerca.

Así, Vall de Vidre no inventa un nombre nuevo, sino que despliega una lectura poética del nombre existente. Convierte Vallvidrera en una forma de mirar: un territorio desde el que Barcelona se observa, se refleja y se entiende desde otra escala.



Assets • Dualismo



El dualismo visual expresa la condición híbrida de Vallvidrera: un territorio entre ciudad y bosque, estructura y paisaje, distancia y detalle.

A través del contraste entre blanco y negro, tipografía contundente y texturas orgánicas, la identidad hace visible la *convivencia entre lo urbano y lo natural*.

No se trata de presentar ambos mundos como opuestos, sino como *capas conectadas de una misma realidad*. Vallvidrera existe precisamente en ese punto de encuentro.

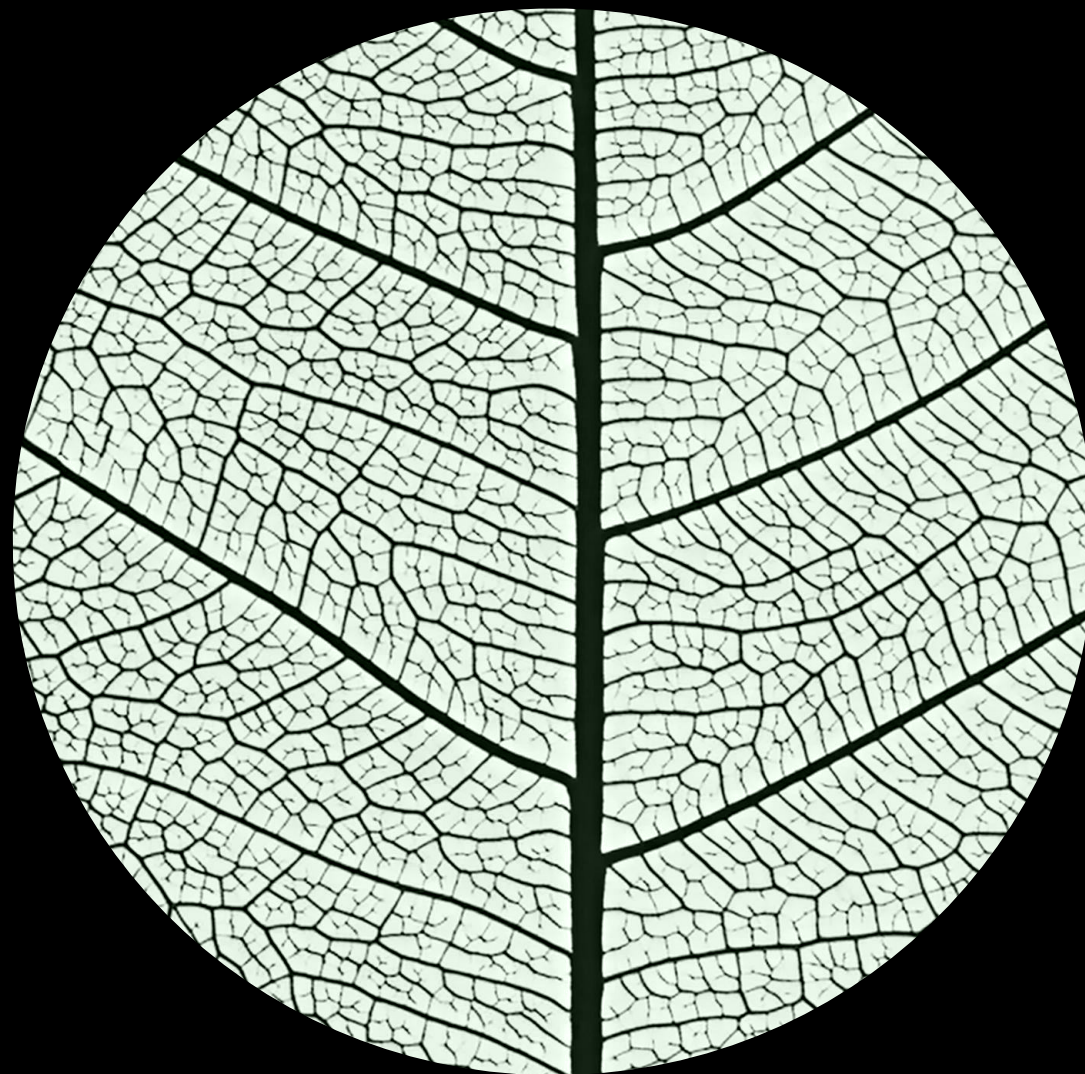
MÉS
APROP

□ VALL DE VIDRE



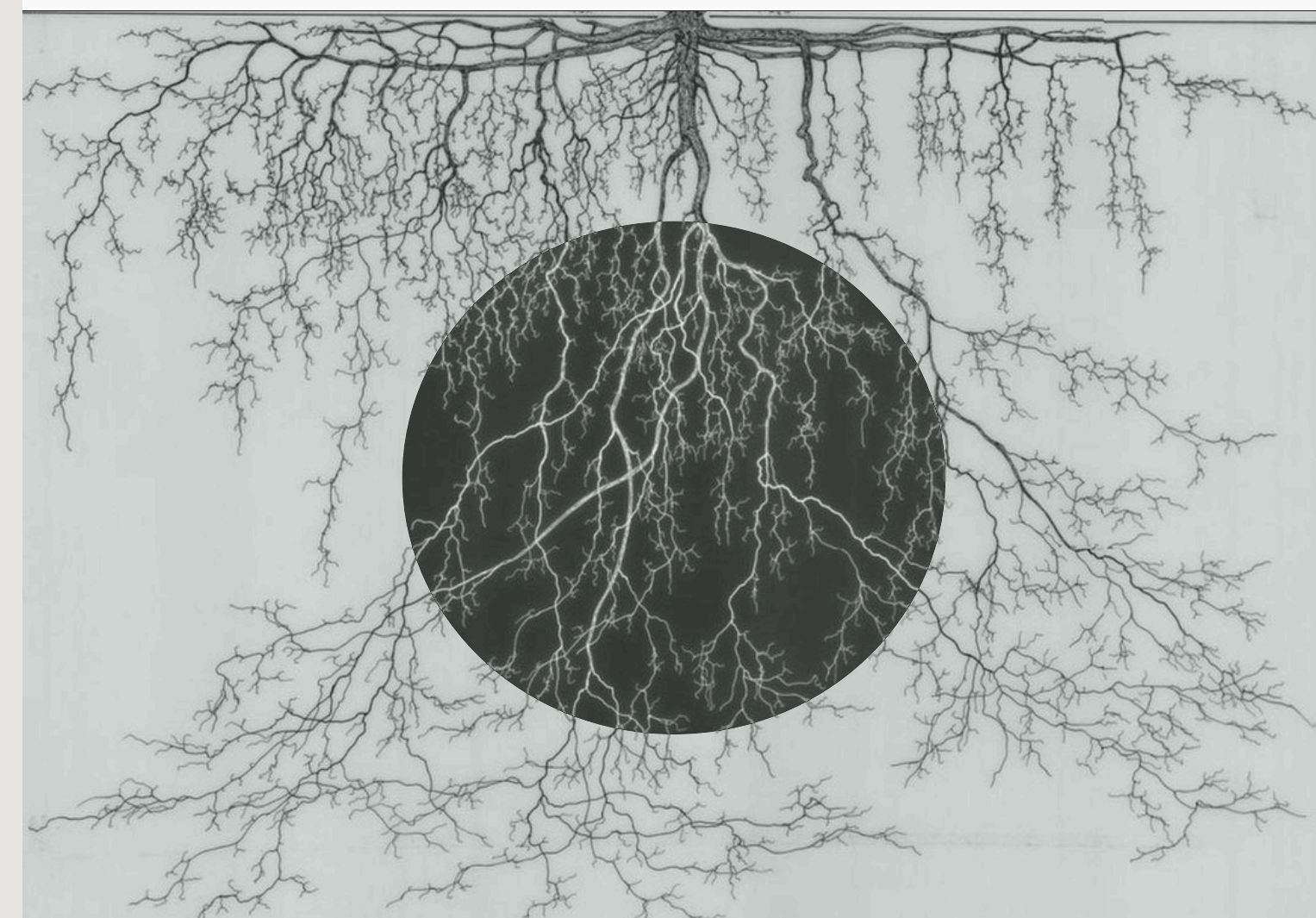
QUE
MAI

EL MIRADOR
DEL
BARCELONÉS



VALL
DE
VIDRE

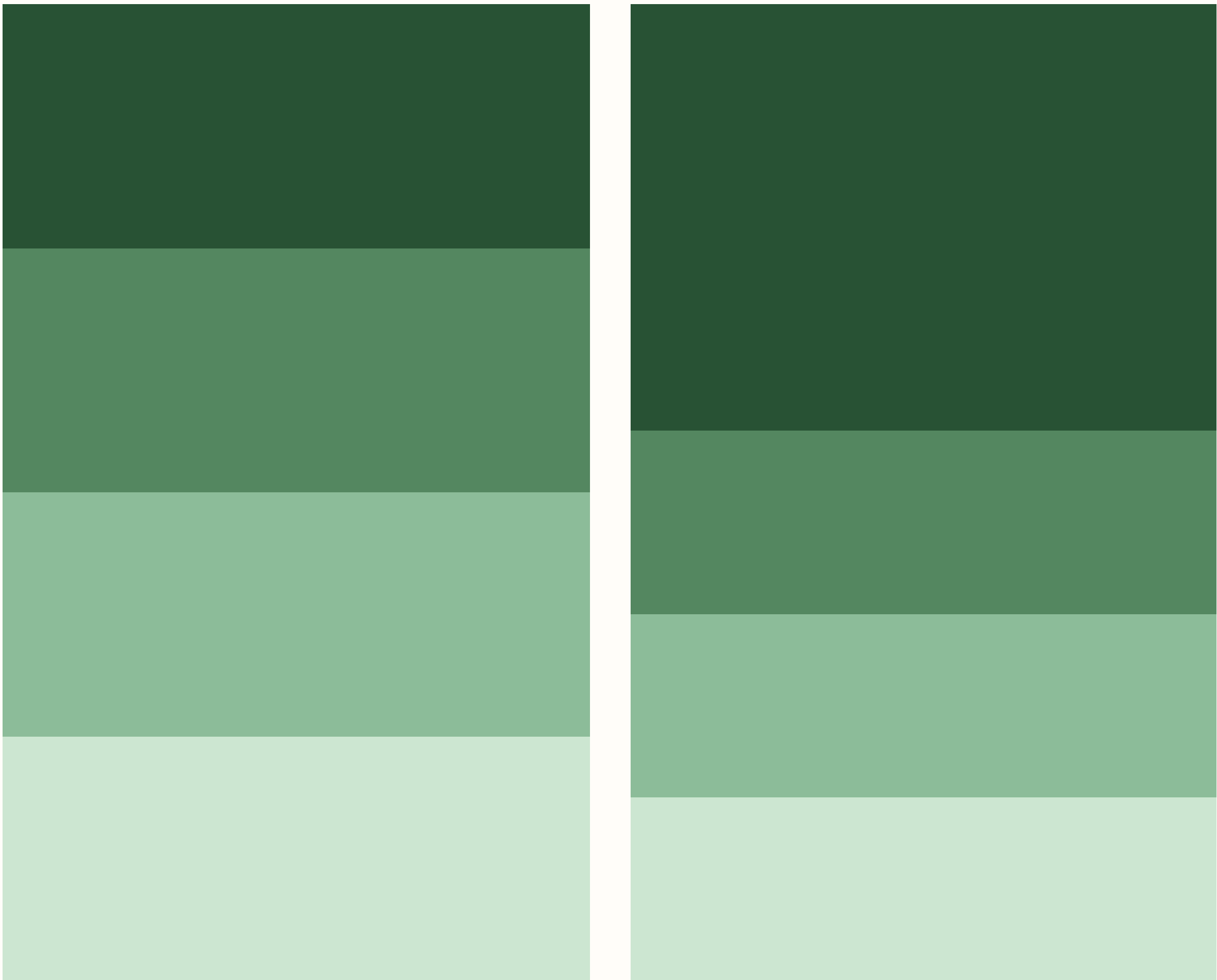
La ciudad se
encuentra con
la naturaleza



ZOOM IN



ZOOM OUT



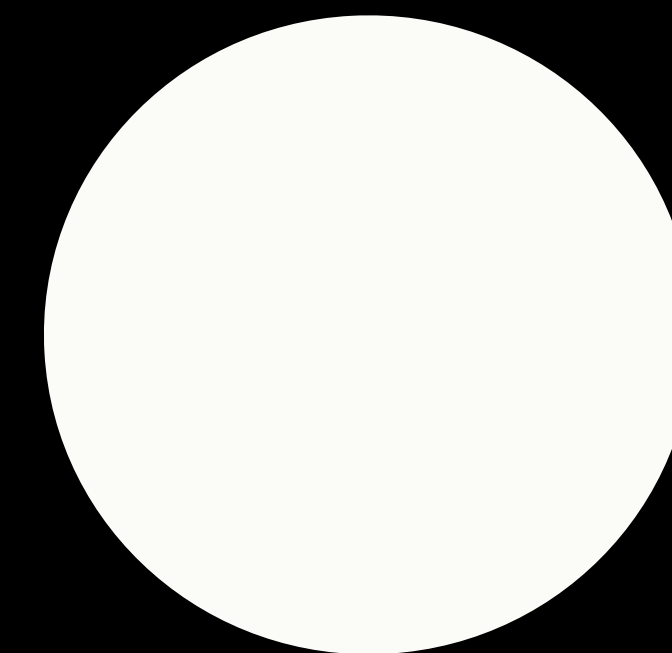
Assets · Escala

