GROHE MAGAZINE

BAÑOS, COCINAS, ARQUITECTURA DE LUJO E HISTORIAS SOBRE EL AGUA, 2018

Pure Freude an Wasser

GROHE

DESCUBRE UNA NUEVA
EXPERIENCIA BAJO LA DUCHA
GROHE SMARTCONTROL

Elige el tipo de ducha, controla el caudal y fija tus preferencias. Un mando lo hace todo. Activa directamente la ducha con solo presionar un botón y gíralo para encontrar el caudal deseado. Disfruta de un total confort en la ducha con Smartcontrol: una auténtica solución innovadora, todo en uno, que hace que la ducha sea todo un place. **grohe.es**

Michael Rauterkus,
Chief Executive Officer Grohe AG

QUERIDO LECTOR:

En GROHE hace tiempo que mantenemos una estrecha relación con la comunidad de la arquitectura y el diseño, y nos hemos fijado el objetivo de apoyar y encumbrar su fuerza creativa. El pasado Noviembre se celebró en Berlín el décimo aniversario del World Architecture Festival (WAF), un acto que reunió a los líderes y las empresas más prometedoras del sector, y que en GROHE apoyamos como socio fundador desde su creación en 2008.

Para conmemorar la décima edición del WAF, Paul Finch y Jeremy Melvin reflexionan sobre diez grandes temas que afectarán al sector, y viceversa, durante la próxima década (p. 76). En otras secciones de la revista, Kim Holst Jensen, del estudio danés Schmidt Hammer Lassen, comparte su visión sobre lo que puede verse como un enfoque arquitectónico típicamente escandinavo (p. 10), y la neurocientífica y arquitecta Eve Edelstein nos cuenta cómo el diseño influye en la experiencia humana (p. 94).

En los paneles de tendencias que la consultora Gudy Herder creó para nuestra nueva gama Essence SPA Colours puede verse la importancia de las tendencias de consumo como motor del proceso de diseño. Gudy y Michael Seum, vicepresidente de diseño de GROHE, reflexionan sobre lo que hace falta para crear un gran diseño interior (p. 44). Houzz, una empresa emergente que conecta a personas que quieren renovar su casa con profesionales que pueden realizar el trabajo, adopta una estrategia realmente innovadora en el mundo de las mejoras domésticas (p. 60).

La sostenibilidad y la conciencia ecológica son aspectos fundamentales para GROHE, y por eso me alegra que en esta edición se incluya un artículo especialmente dedicado al ambientalista David de Rothschild (p. 70). Su travesía por el Pacífico a bordo del Plastiki —una embarcación hecha con botellas de plástico— ha contribuido mucho a concienciar sobre la contaminación de los océanos. Recientemente, la revista Fortune ha reconocido nuestros esfuerzos en el área de la sostenibilidad incluyéndonos en su lista «Change the World», lo cual es un gran honor, porque somos la única empresa alemana que figura en esta lista (p. 34).

Por último, quiero dar las gracias a todos los empleados de GROHE que han participado en la expansión de nuestra planta de fabricación de Lahr (p. 35). La inversión que hemos realizado en las instalaciones es una muestra de nuestro esfuerzo por satisfacer la demanda manteniendo un alto nivel de calidad, para que todos nuestros clientes puedan experimentar «Pure Freude an Wasser».

Atentamente,
Michael Rauterkus

FORTUNE®
CHANGE THE WORLD
2017

GROHE es la única empresa alemana incluida en la lista «Change the World» de la revista Fortune.

SUMARIO

LA NATURALEZA COMO CONCEPTO ARQUITECTÓNICO

El arquitecto Kim Holst Jensen habla sobre la poesía del agua en el diseño escandinavo.

GOTA A GOTA

El café de goteo está en auge.

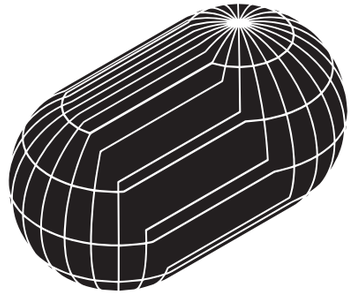
18 CONFORT ESCANDINAVO

El nuevo Downtown Camper , el hotel más cool de Estocolmo.

SATURACIÓN SOSTENIBLE

El Langhoff & Juul brilla en Aarhus con su cocina ecológica.

22



34 VALORES COMPARTIDOS

El compromiso de GROHE con la sostenibilidad ha recibido grandes elogios por su potencial para cambiar el mundo.

MINIMALISMO DE SPA

Por qué en los cuartos de baño contemporáneos más es menos.

36

HOMENAJE A GAUDÍ

El INAX Live Museum de Tokoname acoge una exposición de tres ceramistas inspirada en Gaudí.

CRECIMIENTO ACELERADO

Con la expansión de la planta de Lahr, GROHE está mejorando sus procesos de fabricación.

INSPIRACIÓN INTERIOR

La consultora de tendencias Gudy Herder ofrece mood-boards de vanguardia para la línea Essence SPA Colours.

GROHE AG
Feldmühleplatz 15
D-40545 Düsseldorf, Alemania
grohe.com

EQUIPO GROHE
Michael Rauterkus, Gerhard Sturm,
Michael Seum, Jan Shepherd

COORDINACIÓN Y EDICIÓN CENTRAL, COORDINACIÓN INTERNACIONAL
Jan Shepherd

EDITORIAL
BBE Group, Berlín
bbe-group.de
Managing Director: Christian Bracht

JEFE DE REDACCIÓN
Hans Bussert

DIRECCIÓN CREATIVA
Christian Küpker

EDICIÓN DE IMÁGENES
Victoria Gisborne-Land

CORRECCIÓN
Gareth Davies

PREIMPRESIÓN
Reinhard Hasewend

COLABORADORES
Henny Bohm, Aya Brackett, Caroline Fayette, Paul Finch, Dr. Jeni Fulton, Attila Hartwig, Christian Kleemann, Josia Lamberto-Egan, Crista Leonard, Nina Lemm, Line Lundgaard, Christoph Mack, Jeremy Melvin, Magnus Pettersson, Luise Rellensmann, Delphine Saint-Jean, Brad Torchia, Paula Winkler

HOME OF MEDIA
Laudert
Von-Braun-Straße 8, 48691 Vreden
laudert.com

GROHE Magazine se traduce a diez idiomas y se publica en sesenta países, con una tirada anual de más de un millón de ejemplares.

No nos hacemos responsables de las fotografías ni de los textos recibidos sin haber sido solicitados. Seleccionamos nuestras fuentes rigurosamente y no aceptamos ninguna responsabilidad en caso de que la información no sea precisa.

Ninguna parte de esta revista podrá usarse ni reproducirse en forma alguna sin una autorización por escrito.

Todos los derechos reservados.

CARRERA HACIA LA PERFECCIÓN

David Beckmann es el conductor más joven que compite en la Formula 3.

60 LA COMUNIDAD DEL INTERIORISMO

La plataforma de interiorismo Houzz está transformando nuestra forma de imaginar la decoración del hogar.

64 HEMISFERIO IZQUIERDO, HEMISFERIO DERECHO

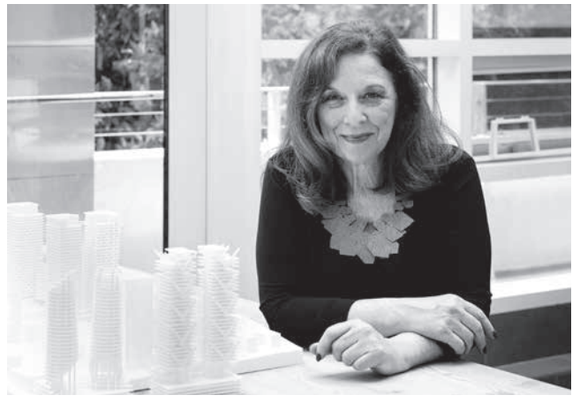
Ambos lados de la creatividad se unen para crear un diseño del hogar bello e innovador.

76 UNA PROCLAMA PARA LOS PRÓXIMOS DIEZ AÑOS

Coincidiendo con la inauguración de la décima edición del World Architecture Festival, analizamos cómo evolucionará la arquitectura durante la próxima década.

OCEAN'S THIRTEEN

Una nueva exposición en Viena reúne obras de varios artistas que hablan sobre el Gran Azul.



94 ESPACIOS MENTALES

Hablamos con Eve Edelstein sobre su enfoque neurocientífico de la arquitectura.

REMOLINO HIPNÓTICO

El torbellino de Anish Kapoor absorbe el Brooklyn Bridge Park de Nueva York.

HACIA RUTAS SALVAJES

David de Rothschild es un aventurero y emprendedor comprometido con el medio ambiente.

PINCELADA CROMÁTICA

La nueva línea de grifos GROHE añade un toque de color a cualquier cocina.

¡EJERCICIO RESUELTO!

Tres proyectos arquitectónicos recientes reinventan la forma de hacer ejercicio.

Pure Freude an Wasser

GROHE

PRESENTAMOS **GROHE SENSIA ARENA** LO ÚLTIMO EN HIGIENE PERSONAL

SHOWER TOILET

GROHE presenta su revolucionario shower toilet, GROHE Sensia Arena, que proporciona una suave limpieza natural usando únicamente agua. La tecnología y el diseño de GROHE Sensia Arena se ocupan de algunos de tus momentos más privados, invitándote a una nueva dimensión de bienestar y limpieza. **grohe.es**

EL PRODUCTO MÁS GALARDONADO DE GROHE CON 14 PREMIOS INTERNACIONALES DE DISEÑO.

GOOD DESIGN

ICONIC AWARDS 2017 INTERIOR INNOVATION

PLUS X AWARD honoured as: BEST PRODUCT 2017

reddot award 2017 winner

dFA Design for Asia Awards 2016

Winner

GERMAN DESIGN AWARD SPECIAL 2017

ICONIC AWARDS 2018 product best of best

GOOD DESIGN AWARD 2017

GOLD WINNER innovation in WB & App technology

GOOD DESIGN

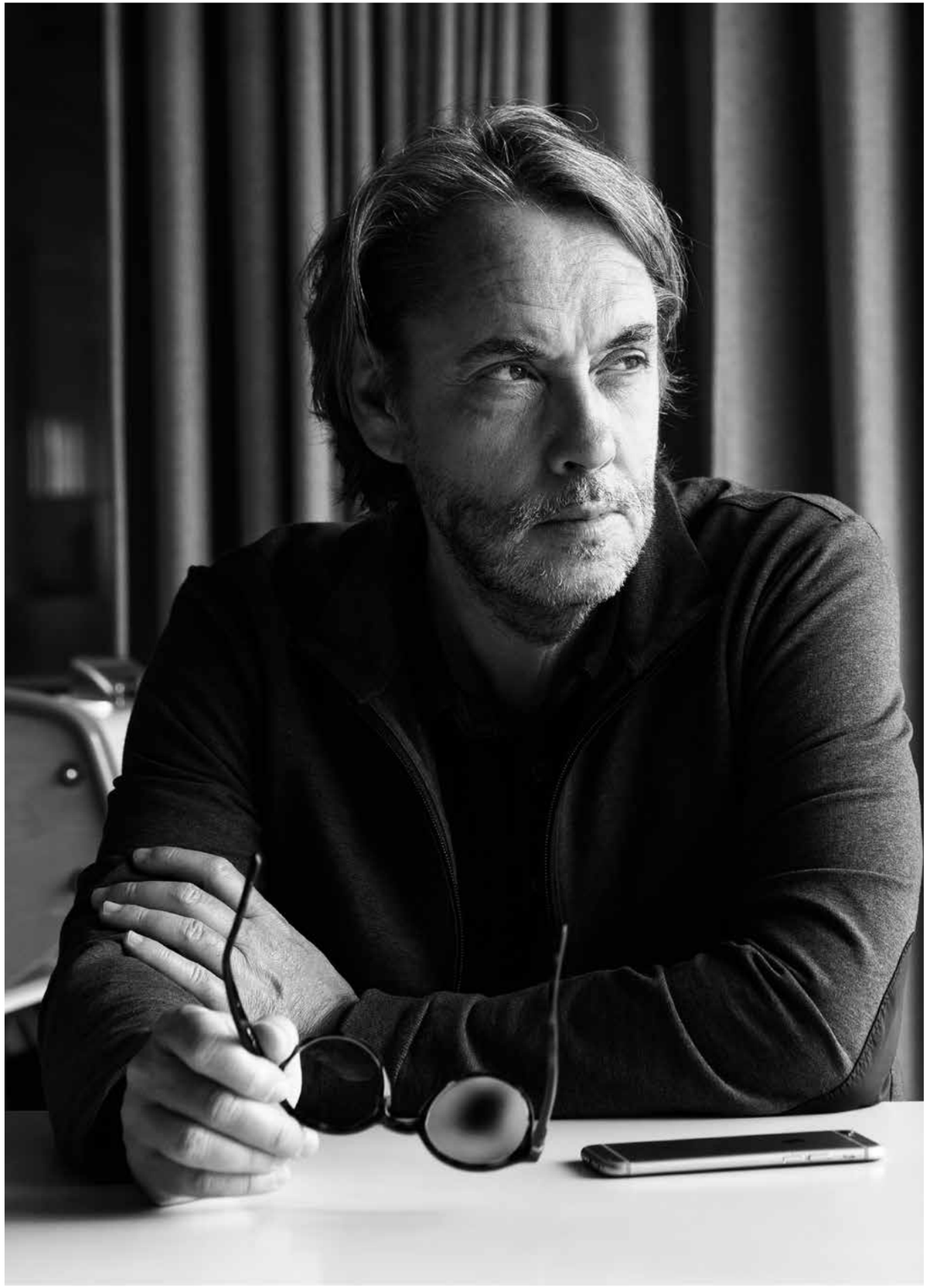
iF DESIGN AWARD 2017

PLUS X AWARD achieved for: BEST SHOWER TOILET BRAND OF THE YEAR 2017

LA NATURALEZA COMO CONCEPTO ARQUITECTÓNICO

El estudio de arquitectura danés Schmidt Hammer Lassen tiene mucha experiencia diseñando edificios junto a ríos y canales. Kim Holst Jensen nos explica la poesía del agua y su enfoque escandinavo inspirado en el arquitecto Alvar Aalto.

Kim Holst Jensen en los escalones del Dokk1, en el distrito portuario de Aarhus.



ENTREVISTA: LUISE RELLENSMANN
FOTOGRAFÍA: MAGNUS PETTERSSON

Aarhus puede presumir de tener la biblioteca pública más grande de Escandinavia, Dokk1, diseñada por Schmidt Hammer Lassen.

Kim Holst Jensen lleva casi treinta años trabajando con Schmidt Hammer Lassen. Se incorporó al estudio —que por aquel entonces estaba formado por un alegre grupo de jóvenes arquitectos— justo después de terminar la carrera de arquitectura, y en 1998 se convirtió en socio. Trabaja a caballo entre Aarhus (su lugar de residencia) y Copenhague, y también desarrolla algunos proyectos en Shanghái. Altamente comprometido con las tradiciones arquitectónicas nórdicas, Schmidt Hammer Lassen ha realizado hasta la fecha 33 proyectos en Escandinavia. Entre ellos destaca Malmö Live, un complejo de 54 000 m² completado en 2015, que incluye una sala de conciertos, un centro de congresos y un hotel, cuyas 444 habitaciones están equipadas con grifos de la línea Eurosmart de GROHE. El proyecto más reciente de Kim Holst Jensen es Dokk1: la biblioteca pública más grande de Escandinavia, situada en la antigua zona portuaria de Aarhus.

GROHE

¿Cuáles fueron las principales referencias para el diseño de Dokk1?

Kim Holst Jensen

Para nosotros era primordial crear un edificio accesible para todo el mundo y que funcionara como el centro de la vida pública de la ciudad. Desde el principio queríamos un edificio que se abriera 360 grados, y justo eso es lo que hemos creado. La sensación de apertura es importante desde un punto de vista arquitectónico, y es lo que más valoran los usuarios. Vemos Dokk1 como un espacio urbano protegido donde los ciudadanos pueden pasar el rato, charlar o leer un libro; un plató lleno de personas y libros. Me gusta compararlo con los mercados de Italia o de España, que están abiertos por los cuatro lados, pero cubiertos. Uno de los elementos que caracterizan nuestras bibliotecas es

la creación de un espacio central rodeado de otros espacios con distintas personalidades.

G Dokk1 se encuentra en la desembocadura del río Aarhus, en uno de los lugares más destacados de la ciudad. ¿Cómo conecta con el agua?

KHJ Por desgracia, como en muchos otros lugares, en los años sesenta el río estaba cubierto de hormigón y completamente desconectado de todo, por lo que no se podía acceder al agua. Pero la relación entre el agua y la ciudad ha cambiado en las últimas décadas. Con el proyecto Urban Mediaspace, que abarca Dokk1 y las plazas portuarias circundantes, contribuimos a la transformación de los antiguos muelles de carga conectándolos con el centro de la ciudad. Aarhus nació como un asentamiento vikingo en la costa norte del fiordo, y decidimos crear terrazas orientadas al agua como homenaje al origen de la ciudad.

G Como arquitecto, ¿qué relación tienes con el agua?

