

# **EQUIP**

**xavierclaramunt**

## **El què hem escrit**

Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid

by **Joan Cuevas Pareras**

# **EQUIP**

**xavierclaramunt**

## **El què hem escrit**

Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid

by **Joan Cuevas Pareras**

**Pepe Guildenstern de Amorebieta introdueix *El que hem escrit* (Si penses abans de començar potser no sortiràs el primer però sí que sortiràs més ràpid)**

*Hola, sóc en Pepe Guildenstern de Amorebieta, el responsable especial de l'edició del llibre de EQUIP XCL que és el que deus tenir a les mans.*

*Però això no és un llibre. De fet El que hem escrit és un recull pesadíssim dels documents que s'han anat produint als darrers 6 anys dins de EQUIP XCL per a ajudar a iniciar els projectes. I és que en algun moment, allà pel 2006, a algú se li va ocórrer que no estaria de més parar uns segons i pensar un centèsim d'un d'aquests segons abans de començar a encarar els projectes ja fossin d'arquitectura, de disseny industrial, de joieria, d'interiors, d'aeronàutica... És a dir, en comptes de començar l'examen frenèticament per a demostrar que ets molt savi, doncs pensar la pregunta un moment, traçar un guionet i llavors començar amb un caminó mínimament intuït. Si penses abans de començar potser no sortiràs el primer però sí que sortiràs més ràpid.*

*El que hem escrit inclou també documents que van elaborar-se per explicar projectes ja realitzats, però la majoria són textos escrits, agosaradíssima estratègia en una època tant poc llegida com la nostra, i presentacions amb d'imatges, en general molt més ben rebuts, que han anat precedint l'inici de qualsevol projecte.*

*El resultat d'ajuntar tots aquests documents té un interès relatiu però posa als ulls de tothom, de qui vulgui mirar amb una certa intensitat, l'existència d'una estratègia més o menys continuada. En realitat l'objectiu d'aquest recull totalment acrític ha estat ajuntar en un format suposadament manejable tots els documents tal i com van sortir en el seu moment. Així un es trobarà amb tots els errors, ortografies fantasioses i sintaxi off fabriana amb que els documents van néixer. Tenint en compte que en una primera època ni es passava el corrector que porten per defecte els processadors de textos, doncs tenint en compte això, el lector ja queda avisat.*

*Aquests escrits i tirallongues d'imatges han estat sempre realitzats sota la pressió d'uns terminis absurdament curts i amb una informació d'inici d'una insignificança important, però no es descarta que aquest context sigui el que els hi dóna un cert caràcter sorprenent. Mai hi ha temps de rectificar. Qui té boca s'equivoca. En definitiva, tots tenen un caràcter d'exprés i d'urgència que el que persegueix es alleugerir el pànic de començar de zero quan tens una pressa infinita i suggerir un camí que tant es pot seguir com obviar alegrement.*

*El resultat, hagin estat seguides les suggerències o no, és que una vegada s'ha llançat alguna idea mínimament vestida, el més natural i raonable ha estat que algú se n'hagi fet algun tipus de ressò.*

*Tot un plaer.*

*Pepe Guildenstern de Amorebieta*

responsable especial de l'edició del llibre de EQUIP XCL

**Pepe Guildenstern de Amorebieta introduce *Lo que hemos escrito (Si reflexionas antes de empezar quizá no saldrás el primero, pero sí que saldrás el más rápido)***

*Hola, soy Pepe Guildenstern de Amorebieta, el responsable especial de la edición del libro de EQUIP XCL, que seguramente es el que tienes en las manos.*

*Pero esto no es un libro. De hecho Lo que hemos escrito es una pesadísima recopilación de documentos que se han ido produciendo a lo largo de los últimos 6 años dentro de EQUIP XCL para ayudar a iniciar los proyectos. Y es que en algún momento, allá por el 2006, a alguien se le ocurrió que no estaría de más detenerse unos segundos y pensar una centésima de uno cualquiera de esos mismos segundos antes de empezar a encarar los proyectos, ya fueran de arquitectura, de diseño industrial, de joyería, de interiores, de aeronáutica... Es decir, por poner un símil estudiantil si no ya escolar, en vez de empezar un examen frenéticamente, queriendo demostrar cuanto antes que se es muy sabio, pues que no podía hacer ningún daño pensar un momento la pregunta a contestar, reflexionar, trazar un guioncito y empezar ya con un camino mínimamente intuitivo. Si reflexionas antes de empezar quizá no saldrás el primero, pero sí que saldrás el más rápido.*

