



UJI DESIGN TRADEMARK

ESTUDIANTS D'AHIR
DISENYADORS D'AVUI



UNIVERSITAT
JAUME I
DES DE 1991


Títol de l'exposició · UJI Design Trademark. Estudiants d'ahir, dissenyadors d'avui.

Autors · Aa Studio, Arc-estudi, Barbosa, Baser Bala, Dsignio, Lelelerele handmade, Equipo Nómada, Estudi{H}ac, Garcia Cumini Associati, Ignota design, Inzein Urns, JoanRojeski, Mario Mankey / Vivo Volta, Nes Estudio, Ramon Esteve _Estudio, Clausell Studio, Vitale, Yinsen, Yonoh Estudio Creativo.

Comissariat · José Luis Navarro Lizandra, Jaume Gual Ortí i Francisco Felip Miralles.

*Dates durant les quals romandrà oberta i lloc de l'exposició. Del 25 de febrer al 8 d'abril de 2016.
Galeria Octubre, Àgora universitària.*

Organització, producció i coordinació tècnica · Vicerectorat de Cultura, Extensió Universitària i Relacions Institucionals. Servei d'Activitats Socioculturals

Textos · Wenceslao Rambla, Julia Galán Serrano, José Luis Navarro Lizandra, Jaume Gual Ortí i Francisco Felip Miralles.

Disseny i maquetació · JoanRojeski Studio

Muntatge · ARSipe Gestión del Patrimonio Cultural S.L.

Edició · Servei de Comunicació i Publicacions.

Impressió · Sichet, S. L.

Dipòsit legal · CS-85-2016.

Copyright · dels autors.

7

Sobre Disseny i Art o viceversa.
Sobre Diseño y Arte o viceversa.
Wenceslao Rambla Zaragozá

13

Els dissenyadors i dissenyadores industrials titulats de l'UJI ens avalen com una de les millors escoles de disseny.
Los diseñadores y diseñadoras industriales egresados de la UJI nos avalan como una de las mejores escuelas de diseño.
Julia Galán

15

Tempus omnia revelat.
Tempus omnia revelat.
Jaume Gual

17

De la funció a la forma.
De la función a la forma.
Francisco Felip

21

L'ímpetu de l'esperit creatiu.
El ímpetu del espíritu creativo.
José Luis Navarro Lizandra

25

Els estudis • Aa Studio, Arc-estudi, Barbosa, Baser Bala, Dsignio, Lelelerele handmade, Equipo Nómada, Estudi{H}ac, Garcia Cumini Associati, Ignota design, Inzein Urns, JoanRojeski, Mario Mankey / Vivo Volta, Nes Estudio, Ramon Esteve Estudio, Clausell Studio, Vitale, Yinsen, Yonoh Estudio Creativo

65

English Texts

Sobre Disseny i Art o viceversa

Quelcom que em desassossega bastant és quan en tractar, en una conversa o en un intercanvi de parers, qüestions relatives a l'art o a l'estètica, quasi sempre sorgeixen opinions o consideracions incongruents de part d'alguns interlocutors. Però encara m'irrita més que persones que diuen no entendre d'art, tot seguit passen a pontificar sobre aquest tema, i diuen si tal exposició o aquell quadre o escultura que van veure en tal o tal altre lloc no val res. El mateix pot dir-se del disseny quan davant aquest fenomen: uns el confonen amb la realització d'alguna cosa que s'ha fet per a enlluernar, amb materials nobles, cars o moderns i, per descomptat, sota formes molt cridaneres, rares o excèntriques. Uns altres, com si totes les coses que existeixen no hagueren estat dissenyades sinó només les molt especials («en tal té una casa de disseny», «una tal altra ha adquirit un fantàstic moble de disseny»...), quan com disseny sense dissenyadors, la qual cosa ve ja del paleolític com si res. I no falten els qui, dins del món de la professió, es tenen per artistes abans que per dissenyadors, i uns altres que van estudiar (si és que açò és possible) per a artistes, acaben per ser dissenyadors (fonamentalment gràfics) per a poder sobreire, però sense deixar d'anhelar l'estatus d'artista.

D'altra banda sempre m'ha cridat l'atenció que moltes persones que es tenen per cultes, o amb prou faenes tenen idea d'art, o els importa un rave; però no per açò deixen de pontificar des del seu desconeixement confés. Més encara, pensen que tot açò de l'art i del disseny són peccata minuta i que, com a molt, serveix per a fer-se fotografies en les inauguracions o gallejar de tenir un amic artista (és a dir, atrevit, transgressor, bohem, provocador...) o un quadre de signatura reconeguda a sa casa. I per a acabar-ho d'adobar no falten, ja dins de l'univers artístic mateix, els qui sostenen que el disseny és disseny i res de l'artístic li convé, o els qui afirmen que el disseny ha de ser elegant, finolis i quasi peça única abans de servir millor o pitjor a un ús; és a dir, disseny pel camí del «desdisseny» (quantes espeme-

dores no espremen, quantes cadires et deixen adolorit el darrere, quants armaris superattractius no tanquen bé!, etcètera). I de tot aquest panorama trac una conclusió: no és estrany que la gent normal, val a dir, la que té sentit comú, passe olímpicament dels dissenyadors, dels artistes, del disseny, de l'art i, per descomptat, de certs teòrics que amb els seus debats i escrits s'expressen d'una manera incomprendible. Que trist, veritat?

Doncs bé, a propòsit de la connexió que hi ha o que presumiblement ha d'haver-hi entre art i disseny, cal dir en primer lloc que, certament és un lloc comú però no incert (sense entrar –no negant la seu importància– en disquisicions sobre transversalitats, estètiques difuses o estetitzacions del quotidià) que els objectes attractius es prefereixen als lletjos i que, a més, soLEN funcionar millor. Davant aquesta asseveració, com refereix Donald Norman, el científic israelià Noam Tractinsky no estaría molt d'acord. I així va ser fins que després d'uns experiments rigorosos, efectuats per Masaaki Kurosu i Kaori Kashimura, referents a l'ús de caixers automàtics pels clients del Japó i traspassat aquest experiment de disseny i hàbit d'ús des del Japó a Israel, es va comprovar, per a sorpresa de Tractinsky que, malgrat les austeres preferències estètiques dels israelians, aquests encara els complaïa més la funcionalitat i l'ús de caixers on l'estètica prevalia, que als mateixos japonesos, la tradició estètica dels quals tan consubstancial és a la seua cultura.

Coreació, doncs, entre usabilitat i estètica, la qual també podem advertir en la posició d'un clàssic modern del disseny espanyol, André Ricard, en afirmar que «la belesa d'una forma sol ser el síntoma revelador d'una encertada solució funcional». O com ja en 1819 el protofuncionalista Friedrich Weinbrenner (qui va examinar els problemes de la relació entre forma i funció en arquitectura basant-se en exemples d'objectes d'ús) va escriure, en la tercera part de la seua *Architektonisches Lehrbuch*, que «la belesa està en la 'concordança' total entre forma i funció». I anant més arrere quan Adam Smith considerava, en el seu *Of the Beauty which the Appearance of Utility*, de 1759, que l'efectivitat de qual-sovol sistema o màquina en produir el fi per al qual havien estat dissenyats, conferia belesa a l'objecte íntegrament. Que en aqueixa època –1759– es donaren afirmacions com aquesta, tan homologables al que avui –més de dos-cents cinquanta anys després– ens etziba Ricard en parlar d'«eficàcia operativa com a generadora d'esteticitat», constitueixen un indicí que el funcional i el formal, el pragmàtic i l'estètic propiciaven un nou enfocament de la belesa, una nova plataforma d'experiència estètica.

Però, com en tot, fent memòria del persistent afany funcionalista i tenint en compte, com ens recorda Gómez-Senent, que un objecte dissenyat no actua sempre d'una manera unívoca, i pot ser valorat com a instrument i obra d'art –com ocorre amb les obres de disseny, enginyeria i arquitectura– també ací, afortunadament, apareixen nombroses excepcions. I concretament voldria referir-me, a propòsit de l'enginyeria, al binomi funcionalitat-estètica en la postura del malaguanyat José A. Fernández Ordóñez. Brilliant enginyer i catedràtic d'estètica que, com assenyala José L. Molinuevo, va saber imbricar la tasca enginyeril i l'estètica de tal manera que va intentar preservar la belesa no solament en general, sinó allà on és més difícil: en la utilitat: «No debades el seu propòsit declarat era unir 'raó i imaginació', 'tècnica i art'; de conjugar el 'camí de la raó' com a enginyer amb l'"amor a la belesa" de l'estètica». De manera que, igual que André Ricard o Òscar Tusquets, quan davant preguntes insidioses sobre la contraposició entre estètica i funció, o belesa i eficàcia operativa en disseny, sostenen que no poden anar escindides; així Fernández Ordóñez sostenia el mateix en la seua especialitat en afirmar que la dicotomia entre funcionalitat i belesa només podia atribuir-se a una incapacitat de l'enginyer, no a una altra cosa. O insistint en el mateix, però d'una altra manera, podem dir que un significat semblant

pot atribuir-se-li a la labor del Premi Nacional de Disseny de l'any 2001, concedit pel Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum, segons diu el premiat John Maeda –com ens recorda Raquel Pelta– que «si el disseny és el matrimoni de forma i funció, la unió de ciència i estètica, llavors, l'artista-matemàtic John Maeda és el dissenyador ideal».

Certament el disseny industrial consisteix a desenvolupar objectes que satisfacen, mitjançant la seu funcionalitat, determinades necessitats de la vida quotidiana dels humans, i el nombre d'exemplars dels quals siga el major i millor possible per al nombre més gran de ciutadans i ciutadanes (el que ens recorda en certa manera al filòsof de l'utilitarisme moral Jeremy Bentham), amb la qual cosa s'introdueix un aspecte socioètic, alhora que econòmic, en el seu plantejament.

Però, d'altra banda, també és cert que un disseny d'èxit no solament ha d'excel·lir en el nivell estètic i en el relatiu al seu rendiment i usabilitat. Per descomptat que si això es compleix (és a dir, si el producte fa el que ha de fer i el seu ús és a més de productiu amè) i l'usuari aconsegueix fer fàcilment el que es proposa, llavors el resultat serà un artefacte càlid i afectuós. No obstant això, i igual que una obra d'art no agrada a tots per igual, així un disseny tindrà aspectes que el facen atractiu a uns, però no a uns altres. I és que nosaltres no només convivim amb persones sinó que, com ja apuntava Donald Norman en 1988, contactarem (viurem) al llarg de la nostra vida amb uns vint mil objectes diferents.

És a dir, l'univers objectual que ens envolta i del qual ens valem –objectivació de l'Esperit, que diria Hegel– no manifesta sinó una manera de viure, de procedir, per a resoldre qüestions de manera arrelada en els fets d'ésser i d'existir de l'individu. Part d'aqueix univers serà molt fungible, prompte s'esvairà, què hi farem!; però amb una altra, sens dubte establím una relació psicològica o d'índole personal com amb els nostres millors amics o les nostres obres d'art preferides. No debades, els objectes no cessen d'emetre missatges que són alhora semàntics i estètics: comporten una facultat comunicativa. Per això, més que enfocar ús i funció amb forma i esteticitat, o altres dicotomies similars, no estaria malament procurar –seguint Norman– que els nivells tipificats com visceral, conductual i reflexiu interactuen el més flexiblement possible entre si. De manera que, aparença, plaer i efectivitat d'ús, satisfacció personal al capdavall, es complisquen. Quelcom desitjable –crec– encara que no fàcil que s'assolisca del tot, clar! Però en això estem o hauríem d'estar, no creieu?

Amb tot, no acaba ací la cosa. I així, a hores d'ara de la pel·lícula, és a dir, quan ens adonem que els recursos s'esgoten, les matèries i energies escassegen, val a dir, quan el desenvolupament economi-cista salvatge i imparable no pot sinó conduir-nos al col·lapse, no hi ha més remei que canviar el xip: no es pot ignorar més el concepte de «límit». Així, si al principi sota la utopia estètica del Moviment Modern, semblava que era possible «estendre a la vida» els objectes amb els quals l'afrontem, la bella forma...–el que comportava la possibilitat de produir sèries d'objectes a expandir urbi et orbi– en aquests moments amb la crisi (que més que crisi és, en realitat l'obertura, d'un nou paradigma: el de la sostenibilitat, amb el qual a partir d'ara hauran de regir-se totes les nostres accions) i tenint en compte «el que sabem», és evident que la innovació tecnològica (aqueix afany del nou pel nou que a tants abusos, capricis i guanys desorbitats ha conduït: uns acabant amb els recursos; uns altres entabancant la societat, llançant-la a un consumisme atroç; i els menys, a embutxacar-se els guanys dels més) caldrà conjugar-se –en la línia de pensament de Paolo Deganello– amb la innovació social (repensar «maneres altres» d'interacció amb les persones) i la innovació estètica (agradar sense malgastar), a fi de dotar d'un sentit «altre» a la disciplina del disseny que la legitime en el segle XXI, complits ja

els seus primers quinze anys de marxa. Ja n'hi ha prou de falsos utensilis, ja n'hi ha prou de disseny signat com a peces quasi úniques, ja n'hi ha prou també, per cert, de donar gat per llebre i oferir com a ecosostenible el que en realitat no ho és. Es requereixen, per tant, noves maneres de procedir, nous significats per a situacions en part velles (heretades i no resoltes encara) i en part in processing.

En definitiva, com ve a dir Joan Costa en parlar del disseny gràfic, però que perfectament podem estendre al de producte: el designi del disseny és fer el món intel·ligible i augmentar la qualitat de vida, difondre les causes cíviques i d'interès col·lectiu i la cultura, i la seua especificitat com a disciplina: transmetre sensacions, emocions, informacions i coneixement.

Algo que me desasosiega bastante es cuando al tratarse, en una conversación o en un intercambio de pareceres, cuestiones relativas al arte o a la estética, casi siempre surgen opiniones o consideraciones incongruentes por parte de algunos interlocutores. Pero todavía me irrita más que personas que dicen no entender de arte, acto seguido pasan a pontificar al respecto, diciendo si tal exposición o aquel cuadro o escultura que vieron en tal o cual sitio no valen nada. Lo mismo puede decirse del diseño cuando ante este fenómeno: unos lo confunden con la realización de algo que se ha hecho para deslumbrar, con materiales nobles, caros o modernos y, desde luego, bajo formas muy llamativas, raras o excéntricas. Otros, como si todas las cosas que existen no hubieran sido diseñadas sino sólo las muy especiales («fulano tiene una casa de diseño», «mengana ha adquirido un fantástico mueble de diseño»...), cuando como diseño sin diseñadores, la cosa viene ya del paleolítico nada menos. Y no faltan quienes, dentro del mundo de la profesión, se tienen por artistas antes que por diseñadores, y otros que estudiaron (si es que esto es posible) para artistas, acaban siendo diseñadores (fundamentalmente gráficos) para poder sobrevivir, pero sin dejar de anhelar el estatus de artista.

Por otra parte siempre me ha llamado la atención que muchas personas que se tienen por cultas, o apenas tienen idea de arte, o les importa un bledo; pero no por eso dejan de pontificar desde su desconocimiento confeso. Más aún, piensan que todo eso del arte y del diseño son peccata minuta y que, como mucho, sirven para hacerse fotografías en las inauguraciones o alardear de tener un amigo artista (o sea, atrevido, transgresor, bohemio, provocador...) o un cuadro de firma reconocida en su casa. Y para mayor inri no faltan, ya dentro del universo artístico mismo, quienes sostienen que el diseño es diseño y nada de lo artístico le conviene, o quienes afirman que el diseño tiene que ser elegante, finolis y casi pieza única antes de servir mejor o peor a un uso; es decir, diseño camino del «desdiseño» (icuántos exprimidores no exprimen, cuántas sillas te dejan dolorido el trasero, cuántos armarios súper atractivos no cierran bien!, etcétera). Y de todo este panorama saco una conclusión: no es extraño que la gente normal, o sea, la que tiene sentido común, pase olímpicamente de los diseñadores, de los artistas, del diseño, del arte y, por supuesto, de ciertos teóricos que con sus debates y escritos se expresan de una manera incomprendible. ¿Qué pena, verdad?

Pues bien, a propósito de la conexión que hay o que presumiblemente debe haber entre arte y diseño, cabe decir en primer lugar que, ciertamente es un lugar común pero no incerto (sin entrar –no negando su importancia– en disquisiciones sobre transversalidades, estéticas difusas o estetizaciones de lo cotidiano) que los objetos atractivos se prefieren a los feos y que, además, suelen funcionar mejor. Ante esta aseveración, como refiere Donald Norman, el científico israelí Noam Tractinsky no estaría muy de acuerdo. Y así fue hasta que tras unos experimentos rigurosos, efectuados por Masaaki Kurosu y Kaori Kashimura, referentes al uso de cajeros automáticos bancarios por parte de los clientes

en Japón y traspasado este experimento de diseño y hábito de uso desde Japón a Israel, se comprobó, para asombro de Tractinsky, que, a pesar de la austeras preferencias estéticas de los israelíes, a estos todavía les complacía más la funcionalidad y el uso de cajeros donde la estética primaba, que a los mismísimos japoneses cuya tradición estética tan consustancial es a su cultura..

