

## TENDÈNCIES

ANY IV / NÚM. 313  
 DÍGUIS 7 DE JULIOL DE 2011  
 www.elmundo.es

De izquierda a derecha, miembros de RED: Mikel Barrajón (Tres Tintas), Rosa Aznar (Kartus), Pedro Carretón (Jaque), Javier Manzal (Manzani Producciones), Nani Marquina (presidenta de Red), Juan Mellán (director de Red, de pie), Jordi Arsué (BO Barcelona Design), Rafael Sevillano (RS) y Marc Hernández (ABR).



► **DISEÑO.** Por primera vez, el diseño español camina unido bajo el paraguas de RED, la Asociación Española de Empresas de Diseño. Un colectivo al que en tres años se han sumado más de 50 firmas de todo el país, liderado por una mujer, Nani Marquina. Su objetivo: dar el definitivo salto internacional. / Pág 6

## Diseño sabor jamón

### ► Industria cultural

Roxanne: un bar y librería musical con aroma a Sting. / Pág 3

### ► Arte

Luz y esculturas para componer una sinfonía visual. / Pág 5

### ► Escena

Teatro multisalas: cinco obras en un mismo espacio. / Pág 8

## DISEÑO



## El diseño español quiere hacer mundo

Y para ello, nada mejor que hacer piña alrededor de RED, una asociación de diseñadores que tiene eslóganes tan frescos y mediterráneos como 'El diseño en manga corta' o 'El diseño con sabor jamón'. Un cambio de chip que aspira a traspasar fronteras. Por Leticia Blanco

¿Por qué son tan famosos el diseño italiano o el escandinavo? Porque, entre otras cosas, saben venderse bien. ¿Por qué el diseño español no es tan popular como el de sus vecinos comunitarios en mercados tan importantes como, por ejemplo, el norteamericano? Porque no existe tal etiqueta, marca de país, estrategia promocional o plan de marketing (da igual cómo se le quiera llamar) que lo proyecte.

«Además, somos poco vanidosos. No nos lo creemos demasiado», asegura la diseñadora de alfombras más famosa de este país, Nani Marquina. Y si es verdad que hay que empezar por quererse a uno mismo para que los demás lo hagan, el diseño español parece haber comenzado a ponerle solución a ese problema.

En 2008, un grupo de ocho empresas de diseño catalanas decidió que había llegado la hora de unirse y crear nuevas fórmulas para darse a conocer, aquí y fuera. Hoy son casi 50, con miembros repartidos por todo el país, de la Comunidad Valenciana al País Vasco y Madrid. Pero los culpables o, mejor dicho, el germen de RED, la Asociación Española de Empresas de Diseño, tiene denominación de origen catalana y más concretamente, en aquella eclosión del *design* que se vivió entre finales de los 80 y principios de los 90, ahora hace 20-25 años.

BD Barcelona Design, Joquer, Marsset, Nanimarquina, Onn Outside, Santa & Cole, ABR y Mobles 114 pusieron la primera semilla para dotar al diseño (industrial, de muebles y textil, todo lo que entraría dentro del epígrafe *habitat*) de

una plataforma que defendiera sus intereses frente a las instituciones, en las ferias y de cara a la opinión pública. Un pulpito desde el que se interprete el diseño original como factor competitivo y que fomente la cultura del diseño. El sector del mueble y del *habitat* no se ha comunicado todo lo bien que podría haber hecho, y es hora de remediarlo. Además, más allá de las buenas intenciones, al sector le ha salido un quebradero de cabeza que no puede ignorar en estos últimos años de crisis: el de las copias (en muchos casos, chinas). El frente unido para defender los derechos de propiedad intelectual y definir nuevos marcos legales es otro de sus ejes.

El primer empujón lo dio Marquina. «El propio sector demandaba que nos reuniéramos de una vez, sobre todo para promovernos en el plano internacional. Es más fácil vender en tu país que fuera, cuesta que se te reconozca. En EE.UU., por ejemplo, somos muy poco conocidos en comparación con Italia. Eso no quiere decir que no existamos, porque estamos y vendemos. Pero estoy convencida de que lo haremos más si estamos juntos», explica.

