

# EL CONCEPTO ES EL CONCEPTO

| Reportaje: Gloria Escribano | Fotos cedidas por Martí Guixé

Martí Guixé propone objetos poco convencionales, susceptibles de alterar su uso y capaces de generar un diálogo reflexivo con el usuario. El material con el que trabaja este creador catalán son las ideas y con ellas cuestiona la sociedad y el propio mundo del diseño. Su labor, atípica y curiosa, se nutre del humor y la ironía, y siempre está al servicio de la función más que de la forma.

*Free Port. BD Barcelona. 2011*  
Mueble modular hecho de cubos contenedores, con diversas funciones y variable en su volumen, posición y acabado. Es multifuncional y las piezas se pueden superponer.





**E**s gracioso o se hace el gracioso? Martí Guixé es un muchacho listo y despierto, y la suya es, en todo caso, una gracia inteligente porque con sus propuestas manda mensajes claros y rotundos: cuestiona el consumo, la banalidad, la sociedad y las cosas que no están bien hechas. Diseñador de interiores por la Escuela Elisava de Barcelona y diseñador industrial por el Politécnico de Milán, desde que comenzó en el año 95 con sus trabajos de *Food Design* y sus curiosas *Techno Tapas* presentadas en la Galería H2O de Barcelona, Guixé ha mantenido una línea de pensamiento coherente y un quehacer diversificado en exposiciones, instalaciones, producto, interiorismo y gráfica. "Ya no recuerdo todo lo que he hecho y me da la impresión de que han sido demasiadas cosas", dice en el tono despistado por el que campa toda la conversación. No es que quiera abarcarlo todo. Su mirada transversal -esta palabra tan de moda- es de algún modo la esencia de sus planteamientos. Porque no concibe el diseño si no es ligado a otras disciplinas.

**Sistemas en movimiento**

Esta visión global queda plasmada en sus interiores para la empresa Camper. Una experiencia que comenzó en el año 98 y que ha ido en paralelo a la expansión de la firma por España y por ciudades como Londres, Miami, Los Ángeles, Tokio o Múnich. Sin olvidar, además, sus revolucionarias tiendas temporales. Las *Info Shops*, por ejemplo, están basadas en elementos gráficos que van modificando los detalles de los interiores arquitectónicos. Algo que vemos en Madrid en el local de Camper de la calle Jorge Juan: uno de los primeros establecimientos en los que se invita al público a dejar grafitis en las paredes. En esta misma línea destaca *Walk in Progress*: espacios provisionales e interactivos, con mobiliario hecho a partir de materiales reciclados, en los que Guixé combina gráfica, arquitectura y soportes escenográficos. "Intento no hacer *boutiques* sino sistemas que funcionen y den de sí lo máximo. Las tiendas de moda son demasiado tiendas y tendrían que ser una experiencia mucho más agradable", señala.

Esta visión global queda plasmada en sus interiores para la empresa Camper. Una experiencia que comenzó en el año 98 y que ha ido en paralelo a la expansión de la firma por España y por ciudades como Londres, Miami, Los Ángeles, Tokio o Múnich. Sin olvidar, además, sus revolucionarias tiendas temporales. Las *Info Shops*, por ejemplo, están basadas en elementos gráficos que van modificando los detalles de los interiores arquitectónicos. Algo que vemos en Madrid en el local de Camper de la calle Jorge Juan: uno de los primeros establecimientos en los que se invita al público a dejar grafitis en las paredes. En esta misma línea destaca *Walk in Progress*: espacios provisionales e interactivos, con mobiliario hecho a partir de materiales reciclados, en los que Guixé combina gráfica, arquitectura y soportes escenográficos. "Intento no hacer *boutiques* sino sistemas que funcionen y den de sí lo máximo. Las tiendas de moda son demasiado tiendas y tendrían que ser una experiencia mucho más agradable", señala.



**1. Football Tape. Magis. 2004**  
Crea tu propia pelota con una cinta adhesiva y luego destrúyela. Puedes hacer tantas como quieras con lo que te sobre. El diseñador sugiere hacer el relleno con páginas de revistas deportivas. Propuesta similar es *Do Frame* (Droog Design, 2000), otra cinta adhesiva con el motivo de un marco dorado "para montar el propio museo".

