

# ROOM

DISEÑO+ARQUITECTURA+CREACIÓN CONTEMPORÁNEA

ROOM 32 • PVP: 8€ • PUBLICACIÓN TRIMESTRAL [www.roomdiseno.com](http://www.roomdiseno.com)



Mimesis MR 3 · Jordi Ribaudí · Ilacions Design Gallery



**YVES BÉHAR • COLECCIÓN SOLO  
JA! STUDIO • REIULF RAMSTAD ARKITEKTER**

COLLECTIBLE DESIGN FAIR • CHRISTOPHER STUART • AQUATIO CAVE LUXURY HOTEL & SPA • JAN FABRE • HIDEYUKI KATSUMATA  
THE SEA • HOUSE IN THE FOREST • TECLA • UNTERHOLZ/OBERHOLZ • FRENCH EXIT • FAESMICA. FAES X FORMICA  
ESPADAYSANTACRUZ • JINYEONG YEON • CÉLESTINE PEUCHOT • PHOEBE HUI • ÁREA BAÑOS • ÁREA MOVILIDAD

# DOCA

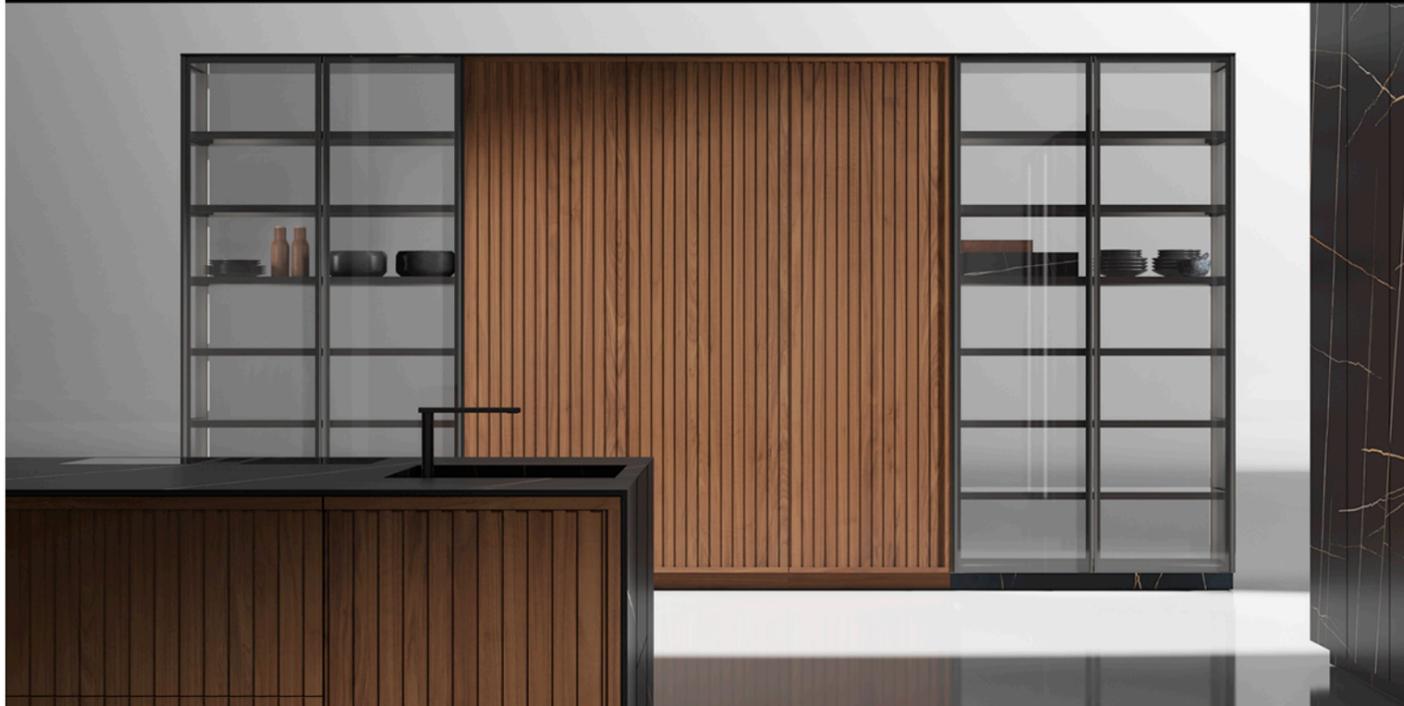
SOLO SABES QUE ES UNA COCINA CUANDO VES A ALGUIEN ESPOLVOREANDO ESPECIAS SOBRE UNO DE LOS MUEBLES.  
YOU ONLY KNOW IT'S A KITCHEN WHEN YOU SEE SOMEBODY SPRINKLING SPICES OVER ONE OF THE WORK SURFACES.



Diseño se acercó con paso firme, pero respetuoso hasta donde se encontraba Gastronomía examinando unos documentos. En realidad aquellos papeles eran recetas, pero a ella le gustaba llamarlos con ese nombre, pues estaba convencida de que la palabra documento era mucho más apropiada debido a la relevancia de su contenido.

- Escucha, - dijo Diseño - hay unos proyectos que quiero que veas.

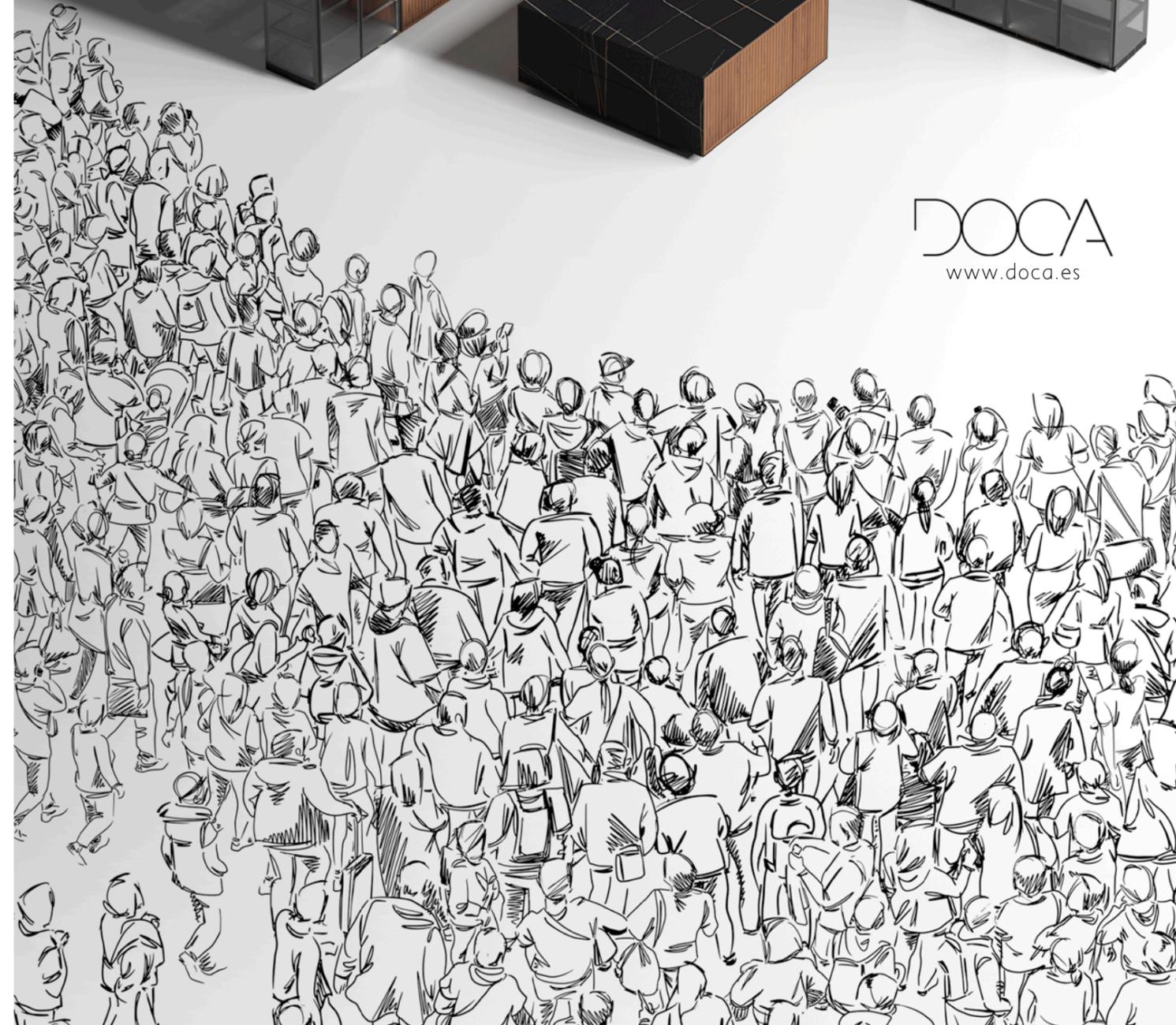
Gastronomía conocía las buenas intenciones de Diseño, pero también sabía que para preparar cualquiera de sus mejores platos solo necesitaba su talento, buenas materias primas y los utensilios necesarios. Y también pensaba que esos requisitos podían encontrarse en cualquier cocina por muy vulgar que fuera.



SHOWROOMS EXCLUSIVOS - BARCELONA , PASEO PICASSO , 16 BIS . TEL 931 185 995 docabarc



DOCA  
www.doca.es



lona@doca.es - MADRID , CALLE EDGAR NEVILLE, 20 . TEL 919 903 030 docamadrid@doca.es

MARBELLA, AV. PRÍNCIPE DE HOHENLOHE, C.N. TEMBO, LOCAL 4 . TEL 951 816 033 docamarbella@doca.es - SHOWROOMS



*Somos seres humanos.  
¿No es suficiente?  
Somos obras de arte.  
¿No es suficiente?  
Una obra de arte no puede  
encerrarse en una caja.*

**Jan Fabre**

Jan Fabre por  
R. Oliver @Belazkez



**noken**  
PORCELANOSA BATHROOMS

OXO

Grifería: OXO

noken.com



PORCELANOSA Grupo

# SUMARIO | 32

- P. 08 AUTÓGRAFO**  
**Pére Llonch** escribe sobre la lámpara  
*Ghost* de Arik Levy
- P. 10 PRIMER PLANO**  
Byungsub Kim & Minchae Kang  
Woodenshark  
Jinyeong Yeon  
Célestine Peuchot  
Ryunosuke Okazaki  
Phoebe Hui
- P. 20 BREVES**  
Collectible Design Fair  
Christopher Stuart  
Aquatío Cave Luxury Hotel & Spa  
The Arts Bridge Space  
The Sea  
House in the forest  
Tecla  
Unterholz/Oberholz  
French Exit  
Faesmica. Faes X Formica
- P. 44 ABIERTO**  
COLECCIÓN SOLO  
En los márgenes del arte
- P. 54 DISEÑO**  
YVES BÉHAR  
El diseñador que susurra al oído de la tecnología
- P. 64 OTROS ESPACIOS**  
JA! STUDIO  
Esto no es un escaparate
- P. 74 ARQUITECTURA**  
REIULF RAMSTAD ARKITEKTER  
Materializar lo intangible
- P. 85 ROOM IT**  
ALVIC Zenit Metal Plus  
Área Baños  
Área Movilidad
- P. 97 CUADERNO**  
Espadaysantacruz Studio  
Center For Genomic Gastronomy  
The Fluid Force of Love. Jan Fabre  
Hideyuki Katsumata



*Sandcastles* by **Jacoba Gerard**  
Chantal Schoenmakers and Tomas Dirrix

ROOM MAGAZINE S.L.  
C/ Olivar 8. 28012. Madrid  
T: 639 561 091

EDICIÓN Y DIRECCIÓN  
Emerio Arena  
Antonio Jesús Luna

REDACTOR JEFE  
Antonio Jesús Luna  
antonio@roomdiseno.com

DIRECTOR DE ARTE  
Emerio Arena  
emerio@roomdiseno.com

DOCUMENTACIÓN  
Valentina García Plata  
valentina@roomdiseno.com

EDICIÓN DE TEXTOS  
Marisol Oviaño  
Alba Moon

COLABORADORES  
Alba Moon  
Alberto Galán  
Alicia Guerrero Yeste  
Claudio Molinari Dassatti  
Félix Zerdán  
Flavia de Facendis  
Fredy Massad  
Gloria Escribano  
Jose María Faerna  
María Isabel Ortega Acero  
María Reyes  
Olga Guidoni  
Paloma Canseco  
Paula Amaro  
Paula Rebuelta  
Ramsés Oliver  
Valentina García Plata  
Vicente Porres

AGRADECIMIENTOS  
Pére Llonch

PUBLICIDAD ITALIA

Oliver D. Casiraghi  
oliver@casiraghi-adv.com  
T: +39 335 5453071

PUBLICIDAD ESPAÑA

Olga Sánchez  
olga.sanchez@roomdiseno.com  
T: +34 669 427 598

Nuria Sánchez Beregüi  
nuria.sanchez@roomdiseno.com  
T: +34 606 059 128

Javier Vulijscher  
javier.vuler@roomdiseno.com  
T: +34 665 658 107

IMPRIME:  
Villena Artes Gráficas

Distribuye:  
Logintegral 2000 SAU.  
91 443 50 00

Distribución Madrid:  
La Bici de Elliot - labiciedeelliot.com

ISSN: 2444-376X  
Depósito Legal: M-21253-2012

SINGULAR  
PLURAL  
by  FINSA

DESCUBRE  
EL PROYECTO  
COMPLETO EN  
[www.singularplural.finsa.es](http://www.singularplural.finsa.es)



Singular & Plural es un proyecto colectivo de arte urbano ideado por el artista Eduardo Hermida e impulsado por Finsa.

12 artistas colaboraron mano a mano en este Bosque de Lápices, dotando la obra de una diversidad artística que la convierte en original y única.

Artistas singulares que componen una obra plural en la que se extrapola lo individual a lo colectivo. Donde la diversidad garantiza el intercambio de ideas, como la mejor alternativa contra la homogeneidad.

Obra compuesta por 30 lápices de 250 cm de altura realizados en madera de Pino Gallego Certificado e intervenidos con técnicas pictóricas mixtas y revestimientos de la Gama Dúo de Finsa.

Además, se incorporó un juego de tipografía anamórfica que permite, bajo el efecto de la perspectiva, que en la obra puedan leerse mensajes cambiantes dependiendo del lugar que quiera ocupar el espectador para contemplarla.



Artistas participantes: Malena Carballo, Luis Rapela, Carlos Pita, Blanca Vila, Estela Iglesias, Eduardo Hermida, Pablo Seijas, Javier de la Rosa, Yanina Torres, Ana Lee, Roge Fernández, Carlos Botana.



## PÉRE LLONCH

### PÉRE LLONCH ESCRIBE SOBRE LA LÁMPARA *GHOST* DE ARIK LEVY

#### PÉRE LLONCH ES CEO DE VIBIA

Arik Levy es un diseñador internacional al que definiría también como escultor. Con él mantenemos una relación de trabajo de 10 años o más. Si no recuerdo mal, es ya la quinta colección que realizamos juntos, siempre con una dinámica de *briefings* y *contrabriefings*; teniendo en cuenta que los *briefings* no son actos, sino procesos con un hilo conductor para conseguir esa parte emocional en los productos que diseña para nosotros.

La segunda colaboración con Arik fue *Wireflow*, una luminaria muy exitosa que guarda relación con *Ghost*, pero casi como un ejercicio contrario. *Wireflow* es una oda al cable eléctrico mínimo que tiene, sin embargo, una fuerte presencia casi material. Ahondando en los mismos conceptos —y aunque desde una perspectiva formal diferente—, *Ghost* proporciona también este doble juego de una cosa discreta por su aspecto, pero con una impronta rotunda por sus formatos de vidrio gigante. En este caso, además, aporta algo espiritual, una apariencia misteriosa —de ahí el nombre—, como un halo de luz muy envolvente. Se podría decir que es la calidez personificada: crea atmósfera, te rodea y te abraza. Y, a la vez, es como una escultura tanto en su versión de mesa como suspendida.

Si hablamos de la ejecución, *Ghost* es posible gracias a un buen uso de la tecnología led. Siempre invisible, porque es un parámetro de Vibia: la tecnología tiene que estar sin ser vista. Por otro lado, se exploró con muchas clases de vidrio, y ahí trabajamos con unos artesanos capaces de soplar piezas de un tamaño poco habitual. La combinación de lo artesanal con la parte tecnológica es otra dualidad de esta lámpara.

En Vibia, todo proceso de diseño es un apasionante camino de meses o incluso de años: maquetas conceptuales, experimentación con materiales, pruebas técnicas... Para *Ghost* hicimos muchos prototipos en una interacción permanente con todos los implicados en el desarrollo, que es nuestra manera natural de cocinar las ideas. Y al final llegamos a un objeto muy neutral, que se adapta a cualquier espacio y que genera ambientes acogedores. Tiene vocación de estar sin molestar, siempre aportando. Para mí, el mayor deseo es que dentro de 30 años veamos esa voluntad de discreción y de esencialidad igual de bien. No hay mayor enfoque para la sostenibilidad que producir cosas atemporales. Y en este caso, hablamos de una luminaria que, por encima de todo, es alma vestida de materia. |



## PRIMER PLANO

Textos: María Isabel Ortega Acero



### **Byungsub Kim & Minchae Kang** Wood and Steel Chair

El contraste es el recurso que identifica este diseño de vanguardia, en el que se reinventan la silla tradicional coreana y el acero inoxidable. El nogal y el metal se funden en las manos de los diseñadores Byungsub Kim y Minchae Kang, que han presentado este singular mueble en mitad de un campo de trigo. Ambos conciben el asiento como el origen: la forma clásica perfectamente tallada que queda embebida en un respaldo rectangular y purista. Este hace de apoyo vertebral y se pierde a modo de espejo en el paisaje, sirviendo de vínculo físico entre la naturaleza y la madera de la silla.

## PRIMER PLANO



### Woodenshark Blanc Masks

Las *Blanc Masks* surgen como un tipo de protector facial que va más allá del confort y la seguridad. Son todo un complemento de diseño tecnológico y paradójico: aunque llevarlas borra nuestra identidad, aporta independencia y libertad para expresar lo que se desee. Consta de dos hemisferios unidos por un imán y en el lado oculto van equipadas con filtros inteligentes HEPA, que avisan cuándo han de reemplazarse mediante una escala de color. Además de protegerte del polvo, la niebla o los aerosoles, su estilo galáctico eleva por completo nuestra imagen a la dimensión de los mismísimos exDaft Punk, de cuerpo humano y rostro robot.

### Jinyeong Yeon Padded Chair

Reciclar ya no es solo un hábito sostenible, es una forma de sentarse. Jinyeong Yeon reutiliza las chaquetas de plumas de la marca *Shirter* para tapizar unas sillas de color negro y gris. La estructura de los asientos también es abultada y asimétrica para darles un aire desenfadado y deportivo. Las llama *Padded Chair* y van cosidas, adaptadas e incluso equipadas con bolsillos laterales como detalle de lo que fueron en su anterior vida: prendas de abrigo convertidas ahora en ecofundas de dos obras de arte.



PRIMER PLANO



**Célestine Peuchot**  
Inert Domestic System

¿Qué ocurre cuando nuestro mundo cierra sus cadenas de fabricación por la covid-19? La joven artista Célestine Peuchot parte de esta reflexión y reúne los sistemas de producción artesanal e industrial para diseñar un módulo cerámico abstracto y sencillo de acoplar como pata de una mesa, reposabrazos de un asiento o soporte de una lámpara. Peuchot lo moldea a base de capas superpuestas de pasta finamente hiladas y proyectadas por una máquina de alta precisión. Lo pinta de azul eléctrico y lo integra con otras formas, creando un mobiliario híbrido, futurista y concebido manualmente.

■ GEBERIT

EL BAÑO GEBERIT  
UN BAÑO  
MEJOR

**Módulo Geberit DuoFresh**  
Eliminación de olores inteligente y silenciosa en los pulsadores Sigma.

**Colección el Baño Geberit**  
Seis series de sanitarios, espejos y muebles suspendidos.

**Geberit Wall Drain**  
Ducha innovadora que desagua por la pared.

**Geberit AquaClean**  
Higiene íntima tan sólo con agua con la gama de inodoros bidé.

Soluciones empotradas y suspendidas de calidad para un baño mejor en espacio, limpieza e innovación. Descubre el diseño que cumple su función. Consigue con Geberit, un baño mejor. Consúltanos en el 900 23 24 25.

[www.geberit.es](http://www.geberit.es)

DESIGN  
MEETS  
FUNCTION

## PRIMER PLANO



### Ryunosuke Okazaki Jōmon

Okazaki convierte la fe en materia a través del textil, el color y la forma. El diseñador japonés ha confeccionado esta serie de vestidos ornamentales inspirándose en la religión sintoísta y en la cerámica de la era Jōmon. Su estilo destaca por la fuerte simetría geométrica protagonizada por el rojo, blanco, negro y azul de cada traje. El eje vertical, el recorrido en espiral, los drapeados, el curvado del tejido rayado y la alta costura de estas prendas protegen en cuerpo y espíritu a la modelo, que se convierte en una escultura divinizada cuando se sube a un pedestal.



RESISTENTE AL AGUA Y A LAS MANCHAS • MANTENIMIENTO FÁCIL  
APTO EL USO DE LEJÍA • RESISTENTE A LOS UV

## DISEÑO... PERO NO SÓLO.

Con telas duraderas, fáciles de limpiar y bellamente diseñadas, Sunbrella® le brinda la confianza de saber que está seleccionando el producto adecuado para su estilo de vida interior y exterior.