Correlación, pues, entre usabilidad y estética que también podemos advertir en la posición de un clásico moderno del diseño español, André Ricard, al afirmar que «la belleza de una forma suele ser el síntoma revelador de una acertada solución funcional». O como ya en 1819 el protofuncionalista Friedrich Weinbrenner (quien examinara los problemas de la relación entre forma y función en arquitectura, basándose en ejemplos de objetos de uso) escribió en la tercera parte de su *Architektonisches Lehrbuch* que «la belleza está en la ‘concordancia’ total entre forma y función». Y yendo más atrás cuando Adam Smith consideraba, en su *Of the Beauty which the Appearance of Utility* de 1759, que la efectividad de cualquier sistema o máquina al producir el fin para el que habían sido diseñados, confería belleza al objeto en su totalidad. Que en esa época –1759– se diesen afirmaciones como ésta, tan homologables a lo que hoy –más de doscientos cincuenta años después– nos espeta Ricard al hablar de «eficacia operativa como generadora de esteticidad», constituyen un indicio de que lo funcional y lo formal, lo pragmático y lo estético estaban propiciando un nuevo enfoque de la belleza, una nueva plataforma de experiencia estética.

Pero, como en todo, haciendo memoria del persistente afán funcionalista y teniendo en cuenta, como nos recuerda Gómez-Senent, que un objeto diseñado no actúa siempre de una manera unívoca, pudiendo ser valorado como instrumento y obra de arte –como ocurre con las obras de diseño, ingeniería y arquitectura– también aquí, afortunadamente, aparecen numerosas excepciones. Y concretamente quisiera referirme, a propósito de la ingeniería, al binomio funcionalidad-estética en la postura del malogrado José A. Fernández Ordóñez. Brillante ingeniero y catedrático de Estética que, como señala José L. Molinuevo, supo imbricar la tarea ingenieril y la estética de tal modo que intentó preservar la belleza no sólo en general, sino allí donde es más difícil: en la utilidad: «No en vano su propósito declarado era el unir ‘razón e imaginación’, ‘técnica y arte’; de conjugar el ‘camino de la razón’ como ingeniero con el ‘amor a la belleza’ de la estética». De manera que, al igual que André Ricard u Óscar Tusquets, cuando ante preguntas insidiosas acerca de la contraposición entre estética y función, o belleza y eficacia operativa en diseño, sostienen que no pueden ir escindidas; así Fernández Ordóñez sostenía lo mismo en su especialidad al afirmar que la dicotomía entre funcionalidad y belleza sólo podía deberse a una incapacidad del ingeniero, no a otra cosa. O insistiendo en lo mismo, pero de otro modo, podemos decir que un significado parecido puede atribuirse a la labor del Premio Nacional de Diseño del año 2001, concedido por el Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum, al decir del premiado John Maeda –como nos recuerda Raquel Pelta– que «si el diseño es el matrimonio de forma y función, la unión de ciencia y estética, entonces, el artista-matemático John Maeda es el diseñador ideal».

Ciertamente el diseño industrial consiste en desarrollar objetos que satisfagan, mediante su funcionalidad, determinadas necesidades de la vida cotidiana de los humanos, y cuyo número de ejemplares sea el mayor y mejor posible para el mayor número de ciudadanos y ciudadanas (lo que nos recuerda en cierto modo al filósofo del utilitarismo moral Jeremy Bentham), con lo cual se introduce un aspecto socio ético, a la par que económico, en su planteamiento.

Pero, por otro lado, también es cierto que un diseño de éxito no sólo debe desollar en el nivel estético y en el relativo a su rendimiento y usabilidad. Por supuesto que si esto se cumple (es decir, si el producto hace lo que debe y su uso es, además de productivo, ameno) y el usuario consigue hacer fácilmente lo que se propone, entonces el resultado será un artefacto cálido y afectuoso. Sin embargo, y al igual que una obra de arte no gusta a todos por igual, así un diseño tendrá aspectos que lo hagan atractivos a unos, pero no a otros. Y es que nosotros no sólo convivimos con personas sino que, como ya apuntaba Donald Norman, en 1988, contactaremos (viviremos) a lo largo de nuestra vida con alrededor de veinte mil objetos diferentes.

Es decir, el universo objetual que nos rodea y del que nos valemos –objetivación del espíritu que diría Hegel– no manifiesta sino un modo de vivir, de proceder, para resolver cuestiones de forma enraizada en el ser y el existir del individuo. Parte de ese universo será muy fungible, pronto se desvanecerá, ¡qué le vamos a hacer!; pero con otra, sin duda, establecemos una relación psicológica o de índole personal como con nuestros mejores amigos o nuestras preferidas obras de arte. No en vano, los objetos no cesan de emitir mensajes que son a la vez semánticos y estéticos: entrañan una facultad comunicativa. De ahí que más que enfrentar uso y función con forma y esteticidad, u otras dicotomías similares, no estaría mal procurar –siguiendo a Norman– que los niveles tipificados como visceral, conductual y reflexivo interactúen lo más flexiblemente posible entre sí. De modo que, apariencia, placer y efectividad de uso, satisfacción personal en suma, se cumplan. Algo deseable –estimo– aunque no fácil que se consiga del todo, ¡claro! Pero en eso estamos o deberíamos estar, ¿no creen?

Con todo, no acaba aquí la cosa. Y así, a estas alturas de la película, es decir, cuando nos estamos percatando de que los recursos se agotan, las materias y energías escasean, o sea, cuando el desarrollo economicista salvaje e imparable no puede sino conducirnos al colapso, no hay más remedio que cambiar el chip: no se puede ignorar más el concepto de «límite». Así, si en un principio bajo la utopía estética del Movimiento Moderno, parecía que era posible «extender a la vida» a los objetos con que la afrontamos, la bella forma...—lo que conllevaría la posibilidad de producir series de objetos a expandir *urbi et orbi*—en estos momentos con la crisis (que más que crisis es en realidad la apertura de un nuevo paradigma: el de la sostenibilidad, con el que a partir de ahora deberán regirse todas nuestras acciones) y teniendo en cuenta lo «que sabemos», es evidente que la innovación tecnológica (ese afán de lo nuevo por lo nuevo que a tantos abusos, caprichos y ganancias desorbitadas ha conducido: unos, acabando con los recursos; otros, engatusando a la sociedad lanzándola a un consumismo atroz; y los menos, a embolsarse las ganancias de los más) habrá de conjugarse —en la línea de pensamiento de Paolo Deganello— con la innovación social (repensar «modos otros» de interacción con las personas) y la innovación estética (agradar sin malgastar), a fin de dotar de un sentido «otro» a la disciplina del diseño que la legitime en el siglo XXI, cumplidos ya sus primeros quince años de andadura. Basta de falsos utensilios, basta de diseño firmado como piezas casi únicas, basta también, por cierto, de dar gato por liebre y de ofertar como ecosostenible lo que en realidad no es. Se requieren, por tanto, nuevos modos de proceder, nuevos significados para situaciones en parte viejas (heredadas y no resueltas todavía) y en parte *in processing*.

En definitiva, como viene a decir Joan Costa al hablar del diseño gráfico, pero que perfectamente podemos extender al de producto: el designio del diseño es hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida, difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura, y su especificidad como disciplina: transmitir sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento.

**Els dissenyadors i
dissenyadores industrials
titulats de l'UJI ens avalen
com una de les millors escoles
de disseny**

Els estudis d'Enginyeria Tècnica en Disseny Industrial com a titulació universitària amb caràcter oficial, es van implantar per primera vegada a Espanya a la Universitat Jaume I de Castelló fa ja més de dues dècades. L'antiga titulació és el germán de l'actual grau en Enginyeria en Disseny Industrial i Desenvolupament de Productes.

La Universitat Jaume I és reconeguda com una universitat que ofereix estudis tècnics, pràctics, exigent i cada vegada té més prestigi en l'àmbit nacional i internacional.

En el grau en Enginyeria en Disseny Industrial i Desenvolupament de Productes de la Universitat Jaume I s'ofereix una formació molt innovadora, de gran qualitat i orientada fonamentalment perquè els seus titulats puguen tenir una gran projecció professional.

La formació teòrica imprescindible en molts camps per a la formació del dissenyador industrial es complementa amb el desenvolupament de nombrosos projectes pràctics de disseny que els estudiants poden realitzar en els múltiples laboratoris i tallers dotats amb les últimes tecnologies, que permeten oferir als estudiants una atenció personalitzada sense problemes de massificació.

La Universitat Jaume I destaca en l'obtenció de recursos externs per a la investigació i desenvolupament, pel seu constant compromís amb la qualitat dels serveis oferits, l'excel·lència de la docència i la utilització de les noves tecnologies per a la difusió del coneixement, conscient que la comunicació i la creativitat són dos dels instruments del futur més importants.

Julia Galán
*Vicedirectora de l'Escola Superior de
Tecnologia i Ciències Experimentals.
Grau en Enginyeria en Disseny Industrial i
Desenvolupament de Productes de la
Universitat Jaume I de Castelló*

L'enfocament que s'ha donat en el grau és implicar profundament els factors tècnics, propis de l'enginyeria, amb els valors estètics i creatius en la formació dels futurs enginyers i enginyeres en disseny industrial. El pla d'estudis té com a objectiu preparar professionals responsables, amb una visió de conjunt de tots els factors que inter-

venen en la pràctica del disseny. Això ens permet preparar futurs enginyers i enginyeres en Disseny Industrial que puguen estar capacitats per a optar a un panorama ampli i variat de possibles eixides professionals.

És per a mi un orgull com a vicedirectora del grau en Enginyeria en Disseny Industrial i Desenvolupament de Productes, poder presentar en aquesta exposició el gran treball realitzat pels nostres titulats i titulades, que estan destacant tant en l'àmbit nacional com internacional dins un camp tan competitiu i en constant evolució, com és el disseny industrial.

Los estudios de Ingeniería Técnica en Diseño Industrial como titulación universitaria con carácter oficial, se implantaron por primera vez en España en la Universitat Jaume I de Castellón hace ya más de dos décadas. La antigua titulación es el germe del actual grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos.

La Universitat Jaume I es reconocida como una universidad que ofrece estudios técnicos, prácticos, exigente y cada vez con más prestigio a nivel nacional e internacional.

En el grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos de la Universitat Jaume I se ofrece una formación muy innovadora, de gran calidad y orientada fundamentalmente para que sus egresados puedan tener una gran proyección profesional.

La formación teórica imprescindible en muchos campos para la formación del diseñador industrial se complementa con el desarrollo de numerosos proyectos prácticos de diseño que los estudiantes pueden realizar en los múltiples laboratorios y talleres dotados con las últimas tecnologías, que permiten ofrecer a los estudiantes una atención personalizada sin problemas de masificación.

La Universitat Jaume I destaca en la obtención de recursos externos para la investigación y desarrollo, por su constante compromiso con la calidad de los servicios ofrecidos, la excelencia de la docencia y la utilización de las nuevas tecnologías para la difusión del conocimiento, consciente de que la comunicación y la creatividad son dos de los instrumentos del futuro más importantes.

El enfoque que se ha dado en el grado es el implicar profundamente los factores técnicos, ingenieriles, con los valores estéticos y creativos en la formación de los futuros ingenieros e ingenieras en diseño industrial. El plan de estudios tiene como objetivo preparar profesionales responsables, con una visión de conjunto de todos los factores que intervienen en la práctica del diseño. Esto nos permite preparar a futuros ingenieros e ingenieras en Diseño Industrial que puedan estar capacitados para optar a un panorama amplio y variado de posibles salidas profesionales.

Es para mí un orgullo como vicedirectora del grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos, poder presentar en esta exposición el gran trabajo realizado por nuestros egresados y egresadas, que están destacando tanto a nivel nacional como internacional dentro un campo tan competitivo y en constante evolución, como es el diseño industrial.

Tempus omnia revelat

Allà per 1991 va nàixer, per primera vegada en una universitat pública espanyola, la titulació d'Enginyeria Tècnica en Disseny Industrial en la Universitat Jaume I.

Ja han passat uns quants anys des de llavors, i la nostra memòria lamentablement és molt fràgil, els nostres records es dilueixen i es volatilitzen en el temps, i injustament se silencien i invisibilitzen esforços i somnis, els quals, en algun moment, es van incubar en la titulació de Disseny de l'UJI. Per aquest motiu crec que ha arribat el moment de reivindicar el nostre capital social, el nostre grup humà, el nostre lot de memòria conquistada al temps, això ens agrada, això ens queda, això som, això vam ser, i tantes altres coses que conformen una identitat difusa però permanent.

En aquest sentit, aquesta activitat expositiva que naix amb l'espiritu constructiu de reclamar al passat el nostre fragment de temps, exhibeix el treball de persones que han passat per la titulació de disseny de l'UJI i de les quals un pot sentir-se orgullós, com a professor i com a company. Persones que amb el seu talent han generat «coses» que a la societat i al mercat els interessen. No hi són tots els autors, però els que hi són, com tot bon equip, defensen una actitud i una visió del disseny que al mateix temps ajuda a construir «més disseny» i a demostrar que el camí emprès a principis dels anys 90, ací a l'UJI, tenia un sentit, una utilitat, i un encaix en el nostre entorn social i productiu, quelcom absolutament necessari si volem sentir-nos valorats.

Només desitge que el temps ens torne a donar la raó de tant en tant i que aquesta titulació sàpiga renovar-se amb noves generacions de persones que, com les que ací exhibeixen els seus treballs, dignifiquen aquesta professió tan complexa i la consoliden com es mereix.

Allá por 1991 nació, por primera vez en una universidad pública española, la titulación de Ingeniería Técnica en Diseño Industrial en la Universitat Jaume I.

Jaume Gual Ortí
Comissari de l'exposició

Ya han pasado unos cuantos años desde entonces, y nuestra memoria lamentablemente es muy frágil, nuestros recuerdos se diluyen y volatilizan en el tiempo, e injustamente se silencian e invisibilizan esfuerzos y sueños, aquellos que, en algún momento, se incubaron en la titulación de Diseño de la UJI. De ahí que creo que ha llegado el momento de reivindicar nuestro capital social, nuestro grupo humano, nuestro lote de memoria conquistada al tiempo, lo que nos gusta, lo que nos queda, lo que somos, lo que fuimos, y tantas otras cosas que conforman una identidad difusa pero permanente.

En este sentido, esta actividad expositiva que nace con el espíritu constructivo de reclamar al pasado nuestra fragmento de tiempo, exhibe el trabajo de personas que han pasado por la titulación de Diseño de la UJI y de las que uno puede sentirse orgulloso, como profesor y como compañero. Personas, que con su talento, han generado «cosas» que a la sociedad y al mercado les interesan. No están todos los autores, pero los que están, como todo buen equipo, defienden una actitud y una visión del diseño que al mismo tiempo ayuda a construir «más diseño» y a demostrar que el camino emprendido a principios de los años noventa, aquí en la UJI, tenía un sentido, una utilidad, y un encaje en nuestro entorno social y productivo, algo absolutamente necesario si queremos sentirnos valorados.

Sólo deseo que el tiempo nos vuelva a dar la razón de tanto en tanto y que esta titulación sepa renovarse con nuevas generaciones de personas que, como los que aquí exhiben sus trabajos, dignifiquen esta profesión tan compleja y la consoliden como se merece.

De la funció a la forma

Crear ha sigut des de sempre una activitat estretament vinculada a l'ésser humà. Els avanços tecnològics li han permès construir eines destinades a transformar el seu entorn a fi d'adaptar-lo a les seues necessitats en cada moment. La transformació de la realitat, conscient i continuada, no ha fet sinó reforçar la idea que la necessitat de crear és i serà una de les característiques inherents a la humanitat i que defineixen la seu naturalesa.

Entorn de l'acte de crear s'han establit estudis que han buscat comprendre millor quins són els seus fonaments i processos, a fi de fitar i definir els procediments i les disciplines que li són propis. Fruit d'aquests estudis va sorgir el debat sobre els conceptes d'art i disseny, dues formes de creació amb suficient entitat pròpia que va afavorir l'aparició de dos posicionaments distints.

D'una banda, s'entén una escissió entre ambdós termes en detectar diferències fonamentals entre el destinatari final que consumeix els seus productes: un individu o grup molt reduït, generalment en el cas de l'art, i la societat de masses en el cas del disseny. També hi ha diferències en la forma d'establir un contacte amb el consumidor que l'ajude a entendre plenament el produpte, necessari quan parlem d'un disseny funcional però no sempre indispensable en el cas de l'art, el missatge final del qual de vegades no resulta fàcil d'entendre per a una majoria. Una altra diferència pot venir en la finalitat: el disseny, a diferència de l'art, mai hauria de constituir un fi en si mateix.

Un altre posicionament és partidari d'un acostament de posicions, en comprendre que art i disseny comparteixen punts en comú. D'una banda, és fàcil comprovar que hi ha estratègies encaminades a la creació que són molt semblants tant en un com en l'altre. També, en el cas del disseny, una peça pot veure's recoberta de qualitats simbòliques més pròpies de l'art, i no per això perdre gens de la seu funcionalitat. Finalment, veiem que tant art com disseny busquen definir

Francisco Felip Millares
Comissari de l'exposició

la forma final de les seues creacions per a assegurar un propòsit concret, seguint generalment un procés metodològic controlat que, encara que distint, comparteix planificació i bon fer.

