



VIOLENCIA TATUADA

DECENAS DE MILES DE JÓVENES
ORGANIZADOS EN MARAS
ATEMORIZAN CENTROAMÉRICA
ENTRAMOS EN LAS CÁRCELES



Al fin, diversión

Con este eslogan, Martí Guixé como director creativo y un Premio al Mejor Proyecto Empresarial del Instituto de Empresa, nace B-sign, nueva firma española de accesorios. Por **Tachy Mora**.

Con la firme creencia de que los objetos cotidianos merecen un extra de diseño y calidad que haga nuestra vida un poco más divertida y singular, no es de extrañar que de la factoría de B-sign hayan surgido piezas como un contenedor para los productos de la ducha con forma de barquito de papel o un espejo con mensajes escritos que recuerdan lo joven o *sexy* que es uno.

B-sign ha pasado de proyecto a realidad en cuestión de un año. En 2005, su idea de negocio, concebida por un equipo de alumnos del International Executive MBA, ganaba el Premio al Mejor Proyecto de Creación de Empresas, que entregan Lease Plan y el Instituto de Empresa. Animado y convencido de las posibilidades del proyecto, el equipo ganador decidió ponerlo en marcha. Y así, el pasado mes de noviembre los productos de B-sign eran presentados en sociedad en Vinçon.

Georgina Curto, Ilya Martinalbo, Álvaro García Soto, Víctor García Llorente, Antonio Isa Sedán Murra y Kevin Tam son socios de la empresa desde sus respectivas ciudades de residencia, pero se decantaron por establecer en Barcelona su centro de operaciones. Georgina Curto, que se trasladó desde Luxemburgo para dedicarse al proyecto, es hoy la directora.

► **B-sign ha empezado por el baño** su terapia para sacar los objetos cotidianos del aburrimiento. Lo próximo será la cocina. Y ha contado con diseñadores jóvenes como Héctor Serrano, El Último Grito, Marta Lago y el estudio 2creativo para su primera colección, B-SPLASH. Con Martí Guixé como director creativo.

Guixé es muy conocido por lo experimental de sus propuestas y por los proyectos que ha desarrollado para firmas co-

HUMOR EN EL BAÑO.

01 Bubble Container, de El Último Grito (35 euros). Inspirado en las burbujas de dibujos animados. **02** Captain Soap, de Héctor Serrano (22 euros). **03** Pingu Soap Dispenser (18 euros) y Flat Pingu Soap (12 euros).

mo Camper. En 2003 decide desvincularse de los límites que asfixian su profesión proclamándose *ex designer*, un acto menos provocador de lo que pueda parecer. "Parece que la profesión de un diseñador está muy ligada a hacer mesas, sillas o lámparas. Y analizando mi trabajo me di cuenta de que hacía todo tipo de cosas. Con el término *ex designer* quería simplemente escapar del academicismo de la palabra", explica.

► **La elección de Martí Guixé** como director creativo fue crucial. "Teníamos to- >



UNA SONRISA. 01 Minigarden, de 2creativo (15 euros). **02** Alfombras Gota, de El Último Grito (43 euros). **03** Ego Mirror, de Martí Guixé (16 euros). **04** Mare Nostrum, de 2creativo (15 euros). **05** Mr. WC Gardener, de Martí Guixé (38 euros).



das las herramientas para sacar adelante el proyecto a nivel comercial, pero necesitábamos un director creativo que se identificara con el producto que B-sign quería poner en el mercado. Martí Guixé tenía la chispa necesaria y no veía el aspecto comercial de nuestra propuesta como algo negativo”, comenta Georgina Curto.

► **La idea es dar forma** entre todos a esta premisa empresarial de carácter emocional a través de la producción de diseños de autor accesibles. “Hay un montón de diseñadores españoles que están teniendo mucho éxito dentro y fuera del país, pero quizá no hay tantas empresas, sobre todo

en el área de diseño de producto. Además, con la entrada de China en el mercado global ya no se puede ser competitivo en los precios, pero sí a través del diseño”, añade.

“Hay un montón de diseñadores españoles que están teniendo éxito dentro y fuera del país, pero no tantas empresas”

Una premisa fundamental para B-sign era contar con diseñadores nacionales para crear objetos sorprendentes, dirigidos a las nuevas generaciones de con-

sumidores. Y así exactamente son las 10 primeras piezas. El diseñador español establecido en Londres Héctor Serrano propone un contenedor para los productos de la ducha con forma de barquito de papel, que flota en la bañera o se puede colgar de un grifo. El Último Grito, dúo formado por Roberto Feo y Rosario Hurtado, ha diseñado una alfombra para salir del baño que retiene las gotas de agua sin que pierdan la forma, y un contenedor para los objetos personales con forma de burbujas de baño. El estudio 2creativo apuesta por un colgador con forma de hojas, a modo de mala hierba que sale de las juntas, unos adhesivos con las formas de personajes marinos y una maceta-contenedor para los cepillos de dientes. Marta Lago, por unos pingüinos jaboneros, para saber qué se siente cuando un mayordomo te lava las manos. Y el propio Guixé ha diseñado unos espejos transportables que te suben el ego aunque no tengas el día, ya que llevan inscritos piropos como genio, sexy, joven, libre y estrella. También es suya la escobilla de inodoro con forma de regadera.

Otras pequeñas empresas europeas como la británica Thorsten van Elten o la alemana Details han puesto en marcha en los últimos años negocios similares, creando productos accesibles y con un diseño fresco. Así, producen y comercializan piezas de jóvenes diseñadores europeos, destapando el potencial de lo que en ocasiones parece comercialmente descabellado.

► **Y es el que el perfil del diseñador** ha cambiado tanto como los gustos del consumidor. El diseñador Oscar Guayabero, comisario de la exposición *Offjetos. Conceptos y diseños para un cambio de siglo, un retrato generacional del nuevo diseño*, que hasta el 15 de abril se podrá ver en el Museu de les Arts Decoratives de Barcelona, desmenuza en esta muestra cómo es el diseñador actual, incluyendo el humor como un rasgo diferencial con respecto a la generación precedente. Un humor combativo y poco inocente que mira con ironía a la figura del diseñador. “El nuevo diseño es narrativo: explica cosas. Es crítico: parte del análisis del papel del diseñador; cuestiona los circuitos tradicionales del diseño y busca nuevas formas de llegar a la gente. Han incorporado en sus creaciones el humor, el espíritu nómada,

la memoria y la nostalgia de la naturaleza”, dice Guayabero. Un poco de todo esto se aprecia precisamente en los productos de B-sign. ●