[SUNBRELLA.COM](https://www.sunbrella.com)

PRIMER PLANO



**Phoebe Hui**  
*The Moon is leaving us.*

La firma de relojes de lujo Audemars Piguet seleccionó a Phoebe Hui para desarrollar este proyecto de arte tecnológico inspirado en la luna. Durante su visita a la sede de la firma suiza, Hui quedó fascinada por cómo el satélite iluminaba las montañas nevadas de los Alpes. A partir de ahí construyó *The Moon is leaving us*, una macro instalación nostálgica que simboliza los 3,78 cm que la luna se distancia de nosotros cada año. Los robot que la componen, Selena y Selenite, reproducen dibujos del astro y proyectan diferentes imágenes en 48 pantallas. Una estructura artística en la que contemplar ciencia y poesía bajo el mismo foco: la luz del universo.

TRÈS

DISEÑO EXCLUSIVO Y  
ACABADOS SINGULARES



[www.tresgriferia.com](http://www.tresgriferia.com)

## COLLECTIBLE DESIGN FAIR

BRUSELAS. BÉLGICA

Texto: Alba Moon

Fotos: Cedidas por Collectible Design Fair  
www.collectible.design

1. *Her, Potency*. Anna Aagaard Jensen  
Functional Art Gallery

2. *Plump Lounge Chair*. Ian Alistair Cochran

3. *Lunair Applique*. Filip Janssens. Galerie Scene Ouverte

Entre lo real y lo imaginado se ubica un juego fascinante. Las adivinanzas son un ejercicio de adjetivación por donde circula la retórica de la palabra. Ser y no ser, parecer y resultar en otra cosa distinta. Coleccionamos dudas frente a la veleidad que nos rodea, apariencias que engañan incluso a la visión más metódica. Y año tras año emerge un espacio que pone de manifiesto la poca certeza que tenemos frente a lo que existe. Collectible Design Fair es una de las ferias más suculentas en el panorama actual del diseño de galería; un entorno seguro para el *art design*. En esta edición marcada por la covid-19, su espíritu presencial muta hacia dimensiones virtuales en Collectible Salon, una plataforma digital que replica el ADN del evento y lo descompone para mostrarlo *online* del 28 al 30 de mayo.

Las diferentes secciones en las que se divide la exhibición —*Main*, *Bespoke* y *Curated*—, así como otras actividades, arrojan las primeras pistas para entender su metafísica. Nimias

claves lanzadas por galerías, estudios y *art designers* que buscan poner a prueba nuestros sentidos en un alarde hegeliano. De esa manera, los objetos se exponen como entidades arcanas que solo pueden ser definidas a través de un calambur.

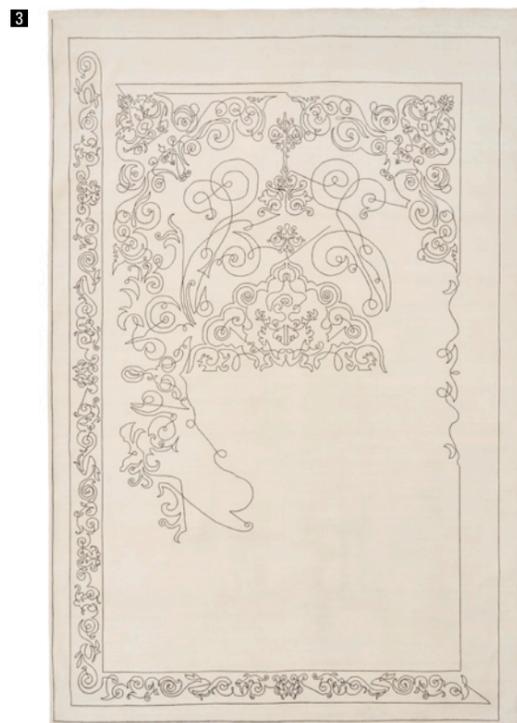
Hablamos de lo que significa hacer un mueble para Anna Aagaard Jensen. Ya estableció en sus *Lady Chairs* una proclama política de género, pero ahora en su mesa *Her, Potency* reclama su discurso desde otra exploración más abstracta. Las flores se convierten en un reclamo de belleza construida desde la que seguir investigando lo femenino; en su ideal, la fragilidad se desintegra hacia un florecimiento que nunca se quiebra. Como tampoco se quiebra el sofá *Plump Lounge Chair* de Ian Alistair Cochran. Diseño americano de resina transparente que emula el plástico; una estética *pop* que, a diferencia de la famosa silla *Blow* (Zanotta, 1968), blando parece, pero sólido es.





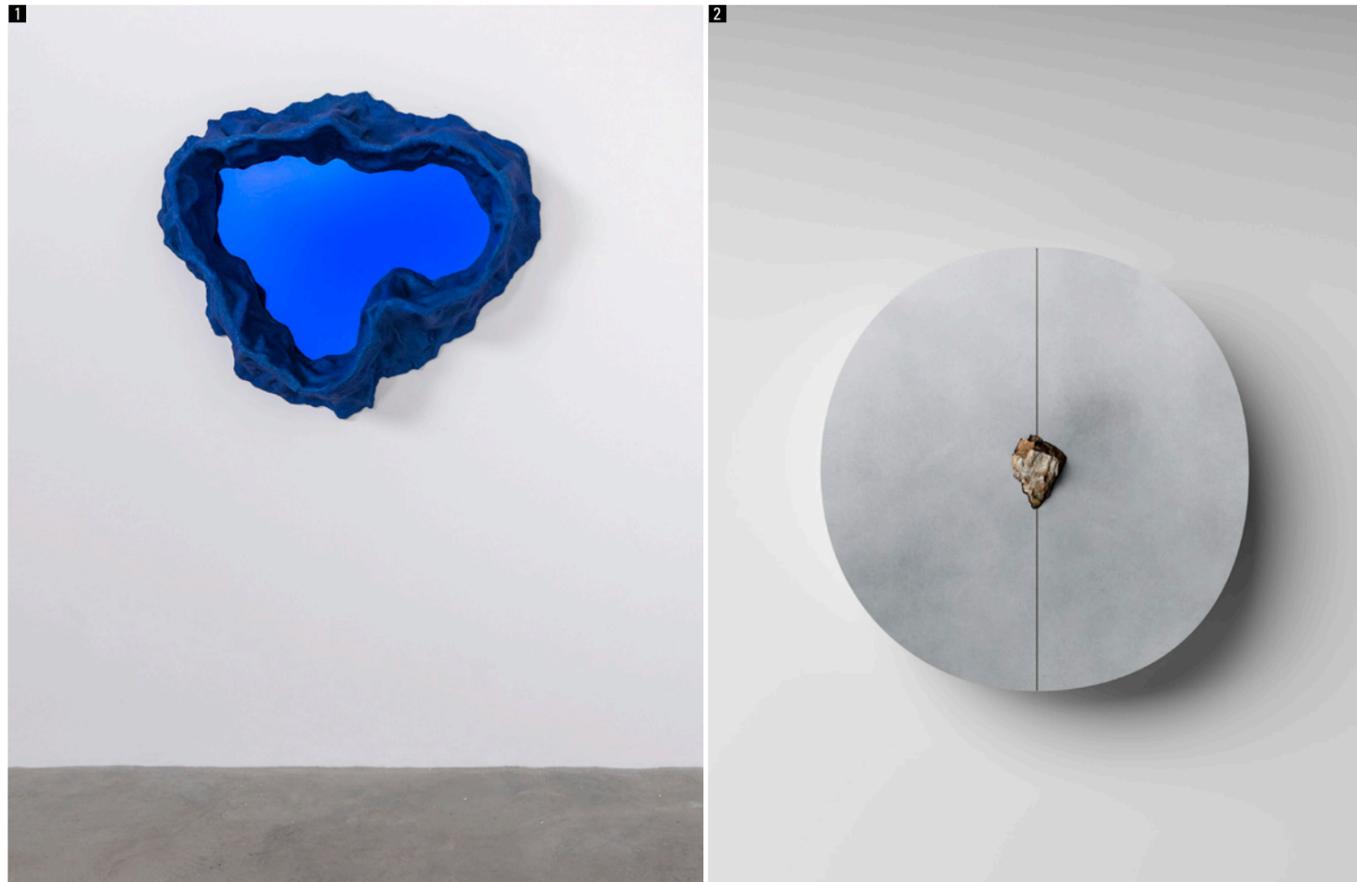
En ese engaño material también hay una aproximación a la confusión utilitaria. El corte irregular de *Mimesis NR3*, del diseñador industrial Jordi Ribaudí, gesta el desconcierto. Una piel de cuero sobre un banco de madera se rebela, por su frenética naturaleza, contra el aséptico y artificial mundo que hemos creado. Partícipe de este desorden impuesto, Filip Janssens combina el reciclaje de residuos y la superficie anómala para apreciar la imperfección bajo la luz de *Lunair Applique*. Y, en el fondo de esta bacanal orgánica, un valle montañoso se levanta en *Mount Bench* gracias a Jonas Lutz. Piezas cotidianas, al fin y al cabo, que con elementos nobles no pretenden transmitir una imagen común, sino escenarios quiméricos.

Siendo presas de esa turbación, sin ser capaces de distinguir lo sensible de lo inteligible, las incógnitas se complican. Una pregunta como “¿qué es redondo y sigue al sol?” modifica su sentencia ante las *Soniah Lamps* de FAINA. Estas



- 1. *Soniah Lamps*. FAINA
- 2. *Mimesis NR 3*. Jordi Ribaudí. il·l·lacions Design Gallery
- 3. *One Stroke*. Nendo. Nodus
- 4. Kim Gedion. Galerie IHAM
- 5. *Cursive Structure Tangential Chair*. Chulan Kwak. Galerie IHAM
- 6. *Mount Bench*. Jonas Lutz





1. *American BlueSpill full Mirror*. Aaron Blendowski

2. *Off Round Cabinet*. Pierre De Valck. Atelier Ecrú gallery

3. *Hard Whale*. Xavier Lust

lámparas de pie, realizadas por Victoria Yakusha, presentan una forma marciana y primitiva para verse como un girasol de otro planeta. Del mismo modo, Aaron Blendowski captura un trozo de cielo nocturno en *American BlueSpill full Mirror*. Si se observa con detalle, no se sabe si es un cráter lunar o un espejo de resina en el que descubrirse.

Podría ser este el origen de una sucesión de contraposiciones cosmológicas: ¿Una ballena metalizada o la cómoda *Hard Whale* de Xavier Lust? ¿Un desorden figurativo o la silla *Cursive Structure Tangential* de Chulan Kwak? ¿Un fósil milenario o el armario *Off Round* de Pierre De Valck? Derrida nos instigaría a deconstruir la mirada a favor de ninguna acepción concreta. En esta nueva cita de Collectible Design Fair, el enigma se mantiene en la cúspide de su filosofía, mientras proyecta su eterno acertijo. ¿Qué es diseño y arte a la vez? Solo la ausencia de la razón dará respuestas. |



📍 Espronceda 30

e/s/d/  
madrid

in out studio  
passion for projects

NIECA  
European Concept

1. *Glitch 8 Chair*2. *Drape Chair*3. *Suspended Structure*4. *Boolean Chair*5. *U Bench Bronze*

## CHRISTOPHER STUART

INDIANA. ESTADOS UNIDOS

Texto: Vicente Porres | Fotos: Ceditas por Christopher Stuart | [www.christopherstuart.com](http://www.christopherstuart.com)

Dentro de una historia siempre hay una estructura: principio, nudo y desenlace. Puede ser la mejor, la más sólida y, aun así, no tener contenido. Por eso, a veces, es más sencillo disertar sobre arte que sobre diseño. Es decir, sobre lo que todo el mundo ha comprendido desde su subjetividad. Lo mejor del arte es que hay que explicarlo mucho menos. Y en Estados Unidos esto lo tienen claro.

Hablemos de Christopher Stuart, un artista americano del estado de Indiana que insiste en encasillar al diseñador/artista en el mueble/obra. Movido por galerías, exposiciones y blogs, Stuart es un sastre en cuyos cajones podremos encontrar al artesano, al diseñador, al artista. Muchos en uno solo. Como sus propias creaciones. Unidades únicas como *Boolean Chair*—ese homenaje al matemático George Boole— nos

recuerdan la superposición de modelos fusionados de manera directa. Algo así como si la silla *Masters* de Eugeni Quitllet pudiera ser la mariposa que desata un macizo de madera al otro lado del Atlántico.

La fusión llega a la confusión en *Drape Chair*, donde una base moldeada en fibra de vidrio y pintada de forma magistral es el *tunning* de lo que sería una colección con mucho potencial. Pese a estar buscando su verdadera identidad, es una de las piezas más sugestivas de Stuart. En bonanza económica y con medios, Ron Arad la estamparía sobre metal, no vendería ninguna, pero lo alzaría a los altares. Ahora, sin embargo, al éxito no se llega fácilmente.

Sigamos. A pesar de su falta de contundencia, la silla *Glitch 8* le encantaría al Starck de los ochenta.

Base robusta y armazón ligero, aunque lo que entra en contacto con el cuerpo es aterciopelado y acolchado. Las sutiles telas colgantes de *Suspended Structure* serían muy interesantes si no pareciesen un ejercicio de escaparatismo.

En su trabajo, Christopher Stuart alterna delicadeza, solidez y ligereza. Pero, en esta historia, más que desenlace, se echa en falta continuidad. Vemos que su obra a veces carece de estructura y contenido. Las propuestas de Stuart son de Indiana, pero podrían ser de cualquier sitio. Interpretar la aproximación a un estilo y hacerlo personal, como hizo Walter Dorwin Teague con el *art déco*—abuelo del diseño industrial y también de Indiana— no es tan fácil. Esperemos que Stuart consiga sobreponerse a lo global. Si logra liberar su potencial, entonces será imparabile.]

## AQUATIO CAVE LUXURY HOTEL & SPA

SIMONE MICHELI | MATERA. ITALIA

Texto: Alberto Galán | Fotos: Jürgen Eheim | [www.simonemicheli.com](http://www.simonemicheli.com)

Vivimos tiempos de extravagancia y ostentación. Nos representamos en la realidad digital cubiertos de máscaras que crean una ilusión artificial de lo que somos. Una tendencia que ha llegado a la arquitectura. ¿Es esa la belleza que buscamos? En Aquatio Cave Luxury Hotel & SPA, sin embargo, lo puro y natural emerge desde las cuevas de Sasso Caveoso con la minuciosidad casi labrada de los materiales de Porcelanosa.

Limpiar la piel podría definirse como metáfora del proyecto de rehabilitación realizado por Simone Micheli en este exclusivo complejo situado en la histórica zona italiana de Matera, la ciudad de piedra. Hablamos de un

conjunto de 5000 m<sup>2</sup>, con 35 habitaciones, un restaurante de inspiración mediterránea, un área de *lobby bar & lounge*, un spa de 500 m<sup>2</sup> con piscinas naturales del siglo IX y otra cubierta climatizada. Todo enmarcado dentro del paisaje de las grutas de Sasso Caveoso, Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO. El diseño del reconocido arquitecto italiano ha desnudado la pétrea dermis de la cueva y eliminado lo superfluo: una labor emocionante con una intervención minimalista que no solo respeta el enclave cavernoso, sino que realza los restos neolíticos.

Los materiales del grupo Porcelanosa se adaptan perfectamente a los espacios geológicos

de manera casi quirúrgica, combinando estética y funcionalidad para crear una solución que parece que siempre estuvo ahí. Al acceder al hotel por las grietas urbanas, el mostrador de Micheli, fabricado en compacto mineral Krion<sup>®</sup>, nos recibe presidiendo el *lobby*.

En las habitaciones, siguiendo con la lógica de intervenir lo menos posible sobre la atmósfera atávica, la decoración se reduce al mínimo. Camas de trazos puros, textiles ligeros y sobrios escritorios, también de Krion<sup>®</sup>, se complementan con los espejos futuristas de Simone Micheli que funcionan como contrapunto rupturista. En los baños, a modo delimitador, unos planos blancos, que surgen directamente desde la roca, sirven de elemento separador entre estancias, pero permitiendo la continuidad espacial. Estos muros niveos, además, recogen el mobiliario formado por los lavabos de la línea Noken que completan un paisaje interior de una belleza tan *stendhaliana* ante la que es fácil acongojarse. |





## THE ARTS BRIDGE SPACE

INFINITY MIND | SHANGHÁI. CHINA

Texto: Paloma Canseco | Fotos: LI Quan, ZHONG Zhuchu | [www.infinitynide.com](http://www.infinitynide.com)

Del árbol a la palabra y del bullicio al silencio. Infinity Mind crea un nuevo puente hacia el mundo tangible y *offline* que emerge como un agujero negro en el Distrito de Hongkou, en Shanghái. En una conversación entre pasado y futuro, entre naturaleza y tecnología, se produce una continua convergencia de estilos que da la vuelta al concepto de librería.

Lejos de las estanterías de Notting Hill o las memorables escaleras de la Bertrand de Lisboa, lo que caracteriza a The Arts Bridge es la singularidad de su espacio y la búsqueda de la experiencia. Ofreciendo un punto de unión entre creadores y lectores, el arte y la literatura

cruzan sus caminos en un enclave donde los rincones dan lugar a encuentros y las envolventes estructuras cobran más protagonismo que los libros. Las texturas son personajes principales de este establecimiento, en el que los materiales van más allá de su función y buscan narrar una historia, plantear un conflicto, resolver un nudo.

La idea de puente no es solo capricho de unir ambos campos, sino que se proyecta también en el coqueteo que realiza la instalación de madera para sacar al viandante del mundanal exterior y transportarlo a la realidad celestial del papel que habita los estantes. Una conexión

que fusiona lo tradicional del tejido vegetal con lo contemporáneo de la impresión 3D. Hablamos de una pasarela que ata los sombríos ladrillos y el frío hormigón reciclado de los muebles de Xu Gang, con la calidez dorada de las familiares redes de fibras de bambú o la pureza del blanco que origina la creación. Un enlace entre lo conocido y lo desconocido.

Se trata de un marco incomparable que quiere revolucionar lo preconcebido y acercarse a un planteamiento más versátil. En él, se enfrentan perspectivas opuestas que aportan nuevas vivencias y que, bajo la denominación de posmodernismo, reflejan la dicotomía constante entre lo de ayer y lo de hoy con un diálogo continuo entre espacio y tiempo. Y allí, en medio del silencioso alboroto que generan las letras e ideas que están a punto de brotar del papel, un ginkgo situado en el epicentro nos recuerda que la naturaleza es la madre de todas las hojas que allí lo rodean. Pasen y lean. |



## ABRE TU MUNDO

**CERRAMIENTO PLEGABLE TRANSPARENTE ÚNICO:**  
Madera calidad superior · alto aislamiento térmico  
seguridad según RC2 · proyectos individualizados



GERMAN  
DESIGN  
AWARD  
WINNER  
2019

# THE SEA

CLAP STUDIO | EDIFICIO VELES E VENTS. VALENCIA

Texto: Paula Amaro | Fotos: David Zarzoso | [www.wearclap.com](http://www.wearclap.com)

El próximo año, Valencia se convierte en la Capital Mundial del Diseño. Un título merecido, que confirma la tradición fabril y creativa de una región que ha conseguido hacer de esta industria un motor cultural y un engranaje económico. Solo hay que hacer un barrido por firmas, fabricantes y estudios para ver que la Comunidad Valenciana es uno de los focos decisivos en el diseño hecho en España.

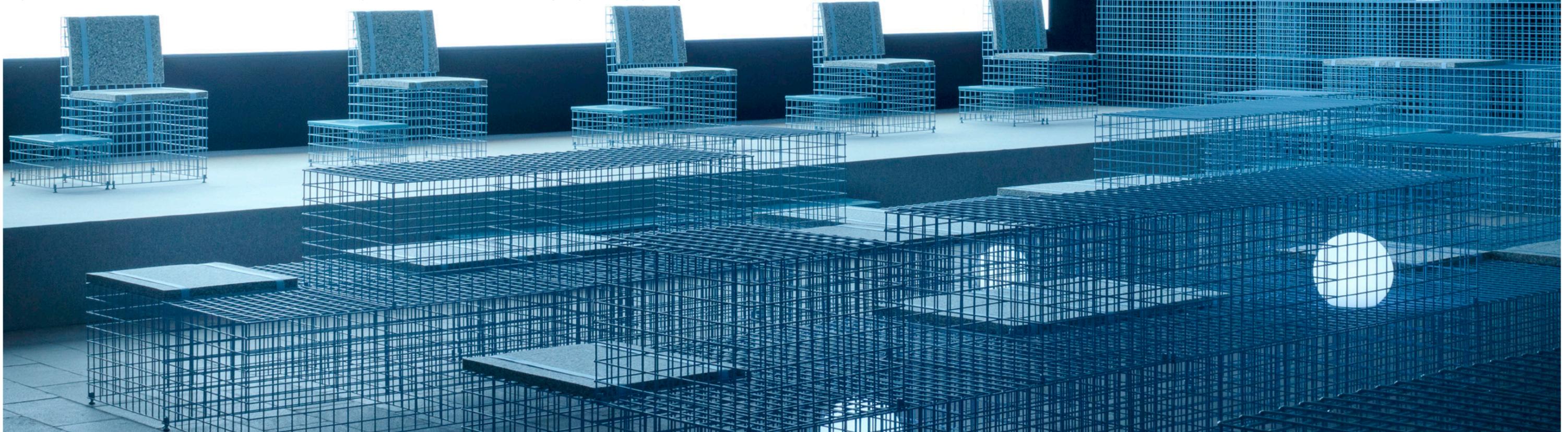
Aceptar este mérito implica, entre otras cosas, la organización de unos preparativos a la altura de tal reconocimiento. Como la fecha se acerca, son cada vez más los proyectos que comienzan a ver la luz. Y este es el caso de la instalación *The Sea*, de Clap Studio, en el edificio Veles e Vents —del arquitecto David Chipperfield—, a orillas del mar Mediterráneo. El

espacio construido será un lugar de encuentro que acogerá a todo tipo de público. Especialistas en diversas disciplinas celebrarán las buenas ideas y pondrán sobre la mesa el valor del diseñador y de la creatividad en la sociedad. La zona que encuadra este diálogo no es muda en absoluto, pues también propone un alegato seductor y en consonancia con el espíritu disruptivo de los ponentes, además de actuar puntualmente como plató de televisión.