*Lo que hemos escrito incluye también documentos que se elaboraron para explicar proyectos ya realizados, pero la mayoría son textos escritos, osadísima estrategia en una época tan poco leída como la nuestra, y presentaciones con imágenes, en general mucho mejor recibidas, que han ido precediendo el inicio de cualquier proyecto. El resultado de juntar todos estos documentos tiene un interés relativo, pero saca a la luz, para quien quiera mirar con una cierta intensidad, la existencia de una estrategia más o menos continuada. En realidad el objetivo de la presente recopilación, totalmente acrítica, ha sido juntar en un formato supuestamente manejable todos los documentos*

*tal y como surgieron en su momento. De esta manera uno se encontrará tranquilamente con todos los errores, ortographias fantasiosas y sintaxis macarrónicas con la que los textos tuvieron a bien nacer. Teniendo en cuenta que en una primera época ni se pasaba el corrector automático que traen por defecto los procesadores de texto, pues eso, que el lector ya queda avisado. Estos escritos y rosarios de imágenes han estado siempre realizados bajo la presión de unos plazos absurdamente cortos y con una información de inicio de una insignificancia importante, pero no se descarta que este contexto sea el que les haya dado un cierto carácter sorprendente. Nunca hubo tiempo de rectificar. Quien tiene boca se equivoca. En definitiva, todos tienen un carácter de urgencia que el que siempre persiguió fue atenuar el pánico que uno normalmente tiene a la hora de empezar de cero, especialmente cuando se tiene una prisa infinita, y sugerir un camino que tanto se puede recorrer como ignorar alegremente.*

*El resultado habitual, hubieran sido seguidas las sugerencias o no, es que una vez había sido lanzada alguna idea mínimamente vestida, lo más natural y razonable era que alguien se hiciera algún tipo de eco de ella.*

*Todo un placer.*

*Pepe Guildenstern de Amorebieta*

responsable especial de la edición del libro de EQUIP XCL

**Pepe Guildenstern de Amorebieta introduces *What we have written (If you stop to think before you start, you might not start first but you will start the fastest)*.**

*Hello, my name is Pepe Guildenstern de Amorebieta, special curator of the edition of the book by EQUIP XCL, which you are almost definitely holding. But this is not a book. In fact, What we have written is a hefty collection of documents that EQUIP XCL has produced over the last 6 years to help launch its projects. And the truth of the matter is that at some point in time, circa 2006, someone realised that it might be a good idea to stop and think, at least for a split second, before embarking upon projects, be they in architecture, industrial design, jewellery, interior design, aeronautics... In other words, and to use a student simile, instead of diving head first into an exam in order to prove that you are very clever, it does no harm to take a few moments to think about the question and plot an answer structure to have a minimum idea of what you are going to say. If you stop to think before you start, you might not start first but you will start the fastest.*

*What we have written also includes documents that were generated to explain projects that had already been implemented, although most of them are written texts, a rather bold strategy now, at a time when people care so little for reading, and presentations with pictures, which in general are much better received, and preceded the beginning of any project. The result of compiling all these documents has a relative interest, but it does reveal, to anyone who cares to look with any degree of depth, the existence of a more or less constant strategy. In actual fact, the objective of this compilation, of non-critical intent, was to unite, in an assumedly manageable format, all the documents as they appeared at the time. Thus, all the typos, mind-bending spelling and pidgin syntax begotten with these texts live blissfully on. And it should be mentioned that in the beginning people almost invariably chose to dispense with the spell checker which all word processors featured, so the reader has been duly warned.*

*These texts and strings of images were always produced under the pressure of absurdly tight deadlines and with substantially insignificant information to go on, but one cannot say that these selfsame circumstances were not what actually imbued these efforts with a somewhat surprising character. There was never time for corrections. And to err is human, as they say. In a nutshell, they were all rush jobs, overshadowed by that need to overcome the panic that you normally feel when you have to start from scratch, where making haste is of the essence, and you eventually have to choose one path and merrily disregard another.*