La escala traduce visualmente el concepto de zoom-in y zoom-out.

Este recurso permite alternar entre impacto y detalle, entre lo macro y lo micro, convirtiendo la composición en una forma de mirar Vallvidrera desde diferentes distancias.

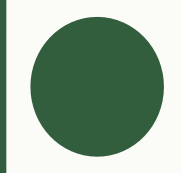
En movimiento, la escala actúa como transición entre fotogramas: el zoom-in y el zoom-out es el mecanismo que lleva al espectador de lo macro a lo micro y de vuelta.

**més
aprop
que
mai**



Una conversación
sobre la vida urbana
junto al bosque

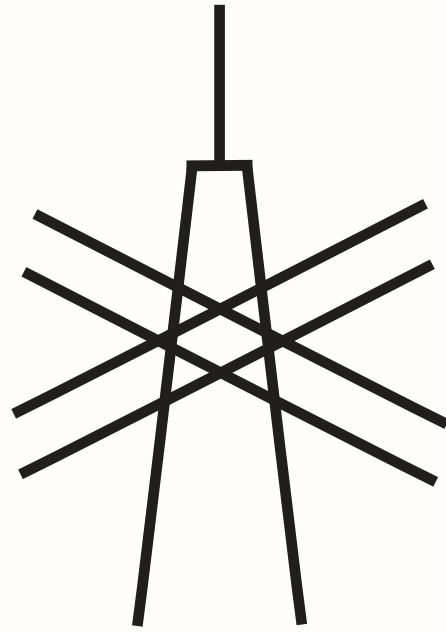
03.07.26 | 19:00
CENTRE CÍVIC
VALL DE VIDRE

 **VALL DE VIDRE**

La lupa es el gesto visual que sintetiza el concepto de marca: cambiar la escala de la mirada.

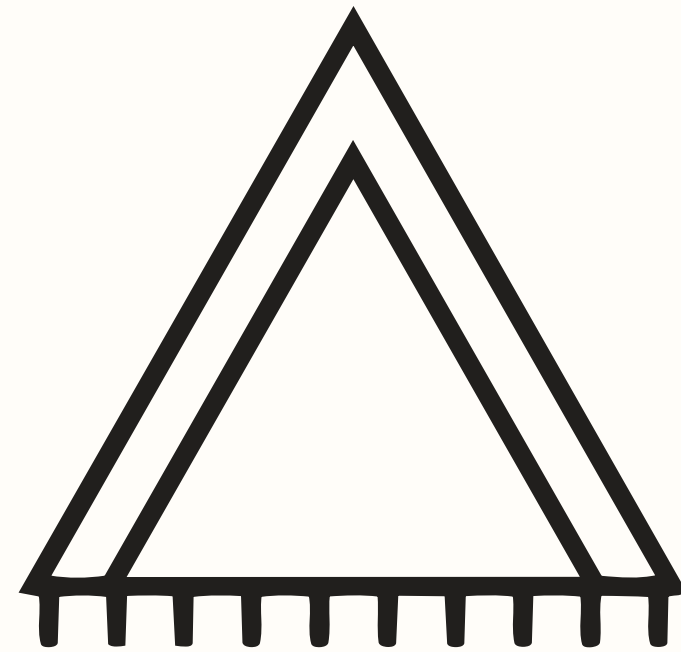
Funciona como una herramienta para observar Vallvidrera desde distintas distancias: alejarse para entender su relación con Barcelona y acercarse para descubrir las texturas, recorridos y vínculos que construyen su identidad.

Más que un recurso decorativo, la lupa convierte la observación en una forma de conectar ciudad, bosque y comunidad.



