

LAGRANJA ODOS NADADORA YONOH MERMELADA

‘Todoterrenos’
del diseño español

Las empresas que apuestan hoy por el diseño quieren productos innovadores, pero ahora, además, una puesta en escena global. Y para ser competitivo nada como buscar sinergias. Cinco estudios multidisciplinares, todos fundados a partir de 2005, nos cuentan su manera de afrontar los crecientes retos de su profesión. Por **R. F. BERMEJO**

Los estudios de diseño ejercen hoy de consultorías a las que las empresas acuden en busca de un producto innovador, pero también de un concepto global de marca. El diseño es cultura, sí, pero también, cada vez más, un enorme, difícil y selectivo negocio. Además, si antes solían ser las empresas las que buscaban a los diseñadores, las que llamaban a la puerta preguntando por soluciones –estéticas la mayoría de las veces–, ahora es al revés. “No queda otra que darse a conocer. Es importante cuidar a los clientes que confían en ti y seguir siendo proactivos. Aunque tu trabajo sea la mejor carta de presentación, a día de hoy, con la que está cayendo, más vale moverse”, dice Ana Segovia, de Odos Design.

Buscando respuestas hemos seleccionado a cinco estudios de Barcelona y Valencia –Nadadora, Odos Design, Yonoh, lagranja y Mermalada–, evidentes polos en lo que al diseño industrial en este país se refiere,



Gerard Sanmartí y Gabriele Schiavon (con gafas), fundadores de Lagranja con Gemma Fletcher: socia y jefa de la oficina de Hong Kong.



LAGRANJA

aunque Madrid empieza a sacar la cabeza –iniciativas como *Producto Fresco*, que acaba de cumplir su segunda edición, reúne el trabajo de destacados estudios de diseño industrial afincados en la capital–, y les hemos pedido que nos respondan a cada una (y alguna más) de las preguntas que pueden leer en la portadilla que abre este amplio reportaje sobre colectivos de diseño. La primera parece clara. Si se ha producido el cambio hacia un modelo más comercial en el que afinar y dirigir con propiedad el mensaje se antoja fundamental ¿preparan las escuelas a los jóvenes diseñadores para saber cómo afrontarlo? Odos Design imparte ‘Comunicación para el Diseño Industrial’ en 4º curso del grado en Diseño Industrial de la Universidad Cardenal Herrera CEU de Valencia. “Se trata de una asignatura que pretende cu-

brir ese aspecto. A nosotros no nos prepararon. Lo hemos aprendido con el tiempo”, dice Segovia. Alex Selma, de Yonoh, abunda en esa idea. “Las escuelas ponen el acento en la creatividad y pocas veces en un desarrollo global producto-imagen-lanzamiento. De hecho las especialidades de diseño en las escuelas están separadas y pocas veces se colabora entre ellas”.

El estudio lagranja, uno de los colectivos que más ha crecido en los últimos años –con sede en Barcelona y filiales en Hong Kong y Estambul– opina que que las escuelas están haciendo esfuerzos para preparar los alumnos en una visión más ‘comercial’, pero matiza que no es una buena estrategia centrar todos los esfuerzos en la faceta mercantil del diseño, olvidando su aspecto ‘cultural’. “Frente a un

LOCALIZACIÓN Barcelona
FUNDACIÓN 2005 **SON** Gerard Sanmartí (socio fundador), Gabriele Schiavon (socio fundador), Gemma Fletcher (gerente filial Hong Kong), Tunga Baysal (gerente filial Estambul) **TRABAJOS DESTACADOS** Hotel Chic & Basic Ramblas (2012). Medallas del Campeonato del Mundo de Natación 2013 de Barcelona **WEB** lagranjadesign.com

“No por ser pesado se consigue un trabajo. Hay que saber seducir” Gabriele Schiavon, **LAGRANJA**

ODOS

LOCALIZACIÓN Valencia **FUNDACIÓN** 2005 **SON** Luis Calabuig, María Mengual y Ana Segovia **TRABAJOS DESTACADOS** Dirección de arte de fotografía de Gan, Gandía Blanco y Baltus. Parasol *Ensombra* (2006) para Gandía Blasco **WEB** odosdesign.com





