

nwue

EDUCACION INTERNACIONAL



UN MUNDO INTERCULTURAL EN AUGE Y SIN FRONTERAS
al servicio del estudiante, por una cultura global

NUVE

98





MUNDO DEL DISEÑO INDUSTRIAL

DISEÑO ESPAÑOL - HOME

Hola de nuevo a los que una entrega más os seguís subiendo a la NUVE dejándoos llevar hacia el Apasionante Mundo del Diseño Industrial y bienvenidos a los que hoy hacéis posible que este grupo sea cada vez más grande. Nos mueve la creatividad, la innovación, la originalidad, el desarrollo, pero sobre todo nos mueve el diseño: el Diseño Industrial.

Cada uno de los artículos que se presentan en el Apasionante Mundo del Diseño Industrial tiene dos objetivos: el primero es acercarte a ti, el lector, hacia una información actualizada acompañada de imágenes muy visuales sobre el desarrollo del diseño industrial en España; El segundo consiste en encender esa chispa motivadora que todos necesitamos para empezar a formar parte del diseño industrial nacional y ser partícipe de forma activa como creador/diseñador permitiéndoos coger un lápiz y un papel y disfrutar con vuestros trazos.



KEEP
CALM
AND
DESIGN

El diseño está en todo y todo es diseño.

Todo lo que se crea se hace desde una perspectiva estética y funcional en su diseño. El simple hecho -o no tan simple- de decorar una vivienda se hace posible mediante el uso de determinados objetos y materiales que debido a su interacción estética-visual y espacial son capaces de crear armonía en los espacios donde se encuentran.

Dependiendo del uso de estos objetos, los cuales han sido creados de manera individual y diseñados en su mayor parte como concepto único, se pueden crear multitud de espacios diferentes según la finalidad funcional que vayamos buscando; es aquí donde la vena artística de cada uno juega un papel primordial, seleccionando y organizando premeditadamente cada uno de los diseños por separado para agruparlos posteriormente llegando al objetivo propuesto.

El diseño de interiores o la decoración siempre constituyen maneras de crear algo desde cero, la habilidad en la selección de los materiales y la sensibilidad artística necesaria para la creación de estos espacios hace que el diseño industrial esté presente en cada uno de los hogares.

El diseño de un espacio no es sólo la disposición de objetos en un entorno vacío con la finalidad de rellenarlo. El diseño desde su planteamiento busca una identidad, un estilo





que dé significado a un espacio desde su aspecto emocional, histórico o funcional.

En anteriores y posteriores artículos hemos hablado y hablaremos en NUVE del diseño industrial de objetos desde una perspectiva solitaria e individual del objeto en sí, centrándonos en sus formas, innovación, funcionalidad y diseño de manera aislada del resto del conjunto. Sin embargo, cada uno de estos objetos ha sido creado para que además de su utilidad – funcionalidad – sean capaces de transmitir sensaciones más allá de su uso a través de los sentidos, ya sea visual, acústico, táctil o incluso olfativo.

De la misma manera que están presentes en el mercado los llamados “productos o

bienes complementarios”, aquellos que son demandados y funcionan gracias a la existencia de otros productos - por ejemplo para que haya bombillas es necesario que existan las lámparas-, se debería apreciar y valorar el diseño del objeto en su conjunto, complementándose los unos con los otros.

Cuando se crea un producto, se tienen en cuenta diversidad de factores externos que van a definir su aspecto físico. Estos objetos han sido creados para situarlos en un lugar preciso, ya sea una cocina, un salón, un baño, etc., en ningún caso para situarlos en medio de la nada alejados de todo. Con esto se llega a la conclusión de que los productos diseñados conviven entre sí formando una realidad global en un mismo entorno.

LA ARMONÍA de un espacio se alcanza con cada uno de sus componentes.

Os presento algunos ejemplos de entornos armónicos alcanzados a través de objetos:



Diversidad en los modelos y colores del mobiliario



Formas, texturas y colores que hacen que una estancia interna parezca estar localizada en el exterior.

Sirviéndose de las diferentes tonalidades (desde la más baja a la más alta de una misma gama cromática) se genera armonía visual del local.



La geometría de las formas (cuadrado y circular en este caso) pueden llegar a diferenciarse espacios dentro de una misma localización.



Estilo clásico muy notorio con apenas el uso de tres tonos de color de la misma gama cromática muy que no pasan desapercibidos..