*The Sea* nace motivado por el entorno que lo enmarca: La Marina de Valencia. El interiorismo está inspirado en la forma de las olas y crea un paisaje conceptual de piezas modulares interrumpidas por unas luces esféricas, que simulan medusas. Este planteamiento funcional,

interactivo y que se adapta a las necesidades del evento, superpone los cubos y juega con la opacidad tratando de imitar el fondo marino. Para los asientos, los arquitectos han usado las espumas ignífugas típicas en construcción, que han sujetado con cinchas al armazón.

Clap Studio es experto en líneas rectas y este tipo de sistemas. En el 2019, desarrollaron *MIST*, una estructura para la Minsk Design Week en la que jugaban también con un esqueleto similar. Eso sí, siendo unos maestros del blanco, en esta ocasión han apostado por eliminarlo e inundar la sala con una paleta oscura de color azul. El mar es misterioso y, cómo no, la elección de los tonos hace todavía más real la experiencia cromáticamente inmersiva que supone esta propuesta. |





## HOUSE IN THE FOREST

FLORIAN BUSCH ARCHITECTS  
HOKKAIDO. JAPÓN

Texto: Félix Zerdán

Fotos: Cedidas por Florian Busch Architects  
[www.florianbusch.com](http://www.florianbusch.com)

Alejarse de un entorno urbano nos permite revisar el cajón de manías adquiridas. El equipo de Florian Busch Architects ha planteado un hogar en la isla japonesa de Hokkaido, que se extiende en horizontal para abarcar la mayor cantidad de territorio posible. Si dejamos de lado los problemas de medianeras y normativas, podemos experimentar el lujo de obsesionarnos con abrazar el bosque.

House in the forest es la resolución de un encargo cada vez más cotidiano —una vivienda en un paisaje salvaje— mediante un proceso compositivo claro y efectivo. Igual que en la biblioteca de Seattle, la idea se ve a través de la arquitectura: la casa se piensa como una sucesión de piezas —dormitorios, salón, estudio, cocina, vestíbulo— que se colocan una a continuación de la otra; en un modelo de crecimiento que podría adaptarse a un proyecto de cualquier tamaño.

La residencia se convierte en una galería de arte. Las estancias se diluyen y el recorrido se crea por medio de un eje central en el que aparecen, como si estuvieran expuestas, un repertorio de escenas silvestres. Todas se encajan en un contenedor que casi no cambia de forma. Una misma planta, altu-

ras de techos constantes, pavimentos continuos, cubierta plana y con una misma piel de lamas de madera situada en la dirección de los troncos.

Hacia un lado se orientan las habitaciones, hacia el otro las zonas comunes y en todos se produce un intercambio. La vinculación con el lugar se genera través de los cristales. La vista viaja hacia el exterior para ofrecer una imagen de los árboles, y la luz se traslada hacia dentro para iluminar un núcleo que se mantiene opaco para resaltar aún más la presencia del ambiente.

A pesar del mosaico de postales del interior, por fuera la propuesta se muestra casi como un objeto ajeno. El jardín no interesa. La naturaleza conserva el romanticismo de permanecer salvaje. El edificio se deja asombrar por un entorno impactante. No se doblé a pasar desapercibido o amoldarse a topografías y a dimensiones complicadas. Sin embargo, tampoco se desprende del respeto que le impide terminar de integrarse en el ecosistema. La cadena de relaciones espaciales se detiene justo antes de cruzar la barrera hacia el exterior: el límite en el que vuelven a manifestarse las costumbres de un modo de vida urbano. |





## TECLA

MARIO CUCINELLA ARCHITECTS Y WORLD ADVANCED SAVING PROJECT  
MASSA LOMBARDA. RÁVENA. ITALIA

Texto: Félix Zerdán | Fotos: Iago Corazza | [www.mcarchitects.it](http://www.mcarchitects.it) - [www.3dwasp.com](http://www.3dwasp.com)

El barro es el precursor del ladrillo. Una mezcla sencilla, probablemente una de las primeras de la historia. Tierra y agua para moldear muros o cúpulas resistentes, para protegernos del viento, del frío o del calor. La materia antes de ser material.

Estas cualidades han servido de germen para que Mario Cucinella Architects y WASP (World Advanced Saving Project) puedan desarrollar Tecla, un prototipo sostenible de vivienda para emergencias. El proyecto plantea una respuesta a las dificultades que se presentan en una situación con recursos limitados. Por su disponibilidad en casi cualquier punto del planeta o por su facilidad de fabricación, las posibilidades del barro como elemento de edificación se combinan con las ventajas de la im-

presión 3D, una estrategia perfecta para hacer frente a la falta de suministros o de mano de obra especializada.

Los arquitectos han diseñado una cápsula como unidad espacial básica. Un volumen sin apenas huecos que se abre en la parte superior para crear la entrada de iluminación cenital. Una cúpula de una belleza primitiva, como los refugios de los primeros pueblos sedentarios o la bóveda del Panteón de Agripa.

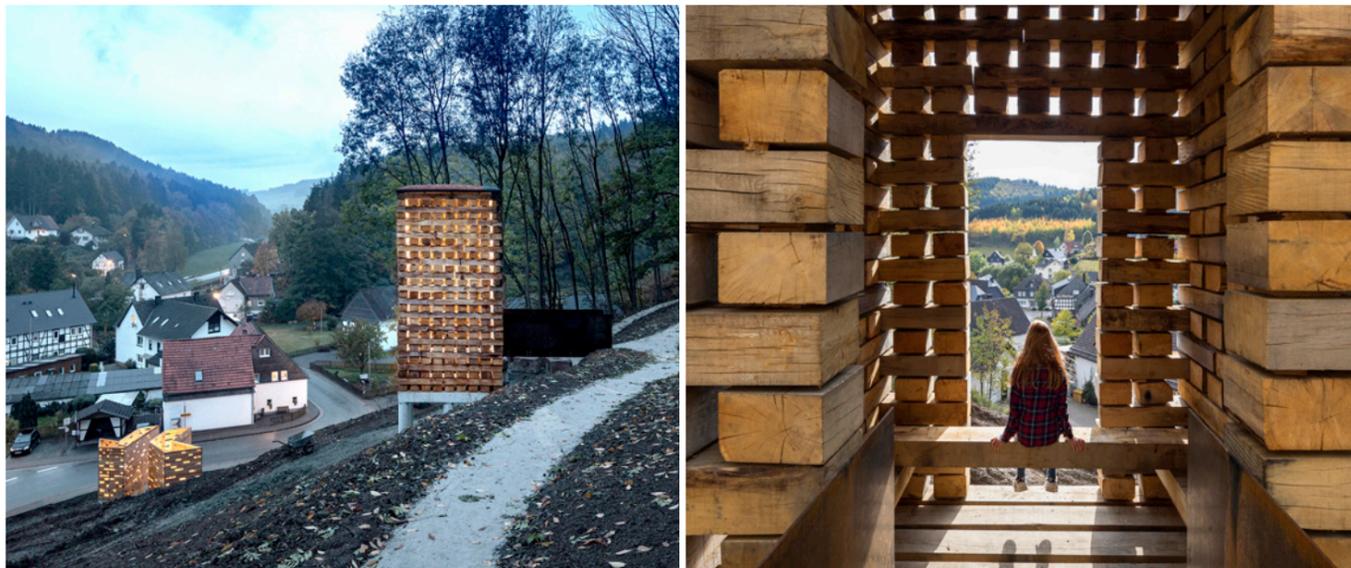
La simbiosis de barro e impresión 3D funciona como hilo conductor entre la innovación y la arquitectura tradicional. La máquina moldea como un gran alfarero con dedos mecanizados un armazón optimizado paramétricamente

para reducir su volumen y las horas de impresión. Los beneficios de la industrialización se aplican a un procedimiento casi artesanal para mejorar las cualidades portantes o el confort térmico del proyecto.

Los esfuerzos del diseño se concentran en un mismo elemento como pieza clave para responder al desafío. El muro de barro es cerramiento y estructura a la vez. Además, permite que el espacio sea continuo sin necesitar más apoyos y que resulte sencillo encadenar los módulos necesarios para cubrir usos más amplios. Perfectamente versátil, sirve de partición y de cubierta para aguantar la intemperie y para transmitir calidez interior.

La gran virtud de la propuesta es la idea que consigue aportar a una técnica más que testada. Tecla surge de la unión de las palabras *technology* + *clay* (arcilla). Es decir, una mirada al pasado lanzada hacia el futuro. Una visión nada nostálgica del conocimiento al servicio de herramientas y utilidades contemporáneas. La nueva receta de la mezcla primitiva. |





## UNTERHOLZ/OBERHOLZ

CHRISTOPH HESSE ARCHITECTS | REFERINGHAUSEN. ALEMANIA

Texto: José María Faerna | Fotos: Laurian Ghinitoiu | [www.christophesse.eu](http://www.christophesse.eu)

Hace más de diez años, Rosario Hurtado y Roberto Feo (El Último Grito) acuñaron la expresión “objetos de baja resolución” para referirse a diseños e instalaciones deliberadamente concebidos por debajo del radar de la tecnología y la industria. Por supuesto, no se trataba de artesanía en sentido estricto ni mucho menos de ópticas nostálgicas o *vintage*, sino de exploraciones y tanteos que evaluaban las posibilidades y significados de lo que puede hacerse con las manos y con materiales simples en contextos puramente contemporáneos.

Y “arquitecturas de baja resolución” parece una definición a la medida del trabajo con el que Christoph Hesse viene afirmando en los últimos años su sólida reputación en la escena emergente alemana. Hesse se crió en una granja en Referinghausen, una pequeña aldea en la zona boscosa y rural del Sauerland. En ella se emplazan estas dos mínimas estructuras llamadas Unterholz y Oberholz, que forman parte de un conjunto de piezas distribui-

das por la región a las que llama Open Mind Places, sitios pensados para el encuentro de la población local.

Unterholz, la inferior, se genera a partir del desplazamiento de dos cubos de hormigón que constituyen su base y funciona como mobiliario urbano. En ella, los lugareños dejaron sobre el cemento fresco la impronta de viejas puertas y ventanas de sus granjas a modo de *memorabilia* de la edificación local —los moldes inversos de interiores arquitectónicos de Rachel Whiteread vienen enseguida a la mente—. El remate de maderos trabados que la corona, actuando como cubierta y como soporte de iluminación nocturna, también remite a la tradición constructiva de la zona.

Oberholz es un mirador también de madera —eso significa *holz* en alemán— situado 20 metros más arriba, al que se accede por una pasarela metálica. Allí se reúnen los vecinos para charlar e intercambiar ideas mientras disfrutan de la vista sobre la aldea y la Heidens-

trasse que la atraviesa, una milenaria ruta comercial que une Leipzig y Colonia.

Hesse, formado en la ETH de Zúrich y en la GSD de Harvard, volvió al Sauerland para fundar su estudio en Korbach, a pocos kilómetros de su pueblo natal, y allí desarrolla la mayor parte de su trabajo. Arquitecto urbanista, entiende el diseño urbano como una estrategia de activación de los vacíos entre edificios. La máxima reduccionista del menos es más miesiano no se traduce para él tanto en términos formales como conceptuales: restricción material e intervención mínima que ponen en juego resortes de sostenibilidad y de construcción comunitaria para implicar a los vecinos. Todo un manifiesto de actuación *glocal* que valora el ámbito rural como un campo inédito de oportunidades para la reutilización y la rehabilitación antes que para la obra nueva. Un desafío a la creatividad a partir de la limitación y la *low res.* |





## FRENCH EXIT

TADAO CERN | VILNIUS. LITUANIA

Texto: José María Faerna | Fotos: Ceditas por Tadao Cern | [www.tadaocern.com](http://www.tadaocern.com)

Despedirse a la francesa es marcharse de algún sitio subrepticamente, sin decir adiós. En inglés eso es hacer una *French exit*, título elegido para su última instalación por Tadas Cerniauskas —Tadao Cern para el arte—, un arquitecto lituano devenido artista a partir de 2010.

Todo gira en torno a la idea de los últimos momentos, su explicación no deja dudas: “La humanidad tiene una necesidad constante de pensar acerca de la extinción, de las distintas variedades que podría adoptar la apariencia de los últimos días (...) He intentado centrarme, sin embargo, en lo que más podríamos echar en falta durante los últimos segundos antes de irnos. Mi impresión es que podría ser algo banal, como los campos de trigo al atardecer. La banalidad es el resultado de un amor y un afecto tan fuertes por alguien o algo que incluso puede llegar a hartarte. Y colgarlo todo del

techo crea la ilusión de flotar para el espectador, como si fueras transportado al cielo”. Y más aún: “Lleno páginas del libro de nuestra memoria colectiva por si tenemos que marcharnos sin una despedida apropiada”.

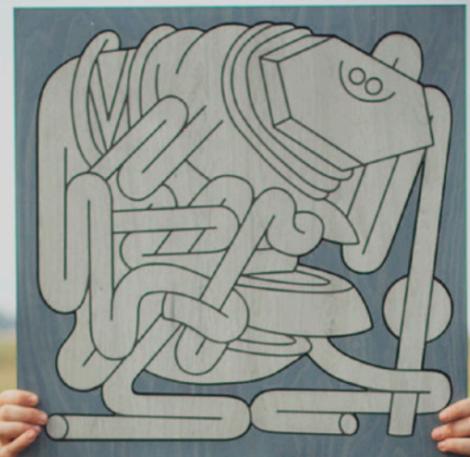
Más que a la francesa, Tadao Cern se despide por anticipado, por si acaso. Todas estas explicaciones tienen interés, pero la melancolía suspendida de *French Exit* se sostiene también sin ellas. El planteamiento es sencillo: una masa de vegetación desecada pende del techo de una habitación y la llena casi por completo de un modo que bien pudiera ser abrumador para quien se coloca debajo. La ejecución es compleja: una iluminación cálida y matizada, como de puesta de sol; un volumen orgánico y esponjoso, pero bajo un control formal tan estricto como en un parterre. Por eso el visitante no se ve abrumado sino transportado, aligerado.

Todo es muy profesional, muy limpio. Se echa de ver el oficio de arquitecto y aun el de interiorista meticuloso. Siempre es así en las instalaciones de Tadao, que menciona entre sus referencias a Walter De María, Alberto Burri o Michael Heizer, a pesar de que nada tengan de ese aire astringente del *arte povera*. Cierta complacencia sensual y escenográfica no se desdén en absoluto. La idea de pradera invertida remite en este caso al *land art* de Heizer, aunque el paisaje se circunscriba a una habitación, que es tanto como convertirlo en una visión individualizada, intransferible. Como ocurre en las obras que merecen la pena, su capacidad de sugerencia se abre más allá del propósito explícito del autor y se sitúa en el campo del público. Para hablarnos de la extinción, la experiencia que nos depara Tadao Cern es extrañamente seductora, lenitiva, hasta tranquilizadora. Y quizá por eso más inquietante. |

## FAESMICA. FAES X FORMICA

ESPACIO SOLO | MADRID

Texto: Paloma Canseco | Fotos: Cedidas por Formica | [www.formica.com](http://www.formica.com) - [www.juandiazfaes.com](http://www.juandiazfaes.com)



Entre el mar y la montaña, acompañado por los colores de la tierra, nace un ser geométrico de mirada alegre. Es ola y a la vez árbol; lleva la materialidad al arte y el arte a la materia y, enmarcado entre cuatro líneas, desafía los límites de lo sensible. En paralelo y a diferente escala, otro ser de corazón inquieto —con los pies en la costa cántabra y la cabeza en infinitos mundos— se enfrenta a los retos de desconectar el producto de su hábitat y devolverlo a sus orígenes, de trabajar el exterior y desvelar el interior, y de trasladar las tonalidades de los paisajes al hormigón de la ciudad.

Y así es como dos fuerzas, el arte y la arquitectura, se cruzan para recuperar una de las acepciones de lo tangible —su carácter terrenal— y reflexionar acerca del espacio natural que nos rodea —sus cromatismos y texturas— con el propósito de despegarse de lo conocido y llegar a otras emociones. De esta forma, Formica®, que lleva en nuestro entorno desde 1913, se desnuda para recobrar su esencia y volver al punto de partida de sus materiales. Y lo hace invitando a uno de los grandes ilustradores y artistas de nuestro país, Juan Díaz-Faes, a reinterpretar el laminado y crear un mural que represente ese mar y esa montaña, esa naturaleza que nos envuelve, ese ser de mirada alegre que se viste con las gamas y los matices protagonistas de las nuevas series de Formica Colors, Plus Colors & Woods 2021. Un universo orgánico que se refleja en la arquitectura de la mano de la Agencia ADA y que se aloja en un marco único, el Espacio SOLO en el centro de Madrid, en un encuentro que celebra este *affair* con el arte.



## Simon 270

Para mejorar, simplifica.

Simon 270 es la síntesis de 104 años de simplificación. Su mecanismo, 100% pulsante, es intuitivo y hace que las teclas siempre queden en la misma posición. Claro, que haber reducido un 35% los marcos también ayuda a conseguir unos acabados tan atractivos. Más de un siglo simplificando lo facilita todo, pero no es fácil de conseguir.

Para mejorar el uso, simplifica el mecanismo.



Companion. KAWS

# SOLO SOLO SOLO

COLECCIÓN

EN LOS MÁRGENES DEL ARTE

La colección SOLO es un proyecto de coleccionismo y mecenazgo que aglutina obras de más de 180 artistas y cuenta, además, con su propio museo. Diseñado por el arquitecto Juan Herreros, Espacio SOLO ocupa 1500 m<sup>2</sup> de un edificio singular junto a la madrileña Puerta de Alcalá, y aloja a día de hoy un tercio de las más de 800 piezas que integran su fondo.

**Texto:** María Reyes  
**Fotos:** Cedidas por Colección SOLO



Monkey. Oleg Dou

ocurriendo. No ha habido un plan avalado por una perspectiva concreta o un proyecto de comisariado. Todo ha sido fruto de la experiencia y de las oportunidades que han ido surgiendo. Y ahora se sigue funcionando de este modo; la colección no es un ámbito cerrado, estamos totalmente abiertos a iniciativas, tendencias, artistas...

**Rebekah Rhodes.-** En la formación de esta colección imperan las ganas de explorar de David y Ana. No se han enfrentado a esta idea como coleccionistas autómatas, sino que han ido indagando, enamorándose de piezas, rastreando artistas. Hay unas líneas de investigación que quizá en un principio correspondían a las influencias personales de ambos, como la presencia de mucha creación de Asia, en concreto, de Japón. David, por ejemplo, está ligado al ámbito de la ilustración y el videojuego, y una parte de SOLO corresponde a esa estética. De ahí vienen artistas como Gary Baseman o Timothy Björklund. Pero otros trabajos, como la chaqueta de porcelana del artista Li Xiaofeng—una de las primeras adquisiciones—, llegó tras varios años de fijación. En cada una hay un vínculo con los coleccionistas, una pequeña historia detrás.

**R.D.-** La colección posee un fuerte carácter urbano: el manga, la animación o la música experimental. ¿Hay un momento concreto en el que empiezan a obtener relevancia los nuevos medios y las relaciones entre arte y tecnología?

**R.R.-** A Ana y David siempre les han llamado la atención los lenguajes artísticos que quizá los museos y las instituciones han excluido. En ese sentido, el arte urbano puede encajar en esta premisa. Más recientemente hemos observado que el arte sonoro no dispone de un gran apoyo por parte de muchas galerías, y de ahí surge, por ejemplo, el premio Pow-SOLO. Aunque los medios del arte sonoro y del grafiti parecen muy distintos, ambos tienen cabida en este enfoque de colección abierta y sin barreras, con la vista puesta en lo que ocurre en el mundo.

**Ó.H.-** A modo de ejemplo, hay temáticas que a ellos les gustaban y que poco a poco han ido recopilando, como ocurre con *El jardín de las delicias*. De repente, se encontraron con una pieza digital que el colectivo SMACK había creado por el 500 aniversario de el Bosco y que había sido expuesta en Breda, en el MOTI Museum. Hay un interés por el arte digital desde el principio, ya que no coleccionan de una forma estanca, sino poniendo el foco en el arte sin añadir apellidos. Estamos apreciando que, en el caso de los medios digitales, la necesidad de apoyo es aún mayor. Más allá de coleccionar una obra puntual, teníamos que involucrarnos en todo el proceso.

### Onkaos, un soporte para creadores *new media*

Óscar Hormigos se encarga, además, de liderar Onkaos: una de las líneas de mecenazgo e investigación que se desarrolla en el marco de la colección SOLO. Se trata de una propuesta de apoyo integral para artistas que trabajan con nuevos medios, y abarca desde la conceptualización y la producción hasta el soporte logístico y de diseño, la financiación a través de becas y la representación y comercialización. De este modo, aspiran a dar respuesta a las carencias que pueden padecer estas manifestaciones creativas. Artistas como Mario Klingemann —uno de los pioneros en el uso de la inteligencia artificial— o SMACK, al que ya hemos hecho referencia, se encuentran dentro de este programa. Los fondos de este tipo

“LA COLECCIÓN SOLO NO ES UN ÁMBITO CERRADO. NO HA HABIDO UN PLAN AVALADO POR UNA VISIÓN CONCRETA. ESTAMOS TOTALMENTE ABIERTOS A INICIATIVAS, TENDENCIAS, ARTISTAS...”

ÓSCAR HORMIGOS



Soundsuit. Nick Cave

### Colección SOLO. Los orígenes

**ROOM Diseño.-** Hablemos de aquellos primeros hallazgos. ¿En qué ámbitos se localizan los primeros artistas y cuáles eran sus tendencias discursivas?