Més que alimentar un estèril debat preocupat per diferenciar art i disseny, l'actitud de molts creatius actuals s'ha dirigit cap a l'acceptació del fet que en tot procés de creació és possible practicar, de forma complementària, tant estratègies més pròximes i relacionades amb el disseny, com formes de procedir més afins a camps pròxims a l'art. D'aquesta manera, es configura una àrea de treball prou versàtil per a poder proporcionar una resposta operativa a qualsevol proposta.

L'origen del posicionament sobre un allunyament del disseny respecte a l'art de vegades ignora tant l'origen comú d'ambdós com l'ampli nombre de conceptes i disciplines que els són comuns, com ara l'originalitat, la imaginació, la creativitat, la intuïció, l'instint, l'enginy, la planificació, la destresa, el coneixement de la tècnica, l'ofici, la sensibilitat i l'expressivitat. Veiem que fins i tot quan s'intenta justificar l'escissió entre ambdues realitats argumentant que el cultiu de les qualitats plàstiques o simbòliques pertany exclusivament a l'art, es tanca els ulls a què aquesta dimensió simbolicocèstètica és possible trobar-la tant en l'art com en el disseny, encara que en el disseny aquesta apareix vinculada indissociablement a una dimensió pràctica.

Considerant les nombroses aportacions teòriques sobre el disseny dutes a terme en l'últim segle, i l'observació detallada de la mostra de caràcter heterogeni que s'exhibeix en aquesta exposició, és factible acceptar el disseny com una eina multidisciplinària, l'aplicació de la qual persegueix la generació d'una solució òptima i rendible per a esmenar una necessitat inicial de l'ésser humà. El seu camp d'actuació comprèn des de la generació del concepte inicial, passant per la projecció de cada una de les etapes intermèdies, fins al control de l'execució del producte final, el



El pictograma caminante (2014)
José Luis Navarro i Francisco Felip

qual, sent reflex de la realitat sociocultural i tecnològica del seu temps, té com a principal raó de ser el caràcter funcional, i és la forma i estètica resultant una qualitat vinculada a la seua funció que en cap cas suposa una trava en el seu caràcter pràctic, sinó un reforç destinat a afavorir la seua acceptació per part de la societat.

Crear ha sido desde siempre una actividad estrechamente vinculada al ser humano. Los avances tecnológicos le han permitido construir herramientas destinadas a transformar su entorno con el fin de adaptarlo a sus necesidades en cada momento. La transformación de la realidad, consciente y continua, no ha hecho sino reforzar la idea de que la necesidad de crear es y será una de las características inherentes a la humanidad y que definen su naturaleza.

En torno al acto de crear se han establecido estudios que han buscado comprender mejor cuáles son sus fundamentos y procesos, con el fin de acotar y definir los procedimientos y las disciplinas que le son propios. Fruto de estos estudios surgió el debate en torno a los conceptos de arte y diseño, dos formas de creación con suficiente entidad propia que favoreció la aparición de dos posicionamientos distintos.

Por un lado, se entiende una escisión entre ambos al detectar diferencias fundamentales entre el destinatario final que consume sus productos: un individuo o grupo muy reducido, generalmente en el caso del arte, y la sociedad de masas en el caso del diseño. También existen diferencias en la forma de establecer un contacto con el consumidor que le ayude a entender plenamente el producto, necesario cuando hablamos de un diseño funcional pero no siempre indispensable en el caso del arte, cuyo mensaje final en ocasiones no resulta fácil de entender para una mayoría. Otra diferencia puede venir en la finalidad: el diseño, a diferencia del arte, nunca debería constituir un fin en sí mismo.

Otro posicionamiento es partidario de un acercamiento de posiciones, al comprender que arte y diseño comparten puntos en común. Por un lado, es fácil comprobar que existen estrategias encaminadas a la creación que son muy similares tanto en uno como en otro. También, en el caso del diseño, una pieza puede verse recubierta de cualidades simbólicas más propias del arte, y no por ello perder un ápice de su funcionalidad. Finalmente, vemos que tanto arte como diseño buscan definir la forma final de sus creaciones para asegurar un propósito concreto, siguiendo generalmente un proceso metodológico controlado que, aunque distinto, comparte planificación y buen hacer.

Más que alimentar un estéril debate preocupado por diferenciar arte y diseño, la actitud de muchos creativos actuales se ha dirigido hacia la aceptación del hecho de que en todo proceso de creación es posible practicar, de forma complementaria, tanto estrategias más próximas y relacionadas con el diseño como formas de proceder más afines a campos cercanos al arte. De esta forma, se configura un área de trabajo suficientemente versátil como para poder proporcionar una respuesta operativa a cualquier propuesta.

El origen del posicionamiento sobre un alejamiento del diseño respecto al arte en ocasiones ignora tanto el origen común de ambos como el amplio número de conceptos y disciplinas que les son comunes, tales como la originalidad, la imaginación, la creatividad, la intuición, el instinto, el ingenio, la planificación, la destreza, el conocimiento de la técnica, el oficio, la sensibilidad y la expresividad. Vemos que incluso cuando se intenta justificar la escisión entre ambas realidades argumentando que el cultivo de las cualidades plásticas o simbólicas pertenece exclusivamente al arte, se cierra los ojos a

que esta dimensión simbólico-estética es posible encontrarla tanto en el arte como en el diseño, sólo que en el diseño ésta aparece vinculada indisociablemente a una dimensión práctica.

Considerando las numerosas aportaciones teóricas sobre el diseño llevadas a cabo en el último siglo, y la observación detallada de la muestra de carácter heterogéneo que se exhibe en esta exposición, es factible aceptar el diseño como una herramienta multidisciplinar, cuya aplicación persigue la generación de una solución óptima y rentable para subsanar una necesidad inicial del ser humano. Su campo de actuación abarca desde la generación del concepto inicial, pasando por la proyección de cada una de las etapas intermedias, hasta el control de la ejecución del producto final, el cual, siendo reflejo de la realidad sociocultural y tecnológica de su tiempo, tiene como principal razón de ser el carácter funcional, siendo la forma y estética resultante una cualidad vinculada a su función que en ningún caso supone una traba en su carácter práctico, sino un refuerzo destinado a favorecer su aceptación por la sociedad.

L'ímpetu de l'esperit creatiu

Dissenyar és difícil. Dissenyar és una bogeria. Dissenyar és un acte de valentia. Els dissenyadors, sense distinció de sexe, raça o creences ideològiques, són els engranatges del món contemporani. En un món farcit d'objectes de qualsevol tipus, amb solucions molt variades i d'àmplia diversitat estètica, desenvolupar noves propostes de disseny és tota una proesa creativa. Un repte en què el dissenyador no sols ha de concebre una idea que s'ajuste a la millora d'un producte, o a la solució més adequada a un problema funcional, sinó que, a més, ha de ser capaç d'acontentar el gust voluble dels destinataris. A això cal afegir que el transcurs del temps modifica la sensibilitat i el poder d'atracció cap a determinats objectes, la qual cosa incrementa les dificultats del sempre inquiet dissenyador.

La humanitat està sotmesa a transformacions constants, a una mutació que s'accelera amb les noves tecnologies. Mentre els nostres avis podien viure amb pocs mobles i utensilis domèstics, ara a penes podem prescindir d'una insignificant part de la infinitat d'objectes a què estem lligats amb una cadena invisible. Però no cal menysprear els inconvenients d'aquesta nova societat consumista i acumuladora, ja que forma part del procés evolutiu dels éssers humans, igual que va succeir amb el desenvolupament creixent de les primeres màquines en la revolució industrial. Ni bo, ni dolent. Només diferent.

No és possible frenar aquest torrent creatiu i productiu. Hem de deixar que el corrent ens porte... A on? Això no ho sabem ni ho podem tan sols imaginar, però a aquestes altures el maremàgnum és inevitable i el més coherent, encara que parega paradoxal, és deixar-nos portar. És un frenesi on l'atractiu es combina amb l'util i el senzill amb la millor solució funcional, tal com dicten les lleis de la naturalesa. I ací és on la imprescindible activitat del dissenyador es desenvolupa amb una gran dosi de sentit comú i ens planteja, en la majoria dels casos, l'ús racional d'objectes que ens permeten viure de manera més còmoda i sa-

José Luis Navarro Lizandra
Comissari de l'exposició

tisfactòria. També, encara que no ens n'adonem, aquests enginyosos projectistes són catalitzadors de la conscienciació, proposant als usuaris que no sols obtinguen un cert plaer estètic i emocional, sinó que, a més, se sensibilitzen cap a l'ús més eficient i menys danyós respecte al món que ens rodeja. Vist així, podem apreciar millor que no es tracta d'un simple procés consumista d'usar i tirar. Cada vegada que adquirim un objecte, perquè el considerem útil per a la nostra forma de vida, estem combregant amb una idea materialitzada sorgida del pensament reflexiu del seu creador, la influència de la qual sol condicionar el nostre mode de viure sense que en siguem conscients.

S'ha escrit ja tant de disseny i sobre el disseny, que pareix impossible dir res que no s'haja dit o escrit abans. A vegades, fins i tot, pot resultar tediós tornar a trobar-se amb les mateixes reflexions sobre el disseny o els dissenyadors; i ara el lector estarà advertint la paradoxa d'aquestes paraules en participar del mateix discurs, però és que aquesta vegada hi ha una raó important: per atzars del destí, he sigut testimoni dels inicis de la majoria dels dissenyadors i dissenyadores que formen part d'aquesta excel·lent mostra... i estic encantat de saber que en la seu metamorfosi han sigut capaços de deixar enrere el llast acadèmic per a convertir-se en professionals lliures, en persones capaces de resoldre amb idees imaginatives els problemes que en el dia a dia es plantejen en el seu treball. El disseny s'ha de viure. Dissenyar és una manera de vida i el dissenyador no és algú que estudia per a ser-ho. S'és dissenyador o no s'és. No és un ofici fàcil, ja s'ha dit al principi, però aquests innovadors creatius ho porten en el seu ADN. És la seua identitat com a individus necessaris, si no imprescindibles, en la societat del present i del futur.

Diseñar es difícil. Diseñar es una locura. Diseñar es un acto de valentía. Los diseñadores, sin distinción de sexo, raza o creencias ideológicas, son los engranajes del mundo contemporáneo. En un



El Cubilete del Diseñador (2014)
José Luis Navarro i Francisco Felip

mundo repleto de objetos de todo tipo, con soluciones muy variadas y de amplia diversidad estética, desarrollar nuevas propuestas de diseño es toda una proeza creativa. Un reto en el que el diseñador no solo debe concebir una idea que se ajuste a la mejora de un producto, o a la solución más acorde con un problema funcional, sino que, además, debe ser capaz de contentar el gusto voluble de los destinatarios. A ello hay que añadir que el transcurso del tiempo modifica la sensibilidad y el poder de atracción hacia determinados objetos, incrementando las dificultades del siempre inquieto diseñador.

La humanidad está sometida a transformaciones constantes, a una mutación que se acelera con las nuevas tecnologías. Mientras nuestros abuelos podían vivir con pocos muebles y utensilios domésticos, ahora apenas podemos prescindir de una insignificante parte de la infinidad de objetos a los que estamos atados con una cadena invisible. Pero no hay que despreciar los inconvenientes de esta nueva sociedad consumista y acumuladora, ya que forma parte del proceso evolutivo de los seres humanos, al igual que sucedió con el desarrollo creciente de las primeras máquinas en la revolución industrial. Ni bueno, ni malo. Solo diferente.

No es posible frenar este torrente creativo y productivo. Debemos dejar que la corriente nos lleve... ¿A dónde? Eso no lo sabemos ni lo podemos siquiera imaginar, pero a estas alturas el maremágnum es inevitable y lo más coherente, aunque parezca paradójico, es dejarnos llevar. Es un frenesí donde lo atractivo se combina con lo útil y lo sencillo con la mejor solución funcional, tal como dictan las leyes de la naturaleza. Y aquí es donde la imprescindible actividad del diseñador se desenvuelve con una gran dosis de sentido común y nos plantea, en la mayoría de los casos, el uso racional de objetos que nos permiten vivir de manera más cómoda y satisfactoria. También, aunque no nos demos cuenta, estos ingeniosos proyectistas son catalizadores de la concienciación, proponiendo a los usuarios que no solo obtengan un cierto placer estético y emocional, sino que, además, se sensibilicen hacia el uso más eficiente y menos dañino respecto al mundo que nos rodea. Visto así, podemos apreciar mejor que no se trata de un simple proceso consumista de usar y tirar. Cada vez que adquirimos un objeto, porque lo consideramos útil para nuestra forma de vida, estamos comulgando con una idea materializada surgida del pensamiento reflexivo de su creador, cuya influencia suele condicionar nuestro modo de vivir sin darnos cuenta.

Se ha escrito ya tanto de diseño y sobre el diseño, que parece imposible decir algo que no se haya dicho o escrito antes. A veces, incluso, puede resultar tedioso volver a encontrarse con las mismas reflexiones sobre el diseño o los diseñadores; y ahora el lector estará advirtiendo lo paradójico de estas palabras al participar del mismo discurso, pero es que esta vez hay una razón importante: por azares del destino, he sido testigo de los inicios de la mayoría de los diseñadores y diseñadoras que forman parte de esta excelente muestra... y estoy encantado de saber que en su metamorfosis han sido capaces de dejar atrás el lastre académico para convertirse en profesionales libres, en personas capaces de resolver con ideas imaginativas los problemas que en el día a día se les plantean en su trabajo. El diseño se ha de vivir. Diseñar es un modo de vida y el diseñador no es alguien que estudia para serlo. Se es diseñador o no se es. No es un oficio fácil, ya se ha dicho al principio, pero estos innovadores creativos lo llevan en su ADN. Es su identidad como individuos necesarios, si no imprescindibles, en la sociedad del presente y del futuro.

Estudis

Aa Studio · www.albertoarza.com
Arc-estudi · www.arcestudi.es
Barbosa · www.barbosasp.com
Baser Bala · es-la.facebook.com/cecilia.renau
Dsignio · www.dsignio.com
Lelelerele handmade · www.lelelerele.com
Equipo Nómada · www.equiponomada.es
Estudi{H}ac · www.estudihac.com
Garcia Cumini Associati · www.gariacumini.com
Ignota design · www.ignotadesign.com
Inzein Urns · www.inzein.com
JoanRojeski Studio · www.joanrojeski.com
Mario Mankey/Vivo Volta · www.behance.net/vivovolta
Nes Estudio · www.nesestudio.com
Ramon Esteve _Estudio · www.ramonesteve.com
Clausell Studio · www.clausellstudio.com
Vitale · www.vitale.es
Yinsen · www.yinsenstudio.com
Yonoh Estudio Creativo · www.yonoh.es

Tots els dissenyadors i dissenyadores han estudiat a la Universitat Jaume I.



Aa Studio és un estudi de disseny castellonenc especialitzat en disseny gràfic, de producte i interiorisme per a diferents empreses i institucions públiques. Format per Alberto Arza (enginyer tècnic en Disseny Industrial per la Universitat Jaume I), Roberto Cortés (enginyer tècnic en Disseny Industrial per la Universitat Jaume I) i Eva García (graduada superior en Disseny d'Interioros per l'EASD Castelló), des de l'estudi compaginen el treball amb la labor d'investigació i el comissariat d'exposicions. Els seus projectes es caracteritzen per l'experimentació, la multidisciplinarietat i el sentit de l'humor. Han treballat per a empreses i institucions com ara Lékué, Bustper, Diputació de Castelló, Ajuntament de Benicàssim, Habitat Valencia, Institut Cervantes..., i el seu treball s'ha exhibit en exposicions individuals i col·lectives a Madrid, València, Barcelona, Milà, París, Porto, Lodz, Budapest, Ljubljana, Tòquio, Seül, Nova York, Washington D.C., Miami, Toronto, São Paulo o Ciutat de Mèxic, entre moltes altres. Han guanyat diversos premis, com són la menció d'honor CDIM d'Habitat València, el premi La Incubadora del FAD, el premi Baneo de Cevisama, el premi al disseny i la innovació de Madrid Fusión o la Selección Delta de l'ADIFAD.

Aa studio es un estudio de diseño castellonense especializado en diseño gráfico, de producto e interiorismo para diferentes empresas e instituciones públicas. Formado por Alberto Arza (ingeniero técnico en Diseño Industrial por la Universitat Jaume I), Roberto Cortés (ingeniero técnico en Diseño Industrial por la Universitat Jaume I) y Eva García (graduada superior en Diseño de Interiores por la EASD Castelló), desde el estudio compaginan su trabajo con la labor de investigación y comisario. Sus proyectos se caracterizan por la experimentación, la multidisciplinariedad y el sentido del humor. Han trabajado para empresas e instituciones como Lékué, Bustper, Diputación de Castellón, Ayuntamiento de Benicàssim, Habitat Valencia, Instituto Cervantes..., y su trabajo ha sido mostrado en exposiciones individuales y colectivas en Madrid, Valencia, Barcelona, Milán, París, Oporto, Lodz, Budapest, Liubliana, Tokio, Seúl, Nueva York, Washington D.C., Miami, Toronto, Sao Paulo o Ciudad de México. Han ganado diversos premios, como la mención de honor CDIM de Habitat Valencia, el premio La Incubadora del FAD, el premio Baneo de Cevisama, el premio al diseño y la innovación de Madrid Fusión o la Selección Delta del ADIFAD.