NUVE

104



El color por encima de las formas. Frente a un fondo claro, uso de colores vivos para definir los principales puntos visuales que queremos destacar.



La cuadratura en el espacio y sus colores definen la usabilidad de cada mueble.

*Juego cromático
y geométrico
que da sentido
al espacio.*



*Espacio diáfano
con materiales
inspirados en la
naturaleza.*



natura



Una de las empresas españolas que han experimentado un crecimiento exponencial desde su creación en el diseño y venta de complementos del hogar es Natura Selection® más conocida simplemente como Natura.

Creada en plenas olimpiadas de Barcelona'92, un grupo de jóvenes con el dinero justo, empieza a vender artículos de regalo en un pequeño local de la calle Mallorca de la capital catalana.

Su originalidad en la creación y diseño de complementos de regalo no pasa desapercibida y se refleja en el éxito de sus ventas y en su expansión por el territorio nacional, llegando a cruzar fronteras encontrando su sitio también en Portugal o incluso en Alemania.

Natura ha ampliado la tipología de sus productos abarcando no solo los complementos de decoración y mobiliario del hogar, sino también complementos textiles, de bienestar (aromaterapia, bodycare), etc. Esto le hace estar muy presente en cualquier situación o momento del día, siendo identificada dentro y fuera de casa, expandiendo su particular estilo al reconocer que ese diseño es de Natura.

Al igual que otras empresas de las que hablamos en números anteriores en NUVE, como la empresa española electrónica bq®, fundada en plena crisis económica en 2010 y con un crecimiento asombroso en pocos años, esta compañía ha sabido definir desde un principio el camino de internacionalización de su marca adaptándose a la época en la que se encontraban. En el caso de bq®,

cruzando fronteras de manera casi inmediata, y para Natura afianzándose rápidamente en Portugal – actualmente con 39 locales abiertos -, pero sin duda haciéndose fuerte en territorio patrio con 168 tiendas operativas. La expansión a centro Europa se ha iniciado con la primera tienda en la capital alemana.

Natura Selection® se caracteriza por el uso de frases particulares escritas en diversidad de sus productos.



Mobiliario
Natura
Selection®



Productos
particulares
de Natura
Selection®.





Interior de tiendas Natura, su particular estilo decorativo y uso de mobiliario urbano la apartan del círculo de las tiendas convencionales. Sin duda, cuando entras en una tienda de Natura te das cuenta, es identificable al 100%.

ZARA
HOME

Otra de las empresas españolas dedicadas a vestir los hogares, pero esta vez de todo el globo terráqueo es ZARA HOME®.

ZARA vuelve a aparecer de manera consecutiva en NUVE. Su potencial la hace estar presente en gran cantidad de sectores y, por supuesto, el diseño de complementos y mobiliario para la decoración de los hogares es uno de ellos. Como hablábamos en el número anterior, ZARA debe su éxito principalmente a la industria textil, que le produjo inmensos beneficios que le ayudaron a ir abriéndose camino por otros campos siempre llevando el nombre de ZARA y sus buenas referencias como estandarte en cada paso que daba.

El increíble crecimiento de esta marca en escasos 6 años nos da una idea del poder de esta empresa española.

ZARA HOME® nace en 2003, con su primera tienda en Zaragoza, y acaba el año con 26 establecimientos abiertos. En 2007 inicia la venta por internet en 14 países y en 2009 se asienta en 26 países y 263 tiendas, actualmente cuenta con 408 establecimientos por todo el mundo. Sin duda, estos números evidencian la fuerza que ZARA posee en el mercado.

La globalidad de la firma ZARA HOME® la hace estar presente en multitud de culturas y estilos diversos de diseño de mobiliario y decoración.

ZARA HOME® siempre se ha caracterizado por seguir una línea más clásica en sus diseños, aunque podemos observar en las imágenes propuestas que se ha adaptado al lugar y al momento en el que se encontraba, aunque siendo fiel a lo contemporáneo, étnico y línea blanca.



110



La línea clásica y blanca de ZARA HOME® es una señal inequívoca de identidad de la firma. Un estilo reconocible por el público.



El color y las formas de los diseños de ZARA HOME® juegan entre sí dando un estilo particular a sus ambientes.