**Óscar Hormigos.-** Es importante explicar que la propuesta nació de una forma orgánica. Partiendo de su amor por el arte, David Cantolla y Ana Gervás han ido dando pasos en función de las cosas que les han ido



Big Whale. Mu Pan

“A LOS PROPIETARIOS DE LA COLECCIÓN SIEMPRE LES HAN LLAMADO LA ATENCIÓN LOS LENGUAJES ARTÍSTICOS QUE QUIZÁ LOS MUSEOS Y LAS INSTITUCIONES HAN EXCLUIDO”. REBEKAH RHODES



El jardín de las delicias (detalle). SMACK



Cyberbully. SMACK

van en aumento al llevarlos al mundo de los NFTs, la nueva y revolucionaria forma de coleccionar productos digitales.

**R.D.-** De la importancia de mostrar el catálogo surge el Espacio SOLO, la idea de albergar una parte de la colección en un lugar físico, visitable y estratégico. ¿Cómo toma forma el museo privado?

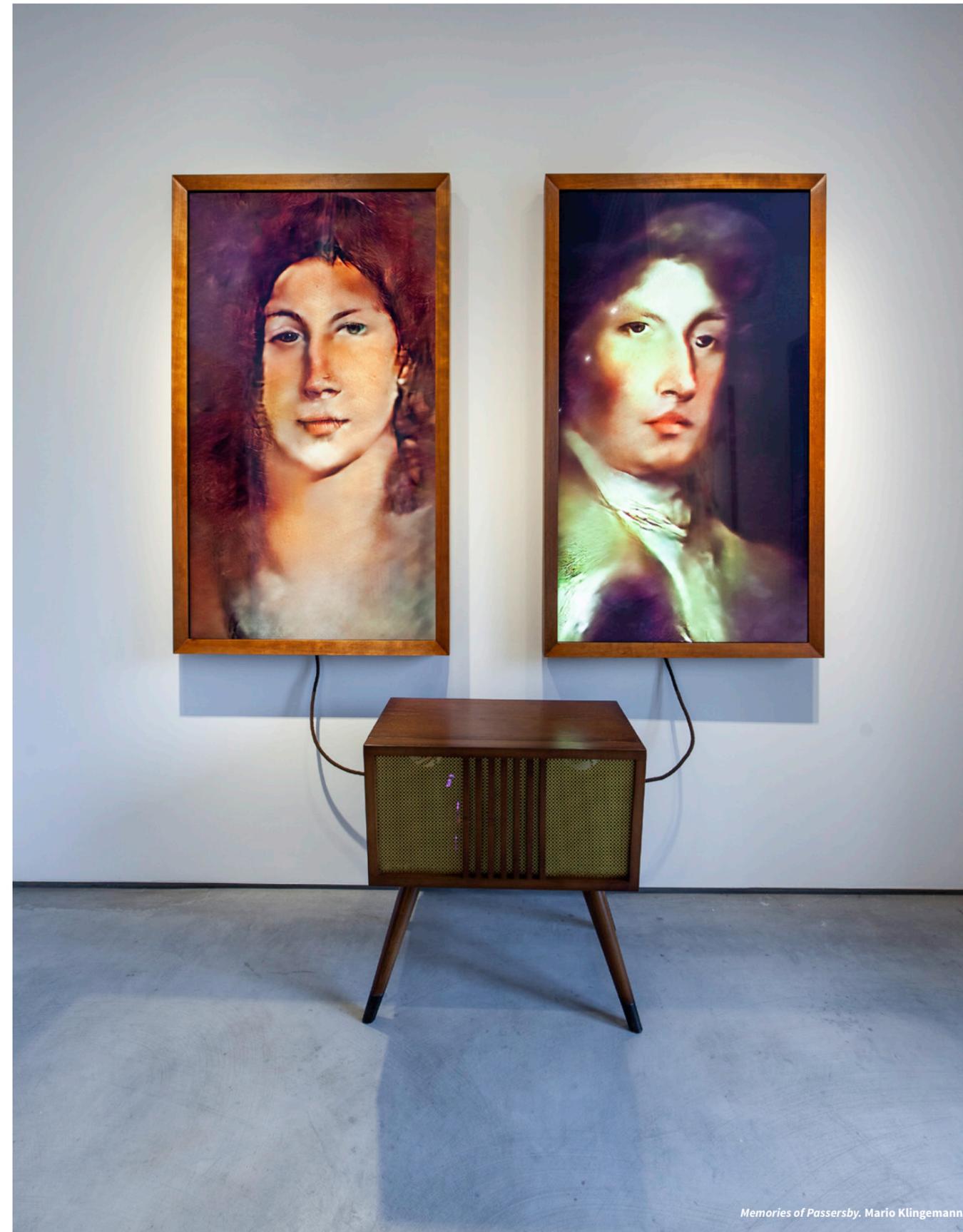
**Ó.H.-** Como coleccionistas, David y Ana tienen la intención no solo de ser custodios de las obras, creen que su responsabilidad es cuidarlas y también mostrarlas. No comparten la idea de coleccionismo en términos de posesión. Un emplazamiento como este en la Puerta de Alcalá —y que se complementará con otro ubicado en la Cuesta de San Vicente—, es parte de ese plan de crear inspiración a través de los recorridos que proponen las exposiciones. Por eso, por ejemplo, la visita es gratuita y guiada previa inscripción en la página web.

En el Espacio SOLO encontramos una parte que funciona a modo de muestra permanente. Luego, y en torno a diferentes relatos, se articulan las exposiciones temporales, lo que permite que la colección rote y esté viva. Así se fomenta un diálogo continuo, que beneficia el crecimiento de los fondos y las relaciones con otras instituciones mediante el intercambio. De cara a los próximos meses, nuevos lugares darán visibilidad al proyecto. Además del nuevo edificio que complementará al actual —de 4000 m<sup>2</sup> en el centro de Madrid, también diseñado por Juan Herreros—, buscan otros sitios con los que poder colaborar. Prueba de ello será la exhibición que comenzará en octubre en Matadero Madrid: una revisión

contemporánea de *El Jardín de las delicias* a través de algunas piezas de la colección.

**R.D.-** La exposición actual, *Still Human*, reúne a más de 40 artistas contemporáneos y casi 100 obras. ¿De dónde surge el hilo discursivo de este montaje?

**R.R.-** Inauguramos *Still Human* semanas antes de que tuviéramos que encerrarnos en casa por la situación covid. El tema de la muestra —cómo nos enfrentamos a lo nuevo— se ha visto condicionada y ha hecho que su sentido crezca en este año. Las creaciones giran en torno a varias vías de exploración, que tratan sobre cómo nos sentimos y qué significa ser humano en un mundo de cambios tecnológicos y sociales. Estos temas los encontramos representados ya en la primera sala con dos trabajos de Mario Klingemann desarrollados con inteligencia artificial, y que presentan un discurso sobre lo que puede surgir al enfrentarnos a algo nuevo: una mezcla de terror y fascinación. Lo vemos en *Appropriate Response*, instalación ante la que el espectador tiene que arrodillarse para que genere una frase única para él y que tiene vínculos con el dadaísmo o la necesidad humana de jugar. *Sphere* o *Back and Forth* de Nik Ramage están relacionadas con el concepto de *homo ludens*. Otras piezas nos recuerdan que lo nuevo no solo está en lo tecnológico, sino también en lo social, en cómo nuestra forma de entender el cuerpo y el género fluyen y se adaptan. En esta línea encontramos *El abrazo* de Lucecita, un abrazo que provoca cercanía al mismo tiempo que produce rechazo y extrañeza. Cuerpo e identidad están representados también en las obras de Evru / Zush. Más



Memories of Passersby. Mario Klingemann



*The Last Supper. Keiichi Tanaami*

adelante, esculturas como la de Izumi Kato indagan en un terreno fluido en el que no sabemos si ese cuerpo escultórico es humano, divino o extraterrestre. En definitiva, *Still Human* es un viaje en el que el visitante se coloca en distintos lugares al encontrar nuevos cuestionamientos nacidos de estos perculares años 20.

Le preguntamos a Rebekah Rhodes sobre los trabajos más relevantes, las joyas de la corona, a lo que nos responde con la vista puesta en alguna de las creaciones seleccionadas para ilustrar este artículo, y que considera importantes para explicar los ejes principales de la colección. Nos habla del peso del arte japonés a raíz de *La última cena* de Keiichi Tanaami, “el abuelo del *pop* japonés”. Del pintor contemporáneo más conocido de la escuela de Leipzig, Neo Rauch y de *Soundsuite*, la escultura de Nick Cave que tan bien representa aquello de “el arte sin apellidos”. Hablándonos de Cassie MacQuarter, defiende los postulados críticos y emergentes.

Programas como el de la colección SOLO ayudan a mirar la escena creativa actual con un prisma diferente al que ofrecen galerías, museos e instituciones. En el seno de esta acción privada fluyen de forma ágil y dinámica las estrategias y las propuestas que permiten tejer redes culturales y dotar a los artistas del soporte que necesitan, lejos del ruido y de la ralentización que sufren las iniciativas con fondos públicos. Este proyecto transversal, de difusión y soporte para el arte contemporáneo, apuesta por un arte multiformato, autónomo y que sucede a tiempo real. Se mueve y está vivo. |



*Appropriate Response . Mario Klingemann*



*Astroborg. Coolrain Lee*

**ELI·Q.** Intuition Robotics  
Robot interactivo emocionalmente inteligente  
para personas mayores.



# YVES BÉHAR

El diseñador que susurra al oído de la tecnología

Nacido en Suiza y afincado en California, Yves Béhar surfea con destreza las ondulaciones del diseño y las olas del Pacífico. Con un enfoque tecnológico y multidisciplinar, su estudio, Fuseproject, es un disparador de ideas y procesos creativos. Hemos hecho un eje Madrid/San Francisco para hablar con él sobre el lado humanista de la tecnología en diálogo con el diseño, ese territorio desde el que Béhar quiere cambiar el mundo.

**Texto:** Gloria Escibano | **Fotos:** Cedidas por Fuseproject



**1. VUE.** Issey Miyake  
Reloj de muñeca que solo muestra la hora actual.

**2. NYC**  
El casco de bicicleta que permite a su propietario personalizar la cubierta exterior. Se separa fácilmente de la carcasa protectora para facilitar el almacenamiento y la limpieza.

**3. Moxie.** Embodied  
Robot que ayuda a los niños a desarrollar habilidades sociales, emocionales y cognitivas a través del aprendizaje diario basado en el juego.

**4. Dreem.** Rythm  
Mide la actividad cerebral mientras dormimos y emite sonidos para mantener la calidad del sueño durante el mayor tiempo posible.



“SER DISEÑADOR SIGNIFICA SABER MANEJAR LAS EMOCIONES, LAS VISIONES, LO QUE TIENES EN MENTE. SE REQUIERE PACIENCIA EN EL PROCESO Y PACIENCIA CON UNO MISMO. ES UN JUEGO DE EQUILIBRIO: ESPERAR, EXIGIR Y APRENDER”. YVES BÉHAR

Aunque la frase pueda sonar a cliché, si hay alguien que brilla con luz esplendorosa en el firmamento del diseño, ese es Yves Béhar. Afincado en San Francisco desde hace 25 años, es el modelo de diseñador-empresario-empresario hecho a sí mismo: un generador de negocios propios y ajenos y, sobre todo, un pensador que apuesta todo al proceso creativo.

Fundador de Fuseproject (1999), desde sus inicios siempre ha buscado un modelo distinto al de los estudios tradicionales: no ha querido ser solo un proveedor, sino asumir la figura de socio de sus clientes, impulsar los proyectos desde dentro, invertir en esfuerzos económicos y humanos. Es decir, funcionar de una forma más comprometida.

Radicalmente multidisciplinar, su trabajo incluye desde componentes sanitarios a mobiliario, pasando por moda, accesorios para el hogar, interiorismo o branding. Pero su papel se acerca más al de un asesor-consultor que al de un creativo. Su mirada 360° incide tanto en el diseño industrial como en la marca, la estrategia, la gráfica, la comunicación y la experiencia de usuario. “Dedico pasión y tiempo a hacer que las compañías funcionen, no solo entregando una propuesta para que luego alguien la lleve a cabo, sino también resolviendo el dónde y el cómo de su mercado, qué tecnologías deben adquirir... Ayudo a construir un negocio partiendo del diseño y creo que he contribuido a cambiar la manera de pensar de muchas empresas”, señala al otro lado de la pantalla vía Zoom. Sin duda, al defender esta disciplina como motor de un negocio —no solo como un complemento es-

tético—, ha hecho suya la frase *Good design is good business* (Buen diseño es buen negocio), acuñada por Thomas J Watson Jr., presidente y CEO de IBM.

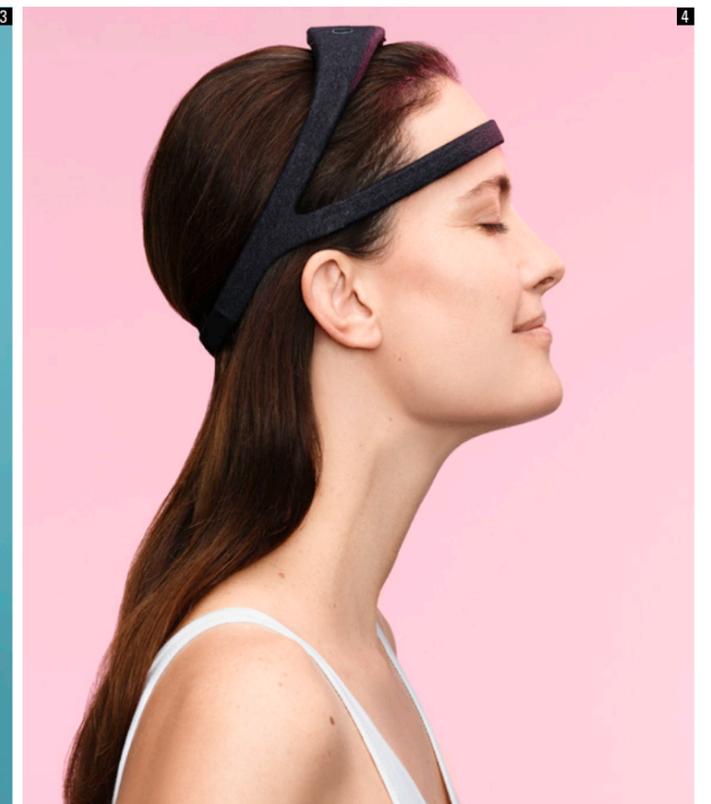
Pero su otro prevalente signo de identidad es diseñar incursionando en una tecnología humanística y poética a través de lo que él llama “la interfaz invisible”. “Mi idea es que la tecnología desaparezca, para que no interrumpa ni distraiga. Que sea discreta y responda a nuestras necesidades sin afectar a nuestras interacciones sociales ni físicas, empujarla a un segundo plano”.

**ROOM Diseño.-** ¿Qué aporta el diseño a la tecnología y viceversa?

**Yves Béhar.-** El diseño siempre suma, pero más que añadir a la tecnología, lo que hace es quitar, simplificar, enfocar su uso para hacerla más accesible. He crecido como diseñador en San Francisco, cerca de Silicon Valley, y eso me influye y me hace verla como una herramienta, como un medio para eliminar fricciones y conseguir información útil. Yo la incorporo en mi trabajo, pero es un material más, como el textil.

**R.D.-** Hablando de Silicon Valley, ¿qué hace un chico suizo como usted en un lugar como California?

**Y.B.-** Cuando vine hace más de 25 años, el centro del diseño era Europa: Milán y Londres. El diseño no estaba en el corazón del negocio americano. Pero en los años 90 se empezó a entender su papel como una estrategia para que las empresas pudieran diferenciarse y proveer un buen servicio: apoyar cambios, aportar nuevas ideas y la posibilidad de colaboración entre creativos, tecnólogos y científicos. Esto me abrió los ojos. Fue una revelación,



porque antes veía el diseño —desde mi ADN europeo— como un panorama cerrado: muebles, objetos, accesorios... Sin embargo, San Francisco me transformó. Por otro lado, vivir en una ciudad vibrante, que tiene la grandeza del paisaje y la amplitud del océano, me ha estimulado y me ha permitido crecer como una persona que aprecia la naturaleza.

**R.D.-** ¿Hay una actitud diferente entre firmas europeas y americanas?

**Y.B.-** Creo que en Europa los diseñadores tienen buena reputación. Son celebrados, suelen ser vistos como maestros o artistas con un estudio y un estilo específico. En Estados Unidos se los ve más bien como socios que ayudan a la difusión de la marca. Para mí, un diseñador ha de ser una parte crítica e importante de cualquier negocio o industria, sea grande o pequeña. No siempre queda claro que el diseño es el lazo de unión entre los ingenieros, los fabricantes, la compañía y la comunicación. Tenemos la habilidad de cubrir todo el espectro que se necesita para posicionar una firma. Hemos de ser incorporados al organigrama y ser copartícipes de las iniciativas. En Europa lo entienden muy bien, pero creo que no terminan de aplicarlo.

**R.D.-** El diseñador como facilitador, ¿no?

**Y.B.-** Sí, sobre todo en esta etapa de cambios que estamos viviendo. Tienes que repensar el servicio que das, los productos, la logística, la fabricación. Nos encaminamos a

una manera más sostenible de vivir y de consumir, de entender la relación con el medioambiente. Un negocio debe tener al diseñador en el centro de su corazón, tal como lo están el jefe de finanzas o el CEO. Debe haber un *chief design officer* para la transformación de las compañías. Nuestro papel es unir a la gente alrededor de una idea y que se enamoren de ella, no necesariamente de un diseño. Para mí eso es lo más importante. Porque es más fácil trabajar un concepto que forzar una estética.

**R.D.-** Y todo esto lo cuenta en su libro *Designing Ideas* (Thames and Hudson)

**Y.B.-** Exactamente. En él pongo el foco en el diseño como viaje. El proceso de un proyecto es una lección de humildad, una curva de aprendizaje con altos y bajos. Necesitas crecer dentro del proyecto y quería que el libro fuera el reflejo de ello, no una serie de imágenes bonitas con una pátina de *marketing* y soluciones perfectas. He preferido que hablara sobre esta aventura: mostrar que el diseño es una búsqueda, un viaje emocionante con otra gente, un camino de riesgos, de descubrimientos, de decepción y de grandes momentos. Mirando hacia atrás, creo que en Fuseproject hemos hecho algo bastante único: participar en compañías, hacer participar a otros, formar sociedades con *startups*. Hemos sabido combinar la creación de empresas mixtas con en-

cargos que responden a un *brief*. Pero también he sido cofundador de cuatro o cinco firmas, además de socio creativo y de diseño en August Smart Lock, Form Life o Canopy Space. La figura del *design partner* define a Fuseproject.

**R.D.-** ¿Esa gran motivación personal lo lleva a pensar que puede diseñarlo todo?

**Y.B.-** En Suiza uno de mis relatos favoritos era el de *Pippi Calzaslargas*, de la sueca Astrid Lindgren. Su protagonista era una rebelde que rompía roles y que decía: “Nunca he hecho eso, pero creo que puedo ser capaz de hacerlo y hacerlo bien”. En Fuseproject somos un poco como *hackers*; vemos las cosas, encontramos oportunidades y asumimos la ejecución de una idea de manera diferente, técnicamente hablando. Siento que el diseño sobrepasa escalas, tipos y funciones, y no hay ninguna razón por la que no pueda intervenir en sanidad, en mobiliario, en necesidades medioambientales, en *branding*... Todos los profesionales que admiro son multidisciplinares: Charles y Ray Eames, George Nelson, Achille Castiglioni... Todos han ampliado su horizonte y han forzado la definición de diseñador.

“DEDICO PASIÓN Y TIEMPO A HACER QUE LAS EMPRESAS FUNCIONEN, NO SOLO ENTREGANDO UN DISEÑO, SINO TAMBIÉN RESOLVIENDO EL DÓNDE Y EL CÓMO DE SU MERCADO. AYUDO A CONSTRUIR UN NEGOCIO PARTIENDO DEL DISEÑO” YVES BÉHAR

Yves Béhar respira confianza en sí mismo y en su equipo. El impulso de Pippi lo anima a llegar a propuestas excelentes en esa *misión* de ir todos juntos con un mismo objetivo. Para este suizocaliforniano son muchos los elementos que confluyen: el deseo

del consumidor, la industria que responde, el apoyo de los gobiernos para llevar a buen fin las iniciativas y marcar la diferencia. “Ir todos en la misma dirección ayuda a tomar la decisión correcta”, insiste. “Nuestro trabajo es hacer preguntas, cuestionar, investigar y tener una conexión profunda con el mundo para lograr un diseño favorable. Tienes que creer bien desde tus adentros que llegarás, y aquí la humildad es una clave”.

**R.D.-** Y evidentemente ha habido un antes y un después de Herman Miller.

**Y.B.-** Herman Miller ha sido una aventura increíble. Ha sido la única empresa a la que yo he llamado para colaborar. Normalmente espero que otros contacten conmigo, pero a ellos les dije “debemos conocernos”. Lo primero que hicimos fue una categoría totalmente nueva para ellos. No tenían mucha experiencia en iluminación y la *Leaf Lamp* fue el primer artefacto en led producido por una *major* fabricante de muebles. Innovamos muchísimo con el led, con las luces de contacto, ofreciendo opciones de gradación de cálido a frío. A partir de ahí quisimos afrontar un proyecto troncal, emblemático —esto también lo cuento en el libro—, que fue la silla *Sayl*. Debía ser económica y tener un diseño que realmente reflejara la ética de Herman Miller: ergonomía, buena calidad y durabilidad. Aprendi-

**SAYL.** Herman Miller  
Silla de trabajo liviana, ergonómica y tecnológicamente avanzada.



mos a realizarla de una forma no tradicional, sin muchas capas de espuma y tela. El sueño era tener un textil singular, simple, que proporcionara todo el confort y movimiento necesario para una silla. ¡Construimos 70 prototipos! El proceso fue un recorrido que nos llevó al éxito.