NADADORA

LOCALIZACIÓN Valencia
FUNDACIÓN 2006 **SON** Cristina Alonso, Pedro Ochando, Claudia Pérez e Isaac Piñeiro
TRABAJOS DESTACADOS Puffs y taburetes *Chat* (2010), *Tab* (2011) y *Elephant* (2013) para Sancal **WEB** nadadora.es

cambio paradigmático como el que estamos viviendo, prefiero que las nuevas generaciones estén bien dotadas de herramientas que les permitan descifrar el rompecabezas y reinventarse rápidamente una y otra vez”, dice Gabriele Schiavon. También en este sentido, Álex Estevez, de Mermelada, opina que “lo realmente importante es que enseñen a los estudiantes a ser coherentes. Todo debe ir paso a paso, lo primero es entender qué significa diseñar un producto y aprender a hacerlo”.

Otro de los aspectos interesantes tiene que ver con el cambio de época que parece estar produciéndose. Si la década de los 80 y todavía más la de los 90 supusieron el esplendor de las grandes figuras individuales, como Philippe Starck, Aldo Rossi, Ron Arad o Ross Lovegrove, desde media-

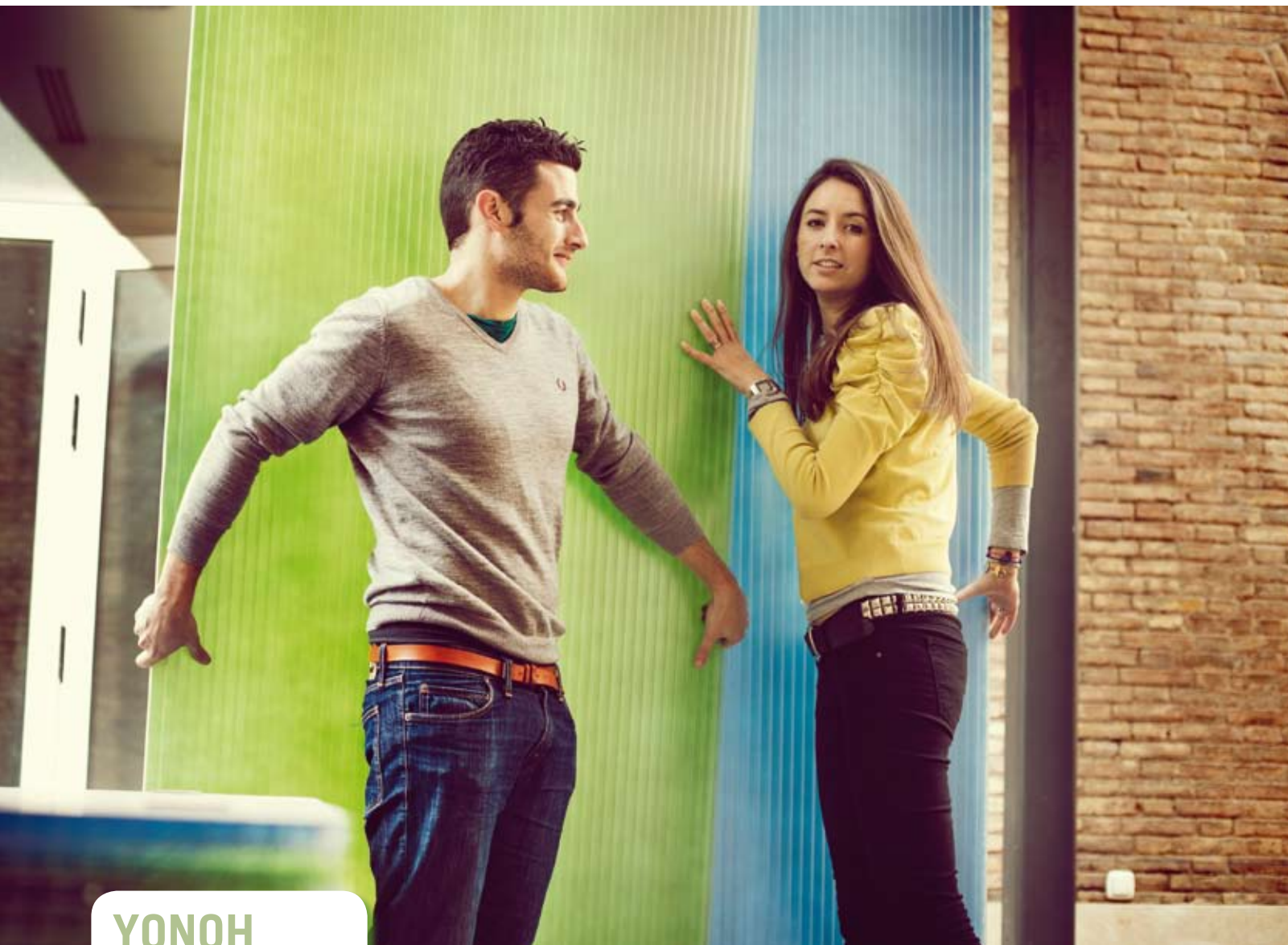
dos de 2000 una nueva generación de estudios multidisciplinares lleva la batuta. Sinergia parece ser la palabra clave. En todo caso, Álex Estévez –Mermelada– no está “tan seguro” de que se pueda hablar de un cambio de época, “aunque es cierto que ahora empiezan a resonar más colectivos de diseñadores”, dice. En todo caso, cree que tanto la colectiva como la individual son dos formas de enfocar la profesión “que conviven en armonía”; una línea en la que abundan desde lagranja: “ambos perfiles siempre han coexistido y que lo seguirán haciendo en el futuro”; Nadadora: “siempre ha habido ambas maneras de trabajar”, y Yonoh: “No se trata de *starsystem* ni de nada parecido. Hay estudios que llevan por nombre el del diseñador, pero realmente también disponen de un equipo muy competente y multidisciplinar”. Lo