*The usual outcome, regardless of whether or not the suggestions were actually heeded, was that once a half-decent idea had been engendered, it was only natural and reasonable that someone did something with it.*

*A pleasure.*

*Pepe Guildenstern de Amorebieta*

special curator of the publication of the EQUIP XCL book

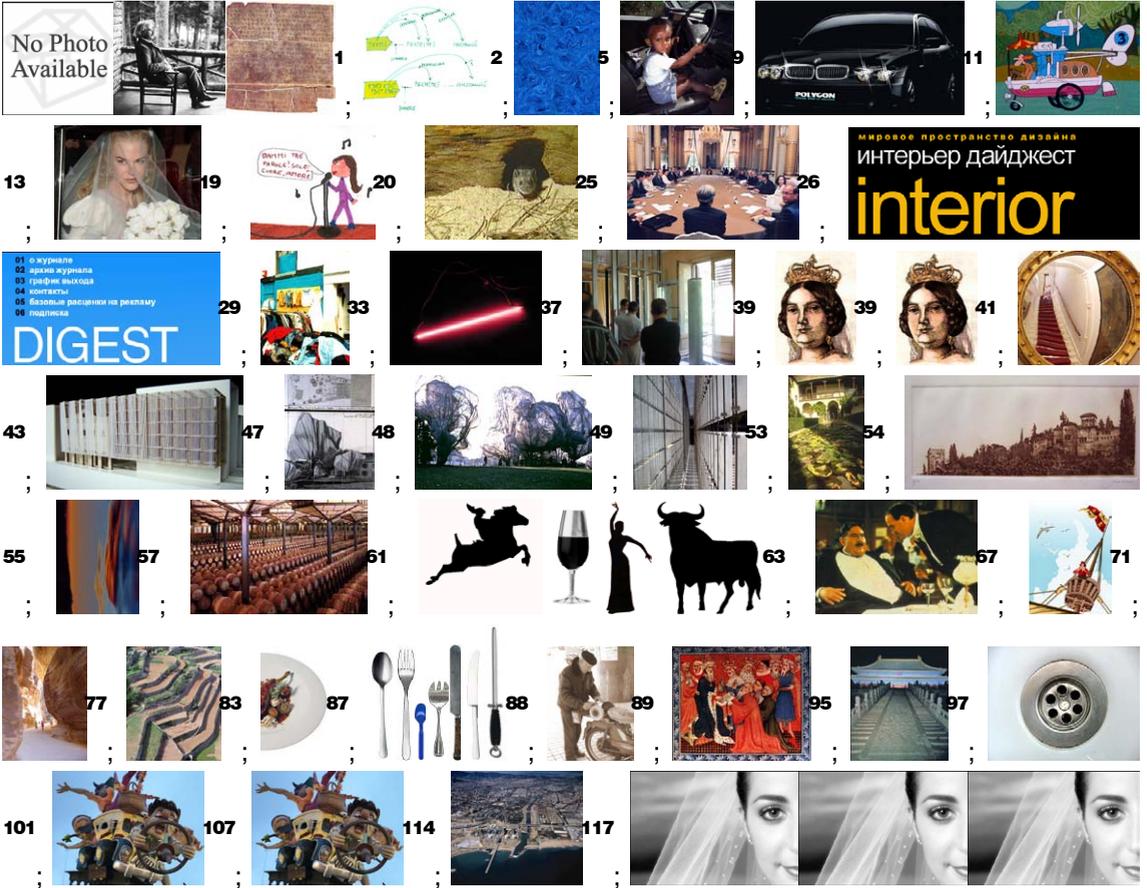
index de

**TEXTES** cronològic

**TEXTES** alfabètic

**IMATGES**

**PROJECTES**





# TEXTES cronològic

|   |     |
|---|-----|
| LES HORES DEL DIA.cat   | 1   |
| PER QUÈ ESCRIURE.cat  | 2   |
| QUÈ LI DAREM.cat  | 5   |
| PAPA QUÈ ÉS ALLÒ.cat  | 9   |
| PAPÀ, QUÉZEZO.cas   | 11  |
| UNA ENTREVISTA A XAVIER CLARAMUNT-censurat.cas                        | 13  |
| EL TEATRE I ELS MIRALLS, LAVIDA I LES CORTINES.cat                    | 19  |
| COSER Y CANTAR.cas  | 20  |
| LAS DERIVAS QUE NO DERROTAS PARA MAREAR A ANATXU.cas                  | 25  |
| PRENDRE BÉ LES MIDES, CASA MUR-CASA TUB.cat                           | 26  |
| WEIRD SITUATION.eng   | 29  |
| FH EN EL BORN.cas   | 33  |
| BT BOULEVARD ROSA.cas   | 37  |
| ACTA VISITA D'OBRA.cat  | 39  |
| ¿QUIÉN ES LA PRINCESA?.cas  | 39  |
| QUI ÉS LA PRINCESA?.cat   | 41  |
| SI EN UNA CALLE DE BARCELONA UN VIAJERO.cas                           | 43  |
| MEMÒRIA.cat   | 47  |
| WHO THE HELL I AM.cat/eng   | 48  |
| CONTESTAR UNES PREGUNTES.cat  | 49  |
| HOTEL A GRANADA.cat   | 53  |
| EL JARDÍN.cas   | 54  |
| SE MIRAN EN GRANADA.cas   | 55  |
| ROMEO Y JULIETA.cas   | 57  |
| LO QUE SE DEBE SABER.cas  | 61  |
| LOS CUATRO ELEMENTOS.cas  | 63  |
| BOLLISTRAVAGANZA.cat  | 67  |
| L' ILLA DEL MARICEL-PROPOSTA.cat                                      | 71  |
| L' ILLA DEL MARICEL-EL TÚNEL.cat/eng                                  | 77  |
| RECUPERAR L' ORIGEN.cat   | 83  |
| MELTING POT.cat   | 87  |
| MI CUBERTERÍA IDEAL.cas   | 88  |
| LA CRONOLOGIA DE FRANKIE.cas  | 89  |
| TRES TIPETS, UN INDUSTRIAL, UN CONSTRUCTOR, DOS EDIFICIS, UN PAÍS.cat | 95  |
| EN PEKÍN, ARQUITECTURA IMPERIAL.cas                                   | 97  |
| ALHOFRA.cat   | 101 |
| MEMORIA AL HOFRA.cas  | 107 |
| MEMORIA AL HOFRA.cas  | 114 |
| ELS CINCO PUNTS.cat   | 117 |
| FAST POWER ELS 4.cat  | 120 |
| QUÈ ÉS TOT AIXÒ?.cat  | 123 |