KHJ Siempre hay una vinculación especial entre el agua y los edificios, y quien sale más beneficiado es el usuario. El agua es un elemento muy poético, siempre refleja la luz, especialmente cuando brilla el sol, y eso nos ayuda a crear entornos agradables y vistas impresionantes. Hemos tenido la suerte de trabajar en proyectos muy interesantes relacionados con el agua.

G Su proyecto Malmö Live está ubicado en la isla de Universitetsholmen, rodeado de canales. ¿Cómo conectan su tamaño, forma y materialidad con el entorno?

KHJ En general, todos los edificios deben interactuar con el entorno y con el movimiento de la ciudad. Malmö Live está situado en una antigua zona verde que se ha convertido en una importante zona de paso. Es un edificio muy grande que alberga, entre otras cosas, un hotel, una sala de conciertos y un centro de congresos. Sin embargo, no queríamos crear una construcción desproporcionada junto al pequeño río, por lo que tuvimos que reducir su tamaño para que conectara con el agua y con los edificios de alrededor. Los azulejos de la fachada reflejan los colores del entorno y enlazan lo antiguo y lo moderno. Al igual que Dokk1, también está abierto por todos los lados, para que los visitantes puedan acceder desde cualquier punto. Los edificios siempre deben aportar valor a la estructura urbana.

Malmö Live alberga la sede de la Orquesta Sinfónica de Malmö, así como un hotel, un centro de conferencias y un edificio de viviendas.

La fachada del Vendsyssel Theater de Hjørring, diseñado por Schmidt Hammer Lassen, combina vidrio esmerilado y acero patinable.

G Dinamarca, y Escandinavia en general, destacan por sus diseñadores. ¿Por qué es tan singular la arquitectura escandinava?

KHJ Para los arquitectos escandinavos es importante trabajar con materiales naturales, como el ladrillo, la piedra o la madera. Sabemos analizar muy bien el flujo de la vida tanto en los edificios privados como en los públicos. Los escandinavos no pensamos jerárquicamente, y eso queda patente en nuestra arquitectura: es importante que todo el mundo se sienta cómodo en cualquier parte de un edificio público. Pensamos mucho en la función, en las personas, en los detalles de la materialidad y en el lugar donde construimos. Nuestros edificios tienen un toque poético, inspirado en el arquitecto Alvar Aalto, que congregó todos estos elementos en su trabajo.

G Schmidt Hammer Lassen se fundó en Aarhus y Copenhague, y ahora tiene una oficina en Shanghái. ¿La filosofía arquitectónica escandinava funciona en cualquier parte del mundo?

KHJ Sin lugar a dudas. No es que los chinos quieran comprar casas danesas, sino que desean reproducir el estilo de vida danés. Lo que nosotros hacemos es utilizar nuestro conocimiento para adaptar los edificios a sus usuarios y a su función. En general, el objetivo es crear construcciones abiertas con materiales bonitos.

G Recientemente han terminado en Hjørring el Vendsyssel Theatre, un complejo de formas cúbicas revestido de acero pulido y vidrio translúcido de colores pastel. ¿Cómo desarrollaron la idea?

Schmidt Hammer Lassen ha diseñado recientemente un centro penitenciario en Nuuk, el primer edificio de este tipo en la capital de Groenlandia.

La arquitectura de la Catedral de la Aurora Boreal evoca este fenómeno luminoso.

KHJ El Vendsyssel Theatre es un buen ejemplo de cómo trabajamos en muchos de nuestros proyectos: el basto acero pulido contrasta con la suntuosidad y la belleza del vidrio. Trabajar con materiales con tanto contraste define un estilo muy escandinavo. Esto continua dentro del edificio, donde aplicamos cemento y elementos de madera natural.

G Otra de las características de la arquitectura escandinava es su armonía con la naturaleza. Dos de sus proyectos más recientes (la Catedral de la Aurora Boreal de Alta, en Noruega, y el centro penitenciario de Nuuk, en Groenlandia) se encuentran en lugares remotos del Ártico. A pesar de que su función es totalmente distinta, ¿en qué se parecen conceptualmente ambos proyectos?

KHJ A los escandinavos nos gusta mucho la luz porque tenemos poca, y en nuestros diseños jugamos con ella y con la naturaleza. En cualquier proyecto, pero sobre todo en los que se presentan a competiciones, es importante crear un relato artístico para explicar el origen del diseño. En ambos proyectos era importante que el edificio captara la luz, y utilizamos la luz nórdica como metáfora. Nos inspiramos mucho en el pabellón diseñado por Alvar Aalto para la Exposición Universal de Nueva York de 1939, que contaba con una pared hecha a base de pequeñas láminas de madera. En el caso de la catedral, el concepto artístico quedó reflejado en el nombre desde el principio. Creamos la forma de espiral para enfatizar la idea de que la luz asciende de la tierra al cielo.

La torre de la Catedral de la Aurora Boreal de Alta, en Noruega, mide 47 metros de altura y se encuentra aproximadamente a 500 km sobre el círculo polar ártico.

CONFORT ESCANDINAVO

Un nuevo hotel de Estocolmo recrea el acogedor ambiente de una rústica cabaña de montaña sueca.

TEXTO: JOSIA LAMBERTO-EGAN
FOTOGRAFÍA: MAGNUS PETTERSSON

En septiembre, coincidiendo con el final de la temporada estival de excursionismo, se inauguró en Estocolmo un hotel que permite a sus huéspedes «revivir» la montaña en cualquier época del año. El Downtown Camper, de la cadena Scandic Hotels, es una extraña paradoja: pese a ser un hotel de lujo en el centro de la ciudad, su diseño evoca el ambiente rústico de un campamento de verano, con raquetas de nieve colgadas de las paredes y kayaks sobre el mostrador de recepción.

El hotel está pensado para un grupo demográfico muy concreto: jóvenes que viajan por trabajo y quieren conocer gente. Scandic recurrió al veterano estudio sueco Stylt Trampoli para crear un espacio que pudiera determinar la forma en que los huéspedes interactúan con la ciudad y con los demás huéspedes.

Los miembros de Stylt Trampoli, que hace poco recibieron el Prix Versailles de la UNESCO por el lujoso Hotel Spedition de Thun (Suiza), no se llaman a sí mismos arquitectos ni diseñadores, sino «narradores». El primer paso siempre es crear una narrativa convincente, y posteriormente eligen los detalles en función de cómo contribuyen a desarrollar el relato.

A través del Downtown Camper, Stylt Trampoli quería contar una historia acerca de la pasión nórdica por la naturaleza. «Pensamos mucho sobre cómo nos gusta pasar el rato cuando vamos a la montaña», explica el director creativo Erik Johansen. El hotel debía ser como una cabaña de montaña, pero no bastaba con que invitara a ir de excursión y a disfrutar del aire libre. Para Johansen, el diseño debía transmitir un equilibrio entre el espíritu aventurero y la vida doméstica; debía sugerir, con sus propias palabras, tanto «aventura y descubrimiento» como «agradables veladas alrededor del calor del fuego con la familia y amigos».

Esa parte de la historia se percibe claramente en las zonas sociales del Downtown Camper, que cuentan con varias chimeneas, iluminación cálida y madera de color miel. También hay mesas hechas a mano de shuffleboard y backgammon que contribuyen al espíritu tradicional sueco. Sin embargo, no todo es kitsch; la decoración es una mezcla de estilo industrial y moderno, con tuberías vistas y muchos elementos geométricos marcados, como un llamativo tiro de la chimenea en forma cónica. Las habitaciones presentan una mezcla similar de estilos. Las mantas de rayas y los

La funcionalidad, la calidad y la estética fueron aspectos determinantes para Erik Johansen, Creative Director de Stylt Trampoli.

El vestíbulo del Downtown Camper es muy acogedor y los huéspedes suelen utilizarlo como sala de estar común.

Las habitaciones del Downtown Camper son la mezcla perfecta de confort acogedor y elegancia urbana.

El último hotel de Scandic está ubicado en el centro de Estocolmo, a un paso del casco antiguo.

minibares de madera contrastan con el cuero gris y una iluminación moderna. Naturalmente, los pequeños detalles también forman parte de la historia: los baños de azulejos blancos están equipados con grifos y duchas GROHE Eurodisc y Eurosmart, que —con su acabado satinado hecho a medida— «aportan una sensación de aspereza y honestidad que se ajusta perfectamente al concepto general», según Johansen. Stylt Trampoli suele confiar en GROHE para el equipamiento de los baños, porque «en su amplio abanico de productos es fácil encontrar la solución adecuada», dice Johansen. «La funcionalidad, la calidad y la estética siempre deben estar ahí», añade.

Un detalle interesante de las habitaciones es el panel de corcho que hay en el escritorio para que los invitados cuelguen fotos, ideas o listas de las cosas que quieren hacer en Estocolmo. Stylt Trampoli pretende estimular a los clientes a que exploren la ciudad y conozcan gente. El Downtown Camper no tiene salas de conferencias, sino «centros sociales», que se pueden usar tanto para tocar música como para celebrar reuniones de empresa, y que contribuyen a crear el agradable ambiente.

Últimamente se utiliza mucho el término danés «hygge» para describir el placer de llegar a casa un frío día de invierno y acurrucarse junto a la chimenea con una taza de ponche caliente y unos calcetines de lana hechos a mano. Sin embargo, «hygge» también significa alegría, proximidad, comunidad y sentido de pertenencia. En Escandinavia, estos valores se aplican a la familia y a los amigos más próximos, pero Stylt Trampoli quiere que en el Downtown Camper también funcione entre viajeros desconocidos. Y evidentemente, las chimeneas y el ponche tampoco faltan en este hotel, para que sus huéspedes los disfruten tanto como los habitantes de Estocolmo cuando se acerca el invierno.

Los baños del Downtown Camper cuentan con grifos y duchas GROHE Eurodisc y Eurosmart con un acabado satinado hecho a medida.

TEXTO: LINE LUNDGAARD
FOTOGRAFÍA: MAGNUS PETTERSSON

SATURACIÓN SOSTENIBLE

El agua filtrada de GROHE Blue es un elemento clave en la cocina del Langhoff & Juul.

GROHE Blue proporciona agua filtrada y carbonatada directamente del grifo.

En la última década, la denominada «cocina nórdica» ha alcanzado una fama extraordinaria. Restaurantes con estrella Michelin como el NOMA o el Geranium han dado una gran visibilidad a Dinamarca y a los ingredientes de la región, y ahora esta cocina es valorada tanto por los grandes sibaritas como por los amantes del buen comer. Sin embargo, no todos los restaurantes aspiran a tanto, aunque ofrezcan una gastronomía de gran nivel. Buen ejemplo de ello es el Langhoff & Juul, que se encuentra en el centro de Aarhus, la segunda ciudad más grande de Dinamarca.

Lo primero que llama la atención de este restaurante es el ambiente, debido a su singular combinación de muebles y madera. Los valores del Langhof & Juul son muy claros: una metodología de trabajo integral, con una atención especial por la sostenibilidad, especialmente en la cocina, donde Anders Kuk Kristensen y Nicklas Friis Nielsen se dedican en cuerpo y alma a preparar experiencias gustativas incomparables. Ambos cocineros, con años de experiencia en reconocidos restaurantes gourmet, prefieren trabajar con ingredientes orgánicos, pero su prioridad es ser sostenibles y ofrecer comida de gran calidad. «No tiene ningún sentido importar verdura de Sudamérica solo porque sea orgánica. Lo principal es conseguir los mejores ingredientes de proximidad. El diseño de cualquier plato comienza con la elección de los vegetales y luego de la proteína. La calidad de los ingredientes es nuestra mayor prioridad, y lo aprovechamos todo. «La piel de las verduras es muy sabrosa, y aprovecharla es positivo económicamente», explica Kristensen.

Anders Kuk Kristensen y Jonas Langhoff, en el comedor de su restaurante.

En la cocina del Langhoff & Juul hay varios grifos GROHE Blue, que ayudan a ahorrar agua. Su agua carbonatada tiene un mayor nivel de oxígeno, lo cual ayuda a conservar los productos durante más tiempo. «La filosofía del agua de GROHE conecta perfectamente con nuestra sostenibilidad. Con GROHE Blue no solo consumimos menos agua, sino que además podemos conservar más tiempo la verdura y servir agua fría a nuestros clientes en cualquier momento», explica Anders Kuk Kristensen. El ahorro de agua siempre ha sido un aspecto fundamental para Jonas Langhoff, el propietario del restaurante, quien también es cofundador de Postevand, una empresa que vende agua del grifo. Langhoff & Juul es el primer negocio de los países nórdicos que participa en la Water Menu Initiative de GROHE (un proyecto creado para ayudar a los restaurantes a mejorar el uso del agua), y Jonas aprovecha la oportunidad para compartir el conocimiento con sus clientes.

Para destacar la importancia de la calidad del agua en su cocina, en el Langhoff & Juul han desarrollado un espléndido menú de tres platos que juega a añadir y a quitar agua. «Uno de ellos ya es de los que más éxito tienen: es un entrante de zanahoria en el que no añadimos agua. Utilizamos todas las partes de la hortaliza», comenta Kristensen. El centro se deshidrata y la piel se asa y se convierte en puré. Por último, se decora el plato con espirales de zanahoria cruda. El plato principal es un ravioli con tinta de calamar relleno de soufflé de bacalao y bañado en una sopa elaborada con agua, champiñones fritos y soja. Para el postre, han creado una panna cotta con vainilla, fresas verdes maceradas, fresas frescas, patata frita con azúcar de menta, nata montada, puré de fresa y granizado de fresa, estos dos últimos componentes preparados con agua de GROHE Blue.

El restaurante ha incorporado en la carta tres suntuosos platos que juegan con la idea de añadir o extraer agua.

Los grifos GROHE Blue ayudan al Langhoff & Juul a reducir el consumo de agua en la cocina.

En el Langhoff & Juul imperan además los valores humanos, como la presencia, la humanidad y la decencia, y en la cocina no falta rigor ni profesionalidad. La Water Menu Initiative de GROHE pronto presentará una carta de aguas que ofrecerá la misma variedad que una buena selección de vinos, para que los comensales disfruten al máximo del principal destino gastronómico de Aarhus.

GOTA A GOTA

Adiós, expreso. Hola, café de goteo. Descubre por qué este método está conquistando las cafeterías especializadas de todo el mundo y aprende a hacerlo en casa.

TEXTO: JOSIE THADDEUS-JOHNS
FOTOGRAFÍA: CAROLINE FAYETTE

Porcelana por doquier: Rosenthal

La preparación de café mediante el método de goteo es un proceso lento, casi artesanal, pero el resultado es incomparable. Por eso, hoy en día, toda cafetería que se precie ofrece alguna opción de este tipo en su carta. Tanto si se prepara con una cafetera Hario V60, con una jarra de cristal Chemex o con un cono de acero inoxidable Kinto, el café se destila gota a gota durante este proceso. «Se ha convertido en una especie de prueba de que eres una cafetería especializada», señala Marianne Ryan, tostadora y barista en la popular cadena berlinesa de cafeterías y tostaderos Tres Cabezas. Según dice, la popularidad del café de goteo se debe a un creciente interés por el impacto que genera su producción: la gente busca cada vez más productos sostenibles y, en consecuencia, también presta mayor atención al proceso de elaboración. «Precisamente lo que hacemos nosotros con el café de goteo».

Mientras que en el expreso la bebida se elabora al pasar el agua a mucha presión a través del café molido, la preparación del café de goteo (o de filtro) es más lenta, ya que el agua desciende movida solo por la fuerza de la gravedad. «Gracias a eso, el café de filtro respeta más el sabor original del fruto y retiene mejor el carácter del tueste», explica Ryan. El tueste del café de goteo es mucho más suave que el del expreso, y por eso se conserva el sabor único de los granos. «Cuando tostamos granos para café de filtro, queremos que se perciba mejor la pureza y la acidez del sabor».

Las jarras de cuello alto permiten verter el agua en un chorro constante, lo cual es una parte esencial del proceso. Cafeteras: Rosenthal.

Para preparar un buen café de filtro es necesario calibrar perfectamente todos los elementos del proceso, desde el cono de papel (que no debe contener productos químicos) hasta el agua (que debe estar filtrada).

Las diferencias entre un café y otro se notan también en otros aspectos, como en la economía doméstica: ¿qué sentido tiene gastarse seiscientos euros en una cafetera eléctrica cuando por veinte puedes conseguir un filtro cónico que realza el carácter del café? Evidentemente, el equipamiento es importante: el tamaño, la forma y el material determinan cómo pasa el agua a través del café. Y luego está el filtro: los de papel aportan un sabor claro y suave, mientras que los de acero inoxidable extraen el aceite del grano y confieren un sabor más intenso. Incluso la forma de verter el agua responde a una razón bien estudiada; por ejemplo, las jarras de cuello alto conservan mejor la temperatura y ofrecen un mayor control del flujo. «Lo ideal es verter el agua en un chorro constante». «Los cuellos altos de las jarras permiten verter el agua en posición inclinada», explica Ryan.

El café de goteo es omnipresente en las cafeterías especializadas de todo el mundo.

Preparar café resulta más fácil con GROHE Red, que proporciona agua hirviendo directamente del grifo. El sistema solo calienta la cantidad de agua necesaria, por lo que es tan respetuoso con el medio ambiente como los granos de café de origen único.