**R.D.-** Con toda esta experiencia, ¿qué cree que es necesario para los próximos tiempos?

**Y.B.-** Hay dos áreas en las que veremos una gran transformación. Una está ligada a los temas de sanidad y bienestar mental y físico: trabajar para gente mayor, para enfermos con condiciones médicas complejas, con enfermedades mentales... La otra es la sostenibilidad. Diseñar para el medioambiente requiere que pensemos de manera diferente en nuestro consumo y en cómo cambiar los procesos de fabricación.

Fuseproject ya ha generado diversos productos inteligentes que pueden mejorar nuestra vida diaria. *Dreem*, por ejemplo, es una diadema con un dispositivo que ayuda a dormir mejor monitorizando la función cerebral durante el sueño profundo y sincronizándola con estímulos sonoros. El robot *ElliQ*, realizado con la Intuition Robotics, es casi un delicado objeto de mesa que facilita que los mayores se mantengan conectados con el mundo y con la tecnología. *Moxie*, por su parte, es un robot de acompañamiento para niños, expresivo y reactivo, que colabora en sus habilidades sociales y necesidades de desarrollo, sobre

**1. Form 1.** JimmyJane  
Vibrador recargable e impermeable.

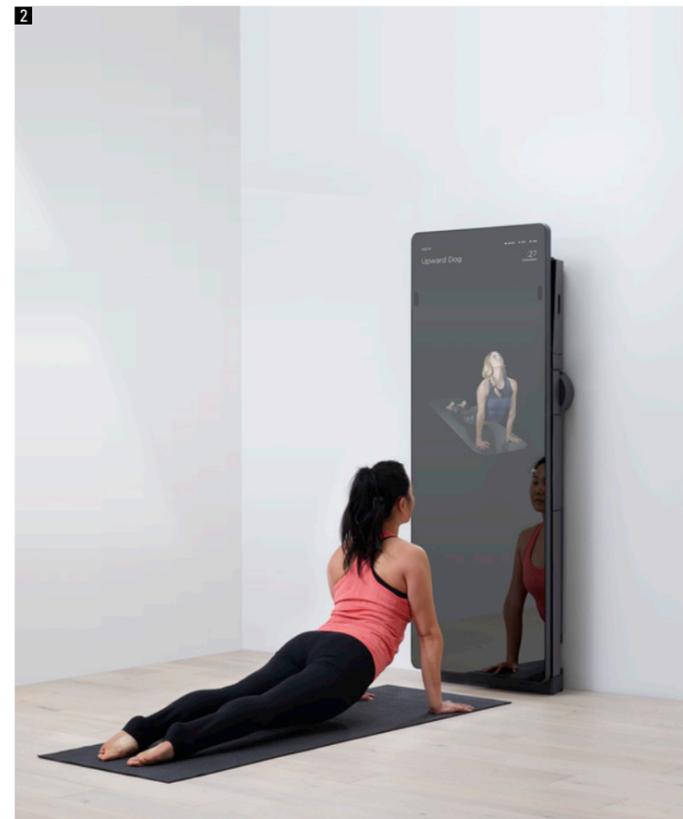
**2. Forme Life**  
Entrenador personal con pantalla táctil de alta resolución. Ofrece una experiencia de gimnasio inmersiva en casa con programas de bienestar físico y mental.

**3. Snoo.** JimmyJane  
Cuna que detecta el llanto del bebé y reacciona con balanceos y sonidos relajantes. Forma parte de las colecciones del Victoria and Albert Museum y del Cooper Hewitt Smithsonian.



**4. Colección C.** HBF  
Colección de mobiliario centrado en la ergonomía y las líneas limpias con una combinación de piezas de salón, recepción y zona de estar privada.

**5. Amplify.** Swarovski  
El objetivo de esta lámpara es poner el efecto de cristal Swarovski en manos de más personas a través de una construcción simple, económica y un material sostenible.



todo en casos de autismo. Béhar también ha ejercitado en numerosas ocasiones su pensamiento eco, como en las gafas de sol hechas con basura recogida de los océanos que pueden desmontarse fácilmente y reciclarse de nuevo. Más reciente y en fase de perfeccionamiento está *Proteus*, una estación submarina de 4000 m<sup>2</sup> para el oceanógrafo Fabien Cousteau y su Centro de Aprendizaje Oceánico. Pero el artesano, el tecnólogo y el hombre comprometido con el medioambiente que hay en Béhar también tiene su contraparte social. El *XO Laptop* fue la pieza central del programa *One Laptop Per Child* (Un portátil por niño), impulsado por Nicholas Negroponte en el Media Lab del MIT: una iniciativa para llevar la tecnología educativa a los niños del mundo en desarrollo. Se le llamó *El portátil de los 100 dólares*. En 2018 comenzó a cooperar con la organización sin ánimo de lucro New Story para crear la primera comunidad de viviendas impresas en 3D, destinadas a familias de extrema pobreza en México.

**R.D.-** ¿El diseño debe ser visionario?

**Y.B.-** El diseñador necesita mirar hacia adelante, ver lo que hay alrededor, en los márgenes, y anticiparse. A veces un proyecto tarda cinco años en salir al mundo, y eso significa que, si trabajas para hoy, será obsoleto pronto. Por eso hay que pensar en las necesidades del futuro. Para adelantarte necesitas entender el presente y el pasado. El diseño es el elemento que hace esa conexión. |



**1. Proteus**

Aún en fase de perfeccionamiento, esta estación de investigación submarina de 4000 m<sup>2</sup> ha sido diseñada para el oceanógrafo Fabien Cousteau y su Centro de Aprendizaje Oceánico. Allí los científicos podrán trabajar durante largos períodos de tiempo.

**2. Public.** Herman Miller

*Public* transforma la oficina en lugares de colaboración. Las superficies, el almacenamiento y los asientos visualmente uniformes y modulares se pueden configurar en una amplia gama de opciones que fomentan las transiciones fluidas entre el trabajo colaborativo y el trabajo enfocado.

**3. Leaf Lamp.** Herman Miller

Su tecnología de lentes expresivas y controles táctiles permiten ajustar el brillo y la temperatura del color.

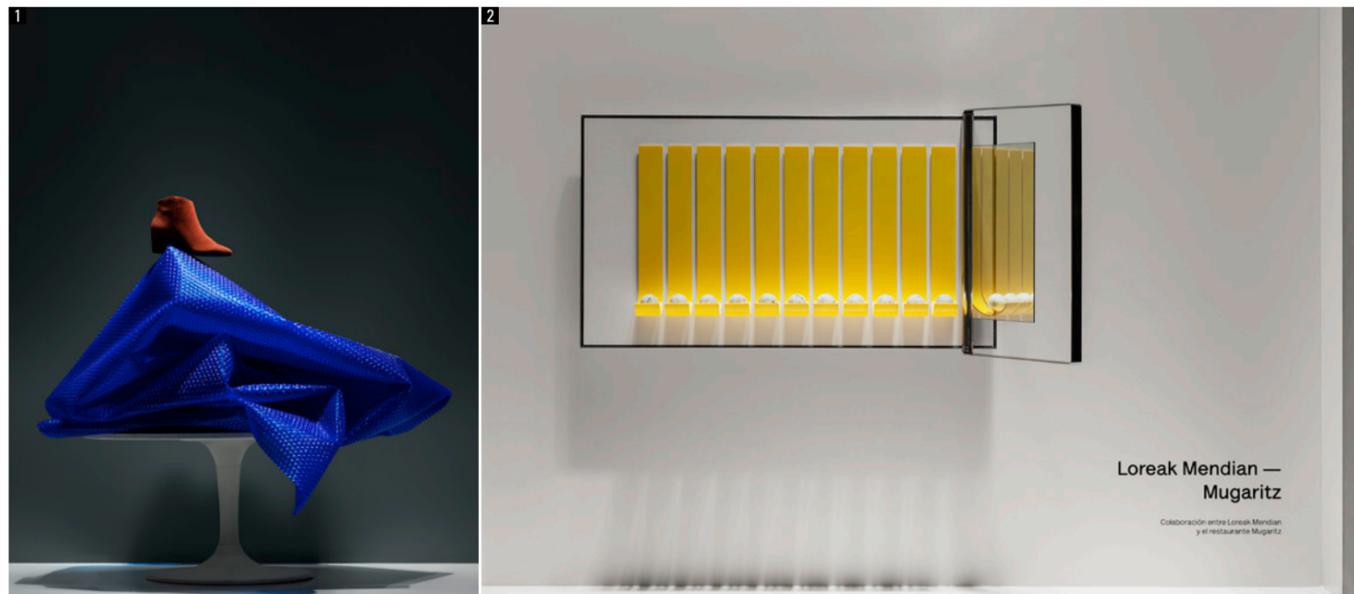
Eusko Label BCN



## Esto no es un escaparate

Los escaparates de Ion Ander Beloki, fundador de JA! Studio, bien podrían confundirse con piezas de museo. El tratamiento de la luz, los materiales y la composición del diseño hacen que el objeto expuesto adquiera un valor sobresaliente cuando el diseñador vasco juega con estos ingredientes. Él mismo nos cuenta los detalles.

**Texto:** Paula Amaro | **Fotos:** Ceditas por JA! Studio



- 1. *Basque Marine Heritage*
- 2. *Mugaritz*
- 3. *Ura-Landscape*

Ion Ander Beloki (Tolosa, 1970) asegura haberse encontrado por primera vez con el mundo del escaparatismo cuando encontró un artículo sobre el tema. Consideró que sería una profesión con futuro y, en los noventa, marchó desde Guipúzcoa a Barcelona para estudiar esta disciplina junto con diseño gráfico. A día de hoy vive en Londres, aunque su trabajo le exige estar continuamente en movimiento. Con un estilo preciso, y bajo el nombre de JA! Studio, sella unos espacios llenos de personalidad y dinamismo, configurando unas composiciones que podríamos descubrir con facilidad en una galería de arte.

### Espacio y peatón

No podemos dudar del poder del escaparate. Encontrarnos delante de un cristal y atender a la imagen que nos muestra genera en nosotros varias sensaciones. En algunos casos inspira, en otros ayuda a conectar con la marca y, otras veces, es el detonante que invita a entrar a la tienda. Cada firma tiene su público y, por tanto, su estilo particular. Hay que ser habilidoso para acertar con el consumidor adecuado y JA! Studio es buen ejemplo de ello. Reebok, Loreak Mendian o Ecoalf son algunas de las empresas que se han beneficiado del ingenio y la práctica alternativa del guipuzcoano.

**ROOM Diseño.** - ¿Cualquier prenda o accesorio puede “lucir bonito” si está impulsado por un escenario atractivo?

**Ion Ander Beloki.** - Por supuesto. Todos los productos se perciben más atractivos cuando se presentan en escenarios bien entendidos y, sobre todo, bien iluminados. Cuanto mayor sea la calidad de un artículo, menor será la intervención.

“MUCHOS DE MIS ESCAPARATES SON EJERCICIOS DE COMPOSICIÓN A TIEMPO REAL QUE BUSCAN LA TENSIÓN, EL EQUILIBRIO Y LA PERFECCIÓN DEL ACABADO, TRABAJANDO DE NOCHE Y SIN LÍMITE HORARIO”. ION ANDER BELOKI





1. *Haritu*  
2. *Bomb*  
3. *Fashionista*

**R.D.-** ¿Alguna vez te has parado a ver o a escuchar la interacción entre el peatón y un escaparate? ¿Qué sensaciones buscas suscitar?

**I.A.B.-** Las personas que se paran frente a uno reaccionan de manera espontánea con todo tipo de comentarios, lo cual es positivo. Un escaparate, ante todo, debe provocar y no pasar desapercibido.

**R.D.-** En *Ura-Landscape*, vemos cómo tu trabajo invade parte de la tienda, rompiendo con la usual barrera que la aísla del público. ¿Qué te parece que el usuario pueda modificar parte de la creación?

**I.A.B.-** En este caso, la zona de entrada es un área polivalente que permite diferentes programaciones durante la temporada. En *Ura-Landscape*, la relación con el cliente es meramente visual debido a que la instalación es muy precisa.

**R.D.-** ¿De qué tamaño es el espacio más pequeño que has intervenido? ¿Y el más grande? ¿En cuál de ellos te sientes más cómodo diseñando?

**I.A.B.-** Me siento cómodo en cualquier tipo de formato. El más pequeño fue posiblemente la vitrina-nicho de una joyería. El más grande, una nave industrial para la presentación oficial de la marca Ecoalf en Madrid.

### Escultura, minimalismo y Loreak Mendian

La compañía de ropa vasca Loreak Mendian —en euskera “Flores en la montaña”— cuenta con una trayectoria de más de 25 años. Sus piezas, así como cada rama de su comunicación, están impregnadas por un diseño minimalista, honesto y sostenible. A día de hoy, la firma traslada

desde España y Francia su estilo atemporal y funcional a todo el mundo. Tras la apertura del primer local en Donostia, Ion Ander forma parte de la empresa. Desde ese momento, es el autor de los escaparates de San Sebastián, Bilbao, Madrid y París.

**R.D.-** En propuestas como *Haritu* existe un minimalismo muy arriesgado. En otras, como *Fishing for Compliments*, hay más ruido, ¿dónde está el límite?

**I.A.B.-** No hay límites. Cada una está sujeta a un *brief* y los elementos varían en función de la idea y el lugar. Generalmente construyo escenas con pocos componentes, y en muchas ocasiones el producto no aparece: son escaparates de imagen que comunican identidad de marca.

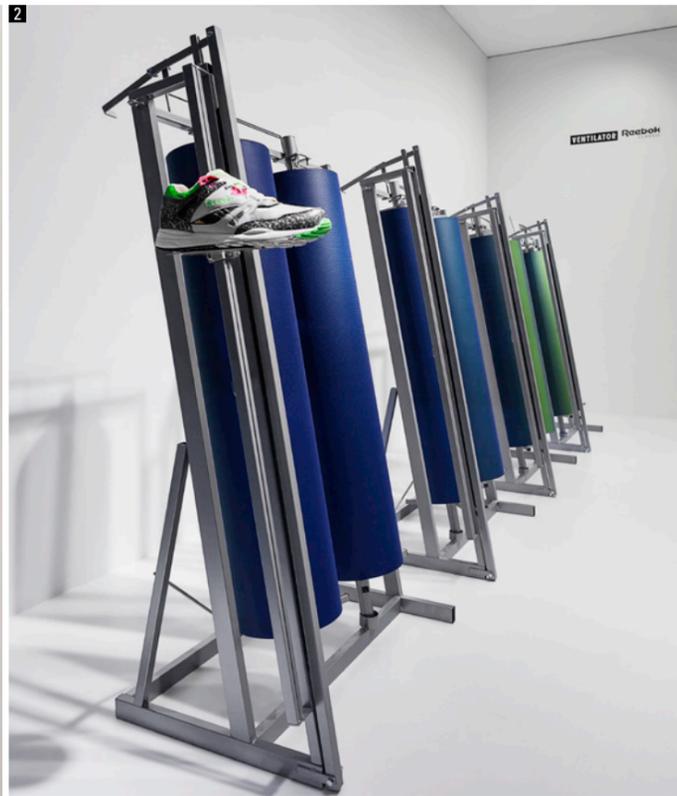
**R.D.-** ¿Qué es lo que menos te gusta de un escaparate convencional?

**I.A.B.-** No tengo problemas con los que podamos considerar convencionales o tradicionales. Todo lo contrario, a veces encuentro detalles interesantes que extrapolo y utilizo en mis instalaciones.

**R.D.-** Algunas de tus creaciones pueden recordar al estilo de Studio Animal o a escaparates de Loewe o Camper. ¿Qué referentes te motivan?

**I.A.B.-** La tienda Oki-ni en Londres junto al trabajo de artistas contemporáneos como Jannis Kounellis han tenido una gran influencia en mi imaginario y en mi forma de entender los espacios. A estos referentes se suman fragmentos cotidianos del día a día, que descontextualizo y trato de plasmar de manera conceptual en mis propuestas.





**Ion Ander Beloki y JA! Studio**

Este director de arte tiene muy presente el diseño y la arquitectura vasca, y bebe de grandes referentes como Oteiza para llevar a cabo su labor. La repetición de elementos, así como el juego con la unidad, son los patrones habituales a los que recurre Beloki para representar estructura, individuo y sociedad. Un juego muy rico de formas y texturas donde los materiales desempeñan un papel decisivo (en muchos casos, el punto de partida) junto con el espacio y la luz.

**R.D.-** Háblanos de tu proceso de trabajo. ¿Cómo evoluciona una idea desde que comienza a gestarse en el papel hasta que la vemos finalmente en la tienda?

**I.A.B.-** Muchos de los escaparates, sobre todo los de mi primera etapa, son ejercicios de composición a tiempo real que buscan la tensión, el equilibrio y la perfección del acabado, trabajando de noche y sin límite horario. Este método me ha ayudado a ejercitar mi pensamiento y a afianzar un estilo a lo largo del tiempo. Mis últimas instalaciones, en cambio, tienen otra escala, por lo tanto, requieren la colaboración de un equipo de diseño y producción, en donde la idea se presenta en un anteproyecto que se mantiene hasta su ejecución final.

**R.D.-** Si comparas al Ion Ander de hoy con el que empezó tras terminar sus estudios en Barcelona, ¿cómo ha construido su estilo?

**I.A.B.-** He construido mi estilo mediante la práctica de prueba y error. Desde mis inicios procuré sacarle partido a mi falta de experiencia, lo cual me ha llevado por caminos diferenciadores a la hora de resolver un

“EL TRABAJO DE ARTISTAS CONTEMPORÁNEOS COMO JANNIS KOUNELLIS HA TENIDO UNA GRAN INFLUENCIA EN MI IMAGINARIO. A ESTOS REFERENTES SE SUMAN FRAGMENTOS COTIDIANOS DEL DÍA A DÍA, QUE PLASMO DE MANERA CONCEPTUAL EN MIS PROPUESTAS”. ION ANDER BELOKI

- 1. Bauhaus
- 2. Reebok
- 3. K



1. *Whale*  
2. *Hand Glider*  
3. *Ura*

proyecto. Por otro lado, el hecho de haber vivido en ciudades como Londres y viajar por todo el mundo me ha servido para aprender mucho y estar constantemente actualizado.

### Pasado, presente y mundo digital

El mundo digital y la tecnología son los grandes protagonistas de la actualidad y, sin duda, hay que estar preparados y en alerta para adaptarse a nuevos territorios. Muchas profesiones están naciendo y algunas empiezan a quedar caducas. En este contexto y con el impacto de la pandemia, las tiendas físicas reciben cada vez menos visitas, y esto supone un cambio de paradigma en el modelo comercial.

**R.D.-** La compra *online* tiene cada vez más peso. Es un proceso que se ha visto acelerado por la crisis sanitaria y que ha favorecido que acudir a los puntos de venta sea un ejercicio menos frecuente. ¿Podría poner esto en peligro el futuro del escaparate?

**I.A.B.-** Tienda y escaparate funcionan como un único ambiente flexible y polivalente que permite combinar propuestas comerciales e in-

tervenciones de imagen a lo largo de la temporada. Sin embargo, el escaparate como tal tiene sus días contados. Sus traseras tienden a desaparecer para dar lugar a una apariencia más abierta de la marca en sus establecimientos.

**R.D.-** ¿Crees que de alguna manera podríamos adecuar el escaparatismo a lo digital o esta disciplina pertenece únicamente al entorno físico?

**I.A.B.-** En mi opinión, el formato digital en este ámbito es otra cosa; resulta frío, monótono y aburrido. El formato conecta con la sensorialidad de las personas de un modo real y tangible.

Composiciones como las que hace Ion Ander mantienen vivo el espíritu de las tiendas por mucho que lo presencial empiece a tambalearse. Es posible que las compras *online* avancen hasta el punto de que disciplinas como el escaparatismo quieran incluirse en la experiencia digital. Durante el confinamiento, Loewe fue capaz de llevar desfiles a las casas, ¿por qué no podríamos disfrutar del escaparate en otra dimensión? En ese caso, ¿lo seguiríamos llamando así? ¿Podrían los escaparatistas aclimatarse a nuevos escenarios? |



Selvika National Tourist Route. 2012

# REIULF RAMSTAD

## MATERIALIZAR LO INTANGIBLE

Los proyectos de Reiulf Ramstad se cimentan en la curiosidad y la voluntad de hacer algo nuevo. Con una actitud serena y sensible —siempre atenta a la singularidad de cada lugar—, este arquitecto noruego busca intensificar la experiencia física y emocional de sus trabajos. Hemos hablado con él en un interesante intercambio de llamadas y de emails sobre su forma de entender la arquitectura.

**Texto:** Alicia Guerrero Yeste y Fredy Massad | **Fotos:** Ceditas por Reiulf Ramstad Arkitekter



Troll Wall Restaurant and Visitor Centre. 2011

La influencia del arte sobre la arquitectura no es nada nuevo, nos cuenta Reiulf Ramstad. “Lleva con nosotros desde el Renacimiento, y el trabajo en nuestro estudio no es una excepción. Una de mis referencias constantes han sido las grandes obras de El Bosco. En primer lugar, por su absoluta osadía: fueron hechas en un tiempo en el que Europa estaba gobernada por un estricto conservadurismo social y el arte solo podía expresar la devoción por Dios o la gloria de la guerra. Y ahí estaba él, representando con un detalle vivo e intenso todo el espectro de emociones de la condición humana. En ese rico tapiz del Purgatorio —culminación absoluta de la fantasía y la imaginación medieval—, todo se muestra en su desnudez: del amor a la angustia, de la serenidad a la abyección”.