Aa Studio

**Alberto Arza Moncunill
Eva García Robles
Roberto Cortés Tanco**

El cèlebre poema «El mañana efímero» d'Antonio Machado ha donat lloc a l'expressió per a definir al nostre país com «País de pandereta». Aquest projecte, finançat per crowdfunding, converteix la dita expressió en un objecte físic de fusta massissa amb la forma d'Espanya. Una pandereta que representa sens dubte, la «Marca Espanya».

El célebre poema «El mañana efímero» de Antonio Machado ha dado lugar a la expresión para definir a nuestro país como «País de pandereta». Este proyecto, financiado por crowdfunding, convierte dicha expresión en un objeto físico de madera maciza con la forma de España. Una pandereta que representa sin duda, la «Marca España».





Jorge Querol García, nascut a Morella el 5 de desembre de 1981, és Enginyer tècnic en Disseny Industrial (UJI), màster en Arts Gràfiques (UPV), màster Web (CEI), i CFS en Xarxes Socials i Mitjans Online (UAH). Format en enginyeria tècnica en disseny industrial a la Universitat Jaume I de Castelló i en arts gràfiques en la Universitat Politècnica de València, completa la seu formació amb un màster avançat en Disseny Web pel CEI i un CFS en Xarxes Socials i Mitjans Online, per la Universitat d'Alcalá de Henares. Exerceix la seu activitat professional en dos dels més reconeguts estudis gràfics de la Comunitat, com són l'estudi Paco Bascuñán de Valencia i el d'Álvaro Bautista de Castelló. A principis de 2005 inicia la seu activitat docent a la Universitat Jaume I, com a professor en seminaris de disseny gràfic en enginyeria tècnica en Disseny Industrial i també imparteix diverses conferències al mateix centre titulades «L'art final». En 2006 va crear el seu propi estudi de disseny integral, Arc Estudi Disseny, amb treballs en distints àmbits del disseny, gràfic, industrial, corporatiu, web, aplicacions per a telèfons intel·ligents, etc.

Jorge Querol García, nacido en Morella el 5 de diciembre de 1981 es Ingeniero técnico en Diseño Industrial (UJI), máster en Artes Gráficas (UPV), máster Web (CEI), y CFS en Redes Sociales y Medios Online (UAH). Formado en ingeniería técnica en diseño industrial en la Universitat Jaume I de Castellón y en artes gráficas en la Universidad Politécnica de Valencia, completa su formación con un máster avanzado en Diseño Web por el CEI y un CFS en Redes Sociales y Medios Online, por la Universidad de Alcalá de Henares. Ejerce su actividad profesional en dos de los más reconocidos estudios gráficos de la Comunidad, como son el estudio Paco Bascuñán de Valencia y el de Álvaro Bautista de Castellón. A principios de 2005 inicia su actividad docente en la Universitat Jaume I, como profesor en seminarios de diseño gráfico en ingeniería técnica en Diseño Industrial e imparte varias conferencias en el mismo centro tituladas «El arte final». En 2006 crea su propio estudio de diseño integral, Arc Estudi Disseny, con trabajos en distintos ámbitos del diseño, gráfico, industrial, corporativo, web, aplicaciones para teléfonos inteligentes, etc.

arc·estudi[®]

Jorge Querol García

REGALA MORELLA (per a: Ajuntament de Morella) · 2012

Packaging per a un projecte de caixa regal que té com a finalitat fomentar el comerç local davant les grans superfícies. Amb la caixa i la targeta en el seu interior es poden comprar productes en els comerços, restaurant o allotjament acollits a la campanya. Producte que uneix disseny, identitat corporativa del client, funcionalitat i valor afegit amb una fabricació 100% artesana.

Packaging para un proyecto de caja regalo que tiene como finalidad fomentar el comercio local frente a las grandes superficies. Con la caja y la tarjeta en su interior se puede comprar productos en los comercios, restaurante o alojamiento acogidos a la campaña. Producto que une diseño, identidad corporativa del cliente, funcionalidad y valor añadido con una fabricación 100% artesana.





Representants d'un llenguatge contemporani, impactant i humanitzat, Barbosa conceben els seus projectes des de la il·lusió i l'honestetat dels que troben en la seu activitat, un compromís amb la innovació i la qualitat més excel·lent. Un estil cosmopolita atent als corrents excel·lents del disseny internacional, manifestant un interès cap a l'esdevenir no sols sobre la base de la forma, sinó també des d'un punt de vista humanista. Barbosa ofereix una perspectiva global que apunta a una concepció renaixentista de les arts, contemplades com a expressió total, amb profund respecte cap als costums i les expressions culturals, treballant sempre al servei de l'home i la seu sensibilitat. La filosofia de Barbosa és la pròpia d'una empresa familiar que treballa amb el cor i amb una disposició total cap als desitjos del client, que conclou en una implicació total i sincera en tots i cada un dels projectes dut a terme en què el disseny apunta cap a una gran funcionalitat, però que no deixen de costat una poderosa estètica i semàntica.

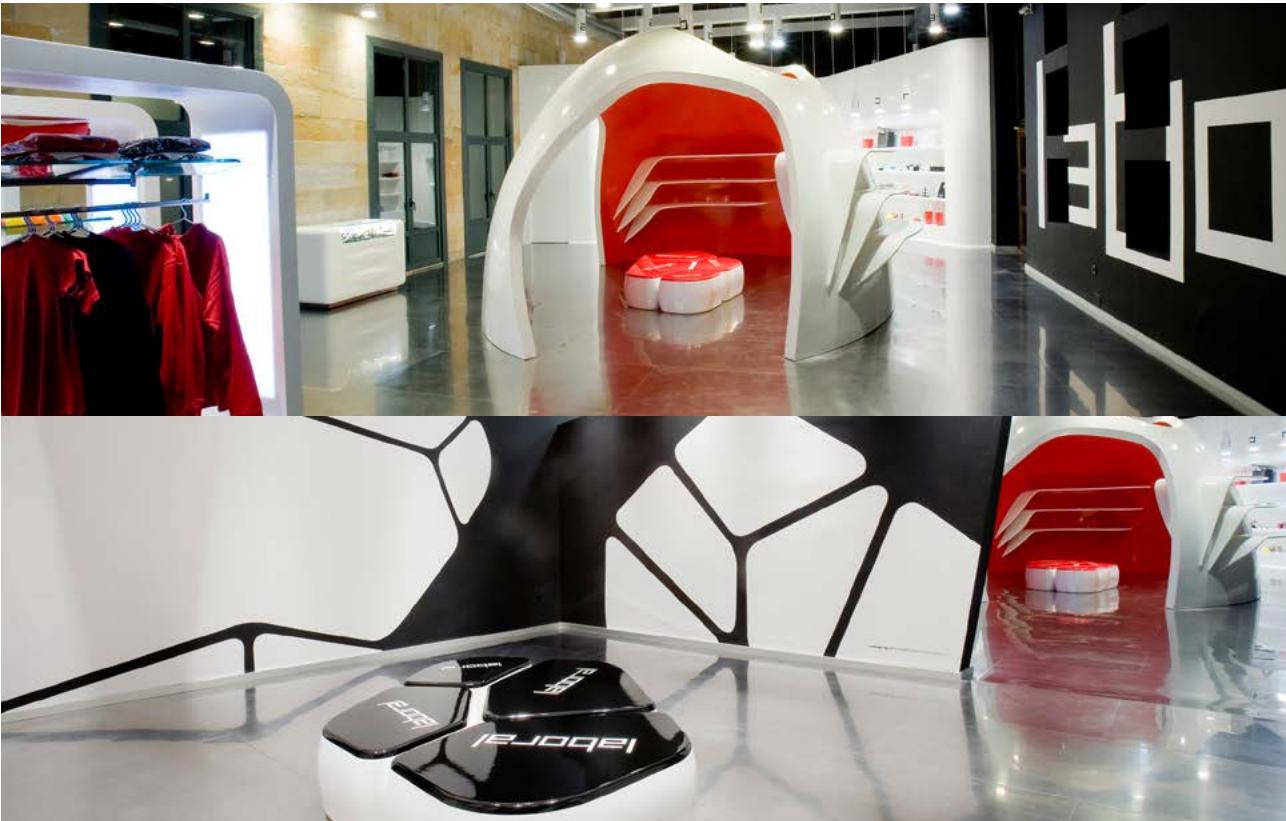
Representantes de un lenguaje contemporáneo, impactante y humanizado, BARBOSA conciben sus proyectos desde la ilusión y la honestidad de quienes encuentran en su actividad, un compromiso con la innovación y la calidad más sobresaliente. Un estilo cosmopolita atento a las corrientes sobresalientes del diseño internacional, manifestando un interés hacia lo porvenir no solo sobre la base de la forma, sino también desde un punto de vista humanista. BARBOSA ofrece una perspectiva global que apunta a una concepción renacentista de las artes, contempladas como expresión total, con profundo respeto hacia las costumbres y las expresiones culturales, trabajando siempre al servicio del hombre y su sensibilidad. La filosofía de BARBOSA es la propia de una empresa familiar que trabaja con el corazón y con una disposición total hacia los deseos del cliente, resultando en una implicación total y sincera en todos y cada uno de los proyectos llevados a cabo, en los que el diseño apunta hacia una gran funcionalidad, pero que no dejan de lado una poderosa estética y semántica.

barbosa

Ricardo Barbosa
Tino Barbosa

Per a la concepció d'aquest projecte es va partir de l'establiment d'una analogia que equipara la boral = cultura = coneixement, on el coneixement és contemplat des del punt de vista més evolutiu de l'ésser humà, entenent aquest com un ésser que naix pur, buit. Per a això, Barbosa desenvolupa una ruta a través del maneig del coneixement tàcit, amb la materialització d'un disseny basat en conceptes evolutius i amb clares referències de forma i significat a l'òrgan que gestiona el pensament: el cervell.

Para la concepción de este proyecto se partió bajo el establecimiento de una analogía que equipara laboral = cultura = conocimiento, donde el conocimiento es contemplado desde el punto de vista más evolutivo del ser humano entendiendo éste como un ser que nace puro, vacío. Para ello, Barbosa desarrolla una singladura a través del manejo del conocimiento tácito, con la materialización de un diseño basado en conceptos evolutivos y con claras referencias de forma y significado al órgano que gestiona el pensamiento: el cerebro.





Baser Bala CB és una empresa jove i dinàmica especialitzada en la creació de roba tècnica per a ciclisme en les seues diferents modalitats. Es caracteritza per la seu innovació en patronatge i disseny gràfic tèxtil. Conscienciada amb el medi ambient i la responsabilitat social, se subministra de matèries primeres d'origen nacional i es confecciona dins de la província de Castelló. Cecilia Renau va néixer a Castelló de la Plana. La seu formació inclou Enginyeria Tècnica en Disseny Industrial, diversos cursos d'especialització i una estada Erasmus en el Politècnic de Milà. Ha obtingut diversos premis, entre els quals destaquen el Primer premi al Concurs de joves dissenyadors de la C.V i primer premi en el VIII Concurs per a joves dissenyadors de moda de l'Ajuntament d'Alacant. Va ser dissenyadora per a l'empresa Polcart. Va portar la direcció artística i de producte en les empreses Baser Bala CB i Ce Là Erotiké Couture, va ser freelance per Dolores Cortés, per calçats Sala, i de disseny de moda amb marca pròpia i docent del màster en Assessoria d'Imatge a l'acadèmia GIMSA, dissenyadora de moda d'alta costura per a les firmes Alex Vidal i Higinio Mateu.

Baser Bala CB es una empresa joven y dinámica especializada en el desarrollo de ropa técnica para ciclismo en sus diferentes modalidades. Se caracteriza por su innovación en patronaje y diseño gráfico textil. Consciente con el medio ambiente y la responsabilidad social, se suministra de materias primas de origen nacional y se confecciona dentro de la provincia de Castellón. Cecilia Renau nació en Castellón de la Plana. Su formación incluye Ingeniería Técnica en Diseño Industrial, diversos cursos de especialización y una estancia Erasmus en el Politécnico de Milán. Ha obtenido diversos premios, entre los que destacan el Primer premio en el Concurso de jóvenes diseñadores de la C.V y Primer premio en el VIII Concurso para jóvenes diseñadores de moda del Ayuntamiento de Alicante. Fue diseñadora para la empresa Polcart. Desarrolló la dirección artística y de producto en las empresas Baser Bala CB y Ce Là Erotiké Couture, fue freelance para Dolores Cortés, para calzados Sala, y de diseño de moda con marca propia y docente del máster en Asesoría de Imagen en la academia GIMSA, diseñadora de moda de alta costura para las firmas Alex Vidal e Higinio Mateu.



Cecilia Renau

CAMISETA TÉCNICA · 2015

Innovador model de camiseta tècnica per a la pràctica de Down Hill (descens per muntanya amb bicicleta) adaptat a la protecció cervical. El disseny facilita la col·locació del protector, evita ruptures en el teixit i costures i permet la visibilitat de marques patrocinadores sobre la camiseta. Amb un senzill sistema de cremalleres, la camiseta pot usar-se còmodament amb protecció cervical o sense.

Innovador modelo de camiseta técnica para la práctica de Down Hill (descenso por montaña con bicicleta) adaptado a la protección cervical. El diseño facilita la colocación del protector, evita roturas en el tejido y costuras y permite la visibilidad de marcas patrocinadoras sobre la camiseta. Con un sencillo sistema de cremalleras la camiseta puede usarse cómodamente con o sin protección cervical.





Dsignio és un estudi d'interiorisme i de disseny de producte ubicat a Madrid que realitza projectes d'àmbit internacional. El van fundar en 2002 Alberto Bejerano i Patxi Cotarelo, els dos enginyers tècnics en Disseny Industrial i màster en Disseny d'Interiors. Al llarg d'aquests anys Dsignio ha rebut diversos premis, entre els quals cal esmentar tres nominacions al millor disseny de l'any a Espanya en la passada edició dels premis Delta i la nominació a millor dissenyador jove de l'any per la revista Elle Decor. Han dissenyat restaurants, oficines, botigues... Destaca el disseny integral de cinc hotels a Madrid, Barcelona i Màlaga. Han dissenyat producte per a distintes empreses com ara Vibia, La Ebanistería, Peronda Group, Concepta, Mobernia, Beltà, Frajumar, John Smith..., que venen els seus dissenys en més de cent països i els exposen en fires com la de Milà, París, Moscou, Singapur, Estocolm, Colònia o Londres. Els seus projectes apareixen publicats ben sovint en la premsa especialitzada, en mitjans generalistes i en més de 500 blogs relacionats amb el disseny. A més, imparteixen conferències i cursos en universitats d'Espanya, Japó i Mèxic.

Dsignio es un estudio de interiorismo y de diseño de producto ubicado en Madrid que realiza proyectos a nivel internacional. Fue fundado en 2002 por Alberto Bejerano y Patxi Cotarelo, ambos ingenieros técnicos en Diseño Industrial y máster en Diseño de Interiores. A lo largo de estos años Dsignio ha recibido diversos premios, destacando tres nominaciones al mejor diseño del año en España en la pasada edición de los premios Delta y la nominación a mejor diseñador joven del año por la revista Elle Decor. Han diseñado restaurantes, oficinas, tiendas..., destacando el diseño integral de cinco hoteles en Madrid, Barcelona y Málaga. Han diseñado producto para distintas empresas como Vibia, La Ebanistería, Peronda Group, Concepta, Mobernia, Beltà, Frajumar, John Smith..., que venden sus diseños en más de cien países y los exponen en ferias como la de Milán, París, Moscú, Singapur, Estocolmo, Colonia o Londres. Sus proyectos aparecen publicados con frecuencia en la prensa especializada, en medios generalistas y en más de 500 blogs relacionados con el diseño. Además, imparten conferencias y cursos en universidades de España, Japón y México.