Además, GROHE Red también proporciona agua filtrada, uno de los elementos fundamentales en la elaboración del café de goteo. «Lo más importante para conseguir todo el sabor del café es usar agua de buena calidad», asegura Ryan. Tiene todo el sentido, porque una taza de café es agua en un 99 %. Siguiendo este consejo, preparar un delicioso café de goteo está al alcance de todo el mundo.

SABOR PERFECTO
DIRECTAMENTE
DESDE EL GRIFO
NATURAL O CON GAS.
UNBOTTLED WATER
CON GROHE BLUE HOME

Pure Freude
an Wasser

GROHE

100 °C
DIRECTAMENTE
DEL GRIFO
PRESENTAMOS EL NUEVO GROHE RED
¡AGUA HIRVIENDO PARA
UN "AL DENTE" AL INSTANTE!

GROHE WATERSYSTEMS
Para más información visita grohe.es

VALORES COMPARTIDOS

Revista Fortune: GROHE es la única empresa alemana que figura en la lista «Change the World».

TEXTO: DELPHINE SAINT-JEAN

Michael Porter es profesor en la Harvard Business School y cofundador de Shared Value Initiative, y ayudó a Fortune a compilar su lista.

Nada cambia de la noche a la mañana; para progresar hay que ser tenaz y trabajar duro. GROHE ha dado prioridad a los factores ecológicos, y la revista Fortune ha reconocido el esfuerzo de la empresa alemana incluyéndola en la lista «Change the World», que valora a las empresas cuyas estrategias comerciales han mejorado la vida de las personas.

Para elaborar la lista, Fortune ha colaborado con Shared Value Initiative, una comunidad de líderes empresariales de todo el mundo que encuentran oportunidades comerciales en la trasformación social cofundada por el profesor de la Harvard Business School Michael Porter. La comisión evaluó en profundidad los beneficios sociales cuantificables, la viabilidad económica y el grado de innovación de empresas de todo el mundo y seleccionó a las cincuenta compañías con mayor impacto.

Para GROHE es un honor especial estar presente en esta lista, porque es la única compañía de sistemas sanitarios y la única empresa alemana que figura en ella. Michael Rauterkus, director ejecutivo de GROHE, expresó su satisfacción con las siguientes palabras: «Estamos encantados con este reconocimiento y nos sentimos muy orgullosos. Es un gran honor ser la única empresa alemana presente en la lista "Change the World"». La revista Fortune y Shared Value Initiative han querido premiar el trabajo de GROHE, sobre todo en el ámbito de sostenibilidad y conservación del agua. Por ejemplo, en la lista se señala que GROHE recicla el 99 % del agua utilizada en la fabricación de sus grifos de cocina y baño. También se ha elogiado a la compañía por la innovación de los sistemas Sense y Sense Guard, que ayudan a detectar fugas de agua rápidamente para evitar daños, y del grifo GROHE Blue, que ofrece agua filtrada y refrigerada en tres modalidades: sin gas, con gas y mezclada. Este sistema reduce las emisiones de dióxido de carbono hasta en un 60 % en comparación con el agua mineral embotellada. A principios de año, el CSR-Preis del gobierno alemán ya reconoció el compromiso de GROHE con la protección del medio ambiente.

Rauterkus ha destacado los continuos esfuerzos de su empresa en este sentido y ha asegurado que esto es solo el principio: «Seguiremos contribuyendo a la sostenibilidad del medio ambiente con nuestras tecnologías y productos innovadores, para que así las futuras generaciones también puedan experimentar "Pure Freude an Wasser" sin preocupaciones».

De FORTUNE, 15 de septiembre de 2017. FORTUNE es una marca registrada de Time Inc., utilizada con licencia. FORTUNE y Time Inc. no están afiliadas a GROHE ni avalan sus productos y servicios.

CRECIMIENTO ACELERADO

GROHE trabaja para satisfacer la demanda manteniendo un alto nivel de calidad en la fabricación. Por eso, ha expandido su planta de fabricación de Lahr.

TEXTO: HENNY BOHM

«Prácticamente toda la fabricación tiene lugar en nuestras instalaciones. Solo compramos algunos componentes, como tornillos y muelles», afirma Hans-Martin Souchon, director general de la planta de GROHE en Lahr (Alemania). Recientemente han ampliado un 70 % su unidad de galvanoplastia, asegurando así su posicionamiento como centro de competencia de GROHE para duchas y sistemas de ducha.

En un acto conmemorativo celebrado en otoño de 2017, Michael Rauterkus (director ejecutivo de la empresa) y Thomas Fuhr (director ejecutivo de operaciones) estamparon la mano en una pared y dejaron sus huellas junto a las que habían dejado anteriormente el resto de empleados de la planta. «Las manos representan nuestra colaboración para hacer posible la expansión de la planta. Todas las personas que han participado en el proyecto han dejado allí su marca. Estoy muy orgulloso de lo que hemos logrado, juntos hemos contribuido al crecimiento de GROHE», comenta Souchon.

Todas las etapas del proceso de producción contribuyen a garantizar la alta calidad de los sistemas de ducha GROHE, pero la unidad de galvanoplastia —donde se revisten de cromo los componentes de plástico, como los cabezales de ducha— no podía satisfacer la gran demanda. Así pues, la compañía decidió invertir treinta millones

de euros en cinco años para expandir la unidad y aumentar su capacidad en un 70 %. «GROHE está creciendo, y con la ampliación de nuestras plantas, como la de Lahr, seguimos impulsando el crecimiento, tanto nacional como internacionalmente», dice Rauterkus. La ampliación ha comportado la creación de más de cuarenta nuevos puestos de trabajo, con lo que la planta de Lahr —con más de setecientos empleados— es ahora la más grande de GROHE en Alemania. Rauterkus añade: «Invirtiendo en Lahr también destacamos el compromiso de GROHE con la calidad "Made in Germany"».

Entre AquaSymphony —la ducha más lujosa del mundo, que encarna a la perfección el empeño de la marca por ofrecer la máxima calidad— y Sense y Sense Guard —un sistema digital de seguridad capaz de detectar incluso la fuga de agua más pequeña—, ahora se fabrican en la planta más de veinte mil unidades al día.

Michael Rauterkus, CEO de GROHE, estampa su huella en un muro conmemorativo durante una ceremonia en Lahr.

FOTOGRAFÍA: ATTILA HARTWIG
DISEÑO: NINA LEMM
ASISTENTE: DAVID DOLLMANN
UBICACIÓN: BRIDGE STUDIOS BERLIN

MINIMALISMO DE SPA

El shower toilet Sensia Arena de GROHE y la grifería de la serie Lineare, la combinación perfecta para baños de pequeño tamaño.

Simplicidad no siempre significa escasez. GROHE Magazine presenta un nuevo aspecto minimalista para embellecer los baños.

TEXTO: HENNY BOHM

La opulencia al estilo boudoir es cosa del pasado: los cuartos de baño contemporáneos presentan un minimalismo delicado que refleja el estilo de vida sencillo y ordenado que muchos perseguimos. A menudo, los elementos más destacados son paredes de hormigón visto y baldosas a juego. Con los accesorios correctos, un estilo espartano puede tornarse fastuoso, creando un refugio de purificación que proyecte serenidad y calma. En esencia, un baño minimalista requiere menos objetos, pero de mayor calidad. Los elementos puramente decorativos deben ser pocos y servir solo para complementar el equipamiento necesario. El lujo está en los detalles: los grifos, los Shower Toilets y los sistemas de ducha aumentan el esplendor de los baños zen.

Para reformar un baño o crear un baño minimalista desde cero, se deben tener en cuenta algunas cosas. En primer lugar, la decoración más actual incluye equipamiento básico de porcelana blanca o neutra. Cuando no son de hormigón desnudo, las paredes y el suelo suelen estar alicatados en blanco o en tonos neutros. Lo mismo ocurre con la zona de ducha, que idealmente es un cubículo a ras de suelo con una puerta corredera de cristal transparente para no romper el aspecto abierto y despejado del baño, dando la sensación de que la ducha es una extensión de la pieza. Es recomendable añadir algún objeto de madera o algún elemento orgánico: la veta de la madera aporta a los espacios minimalistas un toque de calidez que no puede faltar. Las plantas verdes y de mucha hoja, como la Monstera deliciosa, o incluso las especies suculentas, dan vida a un diseño interior que a veces puede parecer demasiado sobrio. Lamentablemente, no todos los baños pueden tener vistas a verdes praderas.

Dé vida a su cuarto de baño minimalista con plantas de abundante hoja verde como la Monstera deliciosa o la higuera.

Por último, el equipamiento debe seleccionarse con sumo cuidado. GROHE ofrece productos de alta gama para transformar el cuarto de baño en un espacio de máximo lujo y confort. La foto de la página anterior muestra un grifo de la gama Lineare, que permite complementar cualquier diseño minimalista sin renunciar a tecnología de vanguardia, como el cartucho de cerámica SilkMove o EcoJoy. Y hablando de tecnología, el shower toilet Sensia Arena ofrece un nuevo nivel de limpieza al mismo tiempo que permite evitar el desperdicio de papel higiénico. La cisterna de este modelo queda oculta en la pared, un concepto que comparte con el nuevo SmartControl de GROHE, con instalación interior y de aspecto discreto que aporta paz y tranquilidad. Este avanzado sistema de ducha permite seleccionar el tipo de chorro presionando un botón y ajustar el volumen de agua girándolo.

La instalación empotrada del nuevo termostato SmartControl de GROHE es tan innovadora como simple.

HOMENAJE A GAUDÍ

TEXTO: JOSIA LAMBERTO-EGAN

Tres artesanos japoneses reinterpretan la sorprendente y creativa arquitectura de Gaudí para una nueva exposición en el INAX Live Museum de Tokoname.

¿Qué relación hay entre una fábrica de cerámica reconvertida en Japón y uno de los arquitectos modernistas europeos más importantes de los años veinte? Una exposición reciente en el museo de cerámica INAX de Tokoname —que anteriormente fue una fábrica de tuberías y azulejos de cerámica— conecta la artesanía nipona contemporánea con la obra del gran arquitecto catalán Antoni Gaudí. El museo está dedicado a la tradición japonesa del monozukuri («hacer cosas») y cuenta con el apoyo de LIXIL (la empresa matriz de GROHE) como parte de su programa «Living Culture», que tiene como objetivo preservar la historia y fomentar la innovación. Con esta finalidad, LIXIL envió a Barcelona a tres artesanos, Takuto Hiki, Naoki Kusumi y Amane Shiraishi, para que visitaran la Sagrada Familia, la Casa Milà y otras obras famosas del arquitecto. Inspirados por las creaciones de Gaudí y su mezcla única de artesanía tradicional, formas naturales y reverencia religiosa, el trío regresó a Tokoname y trabajó en una instalación que rinde homenaje a las ideas del pasado y al estilo del presente.

Uno de los rasgos más característicos de la obra de Gaudí son los arcos catenarios, que tienen la forma de una cadena colgada de ambos extremos e invertida. El desván de la Casa Batlló, por ejemplo, cuenta con sesenta arcos alineados que forman una especie de túnel. Para la exposición en el INAX, el arquitecto Takuto Hiki diseñó un pasillo de bóvedas catenarias inspirado en la inacabada cripta de la Colònia Güell. Incluso a un cuarto de la escala, las bóvedas tienen una geometría alta y majestuosa. «Quería reproducir el aire solemne y sagrado de las iglesias», explica Hiki. El maestro yesero Naoki Kusumi cubrió algunas partes de la estructura con delicada arcilla —demostrando su depurada técnica— y otras con barro orgánico, con la textura de los termiteros africanos. Por último, Amane Shiraishi

Antoni Gaudí (1852-1926) es un arquitecto catalán cuyas inconfundibles obras, como la Sagrada Familia o el Park Güell, se encuentran principalmente en Barcelona.

El trío de artesanos trabajó in situ en la instalación inspirada en la obra de Gaudí.

Pure Freude an Wasser

La instalación es un pasillo formado por los arcos catenarios, tan característicos de la obra Gaudí.

decoró la obra con unos azulejos de cerámica que son lo mejor de la exposición. Sus azulejos son la joya de la exposición. Precisos e irregulares al mismo tiempo, con una bonita combinación de azul oscuro y verde turquesa, que recuerdan a escamas de pez, cabezas de pájaro y flores. Pese a que su cerámica encajaría sin problema en el Park Güell, Shiraishi evitó usar la inconfundible técnica gaudiana del trencadís. «Al principio queríamos imitar las obras de Gaudí –comenta–, pero a medida que avanzábamos empezamos a imaginar cómo sería el resultado si Gaudí estuviera allí con nosotros, y fuimos en esa dirección». Shiraishi dio una forma redondeada a la parte posterior de los azulejos para poder superponerlos como si fueran pétalos. Es, según cuenta, «lo que le habría sugerido a Gaudí».

Incluso Kusumi, confeso fanático del arquitecto catalán, quería que su trabajo en el INAX fuera algo más que un simple homenaje. «El tema era Gaudí –aclara–, pero creo que de manera inconsciente estaba explorando formas de expresar algo japonés». Ese sentido de libre interpretación y diálogo era muy propio del arquitecto modernista, quién siempre huyó de las formas convencionales. «Creaba espacios... sin planos», comenta Hiki, mientras trabaja junto a los artesanos a pie la obra. Al igual que Gaudí, los tres artistas japoneses suelen preferir improvisar las formas, las superficies y las decoraciones finales, dejándose llevar por el instinto, por decirlo de alguna manera. Aunque Hiki, Kusumi y Shiraishi planearon la exposición juntos, ninguno sabía exactamente cómo sus compañeros interpretarían y modificarían su creación hasta que el trabajo estuviera en marcha.

El concepto japonés monozukuri pone el acento sobre la fabricación de objetos, pero también se refiere al espíritu creativo. (Gaudí habría comulgado con esta idea: le encantaba crear y, por eso, además de ejercer como arquitecto, trabajaba con diversos materiales, como cerámica, yeso, cristales de colores y hierro). Se trata de una palabra moderna disfrazada de antigua: pese a que fue acuñada en los años noventa para revivir el espíritu productivo del país, se escribe en hiragana (el silabario tradicional japonés) para conferirle un aire más antiguo. En definitiva, es una invención moderna expresada de forma tradicional, un concepto que define perfectamente la exposición «Making Gaudí».

Los azulejos de Amane Shiraishi son precisos e irregulares al mismo tiempo, y la parte posterior es redondeada para que puedan superponerse.

Fotos pp. 40-43: Toshihide Kajihara

El museo está dedicado a la tradición japonesa del monozukuri y cuenta con el respaldo de LIXIL como parte del programa «Living Culture».

INSPIRACIÓN INTERIOR

¿Cómo pueden integrarse los productos GROHE en un estilo de vida marcado por el diseño? La consultora de tendencias Gudy Herder está trabajando con SPA Colours.

ENTREVISTA: HENNY BOHM
FOTOGRAFÍA: CRISTA LEONARD

El año pasado, GROHE lanzó SPA Colours, una nueva gama de colores y acabados para su línea de grifos Essence. Pensada para la comunidad del diseño, SPA Colours permite que tanto arquitectos como interioristas puedan hacer de cada espacio un lugar único. Michael Seum, vicepresidente de diseño de GROHE, ha estado muy involucrado en el proyecto desde el principio.

Cuando descubrió el entusiasmo que había despertado la nueva gama entre los diseñadores de baños, decidió dar un paso más y reclutar a la consultora Gudy Herder para que desarrollara paneles de tendencias para los cuatro acabados de la línea con más éxito. El objetivo era destacar la conexión entre SPA Colours y las tendencias de consumo que influyeron en su diseño. Los cuatro paneles son tablones de referencia muy visuales que reflejan diferentes estilos de vida.

GROHE Magazine se ha reunido con Michael Seum y Gudy Herder en el estudio de esta última, en el barrio barcelonés de Gràcia, para hablar sobre diversos temas, como la importancia de entender las tendencias de consumo, qué necesita la comunidad del diseño para inspirarse y el eterno atractivo de la gama SPA Colours de GROHE.

GROHE

¿Qué llevó a GROHE a trabajar con una experta en tendencias?

Michael Seum

Las tendencias son un aspecto importante de nuestro proceso, y por eso debemos trabajar con expertos en este campo. Se trata de crear un diálogo coherente en el mundo de las tendencias y conectarlo con algunas de nuestras actividades en el mercado. El objetivo es inspirar a los arquitectos y a los diseñadores que utilizan nuestros productos y ofrecerles piezas hermosas que se ajusten a los espacios que diseñan.

Gudy Herder

Las tendencias de estilo de vida van mucho más allá de los colores, las formas y los materiales. Eso no son más que reflejos de los deseos más profundos del consumidor. Las tendencias evidencian lo que necesitamos, lo que buscamos en la vida y cómo eso influye en nuestras decisiones de compra. Para una empresa como GROHE es fundamental estudiar las tendencias para entender a los clientes.

Mitad inspiración y mitad exploración, los paneles de tendencias ayudan a los diseñadores a traducir en colores y texturas los estados de ánimo y las ideas.

G Los cuatro paneles de tendencias que ha creado (Celestial Awakening, Fine Raw, Green Bond y Sanctum Santorum) incluyen muestras de colores y telas, e imágenes de estado de ánimo. ¿Cómo funciona todo esto?

GH Después de investigar un poco, buscó varias palabras clave que describan correctamente la tendencia y luego intentó traducirlas en materiales, colores y acabados. El objetivo es que la gente reflexione sobre las posibilidades que ofrece el panel y encuentre la forma de trasladar sus ideas a un espacio físico. No hay que ser demasiado descriptivo, pero sí lo suficientemente concreto como para que la gente empiece a pensar en ello.