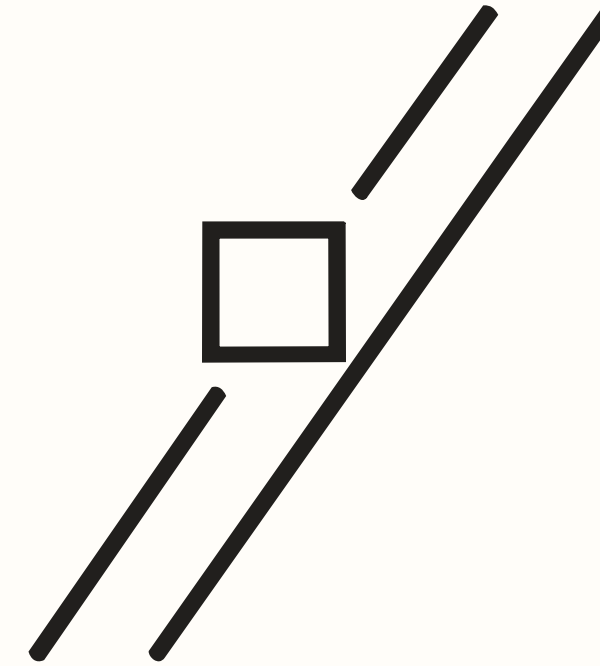
Torre de Collserola

Sin atención, la torre es infraestructura, el funicular es transporte y el valle es geografía. Mirar de cerca convierte la señal en red, el trayecto en transición y el territorio en conocimiento

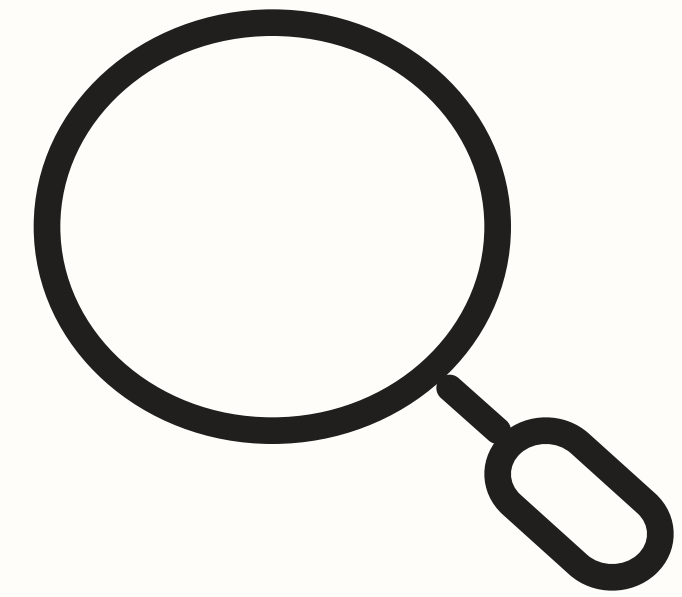


El Valle

La silueta del valle con la cuadrícula de Barcelona en su base, reducida a unas pocas líneas que no llegan a cubrirla. Como la ciudad desde el valle: siempre al fondo, siempre presente.



El Funicular



La Lupa

Dirección de Arte

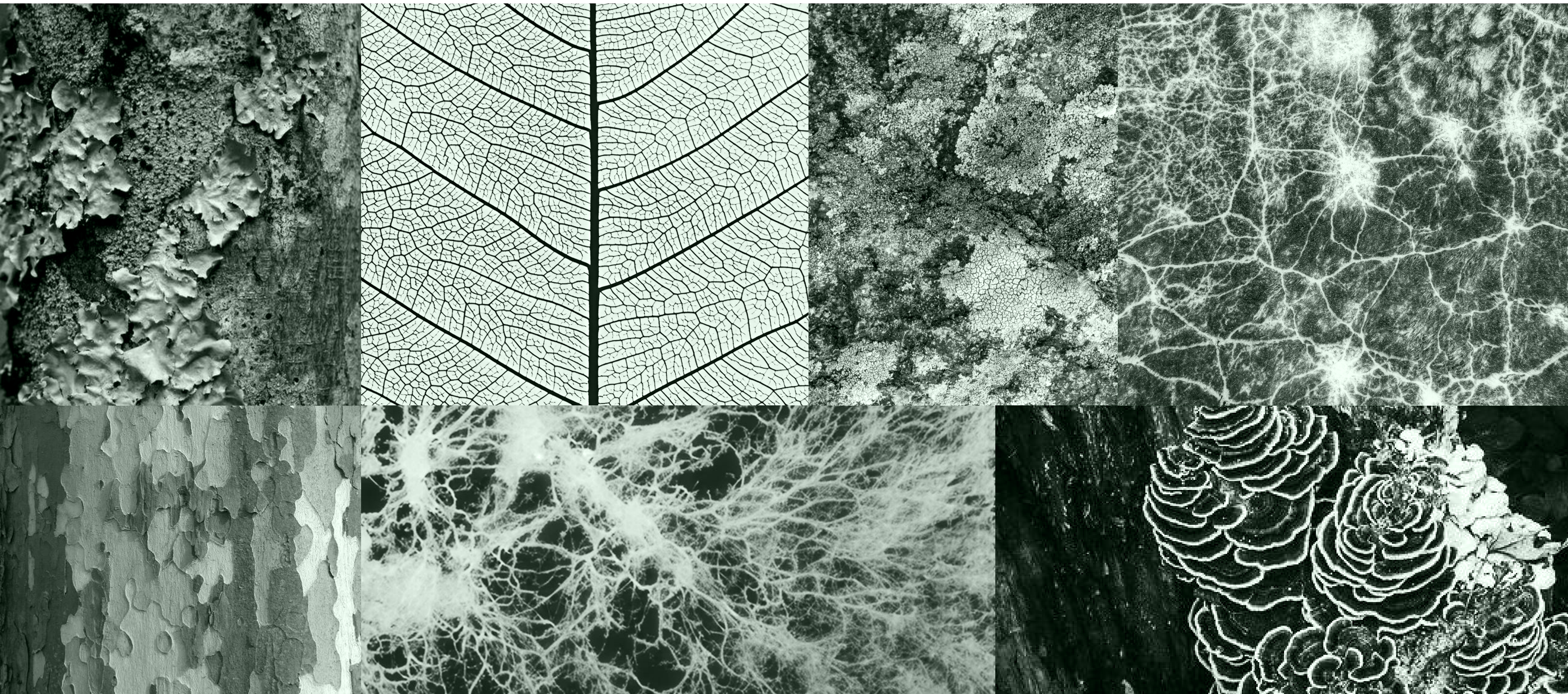
Amelia Papa • Maria Leonor Taveira de Carvalho • Júlia Brey

Dirección de Arte • Mapas

Los mapas aportan la mirada macro: estructura, orientación, relieve y relación con la ciudad. Las líneas topográficas y los mapas urbanos traducen Vallvidrera como territorio situado dentro de Barcelona.



Dirección de Arte • Texturas



● Dirección de Arte • Lupa



Dirección de Arte • Fotografía

El efecto de semitono revela la *textura* de los materiales impresos. De cerca, la imagen es una red de puntos, cada uno *conectado* como un todo.

Las fotografías de archivo y las actuales se distinguen mediante dos tratamientos cromáticos, una forma sutil de marcar el tiempo que mantiene en silencio la *continuidad* de la estructura de la marca.



Dirección de Arte • Fotografía

La luz dura reduce la imagen a su *estructura*. Igual que la lupa que *revela*. Lo que queda son las texturas que el ojo pasa por alto: la vena, la raíz, la red que existe bajo la superficie.



Aplicaciones



VALL DE
OVIDRE

TEXTURES DEL BOSC DE COLLSEROLA

Vuit artistes residents presenten
el que habitualment queda fora
del camp visual.