El concepto de arquitectura de Reiulf Ramstad —y del estudio que lleva su nombre— se encuentra sintetizado en una escena pintada por El Bosco: un hombre y una mujer desnudos en el interior de una burbuja. Es posible llevar esa imagen de envoltorio protector —de materialidad ultradelicada, donde el individuo se halla en su estado más primigenio— al porfolio de este arquitecto noruego, en cuyas reflexiones vibra una profunda sensibilidad y una comprensión del complejo funcionamiento de la conciencia.

Pero su sentido de la construcción va más allá del arte. “A mi entender, la arquitectura está animada por asociaciones libres. Además de las que me ofrecen obras de otros proyectistas que admiro, yo combino todo tipo de referencias. Como ya he dicho, me fascinan en igual medida, y quizá incluso más, las artísticas. De la escultura a la pintura, pasando por la música o la palabra escrita. También encuentro mucho gozo en la naturaleza; el mundo está lleno de una variedad tan infinita de ma-

ravillas y elementos fascinantes, que no veo motivo para constreñirme únicamente a lo producido por el hombre”.

**ROOM Diseño.** - Tu hogar y tu estudio se encuentran dentro de un mismo edificio. “Me gusta trabajar en espacios a los que pertenezco”, dices. Es una afirmación con la que reivindicas que personas y entornos establezcan vínculos intensos y profundos.

**Reiulf Ramstad.** - Gran parte de la tarea del arquitecto tiene que ver, lógicamente, con cuestiones prácticas relativas a la construcción: que se sostenga, que proteja de las inclemencias del tiempo, que cumpla con multitud de estándares legales y de otros tipos. Y así es como debe ser. No obstante, nuestra responsabilidad es desafiar y tensar los límites de lo posible, tanto para el espacio arquitectónico como para la mentalidad de quienes lo habitan. En este proceso, creo que debería permitirnos intensificar la sensibilidad humana y el arte. Estoy convencido de que el diseño puede ejercer una influencia determinante sobre el bienestar de una persona.

**R.D.** - Hay una fuerte cualidad escultórica en propuestas *land-art* como Chemin des Carrières, la Ruta Nacional Turística Selvika o Fur Diatoms. ¿Son un reflejo de ese marcado interés por el arte?

**R.R.** - Muchos de mis primeros encargos trataban directamente con el entorno, algo que sigo haciendo con frecuencia. Mi fascinación con el paisaje es múltiple: intelectual, emocional y física. En estos proyectos, la arquitectura aspira a despertar los sentidos del visitante, singularizar y magnificar la sensación de transitar un lugar especial. Por eso, una preocupación fundamental es ralentizar el paseo, crear caminos y, a la vez, entender nuestra disciplina como un medio para reenfoque esta experiencia, generando una aproximación contenida, mesurada, que intensifique la percepción.



Micro Cluster Cabins. 2014

“NUESTRA RESPONSABILIDAD COMO ARQUITECTOS ES DESAFIAR Y TENSAR LOS LÍMITES DE LO POSIBLE, TANTO PARA EL ESPACIO ARQUITECTÓNICO COMO PARA LA MENTALIDAD DE QUIENES LO HABITAN”. REIULF RAMSTAD



**R.D.-** Has desarrollado una gran variedad de proyectos residenciales: viviendas, cabañas, bloques de apartamentos... ¿Cuáles son los conceptos que exploras en cada uno de ellos y qué relación mantienen con el entorno?

**R.R.-** La arquitectura debe estar conectada al lugar en el cual se asienta. Al fin y al cabo, somos seres que están habitando un ecosistema mayor, y la arquitectura ha de acoger muchas de las emociones y estados mentales que una persona experimenta. Por ejemplo, una casa puede albergar un repertorio completo de sensaciones, sobre todo si lo ponemos en relación con un ciclo natural: espacios para comer que se abran al sol del atardecer, una sala de estar que pueda cerrarse y darnos abrigo en una cruda noche de invierno, una terraza en la cubierta que atrape el calor estival o una cocina que conecte con un jardín donde podamos hacer crecer, oler y saborear la abundancia de la naturaleza. La idea de proximidad entre esta y la arquitectura no tiene que ver únicamente con la sostenibilidad, también con la de la calidad.

### El encuentro con lo imprevisto

Las propuestas de Reiulf Ramstad se caracterizan por una intensa claridad formal potenciada por las cualidades estéticas del material con que el arquitecto las construye. Y, aun con un evidente halo contemporáneo, las imbuye de una cierta atemporalidad. Su materialidad —unas ocasiones rotunda y otras casi leve— siempre está marcada por la búsqueda de una concordia entre edificación y naturaleza. La discreción de la belleza se impone siempre en cualquiera de las escalas de sus proyectos, apelando a los sentidos y también al intelecto. Hay un rasgo intrigante que brota de esa precisa conjugación

de forma y materia, confirmando que el encuentro con lo nuevo —o lo imprevisto— es posible sin recurrir al estruendo.

**R.D.-** Te doctoraste en el Istituto Universitario di Architettura de Venecia en 1991. ¿Cómo ha influido sobre un arquitecto escandinavo la formación y el aprendizaje vital en una ciudad del sur de Europa?

**R.R.-** Crecí en Oslo y luego viví y estudié en Venecia durante casi una década. Estos dos enclaves tan diferentes me han formado, y diría que han generado una capacidad de atención que estimula mi trabajo. Venecia es una de las urbes más densas y clásicas que uno pueda imaginarse. Su paisaje urbano es también acuático. Algunas de sus calles son tan estrechas que apenas hay sitio para que dos personas caminen de la mano. No queda terreno sin urbanizar: prácticamente estás rodeado por ese laberinto arquitectónico hasta que sube la marea. Entonces, el panorama circundante invade ese laberinto compacto con una fuerza silenciosa que cambia la ciudad entera. Quizá suene intrascendente, pero esta metamorfosis provocada por el mar fue absolutamente transformadora para mí.

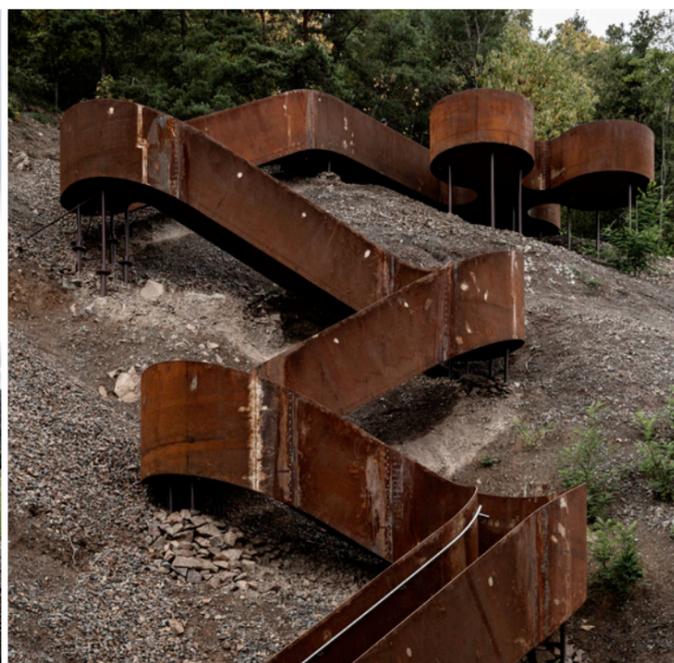
**R.D.-** Diría que algo de esto puede identificarse en una de tus obras más interesantes, Chemin des Carrières. En ella, haces que la arquitectura se ponga al servicio de la materialización de la memoria —esa sustancia invisible— no solo para conservar la identidad de un lugar, sino para reinfundirle nueva vida a través de una narrativa que vincula pasado y presente.

**R.R.-** El entorno del proyecto contenía muchas características en forma de espacios físicos, así como marcos culturales que queríamos introducir en la propuesta. Chemin des Carrières convierte una antigua línea



Split View Mountain Lodge. 2013

Chemin des Carrières. 2019



Trollstigen National Tourist Route. 2012



Norwegian Mountaineering Center. 2016



House of Grain. 2020

“EN MIS PROYECTOS DE PAISAJISMO, LA ARQUITECTURA ASPIRA A DESPERTAR LOS SENTIDOS DEL VISITANTE. A SINGULARIZAR Y MAGNIFICAR LA EXPERIENCIA DE TRANSITAR UN LUGAR ESPECIAL.

REIULF RAMSTAD

ferroviaria situada entre los pueblos de Rosheim y Saint-Nabor en un camino para peatones y bicicletas que se dibuja como una ruta ondulante en Alsacia (Francia). Queríamos destacar unas zonas, haciendo que las instalaciones que situábamos acentuaran algo singular de cada pueblo. Homenajear a la vía ferroviaria y a la historia de la región. Las vías se han conservado e incorporado dentro de esa ruta como pabellones de acero, miradores e instalaciones; de esa manera, se redescubren paisajes olvidados y el de todos los días es visto con nuevos ojos.

**R.D.-** Hoy muchos arquitectos hablan de responsabilidad, sostenibilidad, cambios radicales de paradigma... ¿Crees que se ha entendido verdaderamente la necesidad de revisar las bases ideológicas de la arquitectura?

**R.R.-** A través de mi trabajo formulo preguntas sobre cómo responder a diferentes retos a escala global y local. En estos momentos de desafío y controversia, donde abundan las visiones distópicas respecto a la capacidad de la Tierra para sostener a futuras generaciones, es importante que forjemos nuevos caminos. Hoy no hay mayor desafío que el de tratar de revitalizar el planeta y hacerlo sostenible. La producción, la industria y la construcción contemporánea dan la impresión, en este momento, de no tener amplitud de miras y, en ocasiones, tampoco la menor sensibilidad. En la arquitectura actual se ha desarrollado notablemente la atención al ecosistema como un parámetro fundamental, pero creo que aún sigue infravalorándose mucho.

Pilestredet 77-79. 2020



Knarvik Community Church. 2014

# ROOM

DISEÑO+ARQUITECTURA+CREACIÓN CONTEMPORÁNEA

Revista de diseño para lectores inquietos

## Suscríbete

y recibirás 4 números por 24 €

Gastos de envío incluidos (España).

Además te enviaremos todos los números antiguos en PDF

Entra en [www.room-digital.com/revista](http://www.room-digital.com/revista)



Síguenos en las redes:



room.digital



room\_diseño



roomdesignmag



Roomdesignmag

Banco LAND. Paolo Ulian & Moreno Ratti

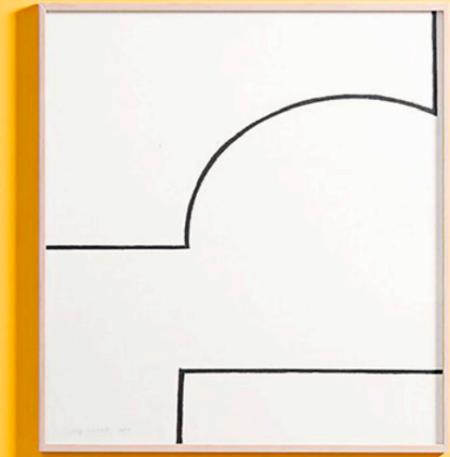
Foto: ©Enrico Amici



Los datos recogidos serán tratados automáticamente y se destinan al envío de su pedido. Bajo los términos de la Ley, puede ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición. Los derechos precitados podrán hacerse efectivos ante ROOM DISEÑO C/ Ballesta 30 1º izq, 28004 Madrid o enviando un correo electrónico a [suscripcion@room-digital.com](mailto:suscripcion@room-digital.com) (Ley orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de protección de datos de carácter personal).

Infinite. Novellini

# ROOM IT



## ÁREA BAÑOS

ALVIC ZENIT METAL PLUS - ÁREA MOVILIDAD

# ALVIC ZENIT METAL PLUS

Textos: Flavia de Facendis

Metal y madera son dos materiales con una marcada personalidad. Frente a la rudeza contundente del primero, el segundo aporta a los espacios calidez y sosiego. En el ámbito del interiorismo, la combinación de ambos produce efectos muy poderosos. Pero ¿qué ocurriría si conformaran un único componente?

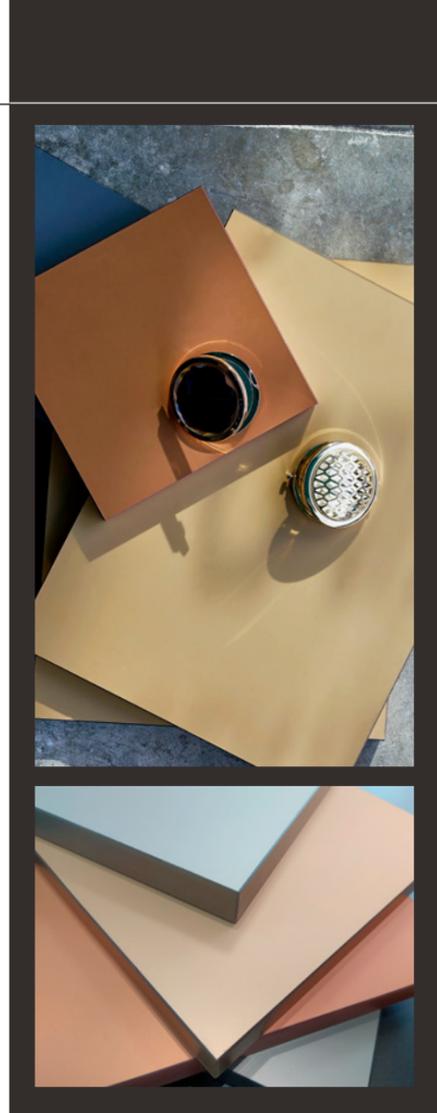
La multinacional española Alvic —líder en fabricación de paneles decorativos— ha construido su prestigio gracias a los procesos de investigación en torno a las capacidades de sus paneles. Dando un paso más en su desarrollo I+D+I y tras varios años de investigación, ha creado *Zenit Metal Plus*: un nuevo producto que aúna las propiedades de la madera con la apariencia del metal.

Pero ¿de qué hablamos cuando hablamos de *Zenit Metal Plus*? Definido por Alvic como una mezcla de vanguardia, arte y emoción, su aspecto metálico lo convierte en una herramienta perfecta para el interiorismo y el diseño de mobiliario: todas

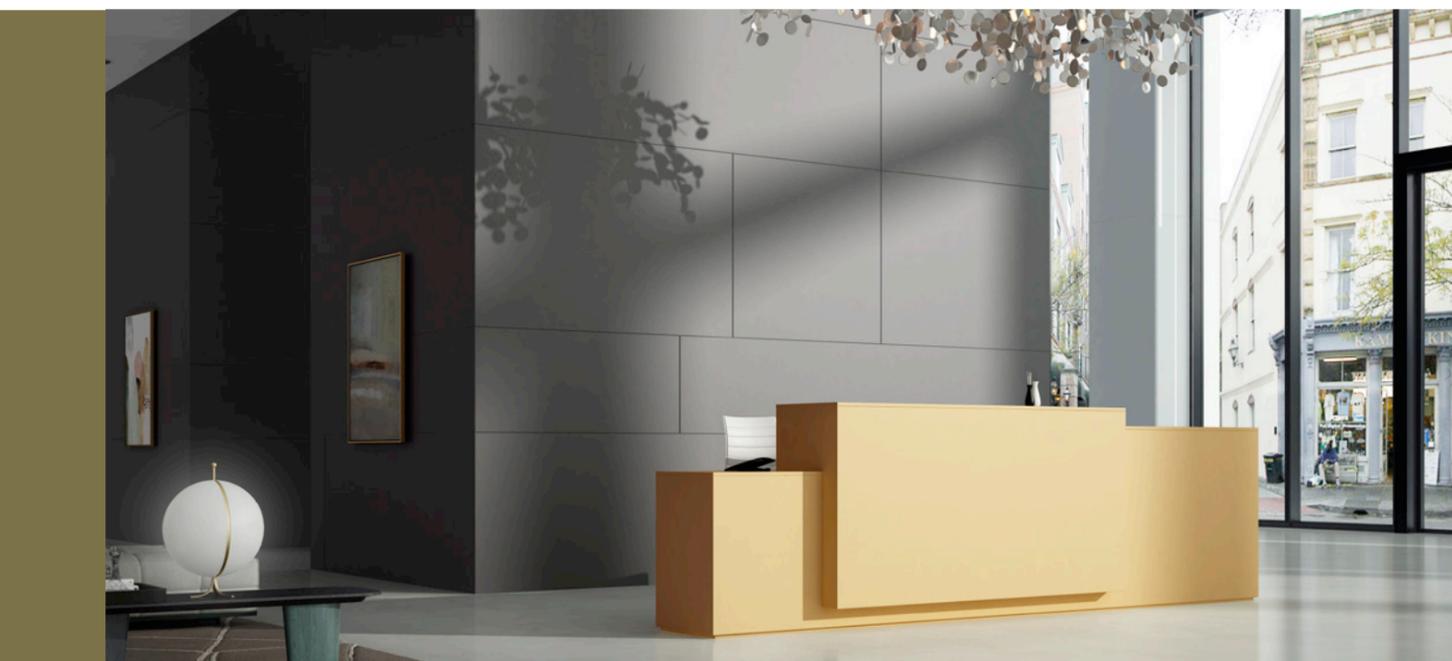
las posibilidades estéticas del metal, pero sin las contrapartidas de un material pesado. Es decir, la ligereza de la madera con un impacto visual metálico. El resultado es un elemento perfecto para el ámbito del *contract* —hoteles, restaurantes, escaparates, *retails*— y para los entornos residenciales: salones, *halls* o cocinas concebidas con una voluntad futurista.

Además de su riqueza cromática, *Zenit Metal Plus* ofrece una gran versatilidad en su aplicación y tiene una buena durabilidad. A esto hay que añadir el tacto. Un buen diseño —indicaba Ray Eames— también se percibe en la yema de los dedos. Y de eso han sido conscientes en Alvic a la hora de aportar a la superficie de *Zenit Metal Plus* un toque suave y sedoso. Sin olvidar que su contracara está texturizada, lo que lo convierte en un componente reversible.

Todo esto lo podemos ver en el espacio de Nothing Studio en Casa Decor, en este caso,



aplicado a la cocina. Sin embargo, por su versatilidad, *Zenit Metal Plus* va más allá del diseño, ya que puede ser utilizado en otros entornos creativos. Solo tenemos que visitar el *showroom* de Alvic (calle Hermosilla 77), donde se encuentran varias *Meninas* concebidas con este elemento, que ha recibido el galardón *High Product Quality* dentro de los Interzum Intelligent Material & Design Awards 2021. Un premio que lo confirma como un producto innovador: una alternativa al metal que ha llegado para dar un giro al mundo del mobiliario y del interiorismo. |



# ÁREA BAÑOS

Hacia el *smart toilet*

Textos: Olga Guidoni

El agua transmite una materialidad purificadora. Su apología ceremonial ha estado presente en todas las culturas desde sus orígenes. El nacimiento de los baños como zona pública tiene una procedencia milenaria, pero su germen doméstico se asienta en la necesidad de canalizar el agua y hacerla abordable para una comodidad cotidiana.

Hablar de baños es reclamar un habitáculo propio. Se invoca un ritual entre sus paredes que solo la intimidad y la calma conocen. Su espacio y sus cimientos lo han conformado desde vetustas rocas hasta superficies específicas o muebles que, a día de hoy, exhiben materiales innovadores y resistentes. Nos referimos a colecciones como las de *Sunlit Days* de Silestone, *Crogiolo Rice* de Marazzi o *Piqué* de Harmony. Todas ellas están pensadas para involucrar al usuario en un relato de confort lleno de texturas y calidez.

Con el paso del tiempo, el área de aseo se ha convertido en un lugar de innovación. Ahora, además, las aplicaciones tecnológicas definen lo que entendemos por baño. En este sentido, parece extraño imaginar las distintas piezas de la firma Noken de Porcelanosa separadas entre sí, porque todo funciona como un armónico conjunto. Incluso la combinación de dos elementos extremos como hacen Kartell y la empresa suiza Laufen —plástico translúcido y cerámico SaphirKeramik— muestra una vanguardia visual necesaria cuando se buscan nuevos lenguajes para el baño. En esta línea, hasta los radiadores se han convertido en un campo de experimentación. Lo vemos en la italiana Antrax It, cuyos productos, por su diseño, están más cercanos a la escultura.

La metamorfosis del baño ha sido el detonante para que muchas marcas investiguen y desarrollen distintas formas de trabajar el agua o sumergimos en ella. Desde las bañeras *Infinite* de Novellini, con sus cualidades ergonómicas y su tecnología *Natural Air*, hasta las cisternas empotradas de Geberit, con su estética camuflada, pasando por

los rociadores de Noken, capaces de hacernos interactuar con el caudal del agua desde un ambiente completamente natural.

No obstante, en ocasiones el extraño conjuro que hace emanar esa agua no es más que un juego de engranajes, un mecanismo que actualmente poco tiene que ver con aquel primitivo prototipo que Thomas Gryll concibió en 1800. La fisonomía y elegancia de los grifos de Quadrodesign o Dornbracht plantean una reformulación del pasado para traer este artilugio a nuestra era, atendiendo, además, a problemáticas actuales. Un ejemplo de ello lo muestra TRES Grifería, cuyos sensores infrarrojos permiten que el contacto directo no sea necesario. Una verdadera medida preventiva para esta época covid.