MS Nuestros productos suelen integrarse en entornos concebidos por otros creativos según las necesidades del cliente. Lo que hacemos aquí es mostrar cómo algunos de nuestros nuevos colores y acabados conectan con tendencias de estilo de vida relevantes. Creo que las historias que ha creado Gudy son muy útiles para conseguir que los arquitectos vean nuestros productos desde una perspectiva diferente. Al fin y al cabo, ya nadie busca solo experiencias de producto; el cliente ahora quiere una habitación que cuente una historia.

Con SPA Colours, GROHE lleva la línea de grifos Essence a territorios nuevos para el interiorismo.

G ¿Qué es lo más importante que quieren conseguir con esta colaboración?

MS Lo más importante para mí es establecer un diálogo y una interacción constante con la comunidad del diseño a través de estos tablones. Los considero una herramienta de inspiración y una forma de conseguir que nuestro público nos vea receptivos. Pero también son muy útiles para ayudar a nuestro equipo de GROHE a contar una historia, y eso es fundamental.

GH Lo que más me gustó del enfoque de Michael fue la idea de que no solo ofrecíamos inspiración al consumidor —que, por supuesto, siempre es importante—, sino que también creábamos algo para los arquitectos, interioristas y decoradores: les mostraríamos el modo de integrar SPA Colours en sus entornos.

G ¿Por qué la colección Essence SPA Colours es tan atractiva para arquitectos y diseñadores?

MS Con SPA Colours pretendemos llevar una línea de productos a territorios nuevos para el interiorismo. Creo que son objetos bonitos de por sí, pero nuestro propósito es que los profesionales y los clientes imaginen cómo quedarían en los espacios que visualizan.

GH Los cuatro colores seleccionados para este proyecto están muy de moda. Es un momento muy bueno para SPA Colours, porque cada color responde a un conjunto diferente de deseos del consumidor. La colección me ha inspirado mucho; es perfecta porque cada uno se ajusta a una determinada tendencia que estamos viendo actualmente.

G ¿Qué podemos esperar de esta colaboración en el futuro?

MS Para mí, es un proyecto a largo plazo. Quiero que nuestro público vea que estamos invirtiendo en el futuro. En nuestra próxima colaboración, probablemente invertiremos el proceso: primero identificaremos las tendencias y luego adaptaremos el proyecto.

«Es un momento muy bueno para SPA Colours, porque cada color responde a un conjunto diferente de deseos del consumidor», afirma la consultora de tendencias Gudy Herder.

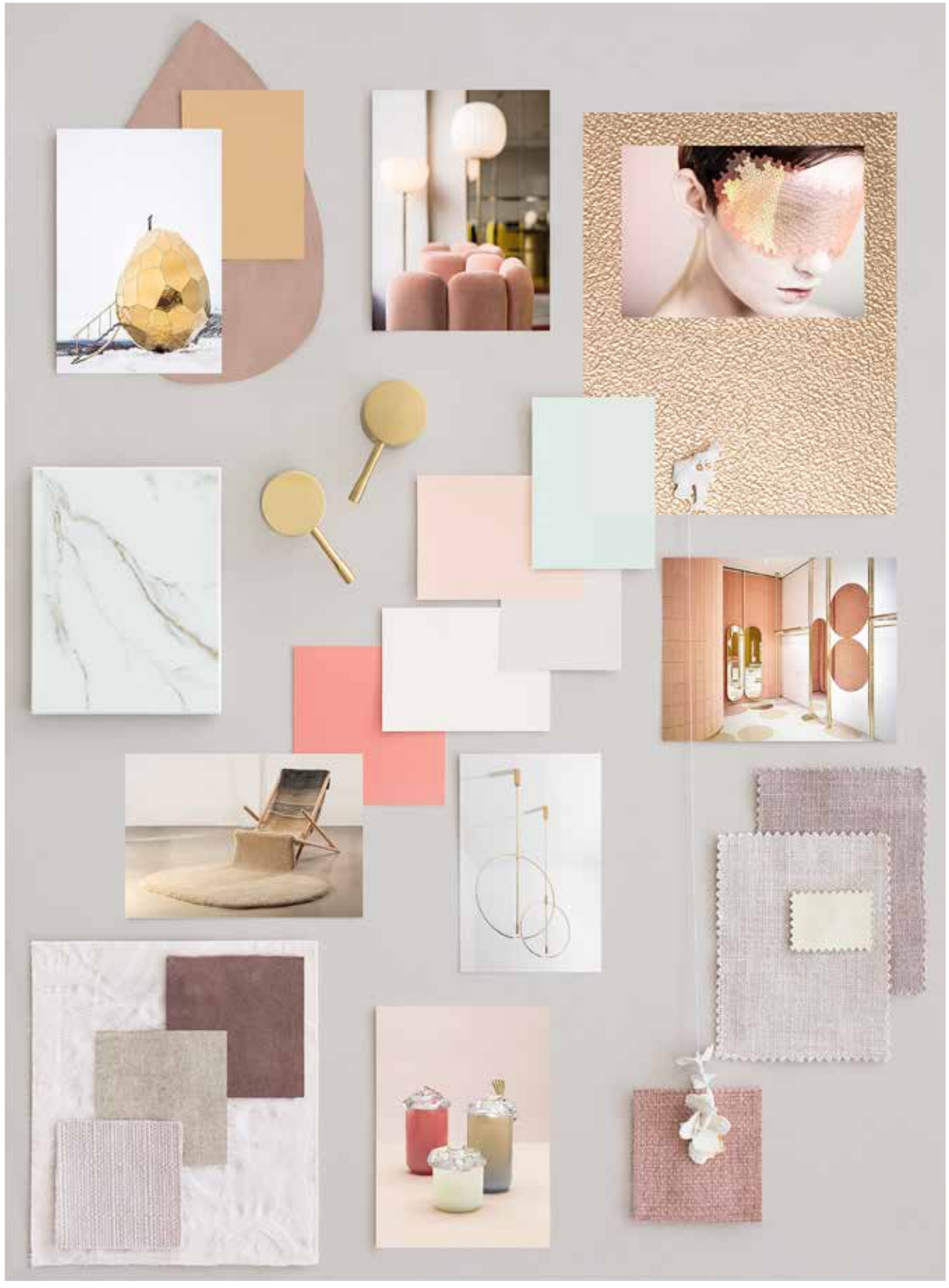
GH Cuando empiezas a trabajar con tendencias, es muy importante no pensar en un único proyecto. Las empresas que estudian a fondo las tendencias deben seguir un camino, y creo que GROHE tiene mucho potencial, porque sus diseños son muy innovadores. Lo que intentamos hacer es crear futuras historias de clientes. ¿Dónde lleva esto y cómo podemos transformarlo en un producto bonito?

MS Nuestro trabajo como diseñadores consiste en dar forma al futuro, y creo que en GROHE tenemos una relación fantástica con la comunidad de arquitectos, que piensa de la misma forma que nosotros. Mi objetivo es descubrir cómo GROHE puede ayudar a arquitectos y diseñadores a hacer realidad los proyectos que están concibiendo. Para mí, el diseño no consiste solo en crear objetos, sino en imaginar cómo viviremos en el futuro.

Michael Seum, Vice presidente de diseño de GROHE, se reunió con Gudy Herder en su estudio de Barcelona para hablar sobre las infinitas posibilidades de SPA Colours.

CELESTIAL AWAKENING

«LA NUEVA OPULENCIA: ESTA TENDENCIA DERROCHA LUJO CON SUS TONOS OSCUROS Y SUS PIEDRAS PRECIOSAS QUE APORTAN BRILLO Y ESPLENDOR A UN ESPACIO MAJESTUOSO».



SANCTUM SANTORUM

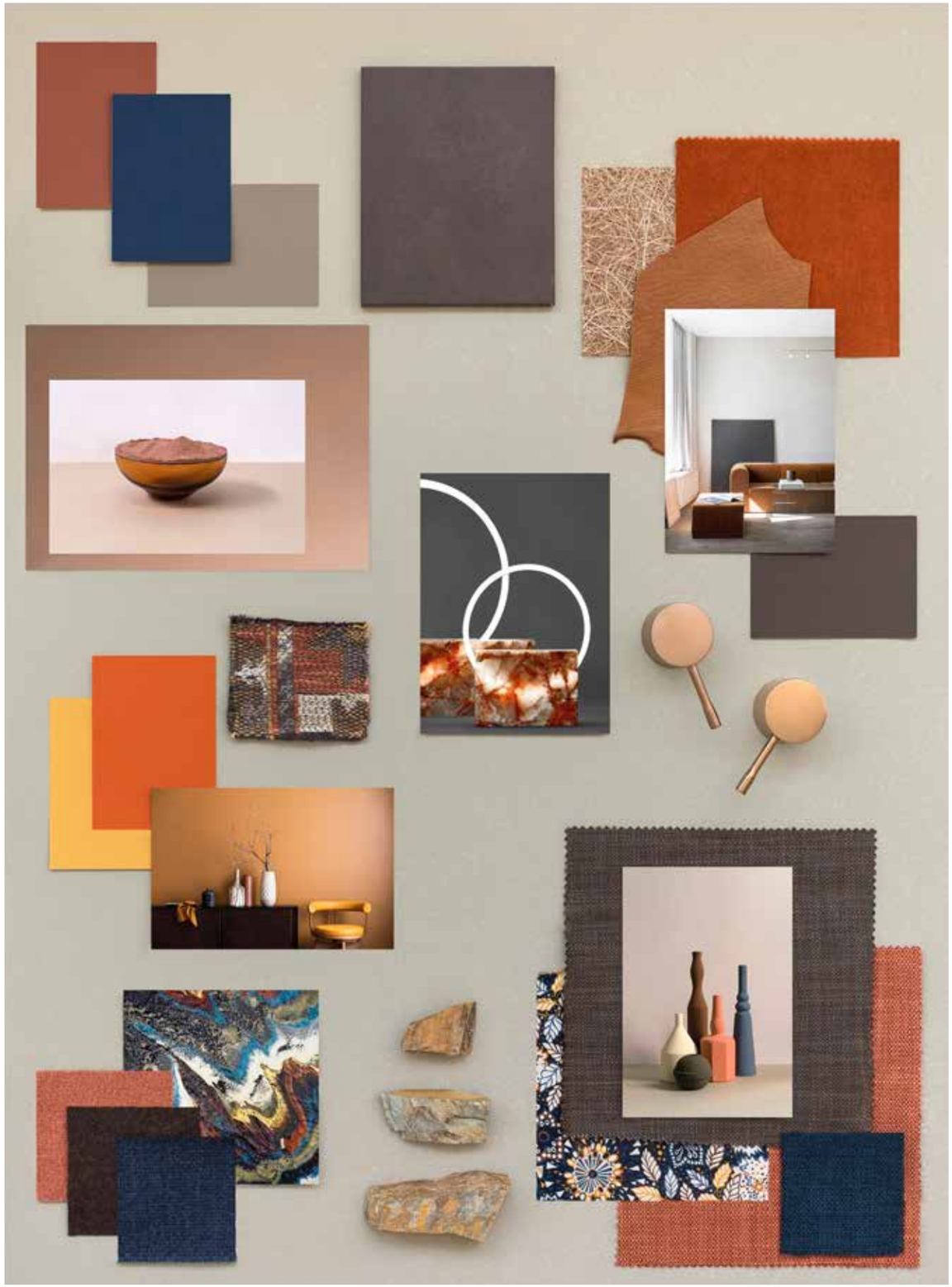
«AQUÍ VEMOS LA NECESIDAD DE IMAGINAR EL CUARTO DE BAÑO COMO UN TEMPLO CURATIVO. CON UNA PALETA DE COLORES EMPOLVADOS, SANCTUM SANTORUM PRESENTA UN ASPECTO

FUTURISTA DE GAMA MUY ALTA».

ECO BOND

«EL SIGUIENTE NIVEL DE VIDA ECOLÓGICA. ECO BOND ES PARA CLIENTES QUE BASAN

SUS DECISIONES DE DISEÑO EN RAZONES ECOLÓGICAS. ES SOSTENIBLE Y NADA RECARGADO».



FINE RAW

«BÁSICO, PERO NO RÚSTICO.

AQUÍ HAY MUCHOS ELEMENTOS REFINADOS QUE ATRAEN A LOS CLIENTES QUE BUSCAN UN ASPECTO ORGÁNICO CON ABUNDANCIA DE TEXTURAS NATURALES».

CARRERA HACIA LA PERFECCIÓN

David Beckmann, el piloto más joven que compite en la Fórmula 3, es tan ambicioso como GROHE.

TEXTO: HENNY BOHM
FOTOGRAFÍA: PAULA WINKLER

David Beckmann solo tardó veinte minutos en aprobar el examen práctico de conducir, cuando lo habitual son cuarenta y cinco minutos. Es lógico, puesto que es piloto de carreras. Y no un piloto cualquiera: es el más joven de la historia que corre en la Fórmula 3, una de las competiciones más prestigiosas del automovilismo júnior. Con solo diecisiete años, esta es su segunda temporada en la categoría.

Beckmann descubrió su pasión por los automóviles cuando solo tenía cinco años de edad, tras visitar una pista de karting interior durante la fiesta de cumpleaños de un amigo. «Me quedé encantado, y un año después mis padres tuvieron que comprarme un kart», explica. Por limitaciones de edad, no pudo competir hasta cumplir ocho años, y desde entonces no ha parado de escalar categorías: en 2015 ganó el campeonato de debutantes de la Fórmula 4 y al año siguiente debutó en la Fórmula 3.

Su meteórico ascenso no tuvo freno hasta llegar a la F3, donde compite con corredores de mucho nivel. Sorprende el grado de profesionalismo de esta categoría, que sirve de trampolín hacia la Fórmula 2 y la Fórmula 1. La temporada va de abril a octubre y consta solo de diez carreras, por lo que los pilotos pasan muy poco tiempo al volante. Beckmann hace preparación física cinco veces por semana, asiste a reuniones de análisis antes y después de cada carrera y entrena con un simulador en la sede de su escudería, todo ello sin dejar de lado sus estudios en el instituto. En Team Motorpark, un grupo de mecánicos, ingenieros y jefe de equipo trabajan con cuatro pilotos. «Colaboramos estrechamente con los ingenieros para sacar el máximo rendimiento del coche», señala Beckmann. También hacen de entrenadores: recopilan un gran volumen de datos durante los entrenamientos y las carreras, y asesoran a los pilotos sobre la mejor estrategia para cada competición. Juntos, supervisan cada detalle en busca de la perfección técnica.

Acostumbrado a ganar sin demasiada oposición, David Beckmann se enfrenta ahora a una dura competencia: desde hace varias temporadas, la Formula 3 cuenta con pilotos de gran nivel. Pero el alemán, que no se rinde fácilmente, trabaja duro para prepararse. Su objetivo es claro: algún día quiere competir en la Fórmula 1, y para lograrlo cuenta con el apoyo de GROHE. Esta colaboración resulta natural tanto para la empresa como para Beckmann, no solo porque ambos provienen de la región germana de Sauerland, sino sobre todo porque comparten valores tales como la ambición, el dinamismo y la competitividad, cualidades esenciales tanto para los pilotos de carreras como para los ingenieros del líder en sistemas sanitarios. «Creemos firmemente en el talento de David y en su afán por mejorar, por eso hemos decidido apoyarlo en su carrera hacia el éxito», apunta Michael Rauterkus, CEO de GROHE.

Los coches de Fórmula 3 son máquinas perfectamente calibradas y diseñadas para ofrecer el mejor rendimiento posible.

GROHE y Beckmann no solo comparten origen (provienen de la región alemana de Sauerland), sino también su pasión por la excelencia.

LA COMUNIDAD DEL INTERIORISMO

En pleno centro de Berlín, la empresa de interiorismo Houzz está transformando la forma de imaginar la decoración del hogar.

TEXTO: DELPHINE SAINT-JEAN
FOTOGRAFÍA: CHRISTOPH MACK

Hoy en día, con la infinidad de blogs, cuentas de Pinterest y tiendas virtuales que muestran ejemplos de interiorismo contemporáneo de todo el mundo, es más fácil que nunca buscar inspiración para mejorar los espacios. ¿Pero cómo integrar esas ideas en el propio hogar? Ahí es donde entra en juego la plataforma de reformas y diseño Houzz, lanzada en febrero de 2009.

«La frase que mejor nos define es: "servicio integral para el diseño del hogar"», afirma Karen Bofinger, editora en jefe internacional de Houzz, desde su oficina en Alexanderplatz, justo en el epicentro de la escena europea de empresas emergentes. La plataforma, que actualmente cuenta con cuarenta millones de usuarios activos, ofrece una gran variedad de herramientas para establecer contactos, buscar inspiración y mejorar el hogar, tanto para clientes particulares como para interioristas profesionales. Los perfiles de usuario incluyen información e imágenes detalladas, y permiten a los visitantes seleccionar el tipo de espacio que les interesa. Por ejemplo, una pareja que quiera montar una habitación para su bebé puede buscar inspiración en el perfil de otros usuarios que hayan tenido un hijo recientemente.