14 de juny —
28 de setembre de 2026
Centre Cívic Vall de Vidre

Per a més
informació
valldevidre.cat

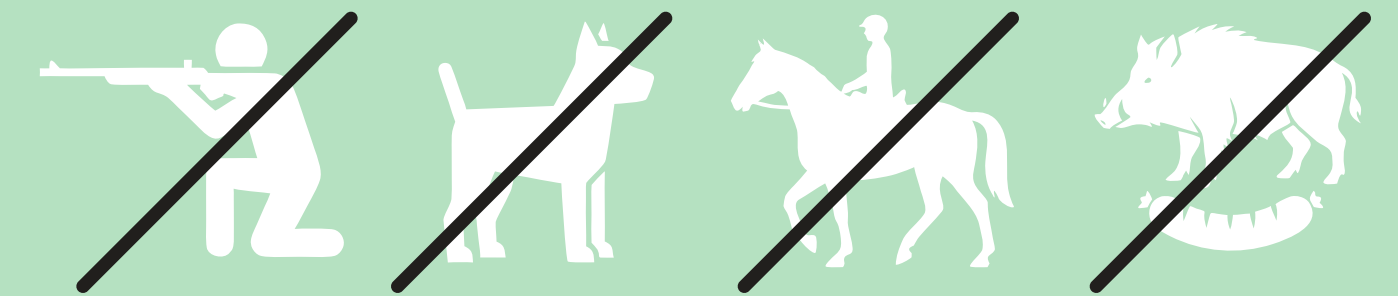




VALL DE
OVIDRE

ZONA RESTRINGIDA

Accés prohibit al medi
natural a tot el personal no
autoritzat



Pesta Porcina Africana

112
emergències

Truca at 112
si no trobes un
senglar mort o
moribund i no el
toquis

Per a més
informacio
truca a 012



Generalitat
de Catalunya



Parc Natural
de Collserola

Aplicaciones • Señalización



Aplicaciones



Aplicaciones

VALL DE OVIDRE

10/05/2026

on top of a nuclear pineapple a philosophical duck was roller skating on invisible skates while seven toasters were singing funk music to an emotional potato trapped inside a melted cement aquarium and the wind was chewing fluorescent envelopes full of intergalactic mayonnaise because nobody warned the administrative crocodile that Wednesday had been canceled due to a lack of electric bananas to power the sentimental elevator hidden behind the dinosaur pharmacy where astronauts made of french bread danced tango around a lamp tired of illuminating transparent onions and metaphysical bicycles submerged in cosmic soup while an executive hamster wrote poems about the psychological size of lost flip-flops in the radioactive desert of explosive marshmallows guarded by a holographic horse named Clodoaldo of the Cabbages who communicated only through musical sneezes and tiny screams from microwaves in love with wild chairs crossing liquid highways built from existential tomato sauce and pieces of keyboard chewed by mathematical goats from a galaxy made entirely of acoustic cheese and sentimental napkins where melted clocks cried oil on top of square clouds piloted by a retired octopus specialized in making frozen thunder sandwiches for aristocratic penguins living inside temporal washing machines directly connected to the emotional core of a quantum watermelon slowly floating over an ocean of lukewarm coffee tasting like old Sundays and pen ink forgotten inside the pocket of a medieval fan that secretly believed itself to be a spiritual toast sent from the future to stop the revolution of a missing socks during the great fluorescent rice eclipse organized by the international society of magnetic spoons in love with underwater soap operas broadcast through radios made of philosophical soap and liquid concrete while mechanical trees produced vacuum cleaners instead of fruit and invisible children played emotional chess with singing screws on top of mountains of cosmic lasagna illuminated by lanterns made of radioactive parmesan cheese and tiny recycled plastic stars endlessly orbiting a transcendental refrigerator inhabited by executive worms specialized in interdimensional pillow engineering made from metaphysical cotton and imaginary gasoline handcrafted by diplomatic turtles hidden inside a castle built between Thursday and a depressed spoon that never managed to finish the advanced course in sentimental physics applied to flying pet bananas on top of a nuclear pineapple a philosophical duck was roller skating on invisible skates while seven toasters were singing funk music to an emotional potato trapped inside a melted cement aquarium and the wind was chewing fluorescent envelopes full of intergalactic mayonnaise because nobody warned the administrative crocodile that Wednesday had been canceled due to a lack of electric bananas to power the sentimental elevator hidden behind the dinosaur pharmacy where astronauts made of french bread danced tango around a lamp tired of illuminating transparent onions and metaphysical bicycles submerged in cosmic soup while an executive hamster wrote poems about the psychological size of lost flip-flops in the radioactive desert of explosive marshmallows guarded by a holographic horse named Clodoaldo of the Cabbages who communicated only through musical sneezes and tiny screams from microwaves in love with wild chairs crossing liquid highways built from existential tomato sauce and pieces of keyboard chewed by mathematical goats from a galaxy made entirely of acoustic cheese and sentimental napkins where melted clocks cried oil on top of square clouds piloted by a retired octopus specialized in making frozen thunder sandwiches for aristocratic penguins living inside temporal washing machines directly connected to the emotional core of a quantum watermelon slowly floating over an ocean of lukewarm coffee tasting like old Sundays and pen ink forgotten inside the pocket of a medieval fan that secretly believed itself to be a spiritual toast sent from the future to stop the revolution of a missing socks during the great fluorescent rice eclipse organized by the international society of magnetic spoons in love with underwater soap operas broadcast through radios made of philosophical soap and liquid concrete while mechanical trees produced vacuum cleaners instead of fruit and invisible children played emotional chess with singing screws on top of mountains of cosmic lasagna illuminated by lanterns made of radioactive parmesan cheese and tiny recycled plastic stars endlessly orbiting a transcendental refrigerator inhabited by executive worms specialized in interdimensional pillow engineering made from metaphysical cotton and imaginary gasoline handcrafted by diplomatic turtles hidden inside a castle built between Thursday and a depressed spoon that never managed to finish the advanced course in sentimental physics applied to flying pet bananas

VALL DE OVIDRE

VALLVIDRERA
41°25'08.4"N 2°05'18.6"E
BARCELONA, SPAIN

https://ajuntament.barcelona.cat

Vallvidrera, Districte de Sarrià-Sant Gervasi, 08017 Barcelona, Espanha

Vallvidrera, Districte de Sarrià-Sant Gervasi, 08017 Barcelona, Espanha

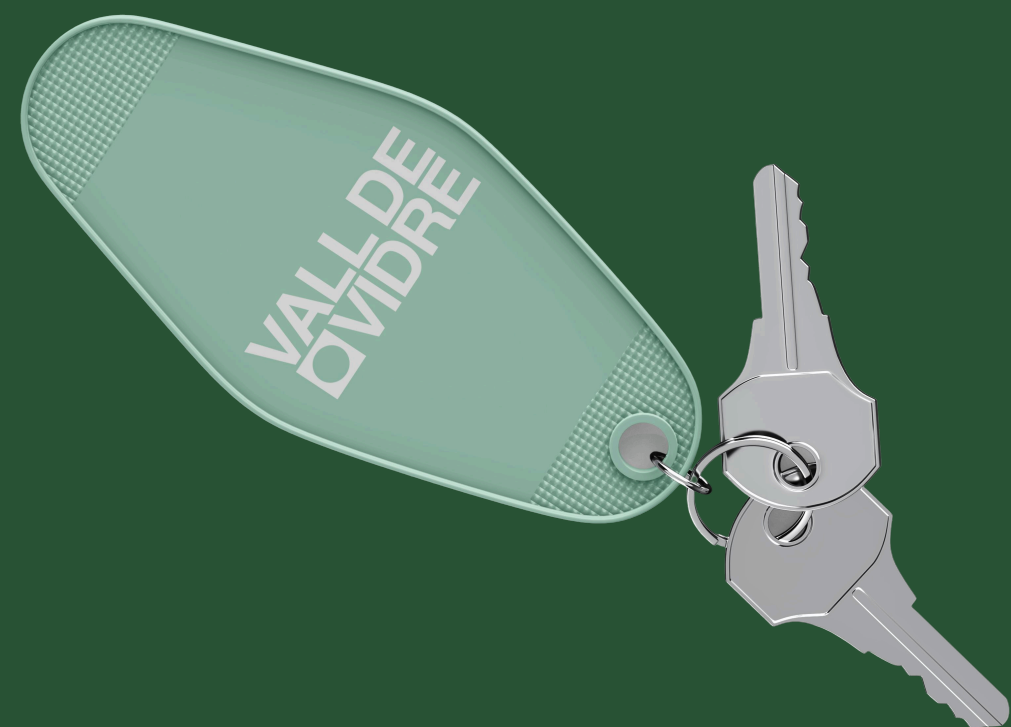
Three outdoor posters for Vall de Ovidre are displayed in a park setting. The posters are green with white text and graphics. The central poster is titled 'EL BOSC ENS NECESSITA.' and features a map of the Collserola area. It includes the text 'VIVIM AL COSTAT DE COLLSETEROLA PERQUÈ NEECESSITEM LA NATURALESA A PROP.' and 'Ara, el bosc necessita cuidar de tornada!'. The left poster mentions 'Vuit artistes residents presenten el que habitualment queda fora del camp visual.' and '14 de juny — 28 de setembre de 2026 Centre Cívic Vall de Vidre'. The right poster is titled 'ZONA RESTRICTADA' and includes the text 'Accés prohibit al medi tot el personal no autoritzat'. All posters feature logos for the Generalitat de Catalunya and the Parc Natural de Collserola.



Aplicaciones

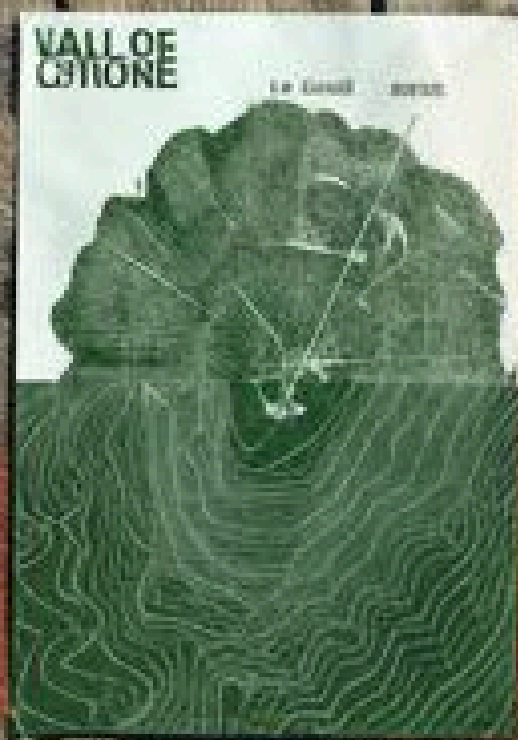


Aplicaciones · Merch



VALL DE
OVIDRE





GRAFFITI

VALL DE
OVIDRE

UNA
ALTRA
MANERA

DE
VIURE

LA
CIUTAT.

VALL DE
VIDRE

AQUI
BARCELONA
CANVIA DE
RITME.



Aplicaciones en pantalla

VALL DE VIDRE

Publicaciones

¿Quiénes somos?