En cada una de las imágenes de espacios creados por ZARA HOME® se puede diferenciar perfectamente cómo la disposición de sus muebles, complementos y demás diseños juegan con la tonalidad de sus colores y nos presentan ambientes totalmente diferentes, ya sea por su clasicismo o sobriedad, por el uso de tonos más claros, la reducción de su gama cromática a escasos colores o por el uso de colores vivos y potentes en la decoración.

Entramos en otro espacio del hogar de la mano



Roca

de la empresa española que sin duda se ha convertido con el paso de los años en el máximo referente en baños de nuestro país.

Desde 1917, esta empresa española que iniciaba su carrera empresarial en su primera factoría de Gavà (Barcelona) ha llenado los baños de medio mundo con sus diseños innovadores y con sus complementos y productos sanitarios.

Han pasado casi cien años desde la fabricación de los primeros radiadores de hierro fundido de calefacción y Roca® se ha consolidado como una de las marcas estrella y primeras firmas que las personas asocian con los diseños de baños.

Es en 1936 cuando deciden dar el paso a la fabricación de porcelana sanitaria y en 1954 amplían la fabricación de sus productos a la grifería. Año tras año iban haciéndose más fuertes y únicos como fabricantes de baños completos.

Una vez conocida en toda España, Roca® inicia su expansión internacional en 1999, tras la adquisición del grupo suizo Keramik Holding Laufen, cuarto fabricante mundial de porcelana sanitaria. Europa del Este, Brasil y Estados Unidos empiezan a contar con la presencia del grupo español; alcanzando el liderazgo mundial en el sector de baños en el 2006.

Presente en 135 países y con más de 20.000 trabajadores en sus 76 plantas de

producción, Roca® es otro ejemplo más de marca España que ha sabido gestionar y adaptarse a las necesidades y demandas de la población creando de diseños innovadores.

En las diferentes colecciones de baño, Roca® propone múltiples diseños que ofrecen estilos para todos los gustos. Ya sea por su tonalidad, sus formas o la disposición de los sanitarios, podemos experimentar diferentes sensaciones en cada uno de estos espacios.



Baño Estilo "Element". Arquitecto David Chipperfield. La simplicidad y pureza de su geometría como característica de un interiorismo contemporáneo.

NUVE

112

Baño Estilo "America". Diseñado por Marcello Cutino. Serenidad y placidez en ambientes clásicos que permanecen vivos con el transcurso del tiempo.



Baño Estilo "Victoria". Tradicional, curvas elegantes y funcionales con soluciones experimentadas.



Baño Estilo "Dama". Versatilidad que ofrece amplitud de espacios en sus líneas neutras y puras.



Además de los ambientes de baño creados en líneas generales, Roca® destaca por la innovación y funcionalidad de sus diseños, dando una gran comodidad a sus usuarios.

Bañera Estilo "Circular". Funcionalidad y armonía en forma circular moderna.





*Bañera Estilo "Vythos".
Minimalismo y personalidad en
el baño.*



*Bañera Estilo "Newcast". Baño
con inspiración Retro.*

El diseño de las duchas que ofrece Roca® es signo de innovación y confort en la calidad de vida.



*Colección de columna de
ducha "Even-T". Efecto lluvia
en la ducha.*



*Colección de columna de
ducha "Puzzle". Ducha bajo la
lluvia.*

Revestimiento de piedra travertino, material utilizado desde la antigua Roma. Muy usado en la actualidad

PORCELANOSA



No abandonamos los baños para continuar hablando de otra de las firmas españolas de gran prestigio internacional.

Porcelanosa Grupo® tiene más de 40 años de experiencia desde sus inicios con la fabricación de azulejos. El grupo lo forman 8 empresas que gracias a su diversidad de productos son capaces de ofrecer alternativas de innovación y funcionalidad en sus soluciones constructivas de pavimentos, revestimientos, cocinas, baños, armarios, vestidores, etc.

La firma trabaja con una amplia gama de materiales de última generación que gozan de numerosas características capaces de insertarse de manera específica en cualquier ambiente. Piedras naturales, cerámicas, PAR-KER, STON-KER, metálicos, XLIGHT, mosaicos, gres porcelánico, antideslizantes, maderas naturales entre otros, son algunas de las soluciones de gran calidad propuestas por la empresa española.



Revestimiento de pizarra en solería. La pizarra es una roca natural sedimentaria con característica exfoliable y gran dureza, ofrece gran variedad de colores y texturas.