El objetivo de la plataforma es facilitar la obtención de información y asesoramiento: es muy sencillo averiguar dónde y cómo se realizó un determinado proyecto, así como solicitar ayuda. «Y la comunidad es muy amable y atenta –añade Bofinger–. Los profesionales de todo el mundo han entendido que es positivo establecer contacto con los clientes y generar confianza». Todo aquel que quiera transformar un espacio interior, ya sea adquiriendo un sofá o reformando el cuarto de baño, en Houzz encontrará ideas, debates profesionales y herramientas colaborativas que le permitirán obtener más información y fotografías. En cualquier caso, una imagen vale más que mil palabras, y Houzz contiene actualmente quince millones de fotografías. «Igual tienes claro que te gustaría tener una cocina moderna en tonos blancos, pero ¿sabes cómo quedaría realmente? Es muy difícil describir con palabras lo que puedes mostrar tan rápidamente con una imagen –explica Bofinger–. Hace años, seguramente arrancabas las páginas de las revistas y se las mostrabas a un profesional o a tu pareja». Con Houzz, es facilísimo encontrar fotos de diseños reales en los que inspirarse, desde un rancho en Palo Alto, California (donde se fundó la empresa), hasta un piso lleno de historia en pleno centro de Berlín.

Con oficinas por todo el mundo, desde Tokio hasta Moscú, Houzz es muy consciente de las diferencias que existen en cuanto a gustos,

Foto de un sistema de ducha Rainshower SmartControl tal como aparece en el perfil de GROHE US.

«Somos una empresa virtual, pero sabemos que las relaciones personales son extremadamente importantes», dice Karen Bofinger, International Lead Editor de Houzz.

En la oficina de Houzz en el centro de Berlín, incluso la cocina se ha diseñado con alegría y minuciosidad.

hábitos y estilos de interiorismo. Un ejemplo son los sofás: mientras que los italianos se vuelven locos por los de color blanco, en Alemania triunfan los grises. Sin embargo, los gustos también cambian: los Shower Toilets, que son de lo más corriente en Japón, poco a poco van ganando terreno en Alemania, donde el 28 % de los usuarios de Houzz afirma querer un inodoro con funciones de tecnología punta. También existen diferencias en cuanto a la forma de llevar a cabo la decoración del hogar. «Creo que Alemania es un gran mercado para los profesionales –comenta Bofinger–. Según nuestras encuestas, los alemanes son los que cuentan con un mayor presupuesto para reformas, y un gran porcentaje las paga con sus ahorros en lugar de pedir préstamos».

Estas diferencias regionales evidencian algunas de las dificultades a las que nos enfrentamos cuando buscamos inspiración en internet. Por ejemplo, puedes sentir debilidad por los tatamis y las puertas correderas de los washitsu japoneses, pero seguramente esos elementos no tengan mucho sentido en una casa parisina. O te pueden encantar las vigas vistas de las casas de campo inglesas, pero un loft en San Francisco no se presta a eso. Ahí es donde entra en juego la especificidad geográfica: Houzz permite filtrar las imágenes para ver solo aquellas que nos quedan más próximas. La plataforma no es solo un repositorio de imágenes de interiorismo, sino que además vincula las fotos con sus autores, por lo que resulta fácil encontrar profesionales en la zona que hayan realizado proyectos como el que uno tiene pensado. «Somos una empresa virtual, pero sabemos que las relaciones personales son muy importantes. Hay proyectos que no se podrían realizar sin estar en el lugar», explica Bofinger. Puede que estemos en la era de internet, pero no todos vivimos en la nube todavía.

Foto: Kate Jordan / Houzz.de

Juliane Röthig Indecorate

Descubrí Houzz poco después de llegar a Alemania, a finales de 2015. La primera vez que lo usé fue para buscar profesionales que quisieran trabajar conmigo en Indecorate. En seguida me di cuenta del gran potencial de la plataforma y comencé a colgar nuestros proyectos. Una de las cosas que más me gusta es que nos permite mostrar los proyectos en los que hemos colaborado. Espero que lancen alguna función nueva pronto, ya que estamos creando nuestra propia marca de artículos para el hogar, llamada «studio TR».

indecorate.de

Indecorate es una red de interioristas freelance.

Annemone Schütz AnneLiWest

Cuando Houzz me sugirió que creara un perfil, inmediatamente dije que no. Pensé que supondría mucho trabajo, y no quería utilizar otra plataforma más. Pero al final acabé subiendo algunas fotos, lo que me llevó muy poco tiempo. Ahora, dos años después, consigo el 80 % de mis clientes gracias a Houzz. Me encanta trabajar con los usuarios de la plataforma, porque son gente agradable, abierta y con visión internacional.

anneliwest.de

Daniela Franceschini dirige Quiet Studios con su socia Lua Gasset.

Daniela Franceschini Quiet Studios

Me creé un perfil en Houzz porque me parecía una plataforma interesante, y nada más registrarme conseguí un cliente. La empresa siempre se ha mostrado muy atenta con nosotras, especialmente cuando nos ayudó a definir nuestra imagen pública. Nos recomendaron, por ejemplo, que colgáramos una foto nuestra en lugar del logotipo de la marca, porque así transmitiríamos más proximidad y calidez. El objetivo era hacernos un sitio en el mundo virtual.

quietstudios.com

A Annemone Schütz le encantan los clientes que contactan con ella a través de Houzz.

01

HEMISFERIO IZQUIERDO, HEMISFERIO DERECHO

El equipo de diseño de GROHE informa sobre los festivales de diseño de 2017, donde los avances tecnológicos y medioambientales del momento se combinaron con detalles artísticos para crear diseños perfectamente armoniosos.

02

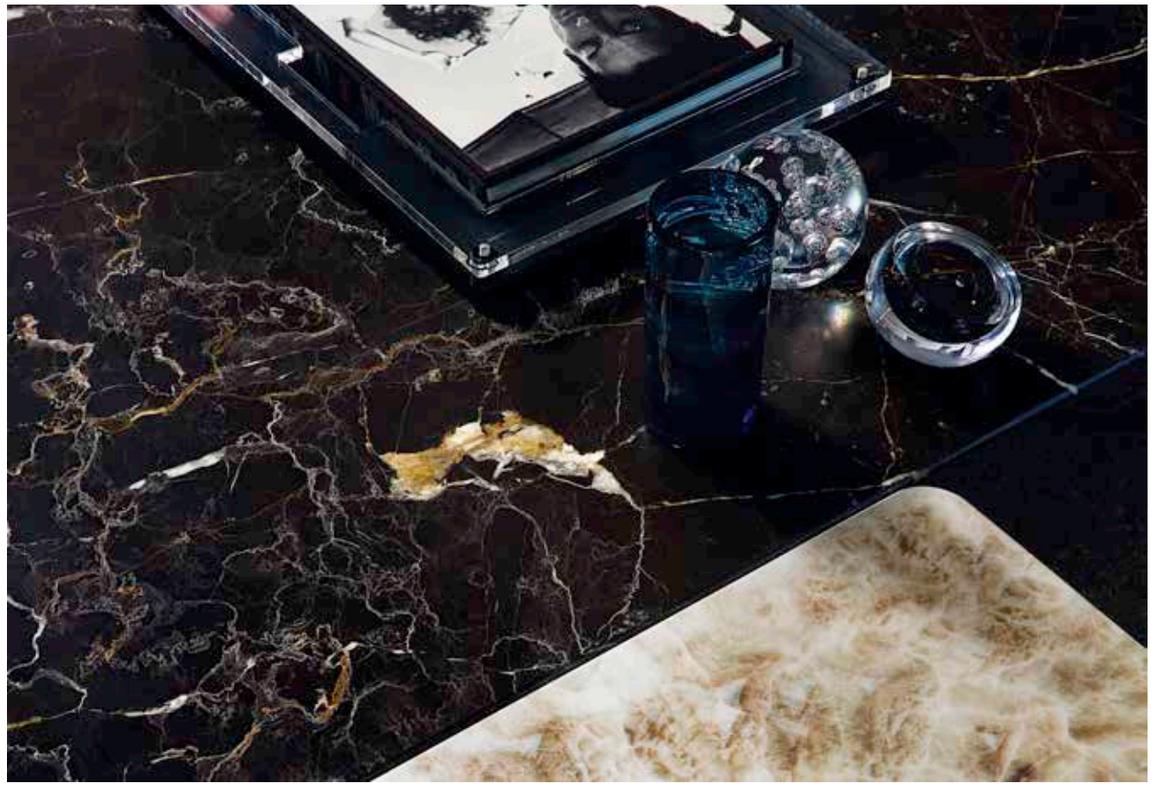
Las tendencias actuales en interiorismo representan un matrimonio entre las innovaciones sistemáticas del hemisferio derecho y la creatividad del hemisferio izquierdo, ya que el diseño sostenible y las nuevas influencias tecnológicas aportan grandes avances a los elementos estéticos tradicionales. Los colores que cayeron en desuso en los años noventa y comienzos de siglo, vuelven a entrar en escena gracias a nuevas interpretaciones, y los materiales naturales se redefinen con gracia y elegancia y crean interesantes contrastes. Nuestros hogares son cada vez más interactivos y los dispositivos de última generación presentan diseños que se integran en el interiorismo del hogar. El diseño sostenible va más allá de la practicidad y, si se aprovechan al máximo los nuevos materiales y métodos de reciclaje, se puede incluso superar en calidad al diseño industrial. Ahora es posible experimentar mucho más gracias a los conocimientos técnicos de los diseñadores y a su creatividad para trabajar las formas y los atributos clásicos con una serie de herramientas innovadoras.

Piedra

La piedra, que durante siglos ha simbolizado la belleza y la majestuosidad, recrea el aura inimitable de la naturaleza con una elegancia sofisticada. **EOOS** ha diseñado tres mesas para **Walter Knoll** aprovechando las cualidades únicas del mármol. **Jaan Living Side Table (03)** y **Joko Stone Occasional Table (02)** son circulares, mientras que la espectacular **Oki Table (01 y 04)** está compuesta por una losa rectangular que descansa sobre un conjunto de varillas entrecruzadas, creando formas geométricas limpias.

03

04



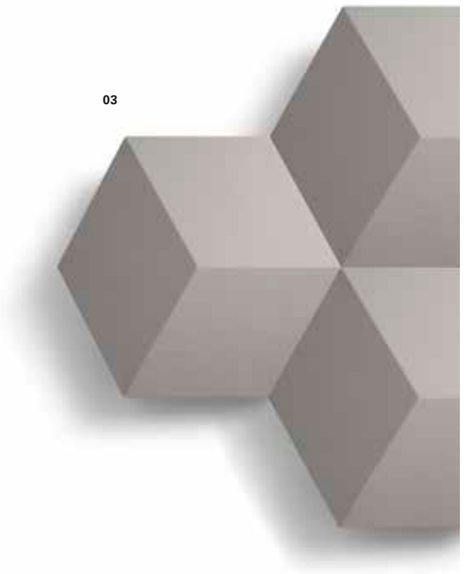
01

Experiencias etéreas

Cuando se entrecruzan tecnología y diseño, surgen impresionantes sorpresas perceptivas, como el árbol escultórico que derrama flores evanescentes de vapor, creado por **Studio Swine** para la marca de ropa **COS (01 y 02)**. La instalación interactiva del **Samsung Galaxy S8 (04)** convierte el dispositivo móvil en una experiencia de tamaño real. **Bang & Olufsen** presenta **Beosound Shape (03)**, unos altavoces de pared que se fusionan con el entorno, convirtiéndose tanto en un medio para disfrutar del sonido como en un accesorio de decoración sorprendente. Por otro lado, el dúo de diseñadores **Formafantasma** explora formas de moldear la luz mediante el diseño, centrándose en el efecto emocional que causa en el usuario **(05)**.

05

02



03

04

01

02

Rosa milenial

Este color rebelde posee un extraordinario poder de transformación: es capaz de revolucionar la cursilería y de alterar las connotaciones anticuadas de los colores. Véase, por ejemplo, el **Long Cabinet de Nika Zupanc (01)**, en el que una serie de ricos tonos cobrizos y rosas-dorados aportan suavidad a un diseño inspirado en los antiguos casilleros industriales. Esa cualidad metálica también se percibe en el **grifo Allure con acabado Warm Sunset (03), de GROHE**, mientras que la pintura y el revestimiento mural de terciopelo «rosa Instagram» de **Normann Copenhagen (05)** demuestran que este color puede servir para algo más que para los detalles. El elegante asiento **Stay Daybed (02), de Sé**, y el canapé de tres secciones **La Isla (04), de Sancal**, presumen de color rosa con alegría, calidez y seducción.

03

05

04

01

02

Sombras

En la Milan Design Week de este año, varias instalaciones demostraron que la sombra creada por un objeto que se interpone a luz puede llegar a ser más dinámica que el propio objeto. La **exposición Lexus YET (02)** puso de manifiesto que cuando se mezclan elementos opuestos aparecen cosas deslumbrantes. La luz puede jugar con la oscuridad: no son incompatibles. Para explorar la fuerza de la luz y su impacto en el espacio, el arquitecto **Giovanni Maria Filindeu** dio vida a una habitación **(01)** con un rayo multicolor que entraba a través del marco de una puerta y recorría el suelo y el techo.

03

Diseño consciente

Con una mayor conciencia de nuestro impacto medioambiental, los diseñadores están buscando nuevas formas de transformar materiales usados en brillantes creaciones, como los coloridos jarrones con motivos abstractos de la **colección No Waste (03), de Ikea**, que están hechos solo con vidrio reciclado. La empresa italiana **Ecopixel** ha inventado un material reciclado y reciclable para la producción de muebles **(04)**. Con un acabado pixelado y una gran variedad de opciones cromáticas, este material ofrece fantásticas posibilidades para el futuro del diseño sostenible.

04

Pure Freude an Wasser

GROHE

UN DISEÑO
INFINITAS
POSIBILIDADES

NUEVO GROHE LINEARE, ENCAJA TANTO
CON DISEÑOS **CUADRADOS COMO CON REDONDOS**.

La estética cosmopolita de Lineare es mínimalista pero muy atractiva. De acuerdo con el concepto de minimalismo, Lineare se reduce a los elementos necesarios para lograr la apariencia más delgada posible. La colección se basa en una composición de dos estructuras geométricas simples, cuerpos cilíndricos y formas rectangulares delgadas. El mango y el caño crean hermosas y armoniosas composiciones. **grohe.es**

UN HOMBRE DE PRINCIPIOS

Explorador, ecologista y emprendedor, David de Rothschild es un hombre ocupado. Hablamos con él sobre su estrategia de triple enfoque y un nuevo proyecto medioambiental.

TEXTO: DELPHINE SAINT-JEAN

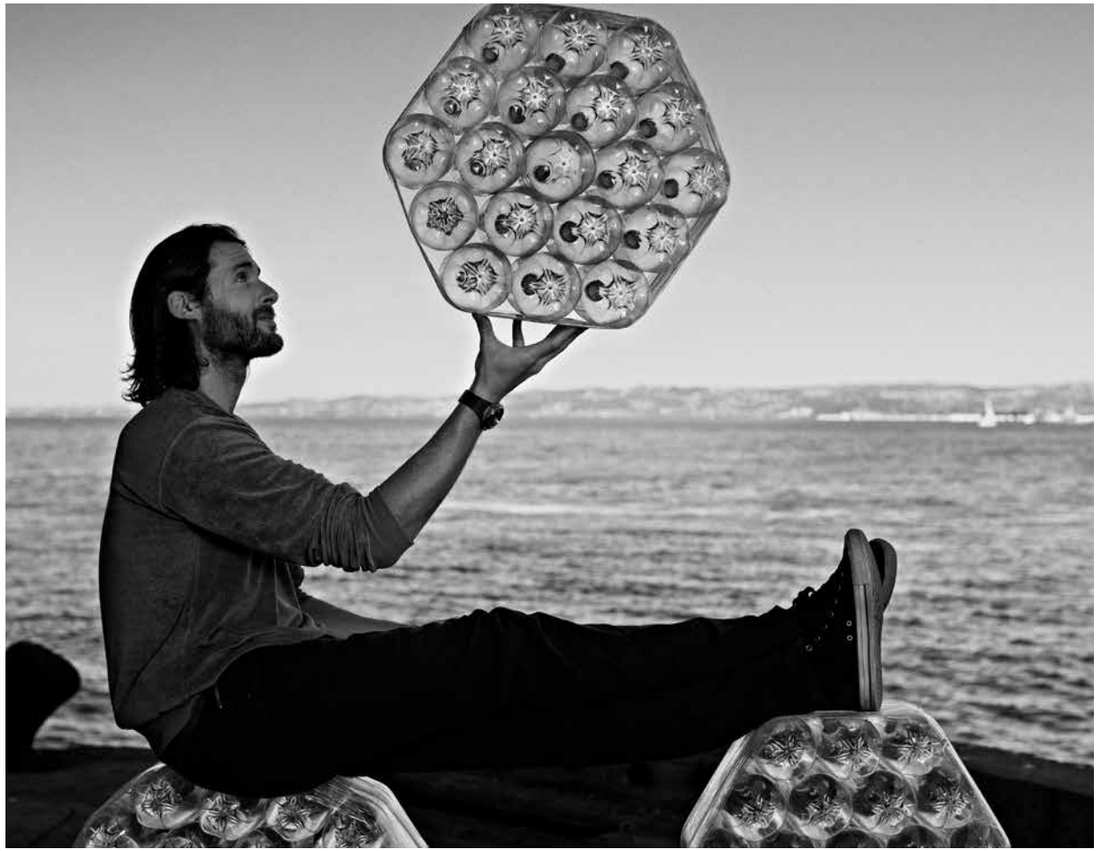
El diseño totalmente sostenible del Plastiki, que contaba con paneles solares y bicicletas como fuentes de energía renovable, fue creado por el prestigioso arquitecto naval Andrew Dovell.