| CUATRO DÍAS EN EL ESPACIO.cas   | 125 |
| WHO WE ARE bis.eng  | 127 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>PRESENTACIÓ EADS.</b> eng                                 | 131 |
| <b>OFFER TO INVESTOR-HAMDAN AL NAHYAN.</b> eng               | 132 |
| <b>WARREN BUFFET. NOCKING ON FRIENDS DOOR.</b> eng           | 135 |
| <b>LAS PERSONAS CAMBIAN EL MUNDO.</b> cas                    | 137 |
| <b>ESTIRAR MÉS EL BRAÇ QUE LA MÀNIGA.</b> cat                | 141 |
| <b>ESOS SENIORS.</b> cas                                     | 141 |
| <b>SUPERSQUALO.</b> cas                                      | 145 |
| <b>GANG BEI! EL FACTOR HUMANO.</b> cas                       | 149 |
| <b>ENTORNO, ESTRUCTURA, FACHADA. CENSURAT.</b> cas           | 151 |
| <b>LOS 4 HUMORES.</b> cas/eng                                | 155 |
| <b>EL EDIFICIO SALUDABLE.</b> cas                            | 160 |
| <b>CUARTETO DE MOTORES EN 3,5-1 m Op. 1.</b> cas             | 165 |
| <b>CERÁMICA EN MOVIMIENTO PARA ASCER.</b> cas                | 165 |
| <b>ENTREVISTA A PROPÓSITO DE CASADDECOR-censurat.</b> cas    | 166 |
| <b>COMPANYIA.</b> cat  | 171 |
| <b>PRODUCTE.</b> cat   | 172 |
| <b>ACTITUD.</b> cat  | 173 |
| <b>UNA PEÇA AMB HISTÒRIA.</b> cat                            | 177 |
| <b>THE THREE ACTORS &amp; THE CITY.</b> cat                  | 179 |
| <b>DE ZERO PRIMA A CENT ABSOLUT.</b> cat                     | 180 |
| <b>READY TO BUILD.</b> cat                                   | 183 |
| <b>CATÀLEG DE TORRES.</b> cat                                | 184 |
| <b>CIRIL RUFETE, CAP DE CATÀLEGS.</b> cat                    | 185 |
| <b>SHANGAI 1: LES PESSIGOLLES SIBERIÀNES.</b> cat            | 189 |
| <b>SHANGAI 2: ON ÉS EL MEU COMPANYY DE BALL?.</b> cat        | 191 |
| <b>THE CLOSEST PLANET ON EARTH.</b> eng                      | 193 |
| <b>EL LAB Y LOS ASENTAMIENTOS LÍMITE.</b> cas                | 195 |
| <b>ENTREVISTA INNOBAI.</b> cas                               | 199 |
| <b>ELS MIL·LENARISTES.</b> cat                               | 203 |
| <b>IMAGINATION &amp; VISION &amp; ACTION-01 complet.</b> eng | 209 |
| <b>IMAGINACIÓ &amp; VISIÓ &amp; ACCIÓ-01 complet.</b> cat    | 227 |
| <b>IMAGINACIÓN &amp; VISIÓN &amp; ACCIÓN-01 complet.</b> cas | 245 |