“Lo realmente importante es enseñar a los estudiantes a ser coherentes” Álex Estévez, **MERMELADA**



MERMELADA

LOCALIZACIÓN Barcelona **FUNDACIÓN** 2007 **SON** Juan Miguel Juárez, Laura Blasco y Alex Estévez **TRABAJOS DESTACADOS** *Welcome*, casita para la colectiva *Hallingdal 65* organizada por Kvadrat en Milán 2012. Aparador *Senyoret* y asiento *Nansa* **WEB** mermeladaestudio.es



YONOH

LOCALIZACIÓN Valencia

FUNDACIÓN 2006 **SON** Alex Selma y Clara del Portillo

TRABAJOS DESTACADOS *Nenúfar* (2008), muebles de exterior para Samoa. Luminarias *Tali* (2009), *Lilly* y *Plume* (2010) para Fambuena **WEB** yonoh.es

que sí que tienen todos claro es que se ha impuesto una forma de trabajar proactiva. No pocos diseñadores presumían antes de moverse poco, algo que ha cambiado radicalmente. “Hoy en día son los estudios los que buscan a las empresas”, corrobora Pedro Ochando, de Nadadora, una idea que precisa Schiavon: “nosotros nunca nos hemos quedado en casa esperando, pero no por ser pesado se consigue un trabajo. Hay que saber seducir”, dice.

Sobre la forma de trabajar, en el caso de Mermelada sus piezas son resultado del diálogo del equipo y de éste con el fabricante. “Cada uno aporta ciertos detalles que quizás los otros no ven. Creemos que eso es lo que le da un lenguaje mucho más rico a nuestros objetos”, dice Estévez.

Desde Odos Design defienden el nosotros antes que el yo. “Estamos acostumbrados a trabajar en equipo, a compartir y a sumar”, mientras Selma, de Yonoh, opina que “la necesidad de nuevos proyectos en los estudios es una realidad, lo que nos obliga a ser lo más proactivos posible. El número de clientes que llama a nuestra puerta directamente ha menguado, por lo que intentamos establecer varias líneas comerciales; redes sociales, blogs de diseño, representación en otros países, medios periodísticos y lo que se denomina habitualmente ‘llamar a puerta fría’. Es decir, estudiamos empresas nacionales e internacionales susceptibles de necesitar Diseño, les llamamos, exponemos nuestros servicios e intentamos reunirnos con ellos. En ocasiones funciona”. ■

“Estamos acostumbrados a trabajar en equipo, a compartir y a sumar” Ana Segovia, **ODOS DESIGN**