David de Rothschild no es como uno se imagina que son los ambientalistas. Desde su vestimenta moderna e informal hasta su pasión por la exploración, este británico de 39 años, miembro de una de las familias de banqueros más importantes de Europa, está a años luz del estereotipo altivo y moralista de los ecologistas. Su objetivo es hacer del mundo un lugar mejor y contribuir a que se valore más la importancia de la naturaleza en nuestras vidas. «Siempre he sentido una gran pasión y curiosidad por el mundo natural», comenta.

Un ejemplo de su labor de concienciación es la expedición Plastiki: en 2010 atravesó el Pacífico (de San Francisco a Sídney, casi 13 000 kilómetros) a bordo de un catamarán construido con unas 12 500 botellas de plástico pegadas con una cola hecha de anacardos y azúcar. La embarcación, diseñada por Andrew Dovell siguiendo la filosofía regenerativa denominada «cradle to cradle», es una maravilla de la ingeniería tecnológica sostenible, pues utiliza paneles solares y bicicletas para generar energía renovable. Rothschild planeó la travesía con el objetivo de llamar la atención sobre el llamado «Great Pacific Garbage Patch», un área del Pacífico con una concentración excepcionalmente alta de residuos humanos, atrapados por un giro oceánico. «Mi intención era rendir homenaje al océano y denunciar la toxicidad de nuestra relación de amor-odio con el plástico desechable», explica. Esta acumulación de basura es tremendamente nociva para la fauna, especialmente para las tortugas marinas y los albatros de patas negras. Mediante el uso de materiales reciclados para construir la embarcación, Rothschild quiso demostrar que recorrer el mundo no es incompatible con un estilo de vida más ecológico y que la sostenibilidad puede aplicarse a cualquier cosa. «Quería demostrar que, si pensamos de una forma distinta, podremos resolver este problema tan absurdo. Todo es posible».

Fotos: p. 70, Luca Babini; p. 71, Brad Torchia (para MR PORTER)

Además de ser uno de los hombres del año de la revista GQ, Rothschild ha sido nombrado «Climate Hero» por la UNEP y es el británico más joven del mundo en visitar ambos polos geográficos.



El ambientalista David de Rothschild atravesó el Pacífico a bordo de un catamarán construido con 12 500 botellas de plástico pegadas con cola hecha de anacardos y azúcar.

En 2006, Rothschild creó la Sculpt the Future Foundation para ayudar a financiar misiones destacadas con objetivos similares al de su proyecto Plastiki. «Quería ayudar a otras personas a liberar su potencial humano», apunta. Por ejemplo, en 2017 financió un proyecto llamado «Climate Symphony», que consistía en transformar datos sobre el cambio climático en piezas musicales. También ha apoyado expediciones como la de Roz Savage, que atravesó el océano Índico a remo para concienciar sobre la contaminación oceánica. Todo lo que hace Rothschild responde a un ecologismo voraz y ambicioso, desde presionar a las Naciones Unidas para que le otorguen a la Naturaleza un asiento en su consejo, hasta atravesar esquiando el Polo Norte y el Polo Sur (convirtiéndose de paso en el británico más joven en pisar ambos polos).

Recientemente ha lanzado al mercado su propia marca de ropa y complementos, The Lost Explorer, diseñada para aventureros respetuosos con el medio ambiente. En lugar de recurrir a los métodos tóxicos que se utilizan para producir telas de alto rendimiento, Rothschild colabora con la innovadora empresa textil suiza Schoeller para conseguir telas y tintes naturales (como el té negro o la flor de hibisco), y ofrecer artículos para cualquier hábitat: desierto, océano, montaña y selva. «Nuestra filosofía es “de la naturaleza a la naturaleza”. Utilizamos The Lost Explorer para destacar la importancia de la naturaleza mediante un diseño increíble y mucha curiosidad», explica.

The Lost Explorer no solo ofrece ropa sostenible, sino también otros artículos, como un auténtico mezcal mexicano que ayuda a visibilizar los problemas de biodiversidad y sostenibilidad, que la creciente popularidad internacional de esta bebida alcohólica ha acentuado. Rothschild, que tiene una titulación en naturopatía, ha desarrollado su propia línea de

Fotos pp. 72-75: Luca Babini

«Mi intención era rendir homenaje al océano», comenta Rothschild sobre su viaje a bordo del Plastiki.

bálsamos medicinales que se pueden adquirir en su taller de Venice Beach (California). Están elaborados a base de aceite de marula, aceite de niaulí y manteca de karité, productos procedentes de diferentes partes de África.

«Y con mucho amor y pasión», añade. En definitiva, su marca permite a quienes tienen menos credenciales de aventurero disfrutar regularmente de los tesoros más exóticos del mundo. Y siempre con el sello de la sostenibilidad.

De la misma forma que las telas de cáñamo y algodón orgánico de The Lost Explorer se adaptan a cualquier clima, Rothschild se siente cómodo en todo tipo de entornos. Ha recibido elogios tanto por sus arriesgadas aventuras (la revista National Geographic lo incluyó en su lista de «exploradores emergentes») como por su trabajo por el medio ambiente. Ha sido nombrado «Climate Hero» por la UNEP y galardonado con el Premio Alemán a la Sostenibilidad. Además, es uno de los pocos ambientalistas que han sido incluidos en la ilustre lista de hombres del año de la revista GQ. La pregunta es: ¿dónde le llevará su próxima aventura? Hay rumores de que será debajo del océano. Phileas Fogg se moriría de envidia.

El Plastiki al comienzo del viaje de casi 13 000 kilómetros que llevaría a David de Rothschild desde San Francisco hasta Sídney.

UNA PROCLAMA PARA LOS PRÓXIMOS 10 AÑOS

World Architecture Festival Finalist

Celebrating 10 Years 2008-2017

Coincidiendo con el décimo aniversario del World Architecture Festival (WAF), que se celebró este mes de noviembre en Berlín con el respaldo de GROHE, Paul Finch y Jeremy Melvin explican cómo creen que evolucionará la profesión de arquitecto durante la próxima década.

La arquitectura no vale nada si no sirve para mejorar el futuro. Sea cual sea su relación con el pasado y con el presente, su principal función es mirar hacia adelante y establecer nuevos vínculos entre lo que ya existe y lo que puede llegar a existir. Aprovechando nuestra experiencia como comisarios del World Architecture Festival, queremos destacar diez factores que influirán en la práctica arquitectónica durante la próxima década.

La arquitectura tiene varias características que la llevarán a desempeñar un gran papel en el futuro. Primero, porque es intrínsecamente colaborativa. La división del trabajo ha sido un elemento integral de la arquitectura desde que la construcción de edificios empezó a requerir la participación de varias personas. Segundo, porque ha desarrollado técnicas para defender lo que puede hacer, explicando las posibilidades que generará para el futuro. Tercero, porque en los últimos siglos ha desarrollado sus propias características como profesión; eso le confiere un estatus particular en la sociedad, gracias a la comprensión de la tecnología y a su óptima aplicación. El aumento de la desigualdad y el desarrollo de la ciencia hacen que su responsabilidad sea cada vez mayor. Cuarto, porque crea y mejora los marcos espaciales en colaboración con políticos, financieros, ingenieros, planificadores, constructores y ciudadanos. Más que la ingeniería o la planificación, es la arquitectura la que puede mostrar hasta qué punto el entorno físico puede interactuar con la justicia social.

La arquitectura actual tiene una finalidad clara, y el World Architecture Festival ayuda a comprender los desafíos a los que se enfrentan los arquitectos de todo el mundo. GROHE patrocinó un premio y la posterior investigación asociada a la categoría WAFX Manifesto Water. El premio se lanzó el pasado mes de noviembre en la WAF, y los resultados de la investigación se presentarán este año.

1. AGUA

El agua interactúa con la vida humana en tantos aspectos que su futuro irá inevitablemente ligado al de la arquitectura. Aunque los desafíos que representan el suministro, el drenaje, el movimiento y la contención del agua quedan fuera del ámbito de la arquitectura, Henk Ovink, enviado especial de los Países Bajos para asuntos internacionales relacionados con el agua, sugiere algunas áreas en las que los arquitectos pueden centrar sus esfuerzos. En su discurso en motivo de la inauguración de la Norman Foster Foundation, propuso lo que podría definirse como una sociología del agua.

En una labor que combina la diplomacia de alto nivel y la resolución de problemas sobre el terreno, Ovink comparte los conocimientos de su país en materia hidrológica con otras regiones donde las inundaciones y las sequías ponen en peligro la vida de las personas. A menudo, cuando se toman decisiones desde arriba se producen situaciones absurdas. Por ejemplo, tras el tsunami que asoló Japón en 2011, se levantaron muros de contención alrededor de aldeas pesqueras para protegerlas de las inundaciones, pero los muros impedían el acceso a los caladeros. Una solución mucho más eficaz hubiera sido expandir los pantanos. Hace un milenio, grupos sociales de toda índole se asentaron en los canales de los actuales Países Bajos. Poco a poco se dieron cuenta de que para sobrevivir a largo plazo debían hacer un uso responsable del agua y encontrar formas de compartir su gestión. Con el paso del tiempo, esa experiencia dio lugar a la política inclusiva y de consensos que caracteriza a este país. Es aquí donde la arquitectura puede tener un papel decisivo.

El agua es una fuente de placer, tanto en la naturaleza (mares, lagos y ríos) como en los entornos creados por el hombre (fuentes, piscinas y baños), y los arquitectos están preparados para controlarla, distribuirla y utilizarla según convenga. La primera necesidad es separar la «buena agua» de la «mala agua», que generalmente no es más que agua en un lugar equivocado. A partir de ahí, puede crearse un consenso social sobre cómo distribuirla y usarla de forma justa.

2. ENVEJECIMIENTO Y SALUD

La ONU predice que entre 2010 y 2050 la población mundial crecerá exponencialmente. Este fenómeno afectará especialmente a las personas de entre 65 y 90 años, muchas de las cuales deberán seguir trabajando más allá de la actual edad de jubilación, ya que proporcionalmente habrá menos población joven. Por otro lado, la sociedad deberá aprender a hacer frente a las enfermedades crónicas y no contagiosas, que mermarán la capacidad de trabajo y dificultarán la vida.

Posiblemente, la mayor contribución que pueden hacer los arquitectos ante esta situación es diseñar entornos y edificios que fomenten el ejercicio físico. Las escaleras deben ser visibles y atractivas para que la gente las use instintivamente para subir dos o tres pisos (algunos estudios indican que subir un piso por las escaleras aumenta en seis minutos la esperanza de vida). Los espacios exteriores también deben resultar agradables: estar protegidos del sol, el viento y la lluvia; las pendientes no pueden ser muy pronunciadas; más elementos que alegren los sentidos; mayor proximidad a los servicios básicos. Asimismo, los hogares deberán estar adaptados a las personas con discapacidades físicas y a las diferentes generaciones. ¿Quién necesitará hacerse revisiones médicas cuando los ordenadores, los teléfonos inteligentes e incluso los inodoros controlen constantemente la frecuencia cardiaca, la presión arterial y los niveles de insulina, y nos digan qué hacer según las circunstancias?

Barcos de vapor en el dinámico puerto de Sadarghat, en Daca (Bangladés).

3. MEDIO AMBIENTE, ENERGÍA Y DIÓXIDO DE CARBONO

En 1972, Alex Gordon, presidente del Royal Institute of British Architects, acuñó la frase «long life, loose fit, low energy» (algo así como «durabilidad, flexibilidad, bajo consumo energético»), que a día de hoy sigue sintetizando perfectamente los principios del diseño responsable, pese a los enormes avances de la ciencia. Al principio, la eficiencia energética lo era todo; después se pasó a hablar de conciencia ecológica y sostenibilidad; finalmente, y por consenso general, se centró la atención en las emisiones de dióxido de carbono. Desde entonces, se ha conseguido diseñar edificios que generan energía, en su forma más simple, mediante paneles solares y aerogeneradores. Con un diseño más sofisticado y una mayor inversión, estos sistemas pasivos se pueden mejorar, por ejemplo, para acelerar el viento y capturar la humedad del aire.

Para contribuir al objetivo de los institutos profesionales de reducir al máximo las emisiones de dióxido de carbono, el arquitecto Simon Sturgis ha desarrollado una metodología para analizar los

Foto: Ahron de Leeuw

problemas duales del dióxido de carbono incorporado, derivado del proceso de construcción, y del dióxido de carbono operativo durante la vida útil de los edificios. El nivel de dióxido de carbono incorporado de una pared de ladrillos, por ejemplo, puede quedar justificado si esta dura un siglo, pero si su vida útil es mucho más corta, puede ser preferible levantar una pared de madera, cuyo nivel de dióxido de carbono incorporado es inferior. La ventaja del método de Sturgis es que relaciona la emisión de dióxido de carbono incorporado y operativo, permitiendo a los diseñadores definir una solución óptima de acuerdo con el objetivo general (incluida la esperanza de vida) de cada proyecto.

4. ÉTICA Y VALORES

Seguir un código ético es el precio que deben pagar los profesionales para conseguir un buen estatus social. Las profesiones siempre han existido para beneficio de la sociedad y siempre se ha trabajado a cambio de tarifas o salarios fijos. Sin embargo, este fundamento perdió solidez cuando la obtención de unos ingresos estables dejó de garantizar un buen rendimiento: los arquitectos de muchas partes del mundo occidental empezaron a esconderse detrás de su estatus profesional para cobrar por imponer edificios e ideas que no siempre redundaban en el interés de la sociedad.

Ahora que existe muchísima más información de la que ningún individuo puede controlar, la arquitectura tiene ante sí varios desafíos éticos trascendentales. Primero, debe basarse en sus principios educativos para desarrollar nuevas ideas y nuevas formas de proyectar estas ideas en beneficio de la sociedad. Segundo, la creciente complejidad del conocimiento requiere una colaboración más efectiva entre expertos de diferentes ámbitos. El objetivo debe ser desarrollar un sistema ético que aborde la globalización y sus consecuencias, basando sus principios en los beneficios que puede aportar la arquitectura, defendiendo la forma de configurar el cambio y alineando el poder imaginativo con la ejecución responsable.

5. IDENTIDAD

La capacidad de encontrar, acomodar y fomentar sinergias entre una infinidad de identidades determinará la capacidad de supervivencia de la humanidad. La arquitectura tiene un enorme potencial para funcionar con nuevas tecnologías, creencias, aspiraciones y oportunidades en la construcción de nuevas identidades que respondan a deseos concretos y los ayuden a unirse a escala local, nacional, transnacional y mundial. Dos de los proyectos presentados en el WAF muestran en qué medida la arquitectura puede manifestar una identidad. Uno es el Middle East Center de la Universidad de Oxford, de Zaha Hadid, donde la tecnología digital hace posible una forma que se basa en la geometría, igual que lo hacían las cúpulas otomanas del siglo XVI. Mediante la transformación de una identidad cultural, aumenta su impacto en la sociedad contemporánea. El otro es el Mapungubwe Interpretation Centre de Peter Rich, en Sudáfrica, que recrea visceralmente una cultura perdida mediante el diseño, la construcción, los materiales y el uso. La población local ayudó a construir el centro, lo que le permitió redescubrir habilidades olvidadas y, seguramente, encontrar formas de superar las tensiones más profundas sobre la identidad cultural del país. En extremos opuestos en cuanto a tecnología, estos proyectos muestran cómo la naturaleza física de la arquitectura y su potencial pueden dar lugar a identidades con muchos posos distintos.

6. PODER Y JUSTICIA

Durante mucho tiempo, la arquitectura ha estado asociada con el poder, tanto su nombre como su ejercicio. Más sutil es su capacidad de expresar justicia. Los tribunales son el punto de contacto más tangible entre la arquitectura y la justicia. La Ciudad de la Justicia de Barcelona, de David Chipperfield, ganadora de una categoría en el WAF de 2010, es un ejemplo reciente de esta tradición. Un concepto muy diferente expresa el Tribunal Constitucional de Johannesburgo, de Janina Masojada y Andrew Makin. Creado para defender la nueva constitución de Sudáfrica, surge con el concepto de «justicia bajo un árbol» y se expande mediante el espacio, la luz, los niveles, los colores, las texturas y el arte para sugerir a la población del país que la justicia tiene relevancia en sus vidas: simboliza, facilita y ofrece una visión imaginativa de la Sudáfrica postapartheid. Si la arquitectura puede ayudar a transmitir el concepto de justicia, ¿por qué debería detenerse en los tribunales? En sus «Reith Lectures», Richard Rogers (presidente del superjurado del WAF de 2014) explica cómo las ideas de justicia calan en el ámbito público. Ese debería ser el objetivo de cualquier plan maestro y de cualquier proyecto público.

Mapungubwe Interpretation Centre (Sudáfrica), de Peter Rich Architects.