Alberto Bejerano
Patxi Cotarelo

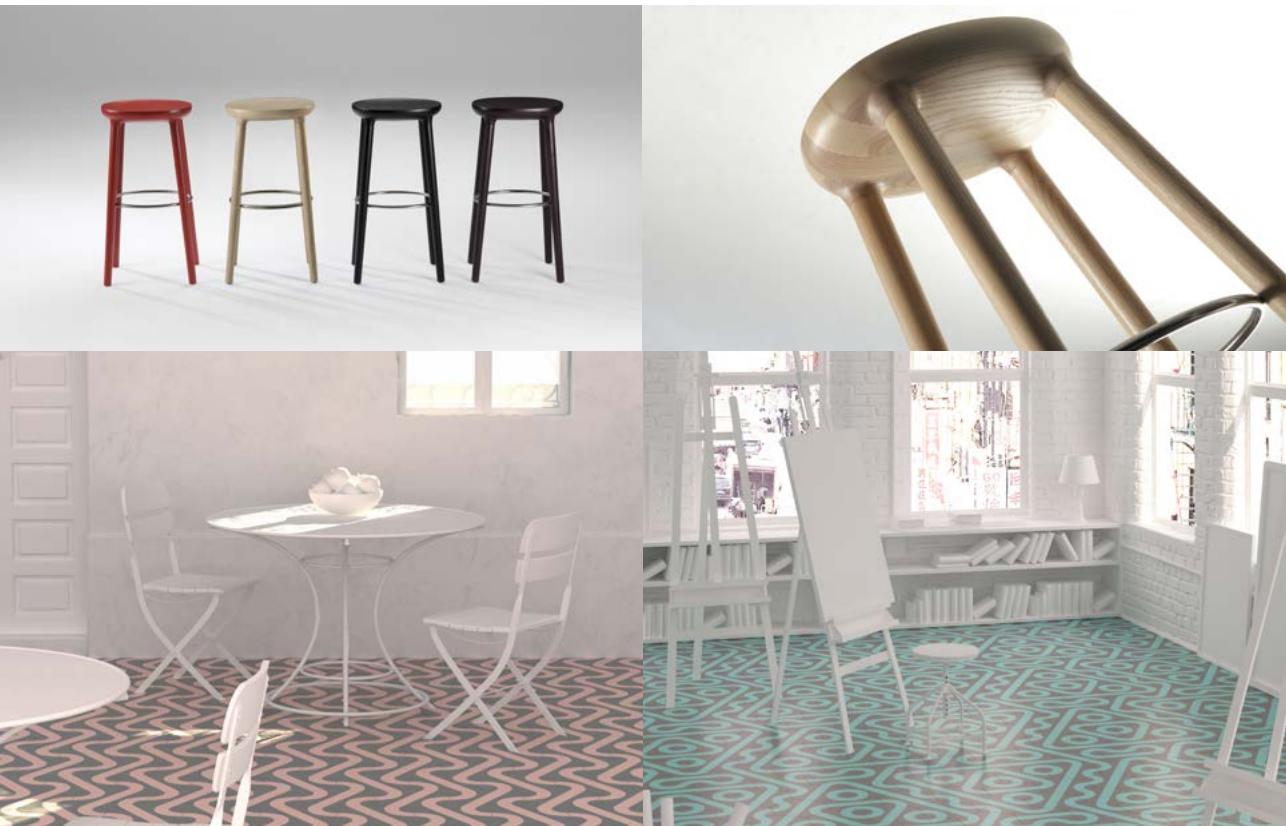
DELFOS (per a: Concepta) · ROLL (per a: Peronda) · 2015

Delfos és un tamboret per a Concepta. Aquest projecte s'ha concebut com un homenatge a la fusta, a la seua calidesa, les seues textures i la forma en què és treballada. Les potes sorgeixen del seient com si foren les branques d'un arbre i ens deixin apreciar el seu vetat i fortalesa.

Roll és un taulell hexagonal que permet jugar i personalitzar l'espai. Girant i col·locant el taulell de distinutes formes es poden crear infinites composicions: més ordenades o més caòtiques, més serioses o més divertides. Mitjançant els distints colors, el taulell pot adaptar-se a l'entorn i també emfatitzar les emocions.

Delfos es un taburete para Concepta. Este proyecto se ha concebido como un homenaje a la madera, a su calidez, sus texturas y la forma en la que es trabajada. Las patas surgen del asiento como si fueran las ramas de un árbol del que podemos apreciar su veteado y fortaleza.

Roll es un azulejo hexagonal que permite jugar y personalizar el espacio. Girando y colocando el azulejo de distinutas formas se pueden crear infinitas composiciones: más ordenadas o más caóticas, más serias o más divertidas. Mediante los distintos colores el azulejo puede adaptarse al entorno y también enfatizar las emociones.





Elena Sánchez Santos va néixer el 1984 a Onda. Va estudiar Disseny Industrial i va començar aquest projecte personal en 2011. La intenció en crear lelelerele era unir el disseny de producte amb la fabricació artesanal. Després de crear un blog per a mostrar les seves creacions va obrir una botiga en línia on poder vendre-les de forma independent. Produceix en el seu propi taller ninots, peluixos i accessoris de decoració tèxtil de forma artesanal i els ven en la seva pàgina web (també distribueix en botigues situades a Nova Zelanda, Austràlia i Polònia). Tots els productes lelelerele estan fets a mà, un a un, amb els millors materials i amb molt d'amor, sent molt importants la dedicació, la qualitat, la delicadesa i exclusivitat del producte. Lelelerele ha anat evolucionant des dels seus inicis fins ara, creant diferents models, millorant la forma de producció i complementant la seva formació en molts aspectes com el patronatge, la costura, el màrqueting, la fotografia. També s'ha experimentat amb materials des del cotó al moher teixit, creant i buscant nous suports d'expressió per a aquest nou any.

Elena Sánchez Santos y nació en 1984 en Onda. Estudió Diseño Industrial y empezó este proyecto personal en 2011. La intención al crear lelelerele era aunar el diseño de producto con la fabricación artesanal. Tras crear un blog para mostrar sus creaciones abrió una tienda online donde poder venderlas de forma independiente. Produce en su propio taller muñecos, peluches y accesorios de decoración textil de forma artesanal y los vende en su página web (también distribuye en tiendas de Nueva Zelanda, Australia y Polonia). Todos los productos lelelerele están hechos a mano, uno a uno, con los mejores materiales y con mucho amor, siendo muy importantes la dedicación, la calidad, la delicadeza y exclusividad del producto. Lelelerele ha ido evolucionando desde sus inicios hasta ahora, creando diferentes modelos, mejorando la forma de producción y complementando su formación en muchos aspectos como el patronaje, la costura, el marketing, la fotografía. También se ha experimentado con materiales desde el algodón al mohair tejido, creando y buscando nuevos soportes de expresión para este nuevo año.



Elena Sánchez Santos

Benito és més resistent que els productes dissenyats fins al moment i pot ficar-se en la llavadora sense problemes. Està fet amb loneta de cotó de gran resistència, els ullots i la boca estan brodats a mà amb molta cura i les orelletes són de suau cotó rosa. El disseny de Benito transmet dolçor i presenta un tacte agradable i abraçable que fan que se li agafi afecte des del primer minut.

Benito es más resistente que los productos diseñados hasta el momento y puede meterse en la lavadora sin problemas. Está hecho con loneta de algodón de gran resistencia, sus ojos y su boca están bordados a mano con mucho mimo y sus orejitas son de suave algodón rosa. El diseño de Benito transmite dulzura y presenta un tacto agradable y abrazable que hacen que se le coja cariño desde el primer minuto.





Equipo Nómada és un taller d'art, arquitectura i disseny cofundat per les dissenyadores Alicia Manso i Sara Deblás. Nascudes a Alcalá de Henares i Úbeda, respectivament, es titulen en Disseny Industrial a la Universitat Jaume I i les dues amplien la seu trajectòria cap a estudis superiors de joieria artística (Alicia) i arquitectura interior (Sara). Amb una paral·lela i coincident curiositat per la moda, l'aparadorisme o l'entorn paisatgístic, comencen a crear junes després d'experiències professionals tan diverses com la docència artística, la gestió cultural i el disseny de mobiliari urbà, estands, joies, col·leccions per a l'hàbitat i la il·luminació; per a empreses, institucions i particulars com ara ACB Iluminación, Luxenter, SutcliffePlay, 4EveryZinc, la Universitat Jaume I, diverses regidories culturals i el centre de creació Las Naves de València. El seu pas per fires internacionals com NUDE a València o Satellitte a Milà, així com mencions i premis en el camp del producte i de l'interiorisme, refermen la seua passió per materialitzar sons i idees en Equipo Nómada, en el qual es gesten projectes integrals d'assessorament, disseny i fabricació.

Equipo Nómada es un taller de arte, arquitectura y diseño cofundado por las diseñadoras Alicia Manso y Sara Deblás. Nacidas en Alcalá de Henares y Úbeda, respectivamente, se titulan en Diseño Industrial en la Universitat Jaume I y ambas amplían su trayectoria hacia estudios superiores de joyería artística (Alicia) y arquitectura interior (Sara). Con una paralela y coincidente curiosidad por la moda, el escaparatismo o el entorno paisajístico, comienzan a crear juntas tras experiencias profesionales tan diversas como la docencia artística, la gestión cultural y el diseño de mobiliario urbano, stands, joyas, colecciones para el hábitat y la iluminación; para empresas, instituciones y particulares como ACB Iluminación, Luxenter, SutcliffePlay, 4EveryZinc, la Universitat Jaume I, diversas concejalías culturales y el centro Las Naves de Valencia. Su paso por ferias internacionales como NUDE en Valencia o Satellitte en Milán, así como menciones y premios en el campo del producto y del interiorismo, afianzan su pasión por materializar sueños e ideas en Equipo Nómada, en el que se gestan proyectos integrales de asesoramiento, diseño y fabricación.

**EQUIPO
NÓMADA**

Alicia Manso
Sara Deblás

PUNTO Y LÁSER SOBRE EL PLANO · 2013

'Punto y láser sobre el plano' parteix del concepte de pla que evoluciona, junt amb el punt i la línia, a la tercera dimensió gràcies al procés de tall làser. Jugar amb interseccions i abatiments amb els poliedres, dóna com a resultat una col·lecció de joies austera i primitiva, de marcat caràcter graficoplàstic. Convertir aquest pla abstracte en matèria, la plata, suposa cercar processos i solucions que combinen indústria i artesania.

'Punto y láser sobre el plano' parte del concepto de plano que evoluciona, junto al punto y la línea, a la tercera dimensión gracias al proceso de corte láser. Jugar con intersecciones y abatimientos con los poliedros, da como resultado una colección de joyas austera y primitiva, de marcado carácter gráfico-plástico. Convertir este plano abstracto en materia, la plata, supone la búsqueda de procesos y soluciones que combinan industria y artesanía.





Estudi{H}ac és una empresa creativa concebuda com un atelier de disseny fundat en 2003 per José Manuel Ferrero. Amb talent creatiu i caràcter multidisciplinari, estem especialitzats en la realització de treballs a mida d'arquitectura interior, creació de muntatges per a instal·lacions i disseny de producte, és a dir, ambients únics per a clients visionaris que busquen l'elegància bespoke (feta a mida). El nostre treball ha obtingut reconeixement en premis nacionals i internacionals com a finalistes en els premis Restaurant & Bar Design, SBID Internacionals de Disseny en la categoria Restaurant & Bar pel projecte Estado Puro by Paco Roncero (2014), la nominació als premis ArchiDesignclub by muuuz per la col·lecció Men{H}ir (2013), millor dissenyador industrial de València (2011), Interior Design BOY Best of Year awards (2010), Premi ADCV Or Transport (2009), Premi ADCV Bronze equipament urbà o d'ús públic (2009), selecció ADI-FAD Delta (2009), Nominació International Design Award Elle Deco (2007). Treballarem amb reconegudes empreses com ara Toulemonde Bouchart, Sancal, Living Ceramics, Porcelanosa Grupo, Vondom, Point, en el camp del disseny de producte, i en el camp de l'interiorisme amb Melia Hotel & Resorts, Poncelet, Hard Rock Hotel, Estado Puro by Paco Roncero, Palladium Hotel...

Estudi{H}ac es una empresa creativa concebida como un atelier de diseño fundado en 2003 por José Manuel Ferrero. Con talento creativo y carácter multidisciplinar, está especializado en realizar trabajos a medida de arquitectura interior, creación de montajes para instalaciones y diseño de producto, todos ellos ambientes únicos para clientes visionarios que buscan la elegancia bespoke (hecha a medida). Su trabajo ha obtenido reconocimiento en premios nacionales e internacionales como finalistas en los premios Restaurant & Bar Design, SBID Internacionales de Diseño en la categoría Restaurant & Bar por el proyecto Estado Puro by Paco Roncero (2014), la nominación a los premios ArchiDesignclub by muuuz por la colección MEN{H}IR (2013), mejor Diseñador Industrial de Valencia (2011), Interior Design BOY Best of Year awards (2010), Premio ADCV Oro Transporte (2009), Premio ADCV Bronce equipamiento urbano o de uso público (2009), Selección ADI- FAD Delta (2009), Nominación International Design Award Elle Deco (2007). Trabaja con reconocidas empresas como Toulemonde Bouchart, Sancal, Living Ceramics, Porcelanosa Grupo, Vondom, Point, en el campo del diseño de producto, y en el campo del interiorismo con Melia Hotel & Resorts, Poncelet, Hard Rock Hotel, Estado Puro by Paco Roncero, Palladium Hotel...

estudi{H}ac

José Manuel Ferrero

La construcció de Casta és aparentment senzilla, ja que la funda fa de suport sense necessitat de cingles o de qualsevol altre sistema de subjecció. La força d'aquest tipus de teixit resideix en el seu entramat en forma de malla. En qualsevol dels dos acabats, la funda s'adhereix perfectament a l'estruatura i inclou dos coixins que aporten el confort que demana una butaca dissenyada per a descansar.

La construcción de Casta es aparentemente sencilla, ya que la funda hace de soporte sin necesidad de cinchas o de cualquier otro sistema de sujeción. La fuerza de este tipo de tejido reside en su entramado en forma de malla. En cualquiera de sus dos acabados, la funda se adhiere perfectamente a la estructura e incluye dos almohadas que aportan el confort que demanda una butaca diseñada para descansar.





L'estudi García Cumini Associati va ser inaugurat en 2012 a Udine (Itàlia). Es presenta com un equip multidisciplinari, que desenvolupa des del disseny d'objectes, el disseny d'instal·lacions de caràcter artístic per a la presentació de productes o empreses, la direcció d'art i el disseny gràfic per a projectes d'imatge corporativa i comunicació. Vicente García Jiménez és enginyer tècnic amb l'especialitat en Disseny Industrial per la Universitat Jaume I, i emprèn la seu activitat a Barcelona, on desenvolupa productes d'il·luminació i decoració. Successives experiències professionals el van portar a Milà i Udine, on va obrir el seu estudi. Ha participat en diverses exposicions a Europa, Xina i Japó i rebut importants premis: XXII Compasso D'Oro – Menció d'Honor, Elle Decor Dissenyador de l'Any (edició espanyola) 2011, ADI Design Index 2010 (selecció de projectes Infinito), Elle Decor jove Dissenyador de l'Any (edició espanyola) 2009, Designer's Saturday 2008 (Millor Disseny d'espai). Cinzia Cumini es va graduar en Conservació del Patrimoni Cultural, en l'especialitat sociofilosòfica en la Universitat d'Udine, amb una tesi sobre la importància del disseny industrial en la societat contemporània. S'ocupa de la selecció de productes i proveïdors en l'escena internacional del disseny, amb especial atenció a les empreses emergents.

El estudio García Cumini Associati fue inaugurado en 2012 en Udine (Italia). Se presenta como un equipo multidisciplinario, que desarrolla desde el diseño de objetos, el diseño de instalaciones de carácter artístico para la presentación de productos o empresas, la dirección de arte y el diseño gráfico para proyectos de imagen corporativa y comunicación. Vicente García Jiménez es ingeniero técnico con la especialidad en Diseño Industrial por la Universitat Jaume I, y emprende su actividad en Barcelona, donde desarrolla productos de iluminación y decoración. Sucesivas experiencias profesionales lo llevaron a Milán y Udine, donde abrió su estudio. Ha participado en varias exposiciones en Europa, China y Japón y recibido importantes premios: XXII Compasso D'Oro – Mención de Honor, Elle Decor Diseñador del Año (edición española) 2011, ADI Design Index 2010 (selección de proyectos Infinito), Elle Decor joven Diseñador del Año (edición española) 2009, Designer's Saturday 2008 (Mejor Diseño de espacio). Cinzia Cumini se graduó en Conservación del Patrimonio Cultural, en la especialidad socio-filosófica en la Universidad de Udine, con una tesis sobre la importancia del diseño industrial en la sociedad contemporánea. Se ocupa de la selección de productos y proveedores en la escena internacional del diseño, con especial atención a las empresas emergentes.

GARCIA CUMINI ASSOCIATI

Vicente García Jiménez
Cinzia Cumini

El nou llum penjant s'inspira en l'observació dels radis d'una roda de bicicleta. La barra de metall modela un volum suau i lleuger al mateix temps que sòlid i la font de llum LED permet al mateix temps il·luminar completament el pla i crear un efecte màgic de propagació de llums iombres sobre les parets.

La nueva lámpara colgante se inspira en la observación de los radios de una rueda de bicicleta. La barra de metal moldea un volumen suave y ligero a la vez que sólido y la fuente de luz LED permite al mismo tiempo iluminar completamente el plano y crear un efecto mágico de propagación de luces y sombras sobre las paredes.