Marquina se las ha apañado para, con grandes dosis de consenso y mano izquierda, reunir en una las muchas y distintas voces de RED. Porque la variedad de perfiles es apabullante: hay jóvenes empresas (como RS, famosos por su fútbol femenino de color rosa)

y también otras con una reputadísima trayectoria (como BD Barcelona Design, fundada por Óscar Tusquets y Oriol Regàs y con Salvador Dalí y Antoni Gaudí en su catálogo). Otras, como Kettal, combinan los muebles de jardín con la pasión por el arte contemporáneo



JORDI SOTERAS

a través de la colección de la Fundación Alorda, donde *murakamis*, *kapoors* y *hirsts* conviven bajo el mismo techo. También hay muchas firmas que están viviendo algo parecido a un segundo acto, después de que la generación de he-

Arriba, de izquierda a derecha, piezas de Viccarbe, Lladró, BD Barcelona Design y de Sancal.

● «Nos ha tocado siempre luchar por venir de una situación difícil», dice Nani Marquina sobre el sector

● Tras dos misiones en Nueva York y México, The Brandery acoge una exposición de RED, 'Design Habitat'

rederos tomara el mando, como es el caso de Esther Castaño, al frente de Sancal, fundada hace tres décadas por su padre. Pese a sus diferencias, todas van en el mismo barco. «Cada uno se siente importante en su territorio, así todos se implican», resume Marquina.

«Creo que lo que nos une es que somos atrevidos, arriesgados. La esencia italiana es más clásica, aquí somos más apasionados, tenemos un punto de locura. Diría que incluso quijotesco», reflexiona. «Somos de ir a por todas, cuando no lo hemos tenido nada fácil. Nos ha tocado siempre luchar por venir de una situación difícil, incluso en los primeros años de democracia. Nos hemos europeizado tarde, y las puertas de la exportación ha costado que se abrieran. La sensación que tenemos es de cierta desventaja respecto a los demás, y eso puede llegar a crear desilusión», confiesa.

No es la única dificultad que muchos se han encontrado en el camino. «A nivel institucional el diseño catalán ha estado poco protegido. Han aparecido otros diseños, en Valencia, Madrid y el País Vasco que han estado más apoyados que nosotros. Como aquí daba la sensación de que el diseño funcionaba solo, se ha dejado un poco de lado», confiesa.

De momento, RED ha realizado misiones promocionales en México y Nue-

va York (el Spanish Lounge hizo que el Tribeca Grand Hotel tuviera acento español en mayo de 2010) con el apoyo del Icx. Y el último número de la revista *Apartamento* (pensada desde Barcelona pero con gran proyección internacional) incluye un cuidado dossier que recoge entrevistas de perfil personal con algunos de los miembros de RED. Algo así como una carta de presentación que desvela algunos secretos, como la pasión de Nina Masó, fundadora de Santa & Cole, por los árboles y la serie *Mad Men*, el carácter campechano y *bon vivant* de Javier Marsset (quien comparte incluso una de sus recetas) o la labor de integración social que llevan a cabo Marta Ribas y Juan Ruiz, los fundadores de Teixidors, desde su fábrica de Terrassa, donde trabajan incapacitados mentales.

Ahora, el objetivo es acercarse al público catalán. La semana que viene se inaugura *Design Habitat* en la feria The Brandery, una muestra que pretende poner de relieve las relaciones entre moda e interiorismo y ser un aperitivo de las próximas tendencias. Más información, en [www.red-nede.es](http://www.red-nede.es).

Foto de familia de RED, con Pedro Carretero, Mitos Bermejos, Jordi Arnau, Rosa Aznar, Juan Mellen, Rafael Sevillano, Javier Marsset, Maite Felices (directora de comunicación de RED), Marc Hernández y al frente, Nani Marquina.