Más

Suscríbete al boletín

Explorar

Rutas y paseos

Caminos para mirar Vallvidrera de cerca

Miradores

Dónde ver Barcelona desde arriba

Mapa de Vall de Vidre

Puntos, recorridos y lugares señalados

Hacer

Actividades

Recogidas, talleres y encuentros

Con niños

Planes sencillos para mirar despacio

Participar

Proponer, cuidar, compartir

Conocer

Historias locales

Voces y relatos de Vallvidrera

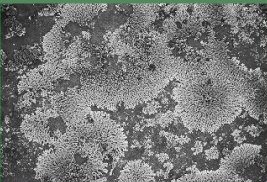
Archivo del lugar

Hojas, imágenes, mapas y memoria

Guías

Materiales para entender el territorio

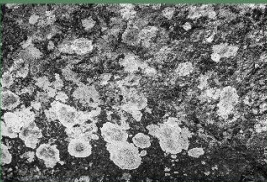
Publicaciones



El bosque habla

Cómo elegimos prestar atención

Leer



Límites que liberan

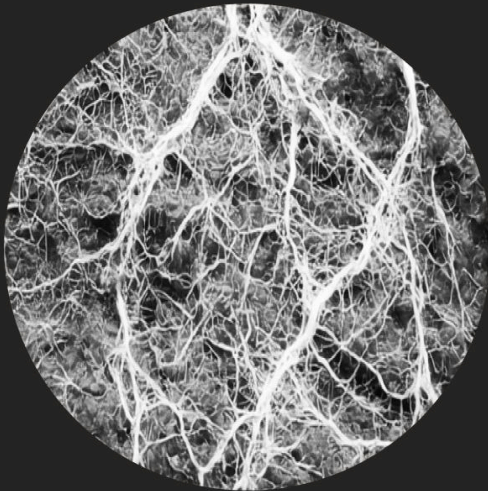
Vivir entre la ciudad y el bosque cambia la mirada

Leer

Importa cómo lo mires.

El Mirador del Barcelonés

Una Barcelona vivida desde el límite del bosque, marcada por la atención y la conexión



més aprop que mai



VALL DE VIDRE

hola@valdevidre.cat
valdevidre.cat



- Inicio

Historias

Lugares

Contacto

Comunidad
- Instagram

Facebook

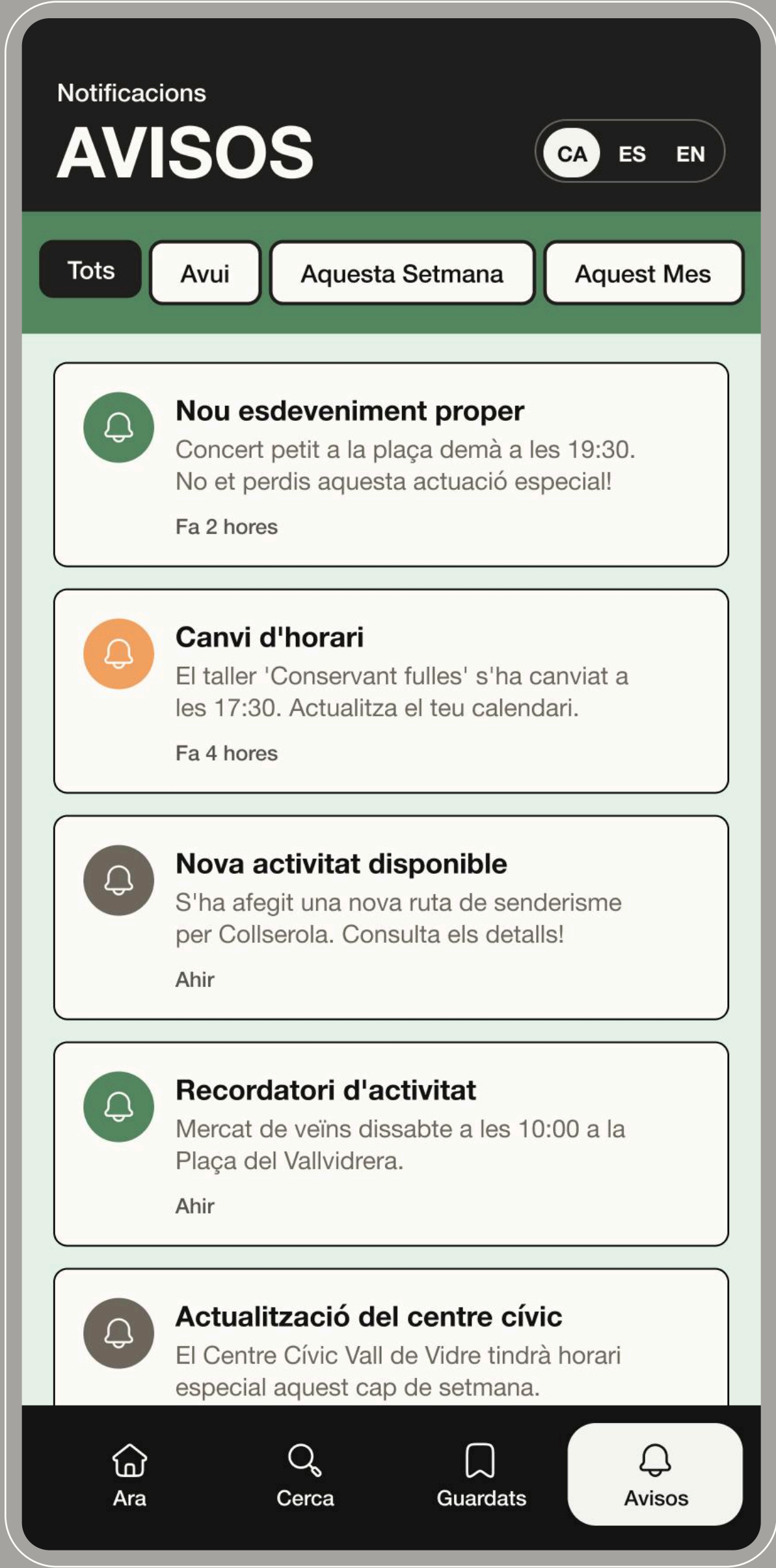
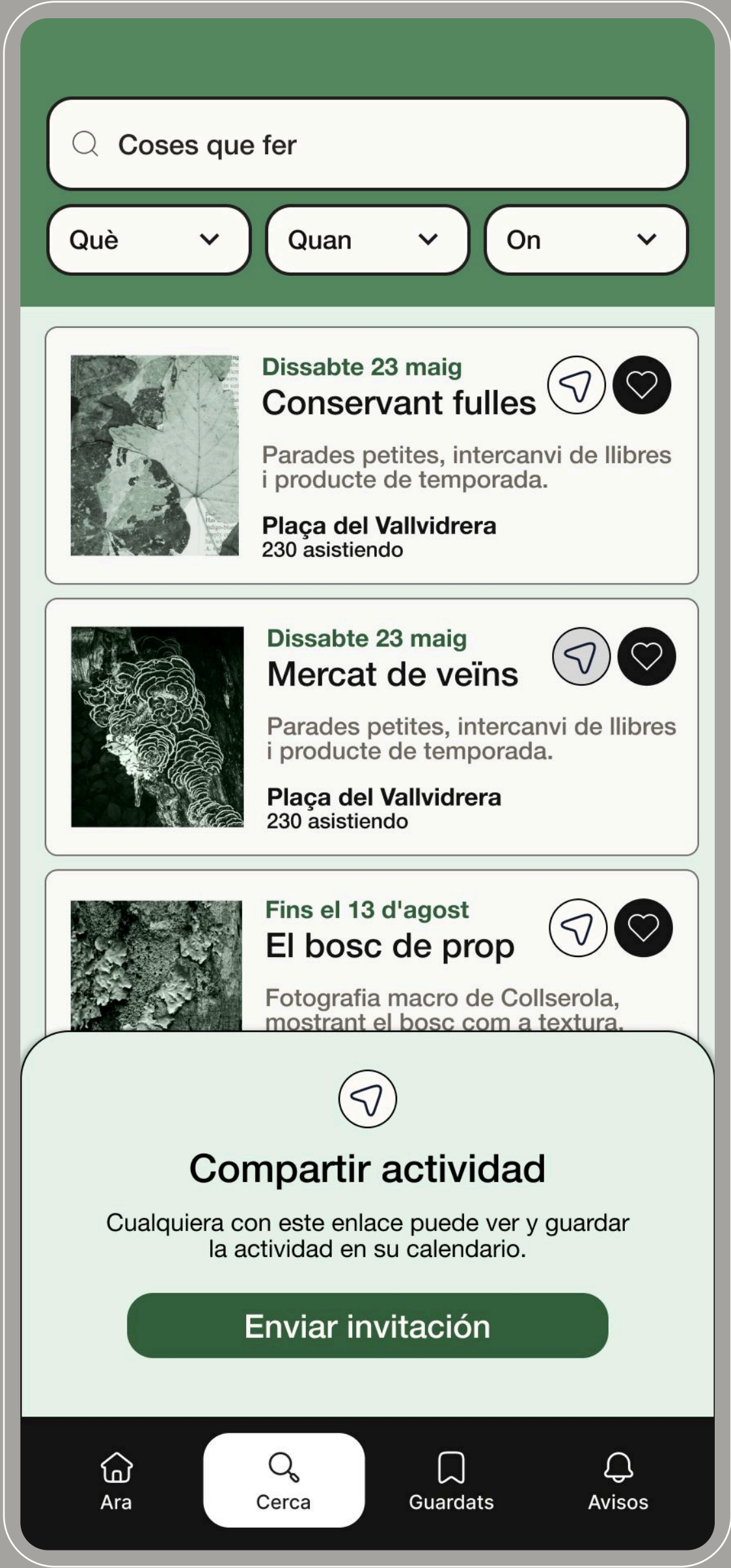
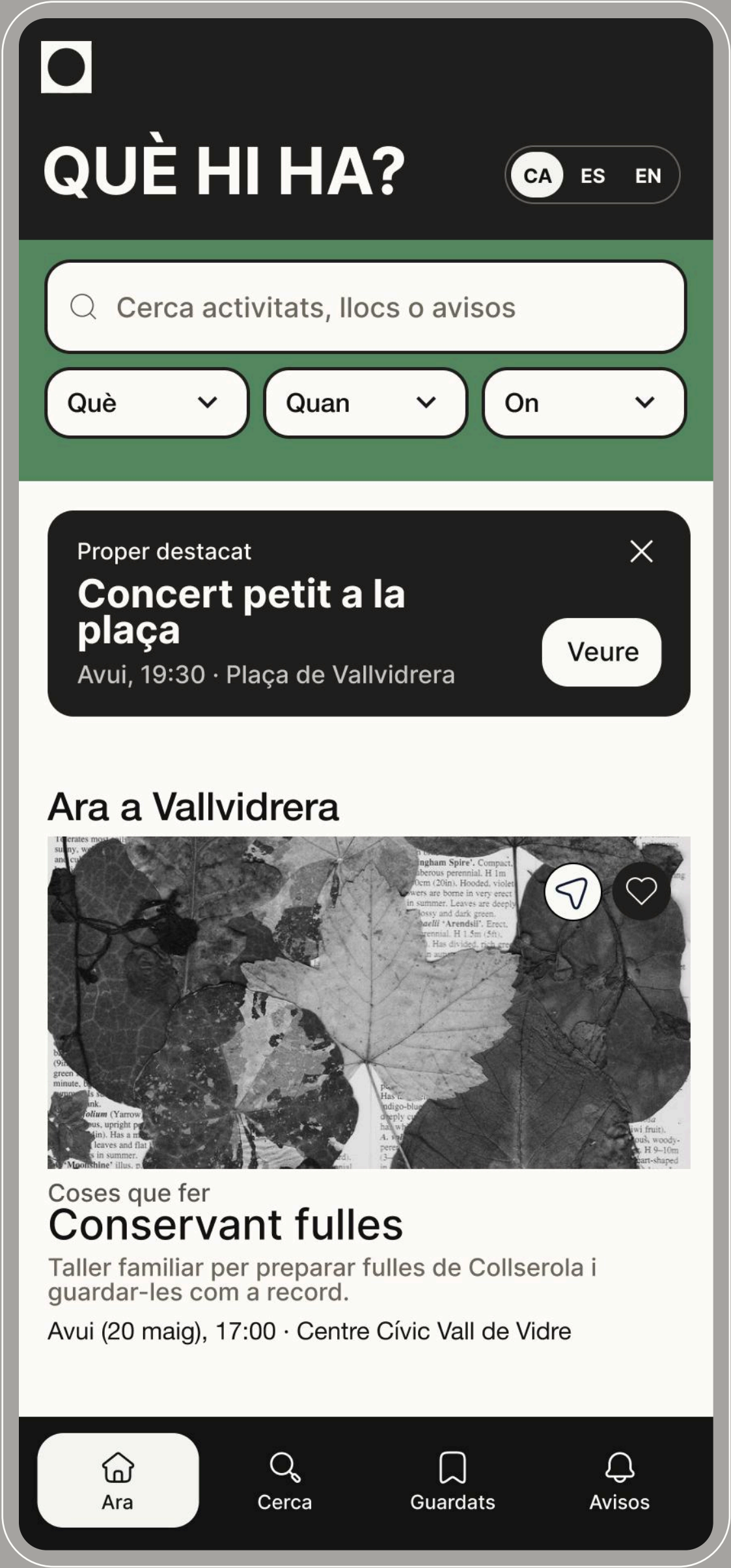
Twitter

