



13



14



15

13 y 14. JOHN ROSS. 14. ANDREU REVERTER

Barcelona, con las madres tomando una cerveza con sus hijos a las doce de la noche? Uno las ve y piensa: ¿no deberían estar ya en la cama esos niños? Hay ciudades llenas de energía”. Sin solución de continuidad surge el Lovegrove inconformista, el que dice echar de menos un sitio donde nadar. Todo le gusta y le motiva, pero nada parece satisfacerle del todo. Puede que también ahí resida la clave del éxito de su prolífica carrera. En ese sentido, tiene un punto curioso el ver a un galés trabajando para unos turcos (la potencia emergente del panorama del diseño). De algún modo, la globalización ha borrado todas las fronteras, ¿incluso los gestos propios en el diseño? “Bueno, este es un mercado global, pero lo que más me preocupa es que debido a la globalización se pierda la sutileza de cada lugar en cada pieza. La globalización promue-

ve la cultura de la hamburguesa en el diseño, pero tenemos que conseguir estar por encima de eso. Debemos retener la fascinación de lo propio”. Y después de todo este tiempo, de haber reflexionado sobre el diseño, ¿cuál es su contribución a la profesión? “Mmm. Puedo pensar un momento. Necesito tiempo para responderte. Es algo embarazoso. El problema es que le damos importancia a la gente equivocada. Los científicos mejoran el mundo. Sabes, deberíamos hacer una camiseta en la que pusiera *FFW (Famous For What)*. Kate Moss, por ejemplo. A quién le importa esa chica. El año pasado estuve en Santiago de Compostela. Eran las ocho de la tarde y paseaba por una calle pequeñísima. De repente, seis chicos me reconocieron y me pidieron un autógrafo. El diseño es como ser actor. La gente te conoce, pero no es

importante de verdad”, asegura. Siempre se ha dicho que la tarea del diseño es hacer la vida más fácil. ¿No es eso importante? Diseñar una buena cama o una silla. “No estoy de acuerdo. Si voy a comprar una cama necesito un buen colchón, pero de ese colchón no se preocupan los diseñadores. Nosotros hacemos la estructura bonita que lo rodea. En ese sentido, yo no soy un *design victim*. Ni necesito todo eso a mi alrededor ni me interesa. Quiero que la gente aprecie mi trabajo por sí mismo, por la idea que hay detrás. Las personas deben reaccionar con emoción al diseño. Yo no tengo que explicar lo que significa. Por eso la silla *Huevo* de Jacobsen es eterna y el diseño orgánico es importante. Cuando me preguntas por mi contribución me doy cuenta de que no he hecho nada. Bueno, sí, he hecho piezas, pero ¿qué más? ■

13. *Lugg Bicycle System* (1997-2001) para los daneses de Biomea. El prototipo de bambú trata de mostrar la flexibilidad del cuadro y la posibilidad de usar materiales naturales. 14. Bancos *Bdlove* (2003) para Bd. 15. Ross Lovegrove trabajando en uno de sus diseños.