Diego Suárez és un dissenyador industrial amb més de deu anys d'experiència en disseny gràfic i de producte. En l'actualitat és director del seu propi estudi de disseny, Ignota Design. Graduat per la Universitat Jaume I, va completar els seus estudis d'enginyeria en disseny i desenvolupament de producte en The University of Salford (Regne Unit), School of Art and Design. Diego Suárez ha sigut dissenyador d'empreses de referència com ara Porcelanosa Grupo, Marie Claire i Keraben. En 2011 va emprendre el seu projecte professional, Ignota Design: un estudi creatiu que apostava pel disseny com a eina fonamental per a la innovació de producte. Una àmplia xarxa multidisciplinària de professionals del disseny despullen una idea fins a quedar-se amb la seua essència, després li creen una aparença única d'acord amb la seua personalitat. El mecenatge, la sostenibilitat i el comerç just són els pilars de la seua metodologia de treball, la qual cosa permet comprendre projectes d'alt nivell optimitzant recursos.

Diego Suárez es un diseñador industrial con más de diez años de experiencia en diseño gráfico y de producto. En la actualidad es director de su propio estudio de diseño, Ignota Design. Graduado por la Universidad Jaume I, completó sus estudios de ingeniería en diseño y desarrollo de producto en The University of Salford (Reino Unido), School of Art and Design. Diego Suárez ha sido diseñador de empresas de referencia como Porcelanosa Grupo, Marie Claire y Keraben. En 2011 emprendió su proyecto profesional, Ignota Design: un estudio creativo que apuesta por el diseño como herramienta fundamental para la innovación de producto. Una amplia red multidisciplinar de profesionales del diseño desnuda una idea hasta quedarse con su esencia, después le crean una apariencia única acorde con su personalidad. El mecenazgo, la sostenibilidad y el comercio justo son los pilares de su metodología de trabajo, lo que permite abarcar proyectos de alto nivel optimizando recursos.



Diego Suárez

Cactus és un penjador modular que, al mateix temps, compleix la funció ornamental i de carregador de dispositius mòbils. Es tracta d'un producte de baix cost de producció, compost únicament de sis peces de fabricació senzilla, d'un material lleuger i resistent. El muntatge no requereix ferramentes. Disponible en blanc, verd, roig i negre.

Cactus es un perchero modular que, al mismo tiempo, cumple la función ornamental y de cargador de dispositivos móviles. Se trata de un producto de bajo coste de producción, compuesto únicamente de seis piezas de fabricación sencilla, de un material ligero y resistente. Su montaje no requiere herramientas. Disponible en blanco, verde, rojo y negro.





Inzein és una empresa, fundada pel dissenyador industrial Pedro Navarro, que es dedica el disseny, desenvolupament, fabricació i comercialització de productes dirigits al sector funerari. Urnes biodegradables per a cendres, miniurnes, bosses de transport, urnes de metall i desodoritzants ambientals. El seu mercat objectiu són les distribuidores de productes funeraris, funeràries i tanatoris amb forn crematori i cementeris. Inzein ha estat present en les principals fires del sector, Tanexpo Bolonia 2014 i 2016, Funeraire París 2013, Funeral Ourense 2014, Messe Ried in Innkreis, Àustria 2015 i Funermosstra València 2015. Inzein ha rebut un premi a empresa verda en els VI premis la Guía Funeraria 2014. Ja compta amb comercialització de productes en molts països d'Europa i Amèrica Llatina. Inzein naix amb el propòsit de crear productes nous, sense aparença funerària i amb criteris de disseny sostenible.

Inzein es una empresa, fundada por el diseñador industrial Pedro Navarro, que se dedica el diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de productos dirigidos al sector funerario. Urnas biodegradables para cenizas, miniurnas, bolsas de transporte, urnas de metal y desodorizantes ambientales. Su mercado objetivo son las distribuidoras de productos funerarios, funerarias y tanatorios con horno crematorio y cementerios. Inzein ha estado presente en las principales ferias del sector, Tanexpo Bolonia 2014 y 2016, Funeraire París 2013, Funeral Ourense 2014, Messe Ried in Innkreis, Austria 2015 y Funermostra Valencia 2015. Inzein ha recibido un premio a empresa verde en los VI Premios la Guía Funeraria 2014. Ya cuenta con comercialización de productos en muchos países de Europa y América Latina. Inzein nace con el propósito de crear productos nuevos, sin apariencia funeraria y con criterios de diseño sostenible.

Pedro Navarro

Urnas per a cendres realitzades amb biopolímers d'origen orgànic, són aptes per a ús en columbari, soterrat i en exposició. Els biopolímers només es degraden en condicions de compostatge. Les urnes Inzein es poden reciclar amb les escombraries orgàniques.

Urnas para cenizas realizadas con biopolímeros de origen orgánico, son aptas para uso en columbario, enterrado y en exposición. Los biopolímeros solo se degradan en condiciones de compostaje. Las urnas Inzein se pueden reciclar junto a la basura orgánica.





Joan Rojeski Studio és una agència on es desenvolupen projectes de disseny de producte, disseny gràfic i web. Des de la seu creació en 2010, són moltes les empreses nacionals i internacionals com Lékué, Peronda o Vigar entre altres, que confien en aquest equip que destaca per la seua aportació creativa a cada projecte que té entre mans. I és que gran part de l'èxit resideix en el seu procés de creació; un mètode propi a través del qual aconsegueixen solucions innovadores, i en el qual cuiden cada detall fins a aconseguir un resultat òptim, tant per als seus clients com per a l'usuari final. A més, compaginen els seus projectes de disseny amb serveis d'assessoria en innovació i creativitat per a empreses, docència i una labor activa en associacions com La Exprimidora (Associació de Dissenyadors i Creatius de Castelló) i l'ADCV (Associació de Dissenyadors de la Comunitat Valenciana).

Joan Rojeski Studio es una agencia donde se desarrollan proyectos de diseño de producto, diseño gráfico y web. Desde su creación en 2010, son muchas las empresas nacionales e internacionales como Lékué, Peronda o Vigar entre otras, que confían en este equipo que destaca por su aportación creativa a cada proyecto que tiene entre manos. Y es que gran parte del éxito reside en su proceso de creación; un método propio a través del que consiguen soluciones innovadoras, y en el que cuidan cada detalle hasta conseguir un resultado óptimo tanto para sus clientes como para el usuario final. Además, compagan sus proyectos de diseño con servicios de asesoría en innovación y creatividad para empresas, docencia y una labor activa en asociaciones como La Exprimidora (Asociación de Diseñadores y Creativos de Castellón) y la ADCV (Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana).

JoanRojeskiTM

Jordi Olucha
Rosa Reig
Kike Fernández
Anna Gil

CHEESEMAKER (per a: Lékué) · 2014 · CRAFT (per a: Peronda) · 2015

La Cheesemaker és el resultat de l'experimentació sobre el procés d'elaboració del formatge fresc, suposa la revolució i acostament a la llar de la manera d'elaborar aquest lletí de baix contingut en greix. El repte: poder fer formatge fresc d'una manera econòmica, ràpida, senzilla, amb ingredients comuns i des de casa.

Craft és una col·lecció de peces ceràmiques per a Peronda Group i resultat d'una experimentació matèrica sobre el procés del reciclatge del paper fet a mà, durant el qual es va treballar amb diferents tècniques , tipologia de paper i acabats.

La Cheesemaker es el resultado de la experimentación sobre el proceso de elaboración del queso fresco, que supone la revolución y acercamiento al hogar de la manera de elaborar este lácteo de bajo contenido en grasa. El reto: poder hacer queso fresco de una manera económica, rápida, sencilla, con ingredientes comunes y desde casa.

Craft es una colección de piezas cerámicas para Peronda Group y resultado de una experimentación matérica sobre el proceso del reciclado del papel hecho a mano, durante el cual se trabajó con diferentes técnicas, tipología de papel y acabados.





Mario Mankey / Vivo Volta (Sagunt, 1985) va cursar Enginyeria Tècnica en Disseny Industrial a la Universitat Jaume I (2014). Compagina el treball artístic personal amb la feina d'il·lustrador i dissenyador comercial. La seva activitat en els últims anys s'ha centrat en l'execució de murals artístics comissionats per tot el món, en festivals realitzats a ciutats d'Espanya, Estats Units, Rússia, Polònia o Alemanya. Entre els seus últims treballs més importants aliens a la producció artística, destaquen els següents: 2009, il·lustrador i dissenyador en el Servei de Comunicació de la Universitat Jaume; 2010, pintura en directe sobre iglú ceràmic durant Cevisama 2010, a l'espai de l'Institut de Tecnologia Ceràmica, Trans-Hitos; 2010, Direcció d'art, disseny de personatges, i il·lustracions del llibre Pai Natal a Viagem, de publicació pendent a Angola; 2009/2012, il·lustrador en Arcestudi, estudi de disseny i direcció de projectes de Morella; 2015, realització d'un curt animat per un experiment de caràcter científic; 2015, realització de murals comercials a Berlín per PAX, Jägermeister, Vodafone; 2013 (i continua), seminari de comunicació visual i sketching de dissenys industrials mitjançant Wacom i Photoshop, a l'UJI.

Mario Mankey/Vivo Volta (Sagunto, 1985) cursó Ingeniería Técnica en Diseño Industrial en la Universitat Jaume I (2014). Compagina el trabajo artístico personal con el trabajo de ilustrador y diseñador comercial. Su actividad en los últimos años se ha centrado en la ejecución de murales artísticos comisionados por todo el mundo, en festivales realizados en ciudades de España, Estados Unidos, Rusia, Polonia o Alemania. Entre sus últimos trabajos más importantes ajenos a la producción artística, detallan los siguientes: 2009; ilustrador y diseñador en el Servicio de Comunicación de la Universitat Jaume I; 2010, pintura en directo sobre iglú cerámico durante Cevisama 2010, en el espacio del Instituto de Tecnología Cerámica, Trans-Hitos; 2010, dirección de arte, diseño de personajes, e ilustraciones del libro Pai Natal a Viagem, de publicación pendiente en Angola; 2009/ 2012, ilustrador en Arcestudi, estudio de diseño y dirección de proyectos de Morella; 2015, realización de un corto animado para un experimento de carácter científico; 2015, realización de murales comerciales en Berlín para PAX, Jägermeister, Vodafone; 2013 (y continúa), seminario sobre comunicación visual y sketching de diseños industriales mediante Wacom y Photoshop, en la UJI.

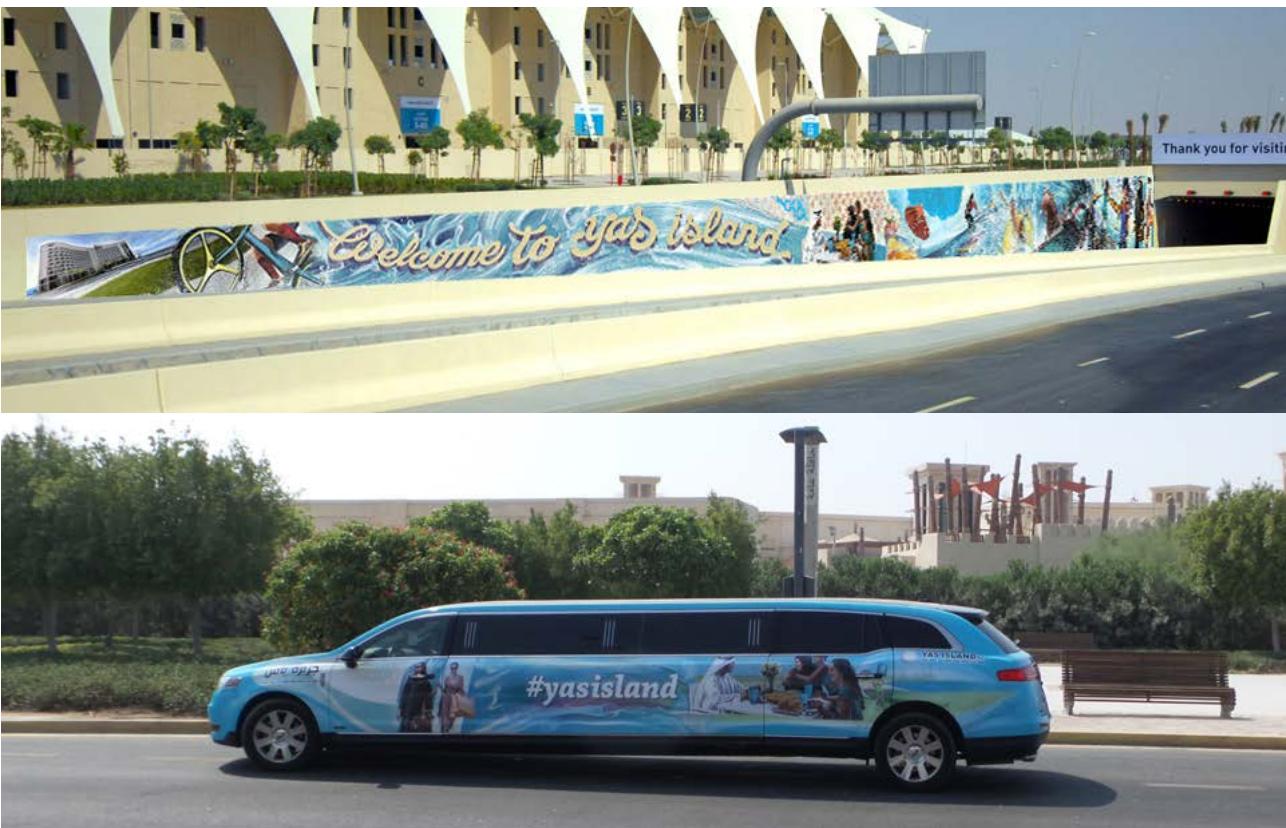


Mario Mankey / Vivo Volta

PROJECTE L'ILLA DE YAS · 2015

Il·lustracions promocionals de l'Illa de Yas que es van aplicar tant en els murs dels túNELS d'entrada i d'eixida com en les limusines. En aquestes s'havia de mostrar l'estil de vida i les opcions que t'ofereix l'estada a l'illa. Emoció i família van ser alguns dels conceptes més importants que s'havien de transmetre. Client: Lava Brands per a Miral.ae.

Ilustraciones promocionales de la Isla de Yas que se aplicaron tanto en los muros de los túneles de entrada y salida como en las limusinas. En ellas se debía mostrar el estilo de vida y las opciones que te ofrece la estancia en la isla. Emoción y familia fueron algunos de los conceptos más importantes que se debían transmitir. Cliente: Lava Brands para Miral.ae.





NES Estudi som un equip de professionals amb experiència en diversos àmbits del disseny: interior, producte i gràfic, així com arquitectes, enginyers i industrials del sector de l'hàbitat que treballem de forma conjunta dependent de les necessitats. La nostra filosofia es basa sobre cinc conceptes que articulen la nostra forma de treball: fem compatibles el disseny i l'enginyeria; aconseguir que el nostre treball permeti generar valor als nostres clients; dissenyar experiències de client i usuaris memorables; treballem amb els nostres clients sota la cultura de projectes; rendibilitzar al màxim la inversió dels nostres clients. Al capdavant d'aquest equip de professionals es troba Neus Escuder (Castelló, 1978), al qual li transmet la seva clara filosofia del disseny com a recurs estratègic. Entre els seus estudis destaquen: Premier Cycle Eurinsa d'Enginyeria Industrial dins el programa Europeu de l'Institut National des Sciences appliques INSA de Lió, França. Enginyera Tècnica en Disseny Industrial per l'UJI. School of Art & Design, University of Salford, Regne Unit. Avaluadora en els certificats de professionalitat sector fusta-moble-suro per l'Agència de les Qualificacions Professionals del Ministeri d'Educació i Treball.

NES Estudio es un equipo de profesionales con experiencia en diversos ámbitos del diseño: interior, producto y gráfico, así como arquitectos, ingenieros e industriales del sector del hábitat que trabajan de forma conjunta dependiendo de las necesidades. Su filosofía se asienta sobre cinco conceptos que articulan su forma de trabajo: hacen compatibles el diseño y la ingeniería; lograr que su trabajo permita generar valor a sus clientes; diseñar experiencias de cliente y usuarios memorables; trabajan con sus clientes bajo la cultura de proyectos; rentabilizar al máximo la inversión de sus clientes. Al cargo de este equipo de profesionales se encuentra Neus Escuder (Castellón, 1978), al cual le transmite su clara filosofía del diseño como recurso estratégico. Entre sus estudios destacan: Premier Cycle Eurinsa de Ingeniería Industrial dentro del programa Europeo del Institut National des Sciences Appliqués INSA de Lyon, Francia. Ingeniera Técnica en Diseño Industrial por la UJI, Castellón. School of Art & Design, University of Salford, Reino Unido. Evaluadora en los certificados de profesionalidad sector madeira-mueble-corcho por la Agencia de las Cualificaciones Profesionales del Ministerio de Educación y Trabajo.



Neus Escuder

Cube fa de moble de bany que dóna resposta a les funcions pròpies de neteja, i durant la resta del temps ens serveix de moble auxiliar contenidor. En independitzar-lo, es solucionen els conflictes d'ús en el temps entre usuaris que comparteixen aquest espai i que soLEN centrar-se en una franja horària molt concreta del dia.

Cube hace las veces de mueble de baño que da respuesta a las funciones propias de aseo, y durante el resto del tiempo sirve de mueble auxiliar contenedor. Al independizarse, se solucionan los conflictos de uso en el tiempo entre usuarios que comparten este espacio y que suelen centrarse en una franja horaria muy concreta del día. Obra seleccionada a los premios ADCV 2015 en la categoría de mobiliario.