7.CIUDADES INTELIGENTES

Las ciudades siempre han sido inteligentes, ya que generan oportunidades y fomentan la innovación. Para bien o para mal, ahora es posible seguir el rastro de las personas con medios como las cámaras de videovigilancia o el uso del transporte público. Pero las tecnologías digitales también pueden conseguir que las ciudades sean más agradables y eficientes. Los edificios pueden predecir sus ciclos de consumo de energía y agua, lo cual mejora la gestión de la infraestructura. La logística puede optimizarse para coordinar el movimiento de personas y bienes, aprovechando al máximo el espacio en todos los sistemas de transporte: por carretera, en tren, a pie e incluso con drones. Cuando nos movemos por entornos urbanos, los teléfonos inteligentes pueden identificar cualquier oportunidad que pueda resultarnos interesante en función de nuestros hábitos, en un simulacro de emoción y posibilidad que mezcla —como escribió T. S. Eliot— «memoria y deseo».

8. TECNOLOGÍA DE CONSTRUCCIÓN

La división del trabajo entre diseñadores y fabricantes, originada durante el Renacimiento, está desapareciendo como consecuencia de la digitalización de la programación, la impresión, la fabricación y el montaje. Los brazos robóticos reemplazarán a las grúas y a los obreros, y los únicos operarios que quedarán serán supervisores. Además, nuestro entorno físico y nuestra percepción del mismo cambiarán radicalmente. Mario Carpo, profesor de historia arquitectónica en la Bartlett School of Architecture, señala que las matemáticas lineales tradicionales determinaron cómo se podían representar los espacios y usar los materiales.

Todas las escalas, desde las nano y las micro hasta las macro, procederán de la misma fuente. El flujo entre el diseño, la construcción, la fabricación y los materiales será fluido e inseparable. Si cada información está en un registro y sigue un modo de producción, puede haber implicaciones para el proceso creativo. Desde hace mucho tiempo, las transiciones de un modo a otro (por ejemplo, del dibujo a la creación de modelos) son parte integral de la creatividad, y ayudan a superar los callejones sin salida y a proporcionar nuevas perspectivas.

9. REUTILIZACIÓN

Se ha hablado mucho sobre la necesidad de pasar de una economía lineal a una economía circular. Efectivamente, debemos considerar el consumo de todos los recursos como una etapa de un proceso en el que todo se reutiliza. A veces, transcurre mucho tiempo entre los distintos usos, mientras que otras, la reutilización puede ser simultánea, especialmente en edificios e infraestructuras. Si se puede duplicar o triplicar su tiempo de uso, tanto mejor. Véase el terraplén del Támesis en Londres, diseñado por Joseph Bazalgette, que combina alcantarillado, vías de metro, carretera y espacios abiertos. Un ejemplo más contemporáneo es la central eléctrica diseñada por BIG en Copenhague. Además de generar energía, su azotea inclinada hace las veces de parque público y, en invierno, de pista de esquí.

La energía también forma parte de este proceso cíclico. Puede que no valga la pena hacer que un edificio con una vida corta sea muy eficiente energéticamente si eso implica utilizar una gran cantidad de energía en su construcción, incluida la fabricación de materiales y su transporte.

10. MUNDOS VIRTUALES

Los recientes avances en realidad virtual están contribuyendo a la creación de nuevos tipos de representación, de forma similar a lo que ocurrió con la perspectiva lineal en el Renacimiento. Con un realismo que supera al de las imágenes en perspectiva y de los trampantojos, la realidad virtual permite ver con todo lujo de detalles edificios por construir o incluso no edificables. Los datos que se utilizan para diseñar experiencias de realidad virtual tienen la función que una vez tuvieran las ideas: conectar la imaginación, la representación y la ejecución. ScanLAB Projects, por ejemplo, colaboró con la BBC en una serie de documentales sobre la antigua Roma creando vídeos en realidad virtual que mostraban cómo era la ciudad según la documentación existente, incluidos el sistema de cloacas y el de suministro de agua. Igualmente, podría diseñarse una ciudad ficticia con el mismo nivel de realismo. En definitiva, la realidad virtual puede ser una herramienta de diseño y comunicación muy útil para los arquitectos. Cada vez se fabrican dispositivos más ligeros y cómodos, lo que contribuye a mejorar la sensación de inmersión.

Matthias Kohler, profesor del ETH de Zúrich, sugiere posibles avances en computación, ciencia de materiales y fabricación, en la Norman Foster Foundation.

ScanLAB Projects creó vídeos en realidad virtual de la antigua Roma para Rome's Invisible City, una serie de documentales de la BBC.

Fotos: p. 78, Obie Oberholzer; p. 79, Tom Kawara (ScanLAB Projects)

OCEAN'S THIRTEEN

«Tidalectics», una exposición colectiva en el TBA21 de Viena, presenta a trece artistas que examinan las dimensiones culturales, políticas y físicas de los océanos.

TEXTO: DR. JENI FULTON

La exposición «Tidalectics» del espacio de exposiciones TBA21, en el Augarten de Viena, toma como punto de partida los océanos: vastos, en gran parte desconocidos y ahora en peligro. Basada en seis años de investigación y actividad artística de la TBA21-Academy, fundada por la coleccionista y mecenas Francesca de Habsburgo, la exposición se centra en las dimensiones culturales, políticas y físicas de los océanos. Nueve obras han surgido directamente del programa de exploración de la academia: desde 2013, el barco de investigación MV Dardanelles ha acogido a un heterogéneo grupo de oceanógrafos, artistas, comisarios y escritores que hacen arte mientras viajan y se relacionan con la población autóctona de Jamaica, Costa Rica, Belice, Fiyi, Islandia y otros lugares.

La exposición «Tidalectics» —cuyo título es un juego de palabras del célebre historiador y poeta barbadense Kamau Brathwaite sobre el movimiento circular del agua— está comisariada por Stefanie Hessler y es muy ambiciosa. Tamoya Ohboya (2017), de Tue Greenfort, es un acuario lleno de medusas con una proyección de vídeos, grabados durante una expedición a Papúa Nueva Guinea y a las islas Marquesas. Las medusas son una de las especies más antiguas de la Tierra —aparecieron hace aproximadamente quinientos millones de años—, pero siguen siendo unas grandes desconocidas: sin huesos, corazón ni cerebro, su extraña fisonomía

JANA WINDEREN

La instalación sonora bára (2017), de Jana Winderen, está compuesta por grabaciones con hidrófonos realizadas por la artista durante varias expediciones con la TBA21-Academy. Las grabaciones permiten oír todo tipo de sonidos submarinos, desde el crepitar de los crustáceos hasta el susurro de las olas.

desafía nuestra comprensión de la comunicación y la percepción. Y ahora, debido al calentamiento global de los mares y los océanos, están ampliando su hábitat.

Para nuestra comprensión de los mares son fundamentales los relatos de exploraciones y viajes, desde las travesías del capitán Cook hasta los movimientos migratorios contemporáneos. Basándose en las descripciones del biólogo David Gruber sobre las especies que habitan las profundidades marinas (desde bacterias hasta peces monstruosos), Janaina Tschäpe crea ilustraciones sobre papel plegado en forma de abanico. Con una mezcla de realidad y ficción, sus dibujos recuerdan a los que hacían los exploradores de los siglos XVIII y XIX de la fauna y la flora.

Alexander Lee parte de sus propias experiencias en la expedición TBA21, que lo llevó a su Polinesia Francesa natal. En el vídeo Me-ti'a – An Island Standing (2017) muestra imágenes documentales de una expedición en barco a Mehetia, el punto caliente volcánico al este de Tahití del que surgieron todas las islas de esta Sociedad. Acompañando el metraje está la leyenda de Vaita, un sacerdote de la isla de Raiatea que profetizó el desembarco en Tahití del oficial británico Samuel Wallis siete años antes de su llegada, en 1760, un acontecimiento que cambió para siempre el destino de la región.

Jana Winderen viajó del Polo Norte al Pacífico para realizar grabaciones submarinas. Su instalación sonora bára (2017) permite oír sonidos de ballenas, crustáceos y peces, y reflexiona sobre los peligros de la contaminación acústica. Por otro lado, Darren Almond se centra en la Antártida y en su vacío, un espacio blanco caracterizado por la ausencia de humanidad. Su video A (2002), de la colección TBA21, muestra un territorio sin presencia humana, con una siniestra banda sonora que nos recuerda que el calentamiento global acabará destruyendo ese prístino paisaje, y que el deshielo y los cambios en el nivel del mar provocarán grandes catástrofes en todo el mundo.

Todas estas obras de arte parten del movimiento giratorio del título de Brathwaite para crear ríos de comprensión mientras siguen bañándonos las olas del futuro.

TUE GREENFORT

Tamoya Ohboya (2017) es un acuario lleno de medusas con el que Tue Greenfort explora la consciencia de estos misteriosos organismos acuáticos, que llevan vagado por los mares durante al menos quinientos millones de años.

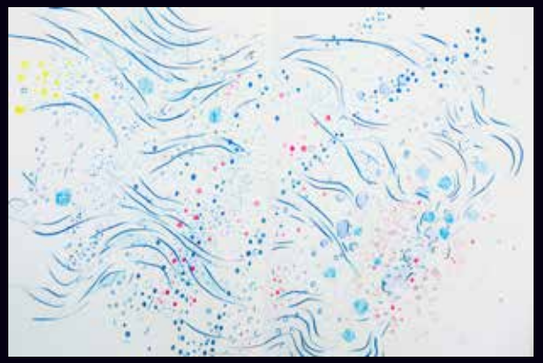
P. 81: Silencing of the Reefs (2013), de Jana Winderen; foto de José Alejandro Álvarez. P. 82: Tamoya Ohboya, de Tue Greenfort, «Tidalectics», Thyssen-Bornemisza Art Contemporary (Viena, 2017); foto de Jorit Aust. Fictionary of Corals and Jellies, de Janaina Tschäpe; foto por cortesía de la artista (2017). A, de Darren Almond (2002); captura de vídeo Me-ti'a – An Island Standing, de Alexander Lee, «Tidalectics», Thyssen-Bornemisza Art Contemporary (Viena, 2017); foto de Jorit Aust. Fictionary of Corals and Jellies, de Janaina Tschäpe; foto por cortesía de la artista y de Jay Jopling (White Cube, Londres).

DARREN ALMOND

Como consecuencia del calentamiento global, el nivel del mar seguirá creciendo en todo el mundo. El video A de Almond (2002), de la colección TBA21, muestra un paisaje antártico de blancos infinitos y sin rastro de presencia humana.

ALEXANDER LEE

El trabajo de Lee para «Tidalectics» trata sobre una profecía del sacerdote Vaita, de la isla de Raiatea. En el vídeo Me-ti'a – An Island Standing (2017), reconsidera las representaciones de Mehetia utilizando imágenes documentales de su viaje a la isla volcánica.



JANAINA TSCHÄPE

Estos dibujos fantásticos que oscilan entre la realidad y la ficción se basan en ilustraciones científicas de especímenes marinos. Títulos como Blood, Sea o Fictionary of Corals and Jellies (ambos de 2017) aluden a la fusión de un inventario y un diccionario de vida submarina con elementos ficticios.

COLOR UP!

La nueva línea de grifos Essence aporta un alegre toque de color a la cocina.

FOTOGRAFÍA: ATTILA HARTWIG
DISEÑO: CHRISTIAN KLEEMANN
RETOQUES: MARÉN BÖRNER

Jarrón:
La Soufflerie/
Voostore

Jarrón: Rosenthal

¿Cómo afecta la arquitectura a nuestro cerebro? Hablamos con Eve Edelstein, pionera de la neuroarquitectura, sobre su trabajo multidisciplinar en la creación de entornos centrados en las personas.

ESPACIOS MENTALES

ENTREVISTA: JENI FULTON
FOTOGRAFÍA: AYA BRACKETT

Eve Edelstein es la Directora de investigación del Human Experience Lab y del Gadget Lab de Perkins+Will, que utilizan tecnologías avanzadas para averiguar en qué medida influye el diseño en la experiencia, el pensamiento, la salud y el bienestar de las personas. Edelstein, que tiene experiencia en la investigación del sistema nervioso, de la arquitectura y de la antropología, combina la neurociencia con el diseño para crear entornos centrados en el ser humano en lugares como universidades, museos, oficinas u hospitales. Con un enfoque innovador y mediante el uso de avances tecnológicos de vanguardia, pretende transformar nuestra forma de pensar en los edificios y en el medio ambiente. GROHE Magazine se ha reunido con la prestigiosa diseñadora norteamericana para hablar sobre el número áureo, sobre cómo la temperatura y el agua afectan a nuestra salud mental y sobre el papel de la realidad virtual en el diseño.

GROHE

¿Qué fue lo que despertó su interés por este acercamiento colaborativo y multidisciplinar al diseño?

Eve Edelstein

En parte, mi pasado y, en parte, mi fascinación por el tema. Mi padre, que era arquitecto, siempre me contaba el porqué de los edificios y me explicaba la reacción que provocaban en las personas. Tras licenciarme en antropología en Berkley, un destacado neurocientífico me ayudó a entender la relación entre el entorno y nuestra respuesta al mismo, desde un punto de vista científico. La neuroarquitectura explora cómo se puede equiparar la física de la forma con la fisiología de la función. Hay un paraguas integral que uso como constructo filosófico y que estudia el impacto general del medio ambiente sobre la mente, el cuerpo y el comportamiento humano. Mi experiencia es lo que me permite plantear grandes preguntas.

G Incluso los antiguos griegos tenían proporciones arquitectónicas ideales. ¿Cómo sabemos que algo así tiene un impacto medible en el cerebro?

EE **Lo primero que hice el primer día en la universidad de arquitectura —comencé después de terminar el doctorado en Neurociencia Clínica— fue ir a la biblioteca a buscar textos sobre la arquitectura griega, con sus principios de proporción. Quería saber si hay un sustrato biológico común a las diferentes culturas, pueblos y épocas para percibir y apreciar ciertas relaciones físicas.**

G ¿Qué descubrió cuando comenzó a investigar?

EE **Los científicos de la visión sostienen que el ojo humano está muy preparado para percibir determinados efectos especulares, como el viento que sopla sobre una pradera, la vibración de las hojas del álamo temblón o el reflejo del sol sobre el agua. Y lo mismo ocurre con las proporciones. Por ejemplo, en un estudio de resonancia magnética se hizo una fotografía de una estatua de la Antigua Grecia y se modificó para crear tres versiones: una con proporciones normales, una desproporcionada y una proporcionada según el número áureo. Los resultados demostraron que los humanos preferimos los cuerpos con una proporción áurea.**

G ¿Cómo funcionan los procesos neuroarquitectónicos?

EE **Intento obtener tanto respuestas conscientes —a las que se puede acceder mediante entrevistas, observación del comportamiento, grupos focales e hipótesis de diseño— como respuestas subconscientes, no mesurables, que corresponden a lo que llamamos «fenomenología». Y parte de eso se puede medir con la tecnología actual.**

G ¿En su experiencia, qué características del entorno de trabajo se prestan a una mayor creatividad?

EE **Los diseñadores de espacios de trabajo quieren saber cómo diseñar para los trabajadores actuales con tecnologías modernas. La neuroarquitectura nos ayuda a mejorar el bienestar, tanto emocional como cognitivo. Por ejemplo, ¿cómo podemos diseñar espacios para alguien que piensa diferente y que cambia constantemente de tareas durante la jornada o la temporada laboral? Se necesita un entorno completamente diferente para escribir que para hacer un trabajo matemático o computacional. Hemos llevado a cabo algunas investigaciones sobre los cambios que se producen en las ondas cerebrales mientras los sujetos realizaban tareas creativas psicométricas en diferentes entornos acústicos, y hemos descubierto que se puede ver cómo determinadas modificaciones sonoras alteran las ondas cerebrales y permiten identificar las distracciones.**

G ¿Cómo pasó de medir las respuestas neuronales al mundo de la estética y el diseño activo?

EE **Además del HxLab, tenemos nueve laboratorios de investigación interconectados, en los que trabajan arquitectos, urbanistas, especialistas en transporte, expertos en agua y resiliencia y otros profesionales. Una pregunta de investigación podría ser, por ejemplo: «¿Cómo afectarán los vehículos autónomos a las ciudades?».**

G ¿Qué relación tiene el agua con la idea de crear un entorno?

EE **Estamos trabajando con Berkley, donde se está investigando hasta qué punto la humedad afecta a nuestro confort y bienestar térmico. Los resultados sugieren que los cambios de temperatura pueden tener un mayor impacto en algunas enfermedades mentales que las horas de sol y la cantidad de luz natural. Luego está el efecto calmante del agua, que casi todo el mundo reconoce. A una mayor escala, Perkins+Will participa en la campaña Rockefeller 100 Resilient Cities y está desarrollando nuevas normas para concienciar sobre el posible impacto del agua y sobre el modo en que los edificios y las ciudades deben responder a los peligros que esto conlleva. Con tantos huracanes como ha habido recientemente, ahora es un gran momento para hablar de ello.**

G Perkins+Will ha diseñado todo tipo de edificios, desde hospitales en Ghana hasta un museo en China. ¿Qué dificultades supone diseñar para distintas regiones del mundo?

EE **Los arquitectos tenemos que adaptarnos a la cultura y al clima local para lograr el mayor impacto posible. No reproducimos exactamente lo mismo en todas partes, sino que respondemos a estos dos factores. El diseñador Ralph Johnson creó el Museo de Historia Natural de Shanghái a partir de una estructura celular en el exterior del edificio inspirada en el diseño de los biombos de madera chinos.**

G ¿Cómo ha cambiado su trabajo la realidad virtual?