NUVE

115



Acabados y revestimientos de parquet cerámico, muy valorada en la actualidad. La calidez de su aspecto le confiere naturaleza y es buen material para exterior.

Porcelanosa® ofrece novedosos diseños para las diferentes estancias del hogar:



Color en los sanitarios con control de temperatura del agua.



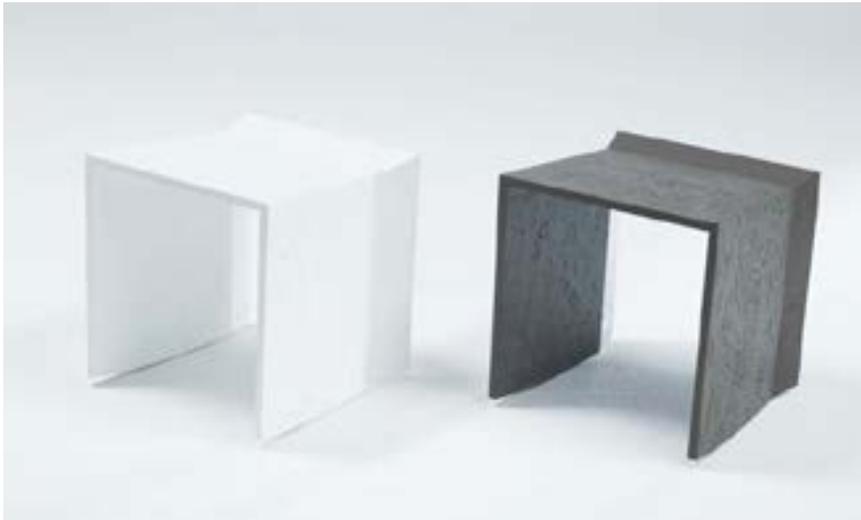
Grifería con luminaria roja o azul dependiendo de la temperatura del agua.



Rociador de ducha que da una gran sensación de relajación con su efecto lluvia.



Mobiliario de cocina en madera bicolor



Mobiliario de cocina en madera bicolor.

*Revestimiento de pizarra en solería.
La pizarra es una roca natural sedimentaria con característica exfoliable y gran dureza, ofrece gran variedad de colores y texturas.*

Porcelanosa® apuesta por el minimalismo innovador del mobiliario en sus ambientes.

Recorriendo juntos los diferentes espacios que integran nuestros hogares de la mano de grandes empresas nacionales, hemos comprobado también su prestigio internacional que hacen que la marca España despunte hacia lo más alto.

Los hogares extranjeros también se visten con diseños españoles.

Hemos podido observar en cada una de las imágenes del artículo lo importante que llega a ser la elección de un objeto en particular y su interacción con el resto de los diseños que crean ese ambiente.

Desde El Apasionante Mundo del Diseño Industrial hemos querido resaltar la imagen de los objetos como concepto integrado en un conjunto en lugar de centrarnos en su propia estética.

El trabajo empleado en cada uno de los diseños industriales de cada producto viene reflejado y ensalzado por el emplazamiento donde se encuentre.

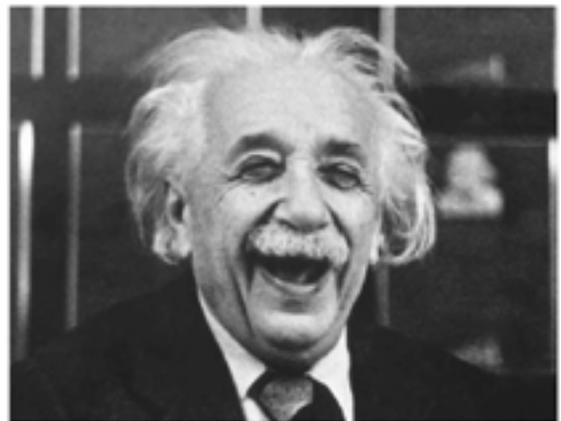
El diseño es él y su contexto.

Se ha comprobado cómo estas firmas españolas, entre otras muchas, trabajan desde

el concepto del producto industrial hasta la localización exclusiva e idónea de ese objeto, creando mucho más que un ambiente.

Estamos ansiosos de veros en el próximo número para seguir compartiendo y aprendiendo sobre este maravilloso mundo y todas las posibilidades que nos ofrece.

El Diseño Industrial español aún tiene mucho que decir.



La creatividad es la inteligencia divirtiéndose. Albert Einstein

Pablo López Garro