**2. Communicator Plant. Alessi. 2010**  
Los *Communicators* son objetos de metal para colocar cosas, que, a la vez, sirven como herramientas de comunicación por disponer de espacios para escribir en ellos. Uno tiene una gran flecha en el centro donde es posible dejar mensajes (*Communicator Arrow*), otro dispone de tres bocadillos como los de los cómics para la misma función (*Communicator Balloons*) y el tercero (*Communicator Plant*), es un pequeño vaso-florero con ramas de árbol que permite colgar las notas escritas en *post-its*.

**3. Food Designing. Corraini Edizioni. 2010**  
Este libro reúne el corpus de trabajo realizado por Guixé en el área del diseño alimentario. Un testimonio del camino que inició en el 95 y que ahora se ha puesto de moda. Una oportunidad de conocer de cerca el proceso de esta propuesta a través de productos, *performances* y exposiciones.

**4. 24h Sentence Maker Wall Clock / Blank Wall Clock. Alessi. 2010**  
Un reloj de pared con un lapicero para poder dibujar o escribir y tener una percepción del tiempo subjetiva, a la medida de nuestro discurso. Dos versiones para hacer de las horas pura literatura.

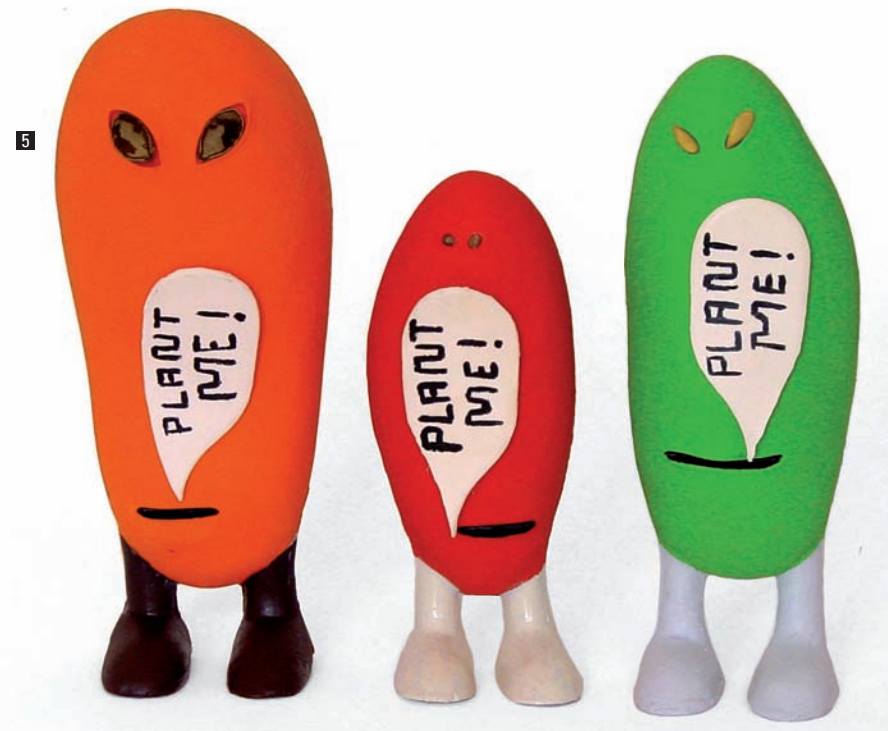
**5. Plant Me /Pets. The Original Cha Chá. 2000**  
Esta mascota no es para nada un simpático *gadget* sino una invitación seria y consciente a tener el propio huerto. Según Guixé, esta pieza "nos obliga a decidir entre la emoción y la función" porque las semillas hortícolas en los ojos del muñeco se pueden plantar. Solo hay que enterrarlo y al poco tiempo tendrás tu tomatera al alcance de la mano.

**6. Tiendas Camper**  
Un *best seller* del interiorismo alternativo pero sofisticado que invita a interactuar con los clientes. Guixé propone espacios que sean experiencias y provoquen emociones. En ellos la arquitectura dialoga con la gráfica y en el diseño desaparece el mobiliario. La tienda Camper de Jorge Juan y Serrano, en Madrid, fue un exitoso campo de experimentación.