Silvia Martínez García-Carpintero (Múrcia, 1978) és enginyera tècnica en Disseny Industrial (UJI) i directora del Departament de Disseny de Ramón Esteve Estudio, actuant-hi com a coordinadora de totes les disciplines de disseny. La seva forma d'entendre aquesta especialitat com una opció vital, unida a la seva creativitat natural i afegint la seva experiència, li donen el caràcter per coordinar l'equip. Ramón Esteve Estudio és un lloc on arquitectes, dissenyadors i creatius treballen junts en el desenvolupament de projectes amb caràcter, donant respostes creatives al nostre entorn, creant espais, objectes i marques singulars. Harmonia, serenitat, atemporalitat, universalitat i contextualització són les constants dels seus treballs, sempre a la recerca d'un univers sensorial i envoltant. Projectes de disseny d'interior com el de l'Hotel NH Collection Palau de Tepa a Madrid, intervencions efímeres com la de Porcelanosa Premium a Cersaie o el disseny de producte i direcció artística per marques de mobiliari com Vibia i Vondom, serveixen de carta de presentació d'un estudi on arquitectura i disseny parlen el mateix llenguatge.

Silvia Martínez García-Carpintero (Murcia, 1978) es ingeniera técnica en Diseño Industrial (UJI) y directora del Departamento de Diseño de Ramón Esteve Estudio, actuando allí como coordinadora de todas las disciplinas de diseño. Su forma de entender esta especialidad como una opción vital, unida a su creatividad natural y añadiendo su experiencia, le dan el carácter polivalente para coordinar el equipo. Ramón Esteve Estudio es un lugar donde arquitectos, diseñadores y creativos trabajan juntos en el desarrollo de proyectos con carácter, dando respuestas creativas a nuestro entorno, creando espacios, objetos y marcas singulares. Armonía, serenidad, atemporalidad, universalidad y contextualización son las constantes de sus trabajos, siempre en busca de un universo sensorial y envolvente. Proyectos de diseño de interior como el del Hotel NH Collection Palacio de Tepa en Madrid, intervenciones efímeras como la de Porcelanosa Premium en Cersaie o el diseño de producto y dirección artística para marcas de mobiliario como Vibia y Vondom, sirven de carta de presentación de un estudio donde arquitectura y diseño hablan el mismo lenguaje.

RAM
ON
ESTE
VE
ESTUDIO

Silvia Martínez García-Carpintero

PREMIUM COLLECTION (per a: Porcelanosa) · 2015

Premium Collection és una posada en escena dels últims i més destacats productes d'alta gamma de Porcelanosa. Aquest nou concepte centrat en l'experimentació es desenvolupa sota la direcció creativa de Ramón Esteve, oferint sempre elements d'altíssima qualitat, variats i inèdits productes i les últimes tecnologies aplicades als materials. Sorprendre, explorar, crear, despertar els teus sentits... INSPIRAR-TE, és la màxima aspiració d'aquest projecte.

Premium Collection es una puesta en escena de los últimos y más destacados productos de alta gama de Porcelanosa. Este nuevo concepto centrado en la experimentación se desarrolla bajo la dirección creativa de Ramón Esteve, ofreciendo siempre elementos de altísima calidad, variados e inéditos productos y las últimas tecnologías aplicadas a los materiales. Sorprender, explorar, crear, despertar tus sentidos... INSPIRARTE es la máxima aspiración de este proyecto.





El dissenyador Vicente Clausell (Almassora, Castelló, 1982) Es va formar en el grau en Enginyeria Tècnica en Disseny Industrial i va realitzar el màster en Disseny de Producte i Fabricació (UJI), diploma de postgrau en Modelatge Digital i diploma de postgrau en Disseny de l'Espai de Treball (ELISAVA). El començament de la seu carrera professional va ser en 2004 (Insca Internacional), seguida d'una experimentació en diferents sectors, països i ciutats (Modiss a Barcelona, Sanycces a Borriana, Schneider Electric a Llempotges, Studio Wagner Design a Frankfurt), per a, finalment, crear Clausell Studio. Una de les seves primeres premisses és aconseguir una alta qualitat tècnica i estètica, gràcies a una extrema simplicitat formal i una acurada selecció de materials que es conjuga amb la passió pel treball ben fet. Ha col·laborat amb empreses alemanyes, japoneses, franceses, italianes i espanyoles. En La Exprimidora, ha participat en l'organització del Besign Fest, Nit de l'Art, Pechakucha Night, etc. Ha exposat en fires internacionals i altres esdeveniments a França (París, Llempotges), Itàlia (Milà), Alemanya (Frankfurt) Espanya (Barcelona, València, Castelló, Alacant, Benicàssim). Ha rebut nombrosos premis, l'últim, una menció especial del Premi Nacional de Producte amb el lavabo Kaliya, Valencia Crea 2015.

El diseñador Vicente Clausell (Almassora, Castellón, 1982) se formó en el grado en Ingeniería Técnica en Diseño Industrial y realizó el máster en Diseño de Producto y Fabricación (UJI), diploma de posgrado en Modelado Digital y diploma de posgrado en Diseño del Espacio de Trabajo (ELISAVA). El comienzo de su carrera profesional fue en 2004 (Insca Internacional), seguida de una experimentación en diferentes sectores, países y ciudades, para finalmente montar Clausell Studio. Una de sus premisas es conseguir una alta calidad técnica y estética, gracias a una extrema simplicidad formal y una cuidada selección de materiales que se conjuga con la pasión por el trabajo bien hecho. Ha colaborado con empresas alemanas, japonesas, francesas, italianas y españolas. En La Exprimidora, ha participado en la organización del Besign Fest, Nit de l'Art, Pechakucha Night, etc. Ha expuesto en ferias internacionales y otros eventos en Francia (París, Limoges), Italia (Milán), Alemania (Frankfurt) España (Barcelona, Valencia, Castellón, Alicante, Benicàssim). Ha recibido numerosos premios, el último de ellos una mención especial del Premio Nacional de Producto con el lavabo Kaliya, Valencia Crea 2015.

CLAUSELL[®]
studic

Vicente Clausell

La combinació de formes suaus i harmòniques amb arestes més vives és la característica principal del lavabo de paret Kaliya, de línies netes i minimalistes, que és possible gràcies a la utilització del material Solid. L'acabat en forma de gota enfatitza la seua relació amb l'aigua. És un lavabo principalment per a llocs on no es necessita un espai d'emmagatzematge, com ara hotels o banyos amb poc espai.

La combinación de formas suaves y armónicas con aristas más vivas es la característica principal del lavabo de pared Kaliya, de líneas limpias y minimalistas, que es posible gracias a la utilización del material Solid. Su acabado en forma de gota enfatiza su relación con el agua. Es un lavabo principalmente para lugares donde no se necesita un espacio de almacenamiento, como hoteles o baños pequeños.





L'estudi Vitale està integrat per Santiago Martín Martín (Jerez de la Frontera, 1978), Carles Folch Clau-sell (Castelló, 1976) i Lucía Chover Sellés (València, 1976) diplomats en Enginyeria Tècnica en Disseny Industrial per l' UJI. Van ampliar la seva formació amb el màster en Noves Tendències i Processos d'Innovació en Comunicació i el màster en Disseny i Fabricació de Producte, tots dos per l'UJI. L'estudi, fundat el 2005, s'ha especialitzat en disseny corporatiu, amb una concepció global que integra totes les àrees relacionades amb la imatge de marca i que abasta: el disseny d'interiors i espais corporatius, el disseny de producte, el disseny gràfic i la comunicació. Vitale és membre fundador de La Exprimidora. Entre d'altres guardons en disseny de producte, Vitale compta amb el primer premi en el 18 concurs internacional de Disseny Industrial del Móble CETEM pel sofà Two Be (2013); La Missatgera, guanyadora del Friendly Things Award, Venice Design Week (2013); primer premi concurs Increa innovació i creativitat, al carro de la compra e-cart (2010); primer premi en el concurs internacional Bâneo, al móble de bany Growing, 2006.

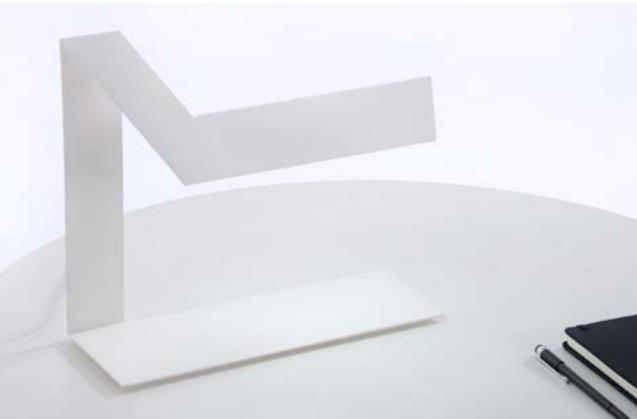
El estudio Vitale está integrado por Santiago Martín Martín (Jerez de la Frontera, 1978), Carlos Folch Clausell (Castellón, 1976) y Lucía Chover Sellés (Valencia, 1976) diplomados en Ingeniería Técnica en Diseño Industrial por la UJI. Ampliaron su formación con el máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación y el máster en Diseño y Fabricación de Producto, ambos por la UJI. El estudio, fundado en 2005, se ha especializado en diseño corporativo, con una concepción global que integra todas las áreas relacionadas con la imagen de marca y que abarca: el diseño de interiores y espacios corporativos, el diseño de producto, el diseño gráfico y la comunicación. Vitale es miembro fundador de La Exprimidora. Entre otros galardones en diseño de producto, Vitale cuenta con el primer premio en el 18 concurso internacional de Diseño Industrial del Mueble CETEM por el sofá Two Be (2013); La Mensajera, ganadora del friendly things award. Venice Design Week (2013); primer premio concurso Increa innovación y creatividad, al carro de la compra e-cart (2010); primer premio concurso internacional Bâneo, al mueble de baño Growing. 2006.



Santiago Martín Martín
Carlos Folch Clausell
Lucía Chover Sellés

Aplique, llum de sobretaula i de peu. La col·lecció Plié és una família de lluminàries de peu, sobretaula i aplics d'estètica arquitectònica. La seua senzillesa formal ve donada pel conformat d'una única peça de xapa metàl·lica que es va plegant fins a aconseguir definir una geometria de proporció rectangular. Lòptica LED emet una llum difusa indirecta d'alt rendiment.

Aplique, lámpara de sobremesa y de pie. La colección Plié es una familia de luminarias de pie, sobremesa y apliques de estética arquitectónica. Su sencillez formal viene dada por el conformado de una única pieza de chapa metálica que se va plegando hasta conseguir definir una geometría de proporción rectangular. La óptica LED emite una luz difusa indirecta de alto rendimiento.





Yinsen el formen des de 2012 María Pradera (Madrid), diplomada en Disseny Industrial per l'UJI, i Lorena Sayavera (Castelló), diplomada en Disseny Gràfic per l'ESAD de Castelló, amb postgrau en Tipografia i Disseny Editorial en EINA (Barcelona) i màster en Noves Tendències i Processos d'Innovació en Comunicació per l'UJI. Són un equip creatiu que desenvolupa projectes de branding, identitat corporativa, comunicació, disseny editorial, direcció d'art i web, amb àmplia experiència en projectes culturals i d'innovació tecnològica. En les seues pròpies paraules "ens agrada buscar l'essència de cada projecte per a reflectir-ho en un concepte poderós". Els seus projectes han sigut exposats, publicats i premiats en l'àmbit nacional i internacional, on destaquen, un premi Plata i un projecte finalista en la categoria de logo en els European Design Awards 2015, un Bronze pel web del mag Yunke en els premis Laus 2015, organitzats pel FAD de Barcelona i un Or en identitat corporativa i un Plata en cartell en els premis ADCV 2015.

Yinsen lo forman desde 2012 María Pradera (Madrid), diplomada en Diseño Industrial por la UJI y Lorena Sayavera (Castellón), diplomada en Diseño Gráfico por la ESAD de Castellón, con postgrado en Tipografía y Diseño Editorial en EINA (Barcelona) y máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación por la UJI. Son un equipo creativo que desarrolla proyectos de branding, identidad corporativa, comunicación, diseño editorial, dirección de arte y web, con amplia experiencia en proyectos culturales y de innovación tecnológica. En sus propias palabras "Nos gusta buscar la esencia de cada proyecto para reflejarlo en un concepto poderoso". Sus proyectos han sido expuestos, publicados y premiados a nivel nacional e internacional, donde destacan, un premio Plata y un proyecto finalista en la categoría de logo en los European Design Awards 2015, un Bronce por la web del mago Yunke en los premios Laus 2015, organizados por el FAD de Barcelona y un Oro en identidad corporativa y un Plata en cartel en los Premios ADCV 2015.

YINSEN

María Pradera
Lorena Sayavera

Juan Vicent és un professional especialitzat en fotografia i vídeo tot terreny amb experiència en projectes presentats en múltiples formats. Des del principi, aquesta qualitat versàtil era un dels seus components diferencials. És per això, que hem creat una identitat responsive que s'adapta a qualsevol format i a més serveix per a destacar detalls en una imatge o vídeo. La idea del logo naix del gest que fa amb les mans per a trobar l'enquadrament perfecte.

Juan Vicent es un profesional especializado en fotografía y vídeo todoterreno con experiencia en proyectos presentados en múltiples formatos. Desde el principio, esta calidad versátil era uno de sus componentes diferenciales. Es por esto, que hemos creado una identidad responsive que se adapta a cualquier formato y además sirve para destacar detalles en una imagen o vídeo. La idea del logo nace del gesto que hace con manos para encontrar el encauadre perfecto.





Yonoh és un estudi de desenvolupament creatiu multidisciplinari. Els dissenyadors industrials Clara del Portillo i Alex Selma van fundar l'estudi l'any 2006, després d'haver desenvolupat les seues carreres per separat. Unint les seues inquietuds creatives creen models que es diferencien per la seu senzillesa i funcionalitat i plantegen peces que plenes de frescor i singularitat; peces usables i que desprenen senzillesa i desimboldura, sense abandonar la innovació i l'originalitat. L'estudi ha obtingut més de 20 prestigiosos premis de disseny d'àmbit nacional i internacional, com el Red Dot, IF Design Award, Good Design o Wallpaper* Design Award, entre altres. L'estudi ha exposat les seues obres al voltant del món, Austràlia, Xina, Japó, EUA... i ha dissenyat per a empreses nacionals com són Sancal, LZF, Inclass, Capdell i internacionals com ara Sphaus, Gervasoni, Bolia, Zaozuo, entre altres. Alex Selma va nàixer en 1980 a Faura, València, i es va formar a l'UJI en Enginyeria Tècnica en Disseny Industrial. Clara del Portillo va nàixer també en 1980 a València, i es va formar en Disseny en el CEU.

Yonoh es un estudio de desarrollo creativo multidisciplinario. Los diseñadores industriales Clara del Portillo y Alex Selma fundaron el estudio en el año 2006, tras haber desarrollado sus carreras por separado. Uniendo sus inquietudes creativas crean modelos que se diferencian por su sencillez y funcionalidad y plantean piezas que derrochan frescura y singularidad; piezas usables y que desprenden sencillez y desenfado, sin abandonar la innovación y la originalidad. El estudio ha obtenido más de 20 prestigiosos premios de diseño a nivel nacional e internacional, como el Red Dot, IF Design Award, Good Design o Wallpaper* Design Award, entre otros. El estudio ha expuesto sus obras alrededor del mundo, Australia, China, Japón, EUA... y ha diseñado para empresas nacionales como Sancal, LZF, Inclass, Capdell e internacionales como Sphaus, Gervasoni, Bolia, Zaozuo, entre otros. Alex Selma nació en 1980 en Faura, Valencia, y se formó en la UJI en Ingeniería Técnica en Diseño Industrial. Clara del Portillo nació también en 1980 en Valencia, formándose en Diseño en el CEU.

yonoh
Estudio
Creativo

Alex Selma
Clara del Portillo

Una base de metall repujat i un mànec permet tenir un llum versàtil, ideal com a llum de taula i com a llum penjant. Premis: IF Design Award 2015. Interior Innovation Selection 2014. Best Of Year Selection 2013.

És una col·lecció de cadires, butaques i taules fetes a partir de llistons plans i pensada al detall per a aportar el màxim confort. L'acabat bisellat, la corba especial del respatller i la forma en què estan connectades les peces afegen valor a una cadira simple i fàcil.

Una base de metal repujado y un mango permite tener una lámpara versátil, ideal como lámpara de mesa y como colgante. Premios: IF Design Award 2015. Interior Innovation Selection 2014. Best Of Year Selection 2013.

Es una colección de sillas, butacas y mesas hechas a partir de listones planos, y pensada al detalle para aportar el mayor confort. El acabado biselado, la curva especial del respaldo y la forma en la que están conectadas las piezas añaden valor a una silla simple y fácil.