# TEXTES alfabètic

|  |     |
|--|-----|
| ACTA VISITA D'OBRA.cat                               | 39  |
| ACTITUD.cat  | 173 |
| ALHOFRA.cat  | 101 |
| BOLLISTRAVAGANZA.cat                                 | 67  |
| BT BOULEVARD ROSA.cas                                | 37  |
| CATÀLEG DE TORRES.cat                                | 184 |
| CERÁMICA EN MOVIMIENTO PARA ASCER.cas                | 165 |
| CIRIL RUFETE, CAP DE CATÀLEGS.cat                    | 185 |
| COMPANYIA.cat  | 171 |
| CONTESTAR UNES PREGUNTES.cat                         | 49  |
| COSER Y CANTAR.cas                                   | 20  |
| CUARTETO DE MOTORES EN 3,5-1 m Op. 1.cas             | 165 |
| CUATRO DÍAS EN EL ESPACIO.cas                        | 125 |
| DE ZERO PRIMA A CENT ABSOLUT.cat                     | 180 |
| EL EDIFICIO SALUDABLE.cas                            | 160 |
| EL JARDÍN.cas  | 54  |
| EL LAB Y LOS ASENTAMIENTOS LÍMITE.cas                | 195 |
| ELS CINCO PUNTS.cat                                  | 117 |
| ELS MIL·LENARISTES.cat                               | 203 |
| EL TEATRE I ELS MIRALLS, LAVIDA I LES CORTINES.cat   | 19  |
| EN PEKÍN, ARQUITECTURA IMPERIAL.cas                  | 97  |
| ENTORNO, ESTRUCTURA, FACHADA. CENSURAT.cas           | 151 |
| ENTREVISTA A PROPÓSITO DE CASADecor-censurat.cas     | 166 |
| ENTREVISTA INNOBAI.cas                               | 199 |
| ESOS SENIORS.cas                                     | 141 |
| ESTIRAR MÉS EL BRAÇ QUE LA MÀNIGA.cat                | 141 |
| FAST POWER ELS 4.cat                                 | 120 |
| FH EN EL BORN.cas                                    | 33  |
| GANG BEI! EL FACTOR HUMANO.cas                       | 149 |
| HOTEL A GRANADA.cat                                  | 53  |
| IMAGINACIÓ & VISIÓ & ACCIÓ-01 complet.cat            | 209 |
| IMAGINACIÓN & VISIÓN & ACCIÓN-01 complet.cas         | 245 |
| IMAGINATION & VISION & ACTION-01 complet.eng         | 227 |
| LA CRONOLOGIA DE FRANKIE.cas                         | 89  |
| LAS DERIVAS QUE NO DERROTAS PARA MAREAR A ANATXU.cas | 25  |
| LAS PERSONAS CAMBIAN EL MUNDO.cas                    | 137 |
| LES HORES DEL DIA.cat                                | 1   |
| L'ILLA DEL MARICEL-EL TÚNEL.cat/eng                  | 77  |
| L'ILLA DEL MARICEL-PROPOSTA.cat                      | 71  |
| LO QUE SE DEBE SABER.cas                             | 61  |
| LOS 4 HUMORES.cas/eng                                | 155 |
| LOS CUATRO ELEMENTOS.cas                             | 63  |
| MELTING POT.cat                                      | 87  |