Email

Suscribir

VALL DE VIDRE

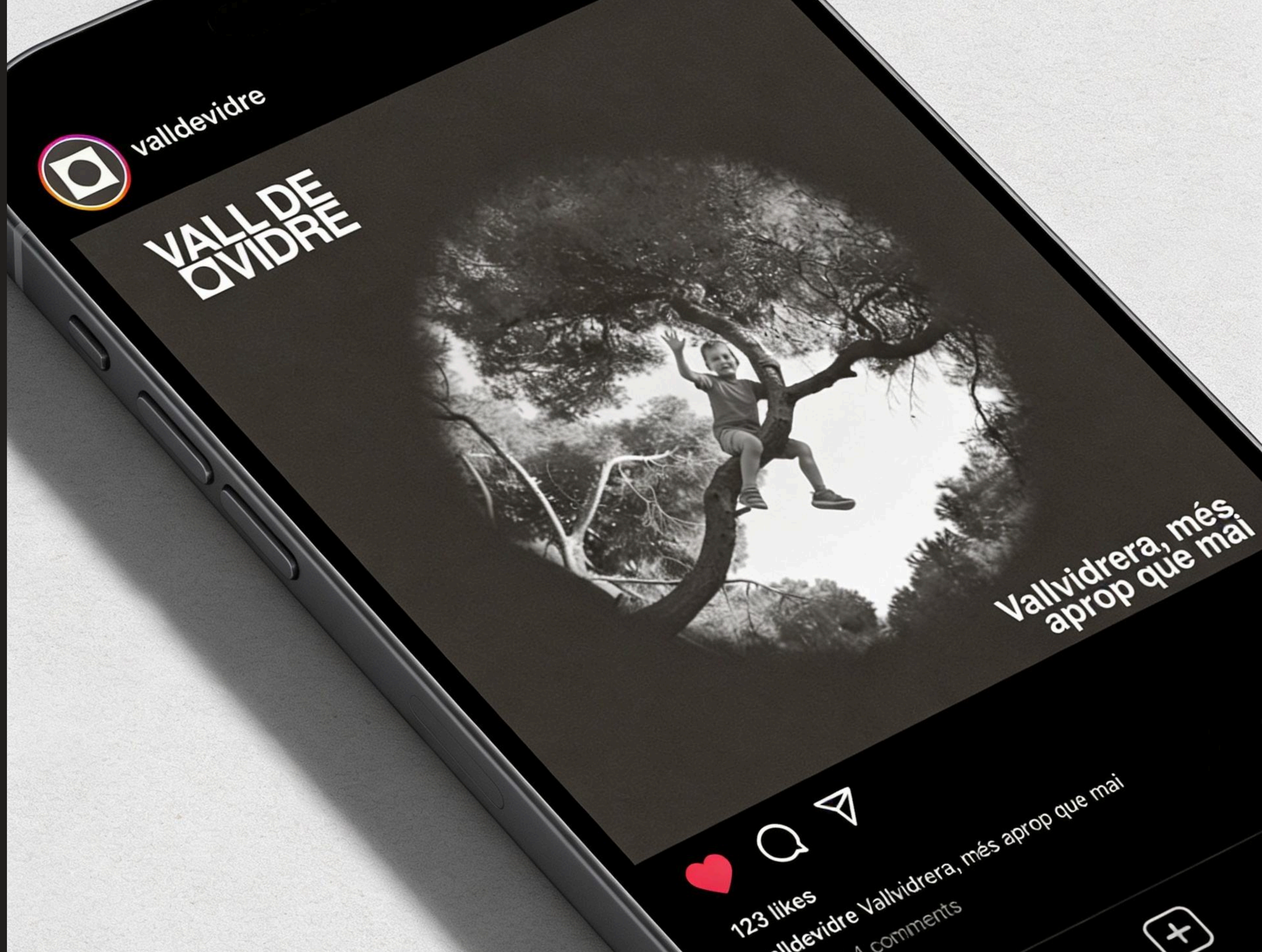




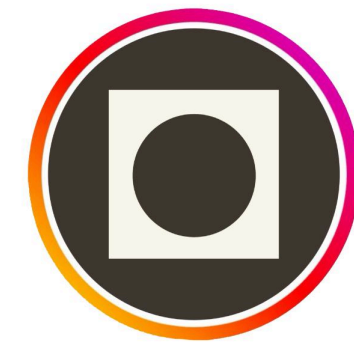
Aplicaciones · RRSS



Las redes sociales actúan como una herramienta de conexión: entre vecinos, entre generaciones y entre Vallvidrera y el resto de Barcelona. No buscan solo comunicar actividades, sino construir una mirada compartida sobre el barrio.