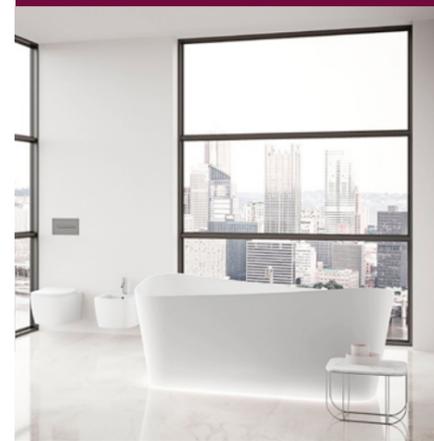
Además de la higiene y la cultura *wellness*, la importancia del baño se cataliza en su aura de evasión. Entrar en él significa desconectar de la rutina y abandonarse al placer del relax. Un entorno pensado por y para nosotros reclama un trabajo bien ejecutado y un diseño innovador. Un interior que pueda dialogar con la solemnidad histórica de su significado, pero que introduzca el progreso tecnológico, sostenible y estético que marca nuestro futuro. La comodidad está servida: cerremos el pestillo, giremos la manilla y dejemos que toda la atmósfera de paz nos envuelva.



## **Sunlit Days. Silestone**

La sostenibilidad no solo se centra en producir un objeto que perdure, sino también en realizar procesos que no infrinjan un daño medioambiental. *Sunlit Days* de Silestone se erige como la primera colección fabricada con cero emisiones de carbono. Un gran triunfo de responsabilidad industrial dentro del sector.

Esta nueva serie presenta un total de cinco colores, cada uno de ellos con un matiz, una experiencia y una historia diferente. El mediterráneo, la naturaleza y la luz se alzan como el telón de fondo por el que *Faro White*, *Cinzel Grey*, *Arcilla Red*, *Cala Blue* y *Posidonia Green* se mueven. Realizada con la exclusiva tecnología HybriQ+ de Silestone, *Sunlit Days* es una colección de texturas tanto para superficies, como para rendir homenaje a la belleza de la vida.



## **Infinite. Novellini**

El diseñador Simone Micheli se introduce en el universo de Novellini para plantear una nueva serie de bañeras dentro de la gama Novoltech. *Infinite* está esbozada a partir de unas líneas suaves que recogen al cuerpo en un abrazo ergonómico. El interior se presenta en blanco mate, mientras que el exterior puede ser cubierto de manera monocroma por 18 tonalidades distintas. Incluso el led tiene cabida en su estructura: todo para concebir una atmósfera idílica. La empresa, con más de 150 años en el sector de la creación de accesorios y mobiliario de baño, ha desarrollado un *solid surface* (Novoltech) de última generación que se ha empleado en el diseño de las piezas. Así, mientras la textura acaricia la piel de forma suave, también se pueden disfrutar los beneficios del tecnológico sistema *Natural Air*. El secreto de la eterna juventud quizás esté en sus burbujas.



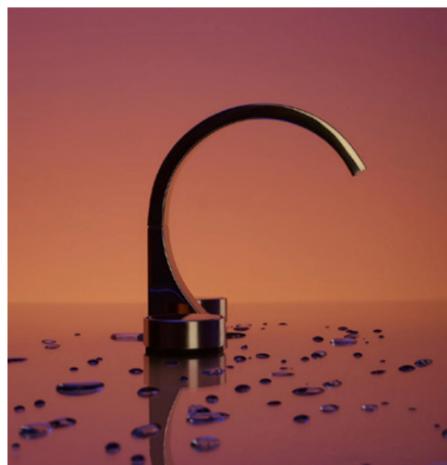
## **Noken. El lenguaje del equilibrio**

En 2001, el Grupo Porcelanosa extendió más allá sus horizontes y fijó su mirada en los baños, un terreno que sus superficies podían explorar de una manera especializada. A partir de ahí, todo fue innovación. Con el nacimiento del sello Noken, los aseos se convirtieron en una estancia en la que el diseño se ponía al servicio de la sostenibilidad, del detalle mínimo y del equipamiento completo.

Las bañeras de Noken están pensadas para transmitir la calidez del relax y una verdadera atmósfera de confort. Tanto exentas como ancladas a la pared, no se puede negar su protagonismo. No solo por el material que las conforma, sino por su apariencia: a veces minimalista, como *Pure Line* y *Koan*, o a veces más engalanada, como las *Antic Duo*.

No obstante, si la opción para el ritual del baño se hace mediante la ducha, los rociadores de Noken generan un clima natural con sus distintas salidas de agua —efecto lluvia, chorro cenital o caída en cascada— y sus programas de aromaterapia o cromoterapia. Sus múltiples acabados y formas —cuadradas como la línea *Square* o redondas como *Neptune Slim*— potencian el bienestar a través del gusto individual del usuario.

Dentro de esta funcionalidad, el sello presenta una gran gama de sanitarios modernos, clásicos, suspendidos. Y todos tienen en común el compromiso sostenible. De esa manera, el emplazamiento de sus piezas, como *Essence C* o *Vitae*, no resta espacio, sino que proporciona una visión de amplitud, además de un fácil mantenimiento debido a su durabilidad.



## **CYO Collection. Dornbracht**

En un cuidadoso diálogo entre pasado y futuro, Dornbracht apuesta en su nueva colección por la fusión del espíritu contemporáneo con la memoria de la marca. La firma alemana de grifería *premium* reproduce en *CYO* unos parámetros arquitectónicos tangibles y esculturales, inspirados en un boceto propio de 1969. Su diseño no solo trae al presente ese trazo original donde la curva se convierte en el eje protagonista, sino que reinterpreta de manera actual el arquetípico caño en forma de C.

Esta honesta muestra de progreso viene acompañada de la última indagación en confort. Los tiradores, de aspecto circular, se resuelven en múltiples combinaciones y acabados —platino, cromo, piedra natural, etc— transformándose en auténticos *tondi* minimalistas. Dornbracht, conocida por su espíritu atemporal y duradero, abre en *CYO* los frentes hacia una dimensión sinuosa y apegada a la arquitectura.





**TRES. Grifería inteligente**

En estos momentos en los que la distancia social y rehuir del contacto directo resulta tan pertinente, hace falta pensar en estas problemáticas dentro del contexto diario. TRES Grifería reflexiona sobre ello y nos propone una serie de accesorios electrónicos que ayudan a cubrir esas necesidades tan propias de una era pandémica. Sus nuevos productos tienen la posibilidad de ser útiles tanto en entornos públicos como en ámbitos domésticos, una auténtica vacuna de diseño contra la covid-19.

Las propuestas planteadas siguen la línea minimalista de la firma. No hay roce, tampoco hace falta manipular una arcaica manilla para que los grifos funcionen, pues a través de los sensores infrarrojos se abren y se cierran, y todo esto con la

sencilla energía de la corriente eléctrica o de unas pilas. Este sistema también resulta beneficioso y sostenible, ya que ayuda a consumir solo el agua que se necesita.

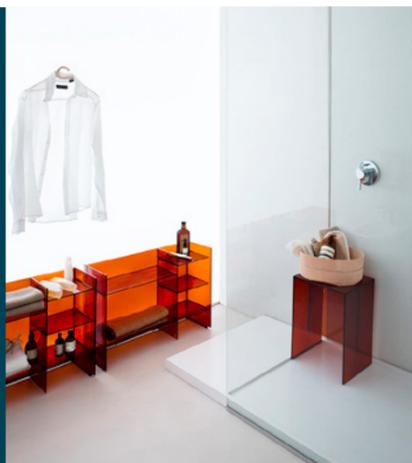
Destacamos la versión duo de su grifo convencional, que rocía jabón desde el mismo caño para poder lavarnos las manos. Además, su dispensador de jabón individual es bastante útil, ya que se instala en la misma encimera y puede regular la cantidad de gel que sale en cada accionamiento. Asimismo, *Touch-Tres* se aleja de los sensores anteriores y se activa tocando levemente la superficie de su botón, apagándose tras una duración de 10-30 segundos. Ahorro, limpieza y estética. Quién iba a decirnos que gracias a TRES Grifería la electricidad y el agua acabarían llevándose tan bien.



**Geberit. Tecnología invisible**

Geberit, que lleva más de 145 años investigando y desarrollando soluciones innovadoras, hizo una de sus grandes aportaciones en 1964: la comercialización de la primera cisterna empotrada. Ahora, casi 60 años después, las cisternas de la firma suiza siguen siendo una muestra de progreso tecnológico. Además de su alto grado de perfeccionamiento, su empleo introduce en el aseo una atmósfera más limpia y fluida, al tiempo que permite colocar el sanitario en suspensión. Ejemplo de ello se encuentra en su novedoso inodoro *Rimfree* o en la gama de *smart toilets AquaClean*. El único contacto entre el usuario y la cisterna es el pulsador, y Geberit repara con todo detalle en su volumetría, materialidad y acabados en diferentes colores— mate o metálicos—con revestimiento antihuellas.

Para la multinacional helvética, el diseño ha de dotar de belleza a la funcionalidad. Un baño Geberit busca reconvertir el espacio, acomodándolo a las necesidades de quien lo usa. Por eso, los elementos que lo conforman son tan relevantes. Sin importar el tamaño, como en el desagüe *Clou* o en el sistema *DuoFresh* contra los olores. Y sin olvidar el estilo, como en su mobiliario de madera antihumedad o en su nuevo plato de ducha *Geberit Olona* desarrollado en Solid Surface y antideslizante. La pasión por la tecnología abre caminos, y Geberit se suma a cualquiera de ellos con un único fin: mejorar la calidad de vida de sus usuarios.



**Geometric Touch Ludovica y Roberto Palomba Kartell by Laufen**

La empresa Kartell ya revolucionó la escena del diseño hace 60 años gracias al uso de materiales plásticos en sus creaciones. La firma suiza Laufen se alía con la compañía italiana para ampliar su colección de mobiliario para baño. Esta fusión del ADN más característico de los dos sellos se pone en manos de la originalidad de Ludovica y Roberto Palomba.

En esta colección —un clásico ya de Laufen— convergen la geometría de los acabados cerámicos junto con la levedad multicolor de los muebles en plástico translúcido. Una combinación que se ve completada con dos nuevos colores para los lavabos —negro y gris antracita— en un material innovador: el SaphirKeramik. Asimismo, con el sistema de almacenamiento Sound-Rack, el abanico de accesorios de plástico se muestra lleno de transparencia y libertad compositiva para cualquier contexto.



**Crogiolo Rice. Marazzi**

Marazzi surgió en los años 30 del siglo anterior. La labor artesana con la cerámica marcaba sus pasos hasta que, en la década de los 80, cambió el rumbo y la firma fundó un laboratorio de investigación para que diseñadores, arquitectos y artistas experimentaran de cerca con la marca.

*Crogiolo Rice* explora la belleza de los ladrillos de mayólica hechos a mano: gruesos, esmaltados, de perfil imperfecto y sumamente brillantes. El resultado es un amor a la cerámica auténtica, pero con el ahínco de innovar en los procesos de artesanía contemporánea. Las manos artesanas y la tecnología industrial estrechan sus lazos para hacer vibrar cualquier espacio.

## ÁREA MOVILIDAD

### El desplazamiento responsable

Textos: Olga Guidoni

¿Superarán las máquinas a los humanos? Hay muchos ejes desde los que responder a una pregunta que el maestro de la ciencia ficción, Isaac Asimov, ya se hizo en su momento. Somos esclavos de una condición limitada. No obstante, a pesar de nuestras restricciones físicas, solventamos los problemas a través de la investigación y el desarrollo de nuevas invenciones. Las estampas ficticias de una era sumergida en un aura avanzada ya se proyectaban en la *Space Age* de la década de los 60 o incluso en la literatura de Julio Verne.

Uno de los rasgos más tipificados del progreso se ha asentado siempre en la movilidad. Llegar a rincones difíciles, viajar a gran velocidad, cuidar la atmósfera con transportes que no generen una ruda contaminación o, simplemente, levitar. Parece una fábula futurista, pero no es erróneo garantizar que la tecnología avanza a pasos agigantados con el deseo de construir una sociedad mejor. Al contrario, todo se consigue con un ápice de esperanza, aunque sea en modelos de prueba y error.

Pensábamos que siempre seríamos esclavos de los combustibles fósiles, que resultaría complejo establecer automóviles capaces de moverse con una simple batería eléctrica; pero el químico

#### Tesla S. Tesla

La irrupción de Tesla en el mercado del automóvil revolucionó los parámetros de fabricación. Aunque también las conciencias. El modelo Tesla S, con una imagen bien definida desde 2012, fue nombrado vehículo más ecológico en el año 2013: una declaración de intenciones que confirmaba la utilidad de los coches eléctricos para reducir el impacto medioambiental. Desde su salida, esta versión se ha mantenido como una de las más vendidas, apelando al lema de la compañía de Elon Musk: "Todo es cuestionable, nada es imposible".

Tesla S conserva una antigüedad intachable en el historial de la empresa. A pesar de las selectivas modificaciones a lo largo del tiempo, esta berlina de lujo mantiene un diseño de carrocería invariable, siguiendo una línea minimalista; los pequeños cambios se conciben en la gran pantalla táctil de 17 pulgadas y en la geometría rectangular del volante. Gracias a sus variadas autonomías —que oscilan entre los 628 km, 633 km y hasta 840 km— y casi una década de comercialización, Tesla S se erige como el gran veterano eléctrico en la guerra contra la contaminación en carretera.



William Morrison nos hizo creer que era posible a principios del siglo XX, y la compañía Tesla nos lo demuestra en pleno siglo XXI. Muchas otras marcas se han sumado a la fabricación de coches eléctricos, como los BMW iX, el Mustang Mach-E o el MINI Electric. El futuro es sostenible y respeta el medioambiente, tan solo hace falta seguir su estela de cerca para observar que la preocupación y el compromiso es veraz.

Sin embargo, no es necesario acudir a grandes vehículos para suplir las exigencias diarias. Transportarse de un sitio a otro de manera rápida y ecológica es posible con una tecnología inteligente. Firmas como Ducati se involucran en la creación de bicicletas eléctricas y plegables y empresas como Coleen traen al presente una reformulación eléctrica del icono que Jean Prouvé realizó en 1941. Aun así, poco a poco otros medios surgen; patinetes eléctricos de fibra de carbono con una autonomía de 25 km en una sola carga o *hoverboards* funcionales, que nos elevan hacia el cielo como siempre habíamos soñado.

¿Conquistarán finalmente los *wallbox* las carreteras? ¿Prescindiremos de nosotros mismos para dejar que los volantes nos conduzcan a nuestro destino? ¿Seguiremos explorando el camino de las energías renovables? Solo la confianza en la ingeniería, la ciencia y el progreso podrán solventar estas cuestiones y dirigir el mundo hacia un estado más responsable. Con esta selección, confiamos en que el porvenir estará lleno de nuevas posibilidades.



#### Jean Prouvé Les Éditions. Coleen

En 1941, Jean Prouvé —el domador de metales— ideó una bicicleta para los trabajadores franceses durante la Segunda Guerra Mundial. Esta tomaba su geometría de la inspiración en los primeros *dandy horses* inventados allá por 1861. Olvidada por el paso del tiempo, ahora la firma Coleen rinde homenaje a su silueta y la trae de vuelta al siglo XXI. Todo en ella se ha convertido en innovación: materiales sostenibles, tecnología eléctrica y un diseño *vintage* completamente actualizado. Hecha en fibra de carbono y con una pantalla

transflectiva de cristal líquido, no necesita llave para activarse, tan solo un *smartphone*. Su motor silencioso de 250 kW marcha con una batería extraíble de 520 kW/h capaz de seguir activa hasta 100 km tras su carga. Su apariencia es atractiva y atrevida a la par, ya que su aire retro se entremezcla con una vertiente minimalista en una gama de colores suaves. Es elegante, dinámica y un claro símbolo de atemporalidad. Coleen ha encerrado la esencia de Jean Prouvé en una bicicleta emblemática que viene directa del pasado para recorrer la senda del futuro.

#### Hoverboard. Hunter Kowald

El deseo del hombre por surcar los cielos siempre ha sido un *leitmotiv* en la historia de la humanidad. Muchas han sido las formas de conquistar las nubes: dirigibles, aviones, helicópteros... Pero nunca el cuerpo estaba fuera de una cápsula protectora. Pequeños objetos nos llevan ventaja en ese ejercicio de vuelo: los drones nos traen imágenes que nuestros ojos no son capaces de ver. Sin embargo, tras años de investigación y diseño industrial, Hunter Kowald ha logrado algo que hasta el momento era solo ciencia ficción.

Su nuevo *hoverboard* es completamente funcional y, aunque parezca un auténtico mito, puede hacernos volar. Capaz de levantar hasta 225 kg, se controla de manera sencilla a través de un *joystick* que el piloto lleva en su mano para poder dirigirlo. Su estructura de fibra de carbono personalizada está compuesta por hélices orientadas hacia abajo, convirtiendo la pieza en un dron de grandes dimensiones que hace levitar al usuario. De repente, esa imagen de *skate* flotante muy propia de estampas filmicas se materializa frente a nosotros, ofreciendo una experiencia que nos hace regresar al futuro sin tener que irnos de nuestro propio presente.





### Ami. Citroën

La reformulación de los medios de transporte urbanos también puede influir en la manera en que el usuario puede adquirirlos. No hablamos solo de la inclusión de nuevos puntos de venta física, sino de un escenario virtual que hasta el momento estaba capitaneado por vehículos más pequeños. Este es el caso del nuevo Citroën Ami, una nueva visión de movilidad que se presenta como una innovación tanto en su diseño como en su comercialización *online* a través de la web y en tiendas como FNAC.

Esta concepción ecológica de la firma francesa posee una silueta compacta y atractiva, así como un interior acomodado al confort: amplias superficies acristaladas, techo panorámico y zonas de almacenaje. Su rasgo principal —además de la propulsión 100% eléctrica con 75 km de autonomía y las cero emisiones de CO<sup>2</sup>— es la múltiple posibilidad de personalización de su envoltura, en la que el arte también tiene cabida. Citroën Ami es un automóvil apto para conductores sin carnet tipo B; pero no es un coche al uso, sino un nuevo paradigma que abre nuevos caminos a la rutina cotidiana por carretera.



### One E500. Unagi

La confianza en los patinetes eléctricos como un medio de circulación se está expandiendo por la sociedad. La empresa Unagi es consciente de este progreso, y por eso no cede en su afán por plantear nuevos prototipos con mejoras incorporadas. Su nuevo modelo One E500 es una pieza de micromovilidad que reinterpreta y actualiza versiones anteriores de mayor costo a un precio asequible. Este patinete eléctrico posee una potencia continua de 500 kW — pudiendo obtener una máxima de 1000 kW— con una autonomía de 25 km en una sola carga. Realizado con fibra de carbono, su apariencia es personalizable tanto en el manillar como en el tubo de dirección y la plataforma. Una libertad que eleva la interacción con el producto, haciendo partícipe al usuario de su propia creación. Definitivamente, la democratización de las nuevas formas de movilidad ecológica han llegado para quedarse.



## MUSTANG MACH-E

¿Sueñan los humanos con caballos eléctricos?

Texto: Vicente Porres

Nueva York 1964. Personas que viajan en objetos móviles de colores brillantes. Es el momento de hacer el camino de la evolución a ritmo de carrera. El momento de conquistar la tierra y el espacio. Nueva York 1964. Hormigonados ovnis levitan sobre la urbe en la que tiene lugar la extraordinaria Exposición Universal. Todo es novedad. Una de ellas brilla especialmente. Es la presentación de un Ford denominado Mustang: un modelo que a partir de ese día significará la herramienta perfecta para el futuro, la promesa de viajar. Una experiencia única para ser vivida en primera persona.

Ahora, casi 60 años después, la movilidad se ha convertido en un tema vital para la economía sostenible del planeta. La necesidad de buscar una alternativa al petróleo ha forzado la investigación y ha hecho del vehículo eléctrico el pilar de una nueva generación. En esta oleada de coches *responsables* llega el nuevo Ford Mustang Mach-E: un automóvil que ya es en sí mismo un icono visual y en el que se aglutinan tecnología, diseño, conectividad y electrificación.

El cambio en el estilo de vida actual es tan tangible como la rematerialización de este nuevo Mustang, que nos hace contener el aliento cuando vemos cómo ha reformulado su diseño: un *styling* que no se ancla al pasado, aunque le hace guiños. El nuevo Mustang Mach-E es musculoso y tiene mirada inteligente, como un águila, siempre marcando las *cejas* hacia la otrora rejilla. Pero hay más. Donde ya no se esconde un radiador, ahora hay un maletero extra. Y si bien el uso de los triples faros posteriores en otras marcas puede molestar, aquí es un signo de distinción. Es un recurso que está donde tiene que estar, en su origen, con su historia.



Su nueva interfaz está diseñada para aprender de los hábitos del conductor e incluirlos en sus procesos, con el fin de adaptarse a las maneras de cada usuario. Además, está pensada para que interactuar con el Mustang sea como interactuar con nuestro *smartphone*. Más que una interfaz, estamos hablando de un asistente personalizado e intuitivo.

Su trasera es todo un mundo dinámico, donde un *spoiler*, siempre en negro, desaparece para enfatizar su caída posterior, definiendo genialmente el pilar C. Hace tiempo que no se veía un trabajo de carrocería tan depurado: contiene mucha personalidad sin ser recargado.

Lo llaman SUV y estéticamente puede serlo de manera popular. Pero realmente hablamos de un vehículo alto, con un extraordinario trabajo de proporciones, de ángulos, de desafíos técnicos. Antes de entrar en él ya es deseado. Dentro, nos encontramos una gran factura de acabados: un equilibrio absoluto en los interiores, donde hay experiencia y atemporalidad.

Mustang Mach-E fascinará porque juega con la oportunidad única de disfrutar de varias generaciones de Mustang en uno solo. El legado necesario para soñar de nuevo con caballos, eléctricos esta vez. |



**Urban-E. Ducati**

Desde que Karl von Drais diseñó en 1818 aquella “máquina andante” precursora de la bicicleta y la motocicleta, muchas cosas han ocurrido. La empresa italiana Ducati —conocida por su fabricación de motos— ha cruzado la línea divisoria para lanzar una serie de tres bicicletas eléctricas plegables, que reflejan el espíritu de sus creaciones. Cada una posee unas especificaciones individuales, pero todas transmiten un aura compartida.