|   |     |
|---|-----|
| MEMORIA AL HOFRA.cas  | 107 |
| MEMORIA AL HOFRA.cas  | 114 |
| MEMÒRIA.cat   | 47  |
| MI CUBERTERÍA IDEAL.cas   | 88  |
| OFFER TO INVESTOR-HAMDAN AL NAHYAN.eng                                | 132 |
| PAPA QUÈ ÉS ALLÒ.cat  | 9   |
| PAPÁ, QUÉZEZO.cas   | 11  |
| PER QUÈ ESCRIURE.cat  | 2   |
| PRENDRE BÉ LES MIDES, CASA MUR-CASA TUB.cat                           | 26  |
| PRESENTACIÓ EADS.eng  | 131 |
| PRODUCTE.cat  | 172 |
| QUÈ ÉS TOT AIXÒ?.cat  | 123 |
| QUÈ LI DAREM.cat  | 5   |
| ¿QUIÉN ES LA PRINCESA?.cas  | 39  |
| QUI ÉS LA PRINCESA?.cat   | 41  |
| READY TO BUILD.cat  | 183 |
| RECUPERAR L'ORIGEN.cat  | 83  |
| ROMEO Y JULIETA.cas   | 57  |
| SE MIRAN EN GRANADA.cas   | 55  |
| SHANGAI 1: LES PESSIGOLLES SIBERIÀNES.cat                             | 189 |
| SHANGAI 2: ON ÉS EL MEU COMPANYY DE BALL?.cat                         | 191 |
| SI EN UNA CALLE DE BARCELONA UN VIAJERO.cas                           | 43  |
| SUPERSQUALO.cas   | 145 |
| THE CLOSEST PLANET ON EARTH.eng                                       | 193 |
| THE THREE ACTORS & THE CITY.cat                                       | 179 |
| TRES TIPETS, UN INDUSTRIAL, UN CONSTRUCTOR, DOS EDIFICIS, UN PAÍS.cat | 95  |
| UNA ENTREVISTA A XAVIER CLARAMUNT-censurat.cas                        | 13  |
| UNA PEÇA AMB HISTÒRIA.cat   | 177 |
| WARREN BUFFET. NOCKING ON FRIENDS DOOR.eng                            | 135 |
| WEIRD SITUATION.eng   | 29  |
| WHO THE HELL I AM.cat/eng   | 48  |
| WHO WE ARE bis.eng  | 127 |

# PROJECTES

## UR

### UR7025CI-CIUTATS

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| THE THREE ACTORS & THE CITY.cat  | 179 |
| DE ZERO PRIMA A CENT ABSOLUT.cat | 180 |

## AR

### AR2012MM-BMW

|  |    |
|--|----|
| PAPA QUÈ ÉS ALLÒ.cat                           | 9  |
| PAPÁ, QUÉZEZO.cas                              | 11 |
| UNA ENTREVISTA A XAVIER CLARAMUNT-censurat.cas | 13 |

### AR3005MU-MUNTANER

|  |    |
|--|----|
| LAS DERIVAS QUE NO DERROTAS PARA MAREAR A ANATXU.cas | 25 |
| PRENDRE BÉ LES MIDES, CASA MUR-CASA TUB.cat          | 26 |
| WEIRD SITUATION.eng                                  | 29 |

### AR3058CB-ARC TEATRE

|                              |    |
|------------------------------|----|
| MEMÒRIA.cat                  | 47 |
| WHO THE HELL I AM.cat/eng    | 48 |
| CONTESTAR UNES PREGUNTES.cat | 49 |

### AR4002CB-PRINCESA2

|   |    |
|---|----|
| ACTA VISITA D'OBRA.cat                      | 39 |
| ¿QUIÉN ES LA PRINCESA?.cas                  | 39 |
| QUI ÉS LA PRINCESA?.cat                     | 41 |
| SI EN UNA CALLE DE BARCELONA UN VIAJERO.cas | 43 |