ON DESIGN AND ART OR VICE VERSA

Wenceslao Rambla Zaragozá

Professor of Aesthetics and Art Theory Vice-Rector for Culture, University Extension and Institutional Relations Universitat Jaume I

One thing that disturbs me considerably is when, in a conversation or exchange of views about questions of art or aesthetics, someone almost always comes up with incongruent opinions or considerations. But what irritates me even more are those people who claim not to understand art, and then go on to pontificate about it, belittling this exhibition or that painting or sculpture they saw in such and such a place. The same can be said about the way people refer to design: some confuse it with making something created to dazzle, with fine, expensive or modern materials and, needless to say, with very eye-catching, strange or eccentric forms; others, speak as though everything in existence had not been designed, only very special things ("so- and-so has a designer house", "such-and-such has bought a lovely piece of designer furniture"...), when if it is designed without designers, then the thing comes from the Stone Age, no less. And then there are those who, within the profession, see themselves first as artists and then designers, and others who studied (if that's at all possible) to be artists, and end up as designers (generally graphic designers) as a means of survival, but still yearn for artist status.

Moreover I have always been struck by the number of people who regard themselves as cultured, but either have no idea about art, or don't give a fig about it; that does not, however, prevent them pontificating from the position of their self-confessed ignorance. Even more so, they think that all this art and design stuff is peccata minuta and that, at best, it is good for a photo-

graph at openings or for boasting of having an artist friend (for artist, read daring, perverse, bohemian, provocative) or a signed painting on their wall. And then on top of this are those, still within the art world, who hold that design is design and shouldn't have anything to do with art, or who claim that design has to be elegant, affected and practically unique rather than serve a purpose to some extent; that is, design on the way to 'de-design' (how many juice extractors don't extract juice, how many chairs leave you with an aching backside, how many lovely looking wardrobes don't close properly! And a long etcetera). From this whole picture I draw one conclusion: it is no surprise that normal people, that is, those with some common sense, give a wide berth to designers, artists, design, art, and, of course, to certain theorists whose mode of expression in their debates and writings is incomprehensible. A pity, isn't it?

Well, on the connection, or the supposed connection, between art and design, what should be said in the first place, which certainly is a common but not an uncertain place (without entering into – nor denying the importance of – digressions on transversalities, diffuse aesthetics or aesthetisations of the quotidian), is that attractive objects are preferred over ugly ones, and they usually work better. Donald Norman tells how Israeli scientist Noam Tractinsky challenged this assumption. And he remained unconvinced until he had replicated in Israel rigorous experiments on the design and clients' use of ATMs, first devised and performed by Masaaki Kurosu and Kaori Kashimura in Japan. To Tractinsky's surprise the findings showed that despite the austere aesthetic inclinations of the Israelis, they preferred the functionality and the use of the most attractive ATMs, even more so than the Japanese whose aesthetic tradition is so inherent to their culture..

This correlation, then, between usability and aesthetic can also be detected in the position of a classic figure in the world of modern Spanish de-

sign, André Ricard, who claimed that “the beauty of a form is usually the revealing symptom of the right functional solution”. Or as far back as 1819, the proto-functionalist Friedrich Weinbrenner (who explored questions of the form and function relationship in architecture based on examples of everyday objects) wrote in the third part of his *Architektonisches Lehrbuch* that “beauty is in the total ‘concordance’ between form and function”. And going further back to 1759, Adam Smith considered, in *Of the beauty which the appearance of Utility bestows upon all the productions of art, and of the extensive influence of this species of Beauty*, a chapter in Part IV of his *Theory of Moral Sentiments*, that the effectiveness of any system or machine on producing the purpose for which it had been designed would confer beauty on the whole object. That in those days (1759) such statements could be made – so comparable to observations that more than two hundred and fifty years later Ricard, speaking of “operative efficacy as a generator of aestheticity”, informs us about – is an indicator of how the functional and the formal, the pragmatic and the aesthetic were bringing a new focus to beauty, a new platform for aesthetic experience.

But as with everything, recalling the persistent thirst for function and taking into account, as Gómez-Senent reminds us, that a designed object does not always behave unambiguously and may be appreciated as a tool and a work of art – as with works of design, engineering and architecture – fortunately numerous exceptions also appear here. I specifically want to mention, on the subject of engineering, the functionality-aesthetics coupling in the approach of the late-lamented José A. Fernández Ordoñez. A brilliant engineer and professor of aesthetics who, as José L. Molinero notes, successfully interwove engineering and aesthetics so as to conserve beauty not only in general but also where it is most difficult, in utility: “with good reason his declared proposal was to combine ‘reason and imagination’, ‘technique and art’; to conjugate ‘the path of

reason’ as an engineer with the ‘love of beauty’ of aesthetics”. Hence, like André Ricard or Oscar Tusquets who when dealing with idiosyncratic questions on the contrast between aesthetics and function, or beauty and operational efficacy in design, argue that they cannot be separated, so Fernández Ordoñez put forward the same argument for engineering in claiming that the dichotomy between functionality and beauty could be due only to an engineer’s inability, and nothing else. Or in the same vein, but put another way, a similar meaning might be attributed to the work of John Maeda, winner of the Smithsonian Cooper-Hewitt National Design Museum’s National Design Award in 2001: as Raquel Pelta reminds us, “if design is the marriage of form and function, the union of science and aesthetics, then the artist-mathematician John Maeda is the perfect designer”.

Industrial design obviously entails developing objects that, through their functionality, satisfy certain everyday human needs, and should ensure that the largest number and the best possible examples of them reach the largest number of citizens (in a way echoing philosopher Jeremy Bentham’s moral utilitarianism), thereby introducing an ethical-social aspect alongside the economic in its approach.

Yet on the other hand, it is also clear that a successful design must not only excel at the aesthetic level and in terms of its performance and usability. Obviously, if these conditions are met (that is, if the product does what it should and using it is a pleasant and productive experience) and users easily manage to do what they want with it, then the result will be a warm and affectionate artefact. However, just as not everybody has the same liking for a piece of art, a design will also have aspects that some people find attractive but others do not. The point is that we do not only live alongside people, but as Donald Norman pointed out in 1988, throughout our lives we share our own world with around twenty

thousand different everyday objects.

In other words, the universe of objects that surround us and that we avail ourselves of – what Hegel would call the objectification of the Spirit – manifests a way of living, of proceeding, to resolve issues in a way that is rooted in the being and the existence of the person. Part of this universe will be highly expendable, it will soon vanish, and so be it! But with the other part we establish a psychological or personal relationship just as we do with our best friends or our favourite works of art. It is not without reason that objects constantly give out both semantic and aesthetic messages: they have a communicative faculty. So rather than pitting use and function against form and aesthetic, or other similar dichotomies, it would be no bad thing – following Norman – to try and make the stereotypical visceral, behavioural and reflexive levels interact with each other in as flexible a way as possible. In this way appearance, pleasure and effective use, personal satisfaction in sum, would all be achieved. And this is desirable – I believe – although not easily attained completely, of course! But that's what we're trying or should be trying to do, don't you think?

That is not the end, however. At this stage of the game, now we are realising that resources are running out, materials and energies are becoming scarce; in other words, when unstoppable, feral, economy-driven development can only lead us to complete collapse, there is no choice but to change our mindset: we can no longer ignore the concept of "limit". Hence, if at first, under the aesthetic utopia of the Modern Movement, it seemed possible to "extend the life" of the objects in front of us, the beautiful form... – what made it possible to produce series of objects to spread to all and sundry – in these times of crisis (which more than a crisis is actually the beginning of a new paradigm, sustainability, that from now on should prevail over all our actions) and taking into account "what we know", it is evi-

dent that technological innovation (this thirst for newness for the sake of it that has led to so many abuses, caprices and exorbitant profits, some using up resources, others flattering and cajoling society, throwing it into raging consumerism; and the few pocketing everyone else's earnings) must be coupled – in Paolo Deganello's way of thinking – with social innovation (rethink "other ways" of interacting with people) and aesthetic innovation (pleasure without waste), in order to lend an 'other' sense to the discipline of design that legitimises it in the twenty-first century, already past its first fifteen years. Enough of false utensils; enough of designs signed as quasi-unique pieces; enough, too, of pigs in pokes and selling as eco-friendly things that certainly are not. What is needed therefore are new ways of proceeding, new meanings for situations that are in part old (inherited and not yet solved) and in part in process.

In sum, as Joan Costa said about graphic design but that could be equally applied to products: the purpose of design is to make the world intelligible and raise quality of life, to disseminate causes of civic and collective interest and culture, and what is specific about it as a discipline: to transmit sensations, emotions, information and knowledge.

**UJI DESIGN SCHOOL ENDORSED AS ONE
OF THE BEST BY ITS INDUSTRIAL DESIGN
GRADUATES**

Julia Galán

Professor of Aesthetics and Art Theory Vice-Rector for Culture, University Extension and Institutional Relations Universitat Jaume I

Studies in Technical Engineering in Industrial Design were first introduced in Spain as an official university degree at the Universitat Jaume I of Castelló more than two decades ago. That original qualification laid the ground for today's Bachelor's Degree in Industrial Design and Product Development Engineering.

The Universitat Jaume I of Castelló is recognised as an institution offering demanding technical and practical studies, with a growing national and international reputation.

The training provided on the degree in Industrial Design and Product Development Engineering is extremely innovative, of high quality and essentially designed to give its graduates the best opportunity for an excellent professional career.

The theoretical training crucial to many areas of the industrial designer's education is accompanied by numerous practical design projects that students can carry out in the laboratories and workshops, all of which are equipped with the latest technologies, with the result that each student receives individual attention with no problems of overcrowding.

The Universitat Jaume I has an outstanding record for obtaining external resources for research and development, for its unfailing commitment to quality in the services it offers, the excellence of its teaching and the use of new technologies to spread knowledge. The university is very aware that two of the resources that will be most important in the future are communication and creativity.

The approach the degree takes is to embed technical and engineering factors with aesthetic and creative values in training future industrial design engineers. The curriculum aims to produce responsible professionals with a comprehensive vision of all the factors involved in design practice, thereby preparing future industrial design engineers who can choose from a wide and varied

range of career opportunities.

As Vice-Director of the Bachelor's Degree in Industrial Design and Product Development Engineering, it is an honour for me to present this exhibition showing the marvellous work of our graduates who are making a name for themselves nationally and internationally in such a competitive and constantly evolving field as industrial design.

TEMPUS OMNIA REVELAT

Jaume Gual

Exhibition curator

Back in 1991 the Technical Engineering in Industrial Design degree was launched at the Universitat Jaume I of Castelló, the first time it had been offered in a Spanish public university.

A good few years have passed since then and, unfortunately, our memory is weak, our recollections become diluted and fade with time, and unfairly, efforts and dreams are silenced and made invisible, efforts and dreams that were once nurtured in the UJI design degree. So I believe the time has come to claim back our social capital, our group of people, our bundle of memories conquered by time, the things we like, the things we still have, what we are, what we were, and so many other things that make up a diffuse but permanent identity.

In this vein, the present exhibition infused with the constructive spirit of reclaiming our fragment of time, displays the work of people who took

their design degree at the UJI and of whom, as a teacher and colleague, one can feel proud. People who have used their talent to generate "things" that capture the interest of society and the market. Not all the designers are here, but those who are, like any good team, defend an attitude and a vision of design that at the same time helps construct "more design" and show that the path we started down at the beginning of the nineties, here in the UJI, has a meaning, a use, and fits well in our social and productive surroundings, which is absolutely necessary if we want to feel valued.

I only hope that time will again prove us right, and that this degree will be able to remain fresh with new generations of people who, like those showing their work here, honour this complex profession and give it the consolidation it deserves.

FROM FUNCTION TO FORM

Francisco Felip Millares

Exhibition curator

The activity of creating has always been closely linked with humanity. Technological advances have brought us tools destined to transform our environment, adapting it to our needs at each moment in time. The conscious and continuous transformation of reality has gone a long way to strengthening the idea that the need to create is and will always be one of humanity's inherent and defining characteristics.

Studies have attempted to improve understand-

ing of the foundations and processes involved in the creative act, so as to delimit and define the procedures and disciplines that belong to it. From these investigations emerged the debate on the concepts of art and design, two ways of creating each with sufficient weight to give rise to two different stances.

In the first, a rift is discerned that results from fundamental differences between the final consumers of their products: generally an individual or a very small group in the case of art, and mass society in the case of design. There are also differences in the way contact is established with the consumer to enable him or her to fully understand the product; this is required in the case of functional design but not necessarily so in the case of art, whose final message most people do not always find easy to understand. Another difference may lie in the end purpose: unlike art, design should never constitute an end in itself.

The other stance favours a rapprochement between the two positions, an understanding that art and design have points in common. On the one hand it is easy to ascertain creative strategies that are very similar in art and in design. Furthermore, in the case of design a piece may be swathed in symbolic qualities more usually associated with art, but that does not mean it loses any of its functionality. Finally, both art and design seek to define the final form of their creations to ensure a specific purpose, generally following a controlled methodological process that, although different, involves planning and good working practice.

Rather than fanning a futile debate on the difference between art and design, the attitude of many creative individuals today is more one of accepting that in every creative process, strategies that come closer to design and procedures associated more with art can complement each other in practice. This approach configures a sufficiently versatile area of work for an operative response to be given to any proposal.

The origin of the stance on the distance between design and art sometimes ignores their shared roots as well as the many concepts and disciplines common to both of them such as originality, imagination, creativity, intuition, instinct, ingenuity, planning, skill, technical knowledge, craft, sensitivity and expressiveness. We see that even when attempts are made to justify the rift between the two realities, based on arguments that the cultivation of plastic or symbolic qualities belongs exclusively to art, a blind eye is turned to the symbolic-aesthetic dimension that can be found in both art and design, the only difference being that in design it is inseparably linked to a practical dimension.

Considering the numerous theoretical contributions on design over the last century, and the detailed observation of the heterogeneous sample shown in this exhibition, it is feasible to accept design as a multidisciplinary tool, the application of which seeks to generate an optimum, cost-effective solution to satisfy a basic human need. Its activity runs from the generation of the initial concept, through the projection of each of the intermediate stages, to control over making the final product whose main *raison d'être*, as a reflection of the socio-cultural and technological reality of its time, is its functional character, since the resulting form and aesthetic are a quality linked to its function, and on no account is this an obstacle to its practical nature but rather a strength designed to favour its acceptance by society.

Design is difficult. Design is madness. Design is an act of bravery. Designers, regardless of sex, race or ideological beliefs, are the cogs in the wheel of the modern world. In a world full of myriad types of objects, all with a wide range of solutions and diverse aesthetics, developing new designs is a major creative feat. It is a challenge in which not only does the designer have to come up with the idea that best fits the product, or the solution that best matches the functional problem, but must also satisfy the fickle tastes of those to whom the products or solutions are addressed. Moreover, the passage of time alters the sensitivity and the force of attraction of certain objects, compounding the difficulties facing the ever-restless designer.

Humanity is subject to constant transformations, to mutations accelerated by new technologies. While our grandparents managed with a few pieces of furniture and domestic utensils, today we can hardly get by without the most insignificant fraction of the countless objects that bind us with their invisible chains. We must not disparage the disadvantages of this new consumer society and its drive to accumulate, however; it is part of the human evolutionary process, just like the rising number machines developed at the beginning of the industrial revolution. Neither good nor bad. Just different.

This creative, productive whirlwind cannot be halted. We must go with the flow. But where to? We cannot know, nor even imagine, but at this stage in the turmoil it is inevitable and the most coherent thing to do, although it seems paradoxical, is to let ourselves be swept along. In this frenzy the attractive is combined with the useful and simplicity fuses with the best functional solution, as dictated by the laws of nature. It is here that the designer's essential activity unfolds, with a large dose of common sense, and in most cases shows us a rational way to use objects that make our lives more comfortable and satisfying. And although we are oblivious to it, these ingenious

THE IMPETUS OF THE CREATIVE SPIRIT

José Luis Navarro Lizandra

Exhibition curator

creators arouse our awareness, proposing not only that we derive a certain aesthetic and emotion pleasure from their creations, but also that we learn how to use them in ways that are more efficient and less harmful to the world around us. Put like this, it is more obvious that what we are dealing with is not a simple throwaway consumerist process. Every time we acquire something, because we believe it will be useful to our way of life, we are sharing an idea that has materialised out of the reflections of its creator, whose influence shapes our way of life without us realising.

So much has been written about design that it seems impossible to say anything that has not appeared in some form beforehand. It sometimes even seems tedious to return to the same reflections about design or designers; by now the reader will have spotted the paradox of these words which are repeating exactly the same discourse, but this time there is a good reason for it: by chance of fate, I have witnessed the start of the careers of most of the designers in this excellent exhibition... and I am thrilled to learn that in their metamorphosis they have managed to leave behind their academic baggage to become independent professionals, individuals capable, through imaginative ideas, of resolving the problems they face daily in their work. The designer has to live. Design is a way of life and the designer is not someone who studies to become one. You either are a designer or you are not. I started off by saying that is not an easy job, but it is in the DNA of these creative innovators. It is their identity as necessary, if not vital, individuals in the society of today and tomorrow.

Empreses col·laboradores

SANCAL

LéKUé

Salcar

laboral
ciudad de la cultura

 **Sanycces®**



concepta
BARCELONA

FOSCARINI

lzf

PORCELANOSA

f a m b u e n a

 PERONDA
GROUP

capdell®





Galeria d'art
UNIVERSITAT
JAUME I