Para Xenia Viladés, consultora en gestión de diseño, Martí Guixé "es uno de esos visionarios que encarnan lo mejor de lo que debería ser esta disciplina. Tiene, por un lado, una visión periférica y por el otro, una visión a largo plazo. Él siempre va años por delante de los demás, por eso hay que seguirle y por eso es también notable lo que hace". Sorprendiendo y dejando boquiabierto al personal, sus productos, instalaciones y *performances* han pasado por el MACBA, el MoMA, el Centro Georges Pompidou o el Design Museum de Londres. Y sus creaciones han sido producidas entre otros por Alessi, Cha-cha, Corraini, Danese o Nani Marquina. Creaciones en las que, según Guixé, nada es lo que es sino lo que percibes, lo que manipulas, lo que entiendes, lo que dialoga contigo. ¿Muy conceptual? Pues sí. Y tan seguro de sí mismo está que cuando le preguntamos cuál es el material perfecto para trabajar, responde a la primera: "Las ideas, el concepto. Un diseñador debe pensar un nuevo mundo; no debe pensar en una forma o en un material distinto, sino en por qué. Idear cosas mejores para todos y más ecológicas".

**Nuevas ideas, nuevos plagios**

Su espíritu pionero quedó patente con las exposiciones de *Food Design*, que no recibieron



“UN DISEÑADOR DEBE PENSAR UN NUEVO MUNDO. NO DEBE PENSAR EN UNA FORMA O EN UN MATERIAL DISTINTO SINO EN POR QUÉ”. MARTÍ GUIXÉ

en su momento buenas críticas ni se tomaron demasiado en serio. “Decían que no era diseño y resultó que abrí el panorama...”, comenta como de pasada. Este trabajo experimental que consistía en aplicar los parámetros del diseño a un objeto comestible, acabó en los museos y desde hace cinco años está, contra todo pronóstico, “revolucionando y abriendo la mente de mucha gente”, reconoce su creador. De hecho, hay escuelas enseñando *Food Design* y gente que se llama a sí misma *food designer*. Y en este campo, Martí Guixé se dedica también a la consultoría en el sector de la alimentación. ¿Pero qué hace un consultor en esta materia? “Yo no me ocupo de la gráfica sino del producto en sí mismo como un elemento de consumo que se puede diseñar. No tiene nada que ver con la gastronomía ni con la nutrición. Y además, no sé cocinar ni me interesa aprender. Se trata de percibir la comida como objeto. Eso es lo fundamental”, subraya explícito.

Además de viajar en un avión al menos una vez a la semana (tiene estudio en Barcelona y Berlín y muchos clientes en Italia), Guixé emplea parte de su escaso tiempo a sus batallas legales por la propiedad intelectual. Es uno de los profesionales del diseño español más plagiado, hasta tal punto que ya lo ve como algo normal a lo que se ha acos-



1



2

1. **Cau Lamp. Danese. 2008**  
Guixé recontextualiza la famosa lámpara de los garajes mecánicos y a través de la cola “permite a la lámpara obrera estar dentro de una lámpara burguesa en un espacio más sofisticado”. Aluminio torneado blanco o marrón.

2, 3, 4 y 5. **Xarxa Litt, Xarxa Seat. Danese. 2008**  
Cinco cojines que dan juego para formar tres piezas distintas, dependiendo de su posición, su secuencia y las necesidades del usuario. Un par de años más tarde, Guixé retoma la aplicación y crea *Xarxa System*, varios cojines de diferentes tamaños que dan forma a un sofá, un sillón o una *chaise longue*.

6. **Chaos Manager. Danese. 2011**  
Esta mesa permite trabajar de pie con los Ipad de Apple y cuenta con agujeros para pasar los cables.



3



4



5

tumbrado. “Mi trabajo está basado en ideas y para muchos trabajar con ideas no tiene valor, por eso se termina aceptando con naturalidad que haya gente que hace lo mismo que tú pero con otra forma. El problema es que mis ideas tienen un contexto bastante fuerte y quienes copian banalizan el concepto convirtiéndolo en un *gadget*”.