### AR4017GR-HOSPES GRANADA

|                         |    |
|-------------------------|----|
| HOTEL A GRANADA.cat     | 53 |
| EL JARDÍN.cas           | 54 |
| SE MIRAN EN GRANADA.cas | 55 |
| ROMEO Y JULIETA.cas     | 57 |

### AR4027JE-HOSPES JEREZ

|                          |    |
|--------------------------|----|
| LO QUE SE DEBE SABER.cas | 61 |
| LOS CUATRO ELEMENTOS.cas | 63 |

### AR4053HPA-HOSPES PALMA

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| L'ILLA DEL MARICEL-PROPOSTA.cat     | 71 |
| L'ILLA DEL MARICEL-EL TÚNEL.cat/eng | 77 |
| RECUPERAR L'ORIGEN.cat              | 83 |

### AR4077MB-BEIJING

|   |    |
|---|----|
| TRES TIPETS, UN INDUSTRIAL, UN CONSTRUCTOR, DOS EDIFICIS, UN PAÍS.cat | 95 |
| EN PEKÍN, ARQUITECTURA IMPERIAL.cas                                   | 97 |

### AR5007AL-ALFAFAR

|                      |     |
|----------------------|-----|
| ALHOFRA.cat          | 101 |
| MEMORIA AL HOFRA.cas | 107 |
| MEMORIA AL HOFRA.cas | 114 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>AR5024LA-SANTA COLOMA</b>                  |     |
| ELS CINC PUNTS.cat                            | 117 |
| FAST POWER ELS 4.cat                          | 120 |
| <b>AR6010GS-GALACTIC SUITE</b>                |     |
| QUÈ ÉS TOT AIXÒ?.cat                          | 123 |
| CUATRO DÍAS EN EL ESPACIO.cas                 | 125 |
| WHO WE ARE bis.eng                            | 127 |
| PRESENTACIÓ EADS.eng                          | 131 |
| OFFER TO INVESTOR-HAMDAN AL NAHYAN.eng        | 132 |
| WARREN BUFFET. NOCKING ON FRIENDS DOOR.eng    | 135 |
| LAS PERSONAS CAMBIAN EL MUNDO.cas             | 137 |
| <b>AR6043MF-MAPFRE</b>                        |     |
| SUPERSQUALO.cas                               | 145 |
| <b>AR6060BI-BINJIANG2</b>                     |     |
| GANG BEI! EL FACTOR HUMANO.cas                | 149 |
| ENTORNO, ESTRUCTURA, FACHADA. CENSURAT.cas    | 151 |
| <b>AR7001AR-HOTUSA ARC</b>                    |     |
| LOS 4 HUMORES.cas/eng                         | 155 |
| EL EDIFICIO SALUDABLE.cas                     | 160 |
| <b>AR8003RR-TORRES 50-100</b>                 |     |
| THE CLOSEST PLANET ON EARTH.eng               | 193 |
| <b>AR8044BI-SHANGHAI 1</b>                    |     |
| SHANGAI 1: LES PESSIGOLLES SIBERIÀNES.cat     | 189 |
| <b>AR8045BI-SHANGHAI 2</b>                    |     |
| SHANGAI 2: ON ÉS EL MEU COMPANYY DE BALL?.cat | 191 |

## IN

|   |     |
|---|-----|
| <b>IN0500MD-BANY DE LA MARE</b>                   |     |
| QUÈ LI DAREM.cat                                  | 5   |
| <b>IN2017LI-LAIGUANA</b>                          |     |
| EL TEATRE I ELSMIRALLS, LAVIDA I LES CORTINES.cat | 19  |
| COSER Y CANTAR.cas                                | 20  |
| <b>IN3016FH-HOMS BORN</b>                         |     |
| FH EN EL BORN.cas                                 | 33  |
| <b>IN3047CM-BATH TIME</b>                         |     |
| BT BOULEVARD ROSA.cas                             | 37  |
| <b>IN7022CD-CASA DECOR 2007</b>                   |     |
| CUARTETO DE MOTORES EN 3,5-1 m Op. 1.cas          | 165 |
| CERÁMICA EN MOVIMIENTO PARA ASCER.cas             | 165 |
| ENTREVISTA A PROPÓSITO DE CASADecor-censurat.cas  | 166 |