EE **Estoy usando las primeras cuevas interactivas en realidad virtual, en las que se puede explorar el diseño junto con diez personas más. Medimos las ondas cerebrales de los participantes, desarrollamos sistemas de seguimiento ocular y se nos ocurrió un sistema para modelar el edificio en tiempo real mientras el diseñador y el cliente están dentro. La realidad virtual permite avanzar mucho en el pensamiento del diseño, en cómo abordamos un edificio, y me imagino que transformará nuestra forma de diseñar. Podemos decidir por dónde entra el sol, dónde están los techos y las aberturas, cómo son las vistas y cómo se mueve la luz. Cambiará nuestra forma de usar las manos, el cuerpo y todo lo demás para diseñar edificios creativos.**

El Rush University Medical Center plasma muchos principios del diseño basado en la investigación. Por ejemplo, para el diseño de las unidades clínicas se usaron planos a tamaño real para que los médicos los recorrieran y probaran diferentes puntos de vista.

Foto p. 97: Hedrich Blessing Photographers

Los atrios del vestíbulo del Rush University Medical Center encierran luz y naturaleza, y funcionan como puntos de referencia para la orientación, lo que permite distracciones positivas y relajantes.

¡EJERCICIO RESUELTO!

La arquitectura puede afectar nuestro estado de ánimo, influir en nuestra vida social e incluso inspirarnos nuevas formas de pensar. ¿Pero puede transformar también nuestro cuerpo? Tres proyectos europeos están poniéndolo a prueba.

TEXTO: JOSIA LAMBERTO-EGAN

La idea de un espacio para ejercitar el cuerpo y la mente no es nada novedosa. Los antiguos griegos, por ejemplo, iban a los gimnasios a hacer ejercicio físico (generalmente desnudos, para poder observar mejor el cuerpo humano), pero también a socializar, bañarse e incluso filosofar. El gimnasio griego original era un espacio dedicado al desarrollo del potencial humano en todas sus facetas.

Este concepto está volviendo a adquirir gran relevancia, y algunos estudios de arquitectura están utilizando el diseño de gimnasios para desdibujar las líneas que separan el ejercicio físico, el aprendizaje, la socialización y el trabajo. Un centro comunitario danés, un centro de spinning alemán y un club de lucha ucraniano: tres «espacios de activación» concebidos para ofrecer flexibilidad, versatilidad y estimulación. «Diseñamos para hacer que ocurran cosas inesperadas», explica el arquitecto Jacob van Rijs, cuyo estudio MVRDV es responsable —junto con ADEPT— de Ku.Be, en Copenhague. «En estos espacios hemos sugerido un uso, pero serán los usuarios quienes determinen su funcionalidad». En lugar de obsesionarse con una finalidad concreta, los diseñadores cada vez piensan más en cómo estimular el movimiento, la energía y la amistad.

El agua juega un papel fundamental en los espacios multiuso, porque es el nexo entre las distintas actividades: un trago refrescante a medio entrenamiento, una ducha revitalizante para relajar los músculos y, al acabar, una taza de té verde en buena compañía. «El agua es un símbolo de vida», apunta Lien Tran, el diseñador del gimnasio Becycle de Berlín. «En Becycle se percibe claramente el flujo de la energía y el poder reparador del agua». GROHE ofrece ese poder mediante sus sistemas sanitarios, que permiten al usuario desarrollar todo su potencial.

Ku.Be, en el barrio de Fredriksberg de Copenhague, ofrece una gran variedad de actividades tanto culturales como físicas.

Fotos: p. 98, Adam Mørk; p. 99, Ossip

El estudio danés ADEPT y sus socios de MVDRV diseñaron el espacio con el objetivo de conectar diferentes grupos de la comunidad.

KU.BE

Este centro comunitario de Copenhague invita a jugar a toda la comunidad.

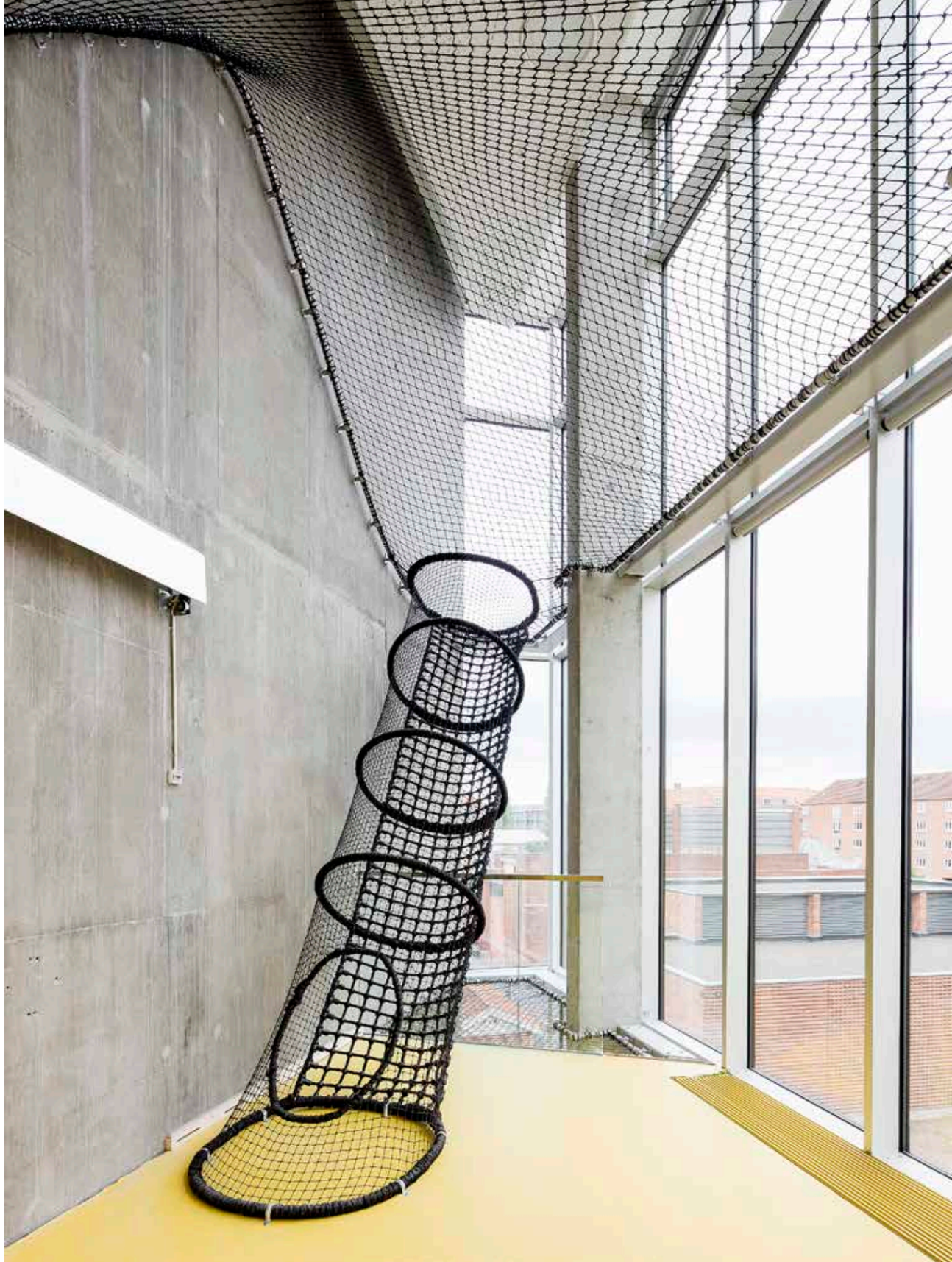
Es el sueño de cualquier arquitecto: diseñar un edificio con la única condición de que reúna a las personas y mejore su calidad de vida. Los estudios de arquitectura ADEPT y MVDRV recibieron el siguiente encargo: debían crear un centro comunitario que se pudiera adaptar a casi cualquier necesidad. El resultado fue Ku.Be House, que en seguida se convirtió en un centro artístico, deportivo y social en el floreciente barrio de Fredriksberg de Copenhague.

Gran parte del éxito se debe a la arquitectura innovadora del edificio, con rocódromos inclinados, redes de escalada e incluso un laberinto vertical con barras de descenso y toboganes. Parece la descripción de un parque de atracciones para niños, y lo cierto es que se asemeja bastante, puesto que uno de sus principales objetivos era fomentar el ejercicio lúdico para todas las edades. «Un simple recorrido por el edificio se convierte en una exploración y un descubrimiento del movimiento», explica Martin Krogh, cofundador de ADEPT. «Aquí eres tú el que define la ruta: puedes escalar, deslizarte, gatear o saltar».

En línea con esta filosofía, Ku.Be ofrece un amplio abanico de actividades, desde danza del vientre hasta jardinería y conciertos. Además, hay una cafetería que sirve comida local, y los grifos Europlus de GROHE están muy presentes, ofreciendo agua fresca a los usuarios. Sin embargo, posiblemente el mayor beneficio del centro es que conecta a personas de diferentes orígenes y perfiles a través de un diseño muy creativo.

Gracias a los grifos y a las palancas Europlus de GROHE, los baños de Ku.Be destacan por su diseño.

Fotos: p. 100, Ossip; p. 100, Adam Mørk



Las clases de spinning de Becycle son ideales para los amantes del techno.

Los grifos Atrio de GROHE proporcionan una hidratación incomparable para ayudar a los clientes de Becycle a resistir más sobre la bici.

BECYCLE

En este espacio multiuso centrado en la bicicleta se une el deporte con la música techno.

Si has ido a Berlín con ganas de fiesta, pero no te gustan los excesos de Berghain, hay otra opción: Becycle. Técnicamente es un gimnasio, pero podría pasar por una discoteca insonorizada, con juegos de luces, techno a todo trapo… y clases de spinning. Es una combinación extraña, pero Becycle se concibió para ofrecer una serie de actividades dirigidas a los «nómadas urbanos». Además de clases de fitness poco convencionales (como el yogaboxing), hay una sala de coworking, una tienda y comida vegana.

El diseño interior también presenta una mezcla poco ortodoxa de elementos. Una reluciente pared de taquillas de latón recuerda a una discoteca, mientras que la zona de gimnasio y la cafetería, con ladrillo blanco y vegetación orgánica, son espaciosos y luminosos. En cualquier discoteca, la gente se da cita en los baños para charlar; por eso, los de Becycle lucen estilo y clase con grifos Atrio y cabezales de ducha Rainshower de GROHE.

Los sistemas Rainshower de GROHE combinan a las mil maravillas con los grifos de la línea Atrio.

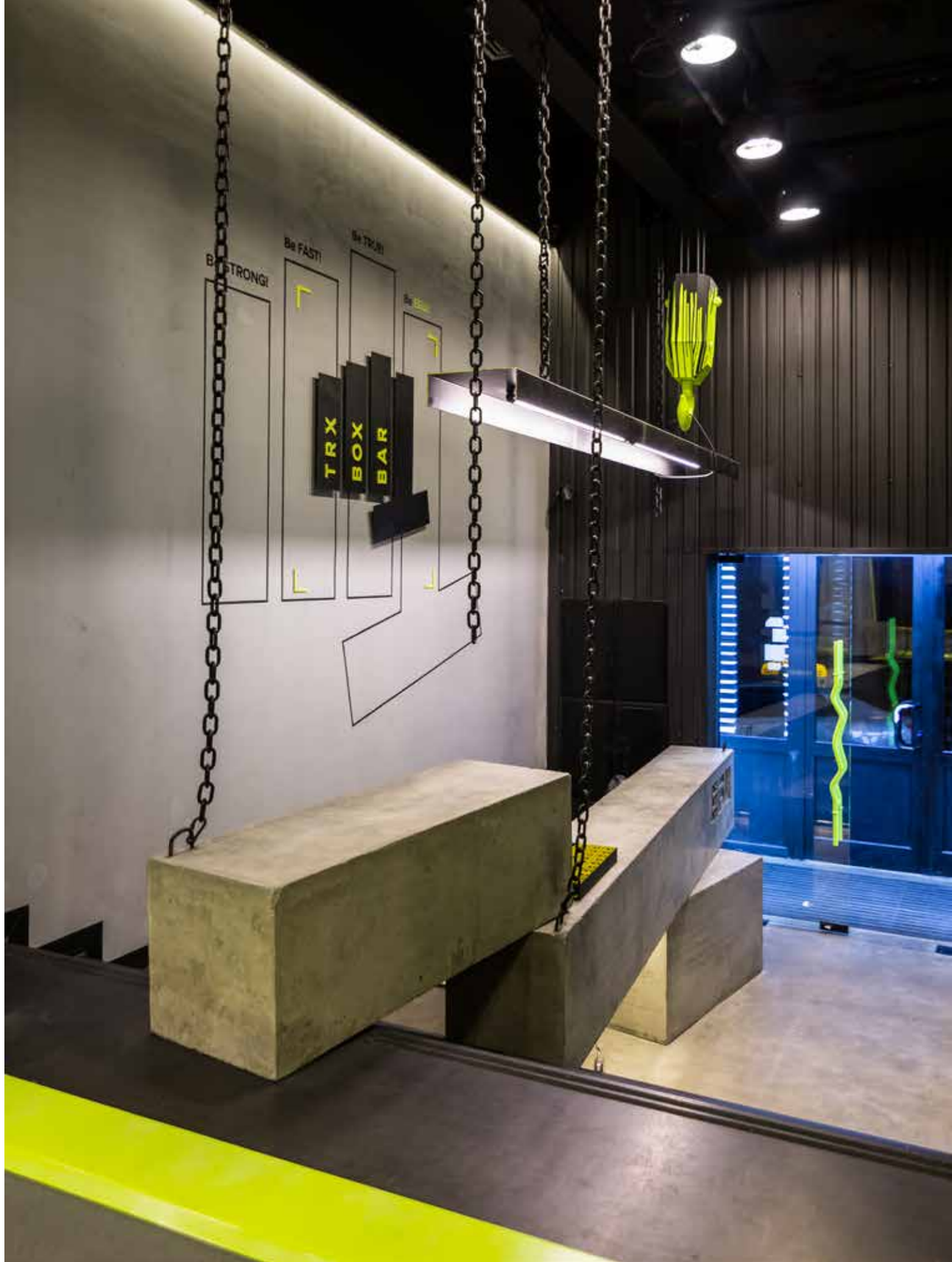
El interiorismo de Ebsh Box Bar, inspirado en el mundo de los videojuegos, induce a darlo todo en los entrenamientos.

EBSH BOX BAR

Un club de boxeo moderno en la capital ucraniana.

Ebsh Box Bar, un gimnasio de boxeo con una estética elegante y masculina, es el espacio de entrenamiento más duro de Kiev, y ganador de un premio de diseño ucraniano en 2015. «Si esta es tu primera noche en Ebsh, tienes que PELEAR», reza en una pared del vestíbulo. El diseño del local, obra de Soesthetic, es una reinterpretación industrial del sótano de El club de la lucha. El interior, con paredes negras, suelos de hormigón y cadenas colgadas del techo, está inspirado en el mundo de los videojuegos. Hay pinceladas de amarillo fosforito por todas partes —desde las máquinas de musculación hasta los uniformes del personal—, lo que produce un agradable contraste con el ascetismo general. En los vestuarios, los lavabos de color amarillo y los accionamientos Skate Cosmopolitan de GROHE contribuyen al aspecto estilizado del conjunto.

Los accionamientos Skate Cosmopolitan presentan un diseño elegante y son el complemento ideal para las cisternas Rapid SL de GROHE.



REMOLINO HIPNÓTICO

El torbellino de Anish Kapoor en el Brooklyn Bridge Park atrae todas las miradas.

Durante el verano de 2017, el Brooklyn Bridge Park de Nueva York albergó una instalación extravagante: se trataba de una piscina circular de ocho metros de diámetro con un remolino de agua en continuo movimiento y un constante rumor mecánico que prácticamente ahogaba el revoloteo de los pájaros. Descension, de Anish Kapoor, permitía a los espectadores observar cómo «un elemento ordinario como el agua se comporta de forma extraordinaria», según la descripción del Public Art Fund de Nueva York, el organismo responsable del proyecto. Con esta creación, Kapoor pretendía explorar el potencial escultórico del agua y sus cualidades intrínsecamente escurridizas.

Foto: James Ewing

Pure Freude an Wasser
GROHE

PERFECT **MATCH**

SANITARIOS GROHE, LA COMBINACIÓN PERFECTA DE FORMA Y FUNCIONALIDAD

No es fácil encontrar la perfecta configuración para un cuarto de baño. Pero con los Sanitarios GROHE Cube no puede ser más simple. Todos los Sanitarios están diseñados para armonizar perfectamente con las griferias, rociadores y sistemas de instalación. Descubre también los Sanitarios GROHE Bau y GROHE Euro. **ceramics.grohe.com**

Pure Freude an Wasser

GROHE

ANTES QUE UN GOTEO **SE CONVIERTA EN UNA INUNDACIÓN.**

DETECTAR PARA SOLUCIONAR CON GROHE SENSE.

El nuevo sistema GROHE Sense monitoriza la humedad, detecta fugas de agua, te avisa de inmediato y corta el agua automáticamente. Disfruta de la inteligencia y la seguridad en tu hogar 24/7. **grohe.es**