“A los que van por delante les pasa esto”, insiste Xenia Viladés. “Lo que sucede es que se copia la realización pero no su capacidad para entender el mundo o para interpretarlo. Martí ha desarrollado ese músculo de la visión del entorno de una manera muy peculiar, entre crítica y humorística, que es su diferenciación. Eso no se lo pueden copiar porque lo lleva puesto. Él tiene la capacidad de identificar temas que otros no vemos y de resolverlos de forma completamente inesperada”.

Conversando con los objetos

Ese lenguaje especial se manifiesta en piezas que constantemente invitan a múltiples y variados usos, como los cojines *Xarxa*, para Danese, que pueden ser asiento, sofá o cama “para dormir la siesta”, o su último trabajo para BD, el *Free Port*, un set de estanterías de cuatro módulos con el que realizar distintas configuraciones.

Guixé reconoce que hoy en día hay más permeabilidad que cuando él empezó, un momento en “que el diseño era algo muy pasivo y rígido, con tendencias y formas muy rigurosas basadas en parámetros de la arquitectura de los años 70 y 80. Hoy el mundo del diseño está poroso y quiere mezclarse”, reconoce. De ahí su acercamiento a tipologías de uso distintas o su curiosidad por las nuevas tecnologías aunque no las idolatre

“Con las nuevas tecnologías ya no funcionan los muebles tradicionales. Ahora todos estamos sentados en mesas y sillas, pero si dentro de un año trabajamos con Ipad tendremos que estar sentados en sofás. El proceso de cambios sociales debido a los nuevos avances digitales produce modificaciones en el comportamiento. Todo cambia continuamente, todo es bastante temporal. Estamos en una época que nos permite crear de otra manera y en ese sentido el diseño va a tener mucho que decir”. Filosofía Guixé en estado puro.

Y si la interactividad es signo de los nuevos tiempos, él siempre ha sido consciente de que la participación se convierte en la forma más contemporánea de uso. En esta línea propone la cama con el que realizar distintas configuraciones. *Biom Bed*, para Mixing-Media, que cuenta con



1

grandes cabeceras móviles, lo que permite modificar el espacio a gusto y medida. “El objeto no es solamente forma y materia, también crea una conversación contigo porque te pide algo. Ese tipo de diseño que se puede definir como diseño 2.0 es más interesante, aunque es más complejo como producto de venta”.

Investigar, sortear obstáculos e intentar siempre ser efectivo forma parte del libro blanco de su agenda de trabajo. “Yo no hago arte. Yo hago cosas con propósitos comerciales y criterios creativos”, afirma un Guixé que asume que los tiempos que corren necesitan un cambio y exigen cierta radicalidad que él reconoce haber dejado de lado. De ahí que para el próximo año su propósito sea hacer menos y tener más tiempo para pensar. “Tengo que volver a ser más radical en todo. Hay que centrarse más en la periferia y no tanto en el centro. No quiero olvidar que mi trabajo consiste en buscar los límites y los bordes”, reflexiona. El plus es, además, esa mirada lúdica hacia el trabajo y hacia la vida que aporta su extenso catálogo de creaciones. Lo deja claro al despedirse: “las cosas tienen que ser *friendly* y divertidas. Se necesita un poco de relax si no, todo es muy aburrido y no tiene sentido. Pero yo soy muy serio, ¿eh?”.

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



2



3

#### 1. *Do Scratch*. Droog Design. 2000

Se trata de un encargo cuyo diseño dictó por teléfono el propio Guixé: “Coge una lámpara Osram, de esas cuadradas de las escaleras de edificios, la pintas de negro y la vendes diciendo que si rascas, sale la luz”. Sentido del humor en este objeto sobre el que se puede dibujar. Un “hágallo usted mismo” con bastante ironía.

#### 2. *Biom Bed*. Mixing Media. 2008

La cabecera de esta amplia cama es un biombo plegable e independiente que permite unificar, configurar y modificar los espacios. La edición de la pieza de la fotografía incluía serigrafías hechas a mano en oro, blanco y negro.

#### 3. *News*. Nani Marquina. 2006

Un círculo rojo, impactante y llamativo en el que solo caben buenas noticias. Su contorno circular dentado alude a las llamadas gráficas de la comunicación comercial.