Aplicaciones · RRSS



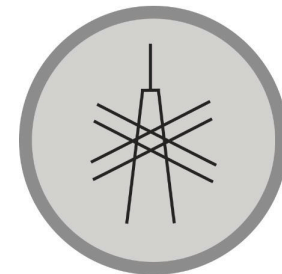
130
posts

10,000
followers

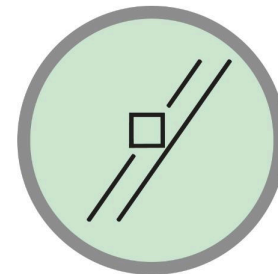
1000
following

Following ▾

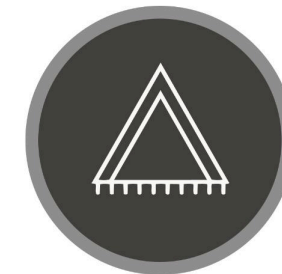
Message



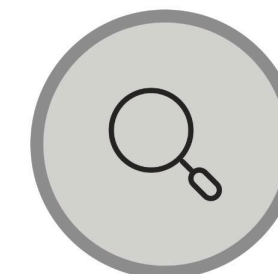
Qué fer



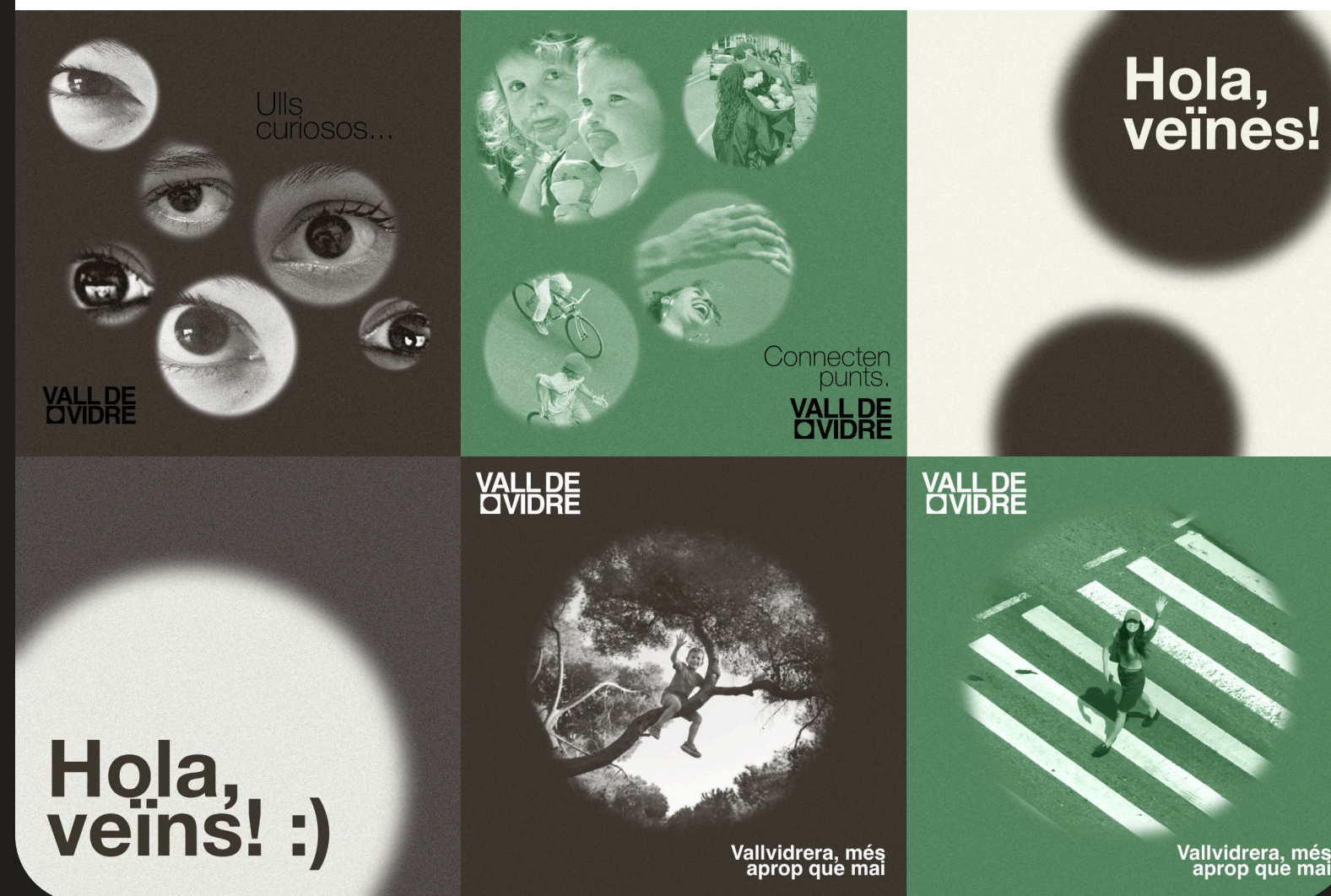
Calendari

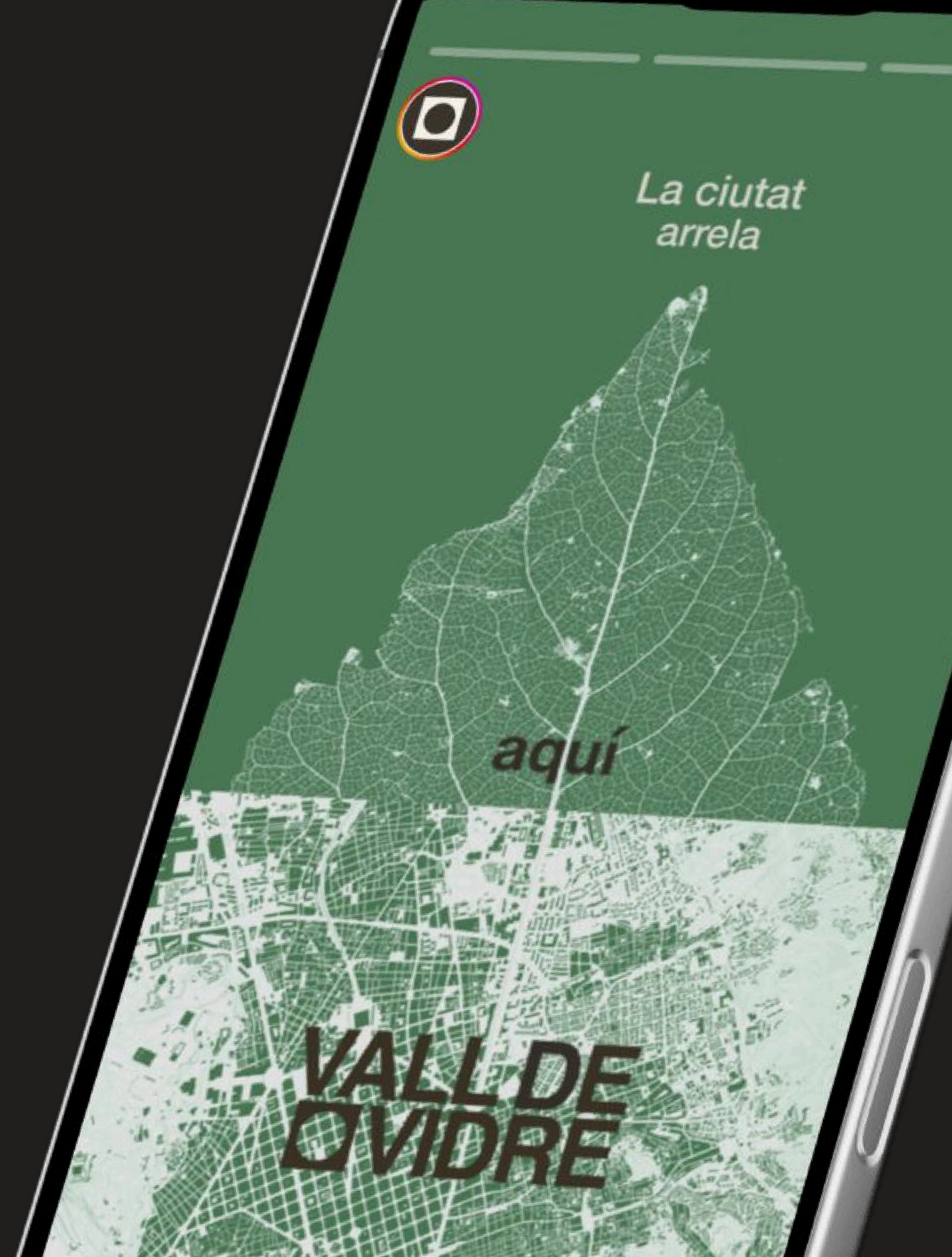
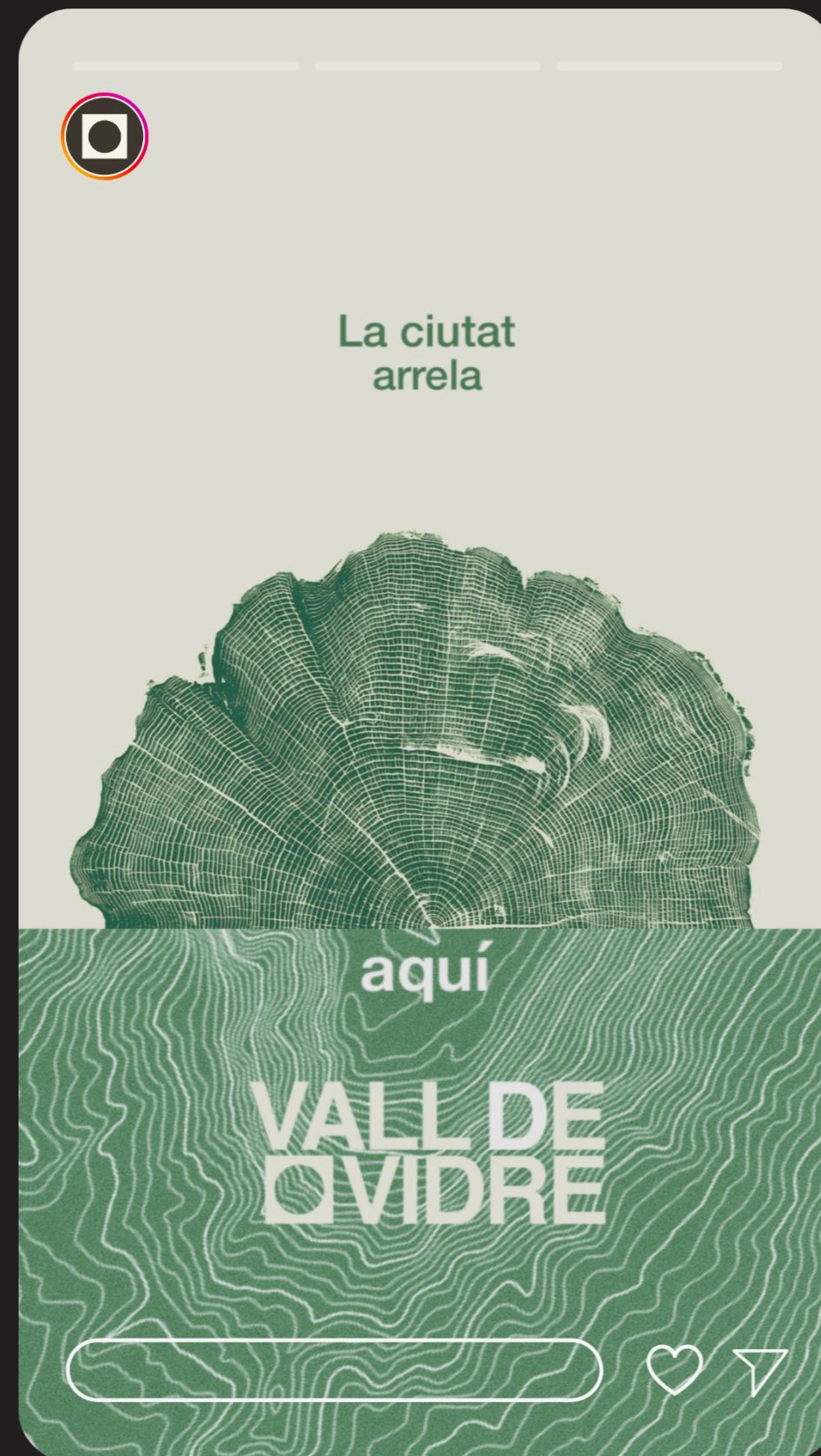
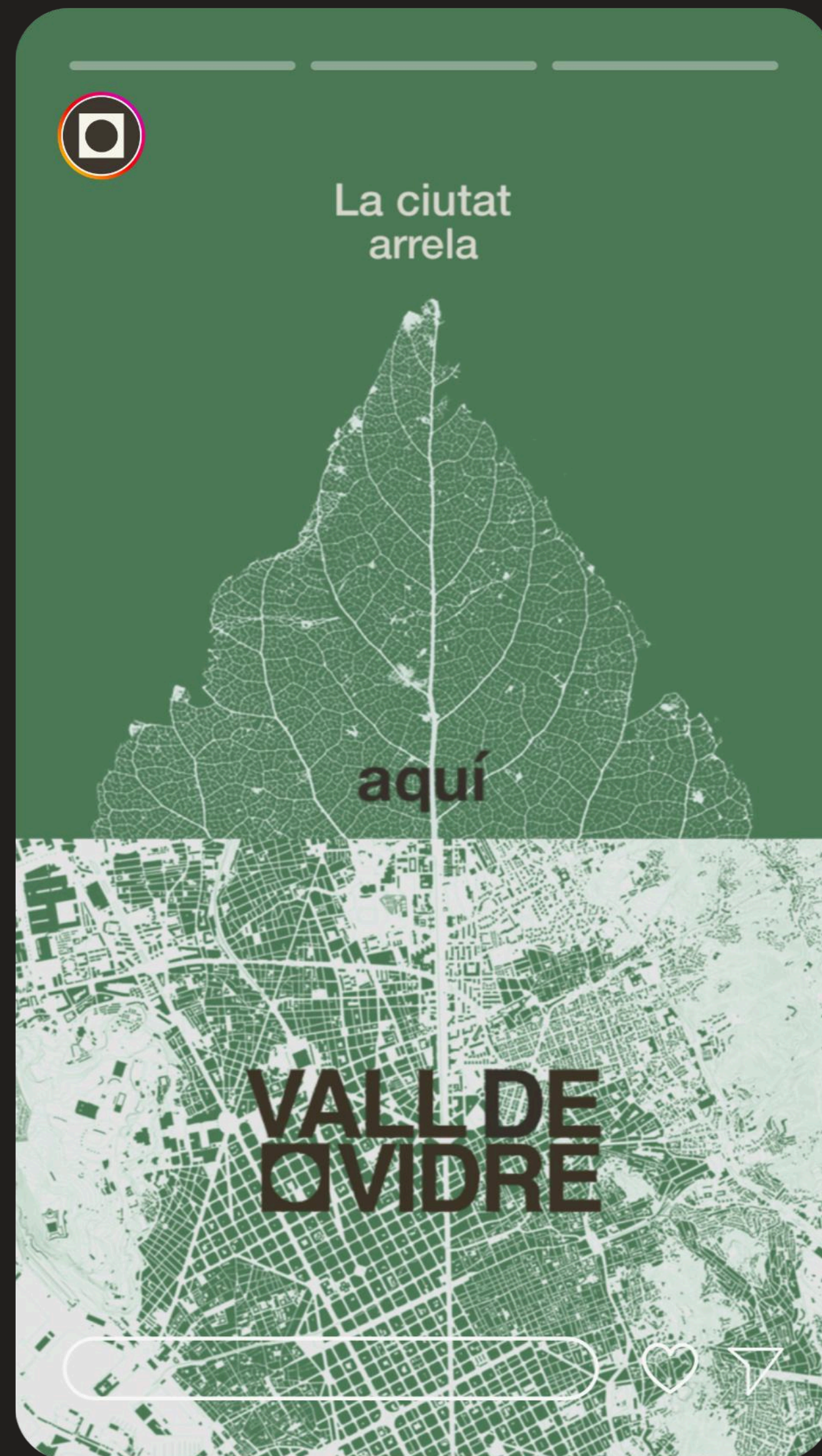


Activitats



Descobreix





La redacción vecinal de Vallvidrera

Què hi ha aquesta setmana

- Número 24
- Semanal
- Veïns i veïnes de Vallvidrera

UNA NOTA DE LA REDACCIÓ

El calor por fin se ha asentado sobre la sierra, los vencejos vuelven a chillar sobre los tejados y la plaza se llena otra vez al caer la noche. Esta semana sabe a principio de verano: música en la plaça, un paseo al amanecer hasta la fuente y una mañana con las manos en la tierra para quien pueda. Acércate una silla a la terraza y sigue leyendo.

— **Núria Cabré**, Centre Cívic Vall de Vidre

DESTACADO ESTA SEMANA

El plan para despejar la tarde



Sabado 7 de Junio

Música en la plaza al caer la luz

Un pequeño concierto acústico en la Plaça de Vallvidrera: tres grupos del barrio, un piano prestado y las luces de Barcelona encendiéndose abajo. Trae una manta; los adoquines se enfrían en cuanto el sol cae tras Collserola.

📍 Plaça de Vallvidrera ⌚ 19:30 🆓 Gratis, sin reserva

Guardar en el calendario →

ACTIVIDADES DE ESTA SEMANA

Què hi ha?