El modelo Urban-E cuenta con una estética moderna y elegante en rojo y negro. Está compuesta por un guardabarros delgado y puntiagudo, un faro dividido y una batería de 378 kW/h que dura hasta 70 km. Con estas nuevas incursiones se confirma el incipiente interés de grandes compañías del motor como Ducati por introducirse en el nicho del mercado sostenible, y atender una demanda de movilidad en distancias cortas. La potencia de las marcas *premium* ahora también se puede encontrar a escala reducida.

**BMW iX. BMW**

Desde la planta de BMW en Dingolfing, Alemania, se apuesta por el futuro. En una era en la que la sostenibilidad se vuelve un requisito indispensable, la marca se suma de nuevo al mercado del coche eléctrico. Su nuevo modelo, el BMW iX, pretende competir con otros SUV eléctricos en sus dos versiones: XDrive50 y XDrive40.

Su fisionomía aerodinámica, cercana a la del monovolumen, presenta una visión polémica y atrevida. Busca sorprender con su halo vanguardista, sobre todo anclado en los grupos ópticos alargados con tecnología led de su delantera. Además, su gigantesca parrilla no deja indiferente: es un rasgo identitario de la firma alemana, pero, en este caso, posee unas proporciones mucho más acentuadas. Su interior se concibe para cinco ocupantes por medio de un habitáculo futurista, con volante hexagonal y un salpicadero casi sin botones. En él se ubica un sistema de infoentretenimiento presidido por la pantalla más grande montada hasta el momento en un coche de la casa germana.



Hideyuki Katsumata

The Fluid Force of Love

Center For Genomic Gastronomy

Espadaysantacruz Studio

**ROOM  
CUADERNO  
DE**

**LA 979899100101A  
LA102103104105106**



# The Fluid Force of Love

## Jan Fabre cuestiona las etiquetas del género

Texto: Valentina García Plata | [www.troubleyn.be](http://www.troubleyn.be)

Plat significa llano en francés. Es también una sinécdoque de Bélgica —*le plat pays*—, cuya llanura no permite que los nubarrones llegados del mar del Norte se escondan por valles y montes. El país en sí deja las cartas sobre la mesa —con poco que esconder—, al igual que la escenografía de *The Fluid Force of Love*, la última creación del artista belga Jan Fabre con su compañía Troubleyn. Un estreno mundial que tuvo lugar en el Teatro Central de Sevilla a principios de mayo.

Pupitres y sillas pueblan un espacio en el que se sienta cátedra sobre lo más personal: nuestra sexualidad, nuestro género, cómo definimos lo que somos en público o cómo nos expresamos en

la intimidad. Pero el escenario es de todo menos íntimo: sus luces crudas, la música machacante por momentos y las mesas inamovibles nos recuerdan que nuestra sociedad necesita poner etiquetas a nuestras pulsiones, porque ellas dan muestra de nuestra libertad. Así lo representan los cuerpos de los bailarines que intentan deshacerse de unos trajes sastre que los comprimen anulando su identidad, no sin antes transformar las prendas en ropa infantil, en instrumento de ahogo o en vestimentas sugerentes de una privacidad más alocada.

Ochenta minutos es la duración de *The Fluid Force of Love*. En ese tiempo, Fabre no da tregua al espectador. Enumera todas las definiciones



de género que manejan por igual políticos y medios de comunicación: homosexualidad, intersexualidad, heterosexualidad, asexualidad, transgénero... Y ya que estamos, se pasea también por algunas filias para engordar el catálogo de denominaciones. Los bailarines declaman sus preferencias como alumnos displicentes, pero una voz vuelve siempre a cuestionar esas categorías y a plantear algo mucho más básico y esencial: ¿no nos basta con nuestra humanidad?, ¿no es suficiente nuestra necesidad vital de amor?, ¿no somos, acaso, seres anhelantes de un fulgor de eternidad?

Crear es la acepción de la voz griega *poiein*, que ha dado lugar al término poesía. Los actores-bailarines de Fabre ya no tienen que

declamar más máscaras porque para eso ya están aquellas palabras que ponen límites al deseo. Sin embargo, sí sienten el deber poético —y semántico— de subirse a las mesas para escenificar dichas etiquetas que protegen nuestra conciencia individual, pero que, a la vez, se convierten en nuevas cárceles conceptuales donde encerrar la fuerza fluida del amor.

Roland Barthes, el gran semiólogo francés, nos incitaba ya en 1975 a desconfiar de las tipologías en torno a la sexualidad y a escapar de sus significados. Casi 50 años después, Jan Fabre, desde su semiótica —la del escenario habitado por cuerpos hambrientos de verdad— nos invita a la misma liberación: transgredir hasta la misma palabra, hasta decir no al encorsetamiento del género. |



### 1. Ford Ecosport. Ford

Dispositivo que detecta cuando has salido a la naturaleza con tu coche Ford. En ese momento, Ford Ecosport alimenta la planta. O sales o la planta muere.

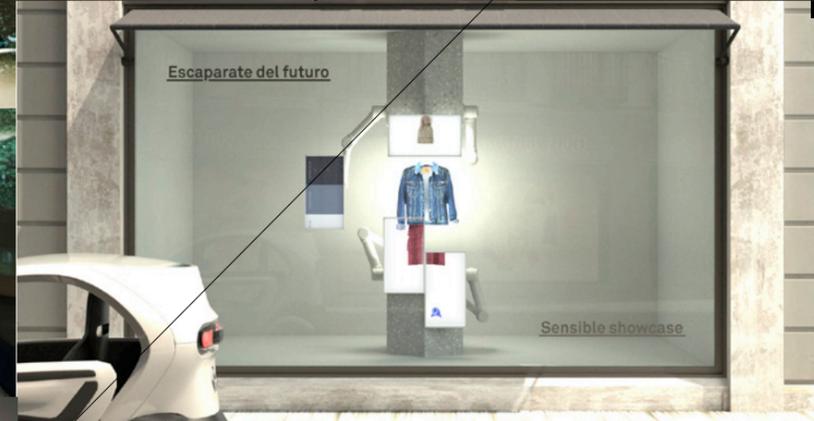
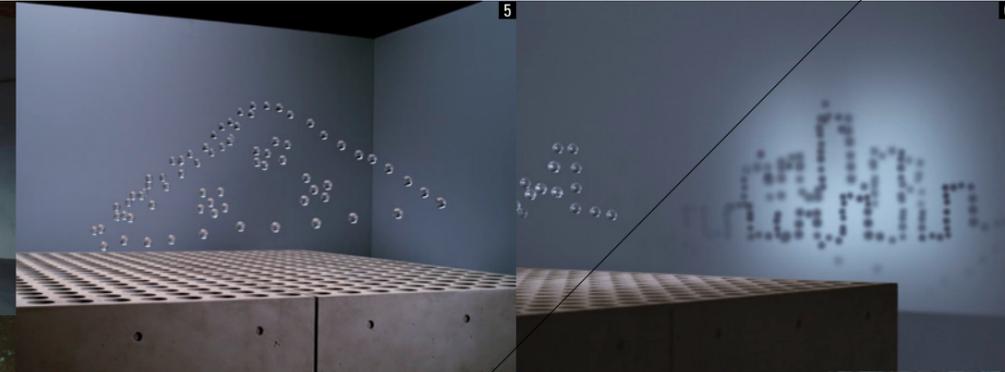
### 2. Until dawn. PlayStation

Una máquina diseñada para monitorear los signos vitales de los jugadores y medir su miedo mientras juegan a *Until Dawn* de PS4.

digital

cuaderno

100101



# Espadaysantacruz Studio

## Naturalizando la antimateria

Texto: Claudio Molinari Dassatti | [www.espadaysantacruz.com](http://www.espadaysantacruz.com)

Espadaysantacruz Studio es un grupo de artistas visuales que combina innovación, tecnología y creatividad. Este híbrido de ingeniería, diseño de producto y dirección de arte se adapta y muta. Con sus proyectos interactivos y sus esculturas tecnológicas desafían a clientes y espectadores por igual, llevando los conceptos al terreno de lo concreto a través de la experimentación y el prototipo.

asequible a todo nivel”, nos cuenta el equipo de Espadaysantacruz. “Desde lo más evidente, como el *hardware* y el *software*, hasta lo menos evidente, como el conocimiento y su accesibilidad”. El estudio español ha conseguido incorporar de manera orgánica la vanguardia digital a las tres dimensiones tradicionales. Y lo ha hecho en un período en que —por decirlo de un modo extremo— la antimateria se ha naturalizado.

### El retorno a la materia

Hace tiempo que el arte se ha volcado hacia las representaciones digitales. Pareciera incluso que la materia ha quedado relegada ante el avance de formatos omnipresentes, como las multipantallas, las instalaciones multimedia y los algoritmos generativos. “Tenemos la suerte de vivir un momento donde la creación digital se ha vuelto

### De lo posible a lo factible

Los lingüistas afirman que un relato y el estilo con el que fue escrito son indisolubles. Quizá esto sea cierto en la literatura. Por el contrario, en las nuevas artes la forma suele preponderar sobre el contenido. “Nosotros siempre partimos de la idea. La tecnología es apenas un instrumento para materializarla”. Para los integrantes de

Espadaysantacruz la paradoja del huevo y la gallina no existe. Esta disruptiva firma ha escogido otro camino: una mezcla de realización impecable e ingeniería creativa que siempre se antepone al concepto. “Mirándolo con perspectiva, diseñar a medida el componente electrónico o el *software* para una instalación no es diferente a seleccionar la grúa adecuada para un movimiento de cámara. Lo importante es el tema, no la cuestión técnica. Ese tema, esa intención, es el que siempre nos emociona”.

### La ciencia en manos de los creativos

Ciencia y arte siempre han crecido a la par. Es una relación simbiótica donde la ciencia avanza y el arte la fagocita para sus propios fines. Así ha ocurrido con la geometría y la arquitectura, la óptica y la cámara oscura, la psicología y el surrealismo. “No podemos saber por dónde irán las tendencias futuras, pero en el mundo del diseño esa simbiosis es ya una realidad: eso es lo que nos permite plantear propuestas que antes eran impensables. Nosotros manejamos la ingeniería creativamente para las distintas fases, como el prototipado o la producción”. Esa sinergia técnico-estética se prolonga entre el estudio madrileño y compañías líderes como Samsung, Adidas, Shiseido, Zara o PlayStation. De hecho, en el arte siempre surge la discusión de si este debe tener utilidad, sobre todo en el más técnico. “Hay quien actúa sobre la premisa de que el arte es un

fin en sí mismo, y hay quien lo emplea con otras metas. En nuestro caso, claramente creamos con un fin. Trabajamos para clientes específicos, así que siempre tenemos un objetivo”.

Una de las relaciones más fructíferas de Espadaysantacruz es la lograda con Ford, que le encargó una caseta *high-tech* para perros. El factor común entre este y otros proyectos similares es la aplicación de nuevos avances automovilísticos a objetos de uso diario. “Se puede concebir un producto más allá de su funcionalidad, pensándolo como una herramienta de comunicación. Un prototipo experimental puede ser considerado I+D, servir también de base para un diseño que saldrá al mercado y, además, generar conversaciones que ayuden a transmitir los valores de la marca. ¿Los primeros iPhones qué eran? ¿Un teléfono? ¿Una acción publicitaria? ¿O ambas cosas a la vez?”

También colaboran con grandes agencias en la creación de campañas. No obstante —y con la presión que supone trabajar para potencias publicitarias como Ogilvy & Mather o Saatchi & Saatchi—, estas cooperaciones rezuman humor. “No es algo consciente. Será que nuestro carácter mediterráneo y nuestra ironía acaban calando en forma de humor. Aunque quizá es la consecuencia de tomarnos nuestra labor como un juego”.

Espadaysantacruz Studio innova constantemente porque se maneja con una visión de amplio espectro. “Estamos en un momento en que la comunicación de marca va mucho más allá del anuncio. Hoy se pueden explorar y difundir sus principios diseñando servicios y productos, y hasta con experiencias que cuestionen las fronteras de lo posible”. |

### 3. Quiet Kennel. Ford

Caseta de perro que bloquea los ruidos fuertes que provienen del exterior.

### 4. Light Kinetics - In the Loop

Instalación interactiva en la que un simple toque genera una partícula de luz que se mueve a lo largo del bucle.

### 5 y 6. McKinsey Reinvention.

Escultura cinética que cambia de forma en tiempo real mediante la creación de diferentes pictogramas que representan historias de éxito de clientes específicos.

### 8. Sensible Showcase.

Escaparate reactivo capaz de modificarse en tiempo real según los cambios del entorno, clima y hora.

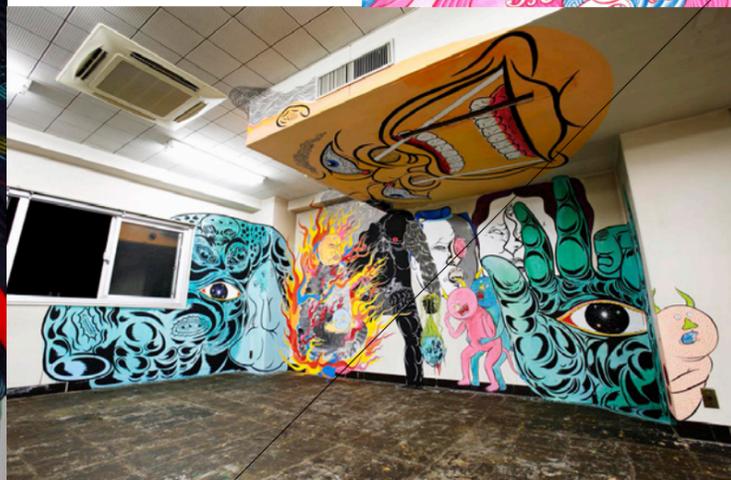
### 9. Adidas Nemeziz

Escultura paramétrica que es una representación física del movimiento, la velocidad y la agilidad de Leo Messi.



gráfico

cuaderno



102103



# Hideyuki Katsumata

## Ancestralidad y estridencia

Texto: Ramsés Oliver - [www.belazkez.com](http://www.belazkez.com) | [www.instagram.com/hanautah](http://www.instagram.com/hanautah)

Por muy altos y hostiles que sean los muros, la frontera como concepto está en pleno proceso de derrumbamiento. Sobre los escombros de las delimitaciones creativas de otras épocas y al amparo de la tecnología, brota imparable el mestizaje expresivo en todas sus posibilidades. La combinación de ideas, estilos, técnicas, corrientes culturales y orígenes raciales es exponencial. No se trata de algo circunstancial, es una pauta que se observa desde finales del siglo XX y que, en un mundo hiperconectado como el actual, emerge como gran precepto; tal vez es el único aspecto vertebrador de la inabarcable producción de contenidos artísticos que recibimos a través de los variados canales de consumo audiovisual.

En la espinosa encrucijada de la *fusión* encontramos a prácticamente todos los creadores contemporáneos del planeta, pero

sin duda, algunos de los más mediáticos vienen de Japón, como Hideyuki Katsumata, representante de una generación de artistas sin pudor histórico a la hora de configurar sus imágenes. En realidad, el país del sol naciente es en sí mismo una mezcla imposible entre los vestigios de una cultura ancestral —sustentada en el equilibrio y la armonía— y el chillido lumínico de las ciudades de hoy. Esa mezcla imposible se puede percibir en las obras de Katsumata: escenas de aire mitológico, con un subrayable componente satírico, protagonizadas por criaturas enrevesadas —y cromáticamente saturadas—, que nos conducen a un territorio a medio camino entre el manga, el punk y la posmodernidad mediante piezas de diversos formatos: desde pequeños dibujos hasta grandes murales, pasando por vídeos y portadas de álbumes.



Para algunos puede ser un sacrilegio, pero en los lienzos de este japonés hay cierto aroma —muy, muy lejano— a los maestros antiguos de su archipiélago natal en lo referido a dos temáticas recurrentes: sexualidad explícita, que remite a las estampas del género *shunga*, y plasmación de seres que se mueven entre lo diabólico y lo sagrado, aproximándose a la esencia del *Yōkai*, una tipología de personajes inverosímiles asociados al folclore japonés.

De esta forma excesiva y poco ortodoxa, Hideyuki Katsumata lleva varios años abriéndose paso en el paisaje expositivo de su país, pero también en América y Europa, donde ya ha sido protagonista individual en muestras de EEUU y Reino Unido. Su fórmula, a base de gotas de ancestralidad nipona amalgamada con litros de estridencia *pop*, se ha convertido en una reconocida marca artística con denominación de origen. |



food design

cuaderno



# Center For Genomic Gastronomy

## Arte, comida, denuncia, soluciones

Texto: Paula Rebuelta | [www.genomicgastronomy.com](http://www.genomicgastronomy.com)

La polución, la geopolítica, los tratados comerciales, los flujos migratorios, el cambio climático y sus efectos en el paisaje... Todos estos factores tienen un impacto directo en nuestra nutrición del que rara vez somos conscientes. Marcan los ingredientes disponibles, su calidad, su precio, y estos, a su vez, modifican los sabores, las recetas locales o dan pie a platos completamente nuevos. ¿Qué podemos esperar de las dietas del futuro si observamos hacia dónde van todos estos factores de impacto?

Cat Kramer y Zack Denfeld fundaron Center for Genomic Gastronomy en 2009 para responder a estas preguntas. Responder o, al menos, abordar cuestiones nuevas y mejores que nos preparen para un mañana cuanto menos incierto. Como Kramer y Denfeld vienen de las bellas artes, podemos definir su planteamiento como un *think tank*

artístico —laboratorio de ideas sería el término más cercano en nuestro idioma—, centrado en investigar la biotecnología y la biodiversidad que determinan nuestros sistemas de alimentación. ¿Cómo lo hacen? Cada uno de sus proyectos es un mundo, pero, sobre todo, crean posibles escenarios venideros partiendo de las tendencias actuales. La intención es buscar soluciones que se anticipen a los problemas sin morir en el intento. Y usamos esa expresión de una manera mucho más literal de lo que nos gustaría, porque nos referimos al porvenir de la alimentación.

Uno de los temas recurrentes en su trabajo es la tensión entre lo global y lo local. Tomemos como ejemplo una de sus propuestas más recientes: *Brexit Banquet*, en la que analizaban el efecto que tendría la salida del Reino Unido de la Unión Europea en cuanto al flujo de ingredientes. Como



# Qué arte tienes, Madrid.



Descarga nuestra nueva app



food design

cuaderno



parte de un plan más extenso llamado *Taste & Place*, el objetivo es “relocalizar” las distintas gastronomías para hacerlas más sostenibles y alcanzar la muy necesaria soberanía alimentaria.

*Brexit Banquet* consiste en una colección de cinco recetas que derivan de las consecuencias de las negociaciones políticas y comerciales entre Reino Unido y la Unión Europea. Por ejemplo, *Fish and Chicks*: el plato asociado a Inglaterra por excelencia en una versión sin patatas y con garbanzos. Resulta que aunque el Reino Unido cultiva patatas, la mayoría de las utilizadas en los establecimientos de *Fish & Chips* se traen de la Unión Europea ya troceadas y congeladas. Sin embargo, los garbanzos han sido una legumbre introducida en las islas por los emigrantes —principalmente asiáticos—, que en la actualidad goza de gran popularidad y cuya importación no se ve en peligro por el Brexit.

En esta misma línea, tenemos *Lamb Four Clover*, otra adaptación de la cocina británica. Reino Unido exporta el 90% de la carne de cordero de su ganadería y, ante la amenaza de unos acuerdos comerciales restrictivos, Johnson se comprometió a comprar toda la producción ovina de Gales —un gasto de unos 500 millones de libras— para evitar los perjuicios de ganaderos y granjeros. Por otro lado, las prácticas de cultivo industrial empiezan a tener repercusiones insospechadas en el deterioro del suelo, que en breve nos pasarán factura. Como solución recomiendan el cultivo de trébol, una planta que, junto con la endivia o el llantén, regenera los nutrientes de la tierra y puede servir de guarnición. Con ello pretenden dar salida al posible exceso de existencias de ambos ingredientes en una receta que recupera la superficie de cultivo y activa la economía local.

Otro de sus proyectos dignos de mención es *Smog Tasting* (cata de humo/polución). En él trazan un mapa con los niveles de contaminación y la calidad del aire en distintas zonas de la ciudad. Para ello han desarrollado una actividad tan simple y tan potente al mismo tiempo como ir a un punto concreto en el que quieren capturarlo y hacer, allí mismo, un merengue. Para los no iniciados en repostería, el merengue lleva clara de huevo batida y azúcar, pero el 90% de lo que nos comemos es aire. Este postre les permite medir los metales pesados y el resto de compuestos volátiles químicos y orgánicos que flotan a nuestro alrededor. Para terminar el experimento, nos proponen mandar unos dulces de merengue a las partes responsables de esa polución como políticos y empresarios. ¿Regalo envenenado? No es para tanto, al fin y al cabo, es lo que respiramos todos a diario. |



fotografía Paloma Pacheco

Servicios 360° en interiorismo y contract  
C/ Olivar 8, 28012 Madrid [hola@welcomedesign.es](mailto:hola@welcomedesign.es)  
[www.welcomedesign.es](http://www.welcomedesign.es)



# WATCH ME



**FORD MUSTANG MACH-E**  
**100% ELÉCTRICO**  
CON HASTA 610 KM DE AUTONOMÍA

*Ford*

ACERCANDO  
EL MAÑANA

GAMA NUEVO FORD MUSTANG MACH-E SIN OPCIONES: CONSUMO WLTP CICLO MIXTO DE 16,5 A 19,5 KW/100 KM. EMISIONES DE CO<sub>2</sub> WLTP 0 G/KM, MEDIDAS CONFORME A LA NORMATIVA VIGENTE.

[ford.es](https://ford.es)