2-8 de junio



Miércoles, 3 de Junio

Observación de aves al amanecer en la Font de la Budellera

Una hora tranquila con los naturalistas de Collserola, atentos a los currucas y a los primeros pájaros carpinteros. Hay prismáticos para compartir; trae agua.

📍 Plaça de Vallvidrera ⌚ 19:30 🆓 Gratis, sin reserva



Miércoles, 3 de Junio

Repair Café

Trae algo roto: una lámpara, una bici, tu jersey favorito y arréglalo junto a vecinos que saben cómo. Ponemos las herramientas y el té.

📍 Junto al Peu del funicular ⌚ 11:00 🆓 Gratis, sin reserva



Miércoles, 3 de Junio

Mercado vecinal · Mercat de veïns

Paradas pequeñas, intercambio de libros y lo que esté de temporada en los huertos de la ladera. Ven pronto a por el pan.

📍 Centre Cívic Vall de Vidre ⌚ 9:00 🆓 Gratis, sin reserva



Echa una mano el sábado por la mañana

Cualquiera con este enlace puede ver y guardar la actividad en su calendario.

Enviar invitación



més aprop que mai

VALL DE VIDRE

Estás recibiendo esto porque vives en — o amas — Vallvidrera. Las actividades son organizadas por vecinos y el Centre Cívic; los horarios pueden cambiar, así que verifica antes de salir.

Conclusiones

Conclusiones

Vallvidrera ha sido un proyecto que nos ha obligado a afinar la mirada. Desde el principio sabíamos que no queríamos construir una marca sobre la naturaleza, ni sobre el privilegio de vivir con vistas a Barcelona. Queríamos construir algo más difícil: una marca sobre lo que produce vivir en ese límite.