## EF

### EF4032BB-BULLIBAR

BOLLISTRAVAGANZA.cat 67

## DI

### DI4063CU-COBERTS ADRIÀ

MELTING POT.cat 87

MI CUBERTERÍA IDEAL.cas 88

LA CRONOLOGIA DE FRANKIE.cas 89

## JO

### JO7013UN-UNA

UNA PEÇA AMB HISTÒRIA.cat 177

## GR

### GR6052LLI-LLIBRE 2000-2008

LES HORES DEL DIA.cat 1

PER QUÈ ESCRIURE.cat 2

## TE

### TE4031PL-27PASAJES

EL LAB Y LOS ASENTAMIENTOS LÍMITE.cas 195

### TE6000VA-VA DE PREMSA

ESOS SENIORS.cas 141

### TE6415PA-OPERACIÓ PINOTXO-LA CONTRA

ESTIRAR MÉS EL BRAÇ QUE LA MÀNIGA.cat 141

### TE7213CO-CATÀLEG DE TORRES

READY TO BUILD.cat 183

CATÀLEG DE TORRES.cat 184

CIRIL RUFETE, CAP DE CATÀLEGS.cat 185

### TE8400PA-VA DE PREMSA

ENTREVISTA INNOBAI.cas 199

ELS MIL·LENARISTES.cat 203

### TE9219CO-COMPANYIA, PRODUCTE, ACTITUD

COMPANYIA.cat 171

PRODUCTE.cat 172

ACTITUD.cat 173

### TE9217CO-RESPOSTES

IMAGINATION & VISION & ACTION-01 complet.eng 209

IMAGINACIÓ & VISIÓ & ACCIÓ-01 complet.cat 227

IMAGINACIÓN & VISIÓN & ACCIÓN-01 complet.cas 245





El llibre  
Data 060707.

21LES HORES DEL DIA cat.

Documents pararquitectònics utilitzats per a concebre i comunicar els productes realitzats. No són els dibuixos tècnics ni les especificacions de construcció, són tots els elements que ajuden a entendre el significat que hi ha al darrera de les coses que fem. No són documents realitzats a posteriori, són documents produïts en paral·lel als treballs tècnics. Ens ho expliquem a nosaltres mateixos per entendre-ho, els hi expliquem als que vulguin escoltar també per a que ho entenguin. Per entendre'ns, per a fer-nos entendre.

Tots els textos

Recull de tots els treballs de generació i de comunicació dels projectes classificats per ordre de producció.

Aquest document farragós, patracol de lletres malgirvades, és el recull ordenat cronològicament segons la seva data de producció de tots els documents escrits o seqüències d'imatges, els power point, que l'EQUIP va elaborant per a pensar i comunicar els productes que es realitzen.

Una lectura lineal portarà a saltar d'un hotel a una polsera o a la proposta de comprar una illa, donant una idea clara de la multiplicitat, sobint disparatada, del projectes que es desenvolupen.

Segurament la lectura més agraiada és la que obra un tant a l'atzar i llegeix, si t'enganxa continues amb el següent, si no t'enganches obres per un altre lloc i tornes a intentar-ho. Els textos són totalment diversos, alguns simplement són llistes d'útils de cuina, altres són un batibull d'imatges esmunyides d'estraperlo d'internet amb una dansa de cosos gràfics de difícil enteniment.

Els textos i el projecte

Els textos són les trampes que col·loquem a les cabòries i pensaments sense cap discriminació per aconseguir que deixin alguna empremta, que quedi alguna cosa. La sorpresa apareix quan es rellegeixen aquestes actes de pensaments que són els textos i es descobreixen idees absurdes o altres de brillants que no es van desenvolupar. La majoria normaletes. Totes han quedat atrapades en textos sense voluntat d'exhaustivitat però

que si que aspiren a que no totes les paraules se les emporti el vent o que si se les emporta quedin volant perpètuament en forma de rumor que tothom pot tornar a sentir qualsevol dia.

SENSE IMATGES:

Llibre de lletres, per llegir.

Muntat a la manera d'un llibre d'imatges.

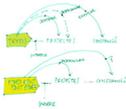
SENSE PARAULES. SIN PALABRAS

Llibre d'imatges, per mirar.

Muntat a la manera d'un llibre de lletres, per exemple un diccionari.♥

SIN PALABRAS

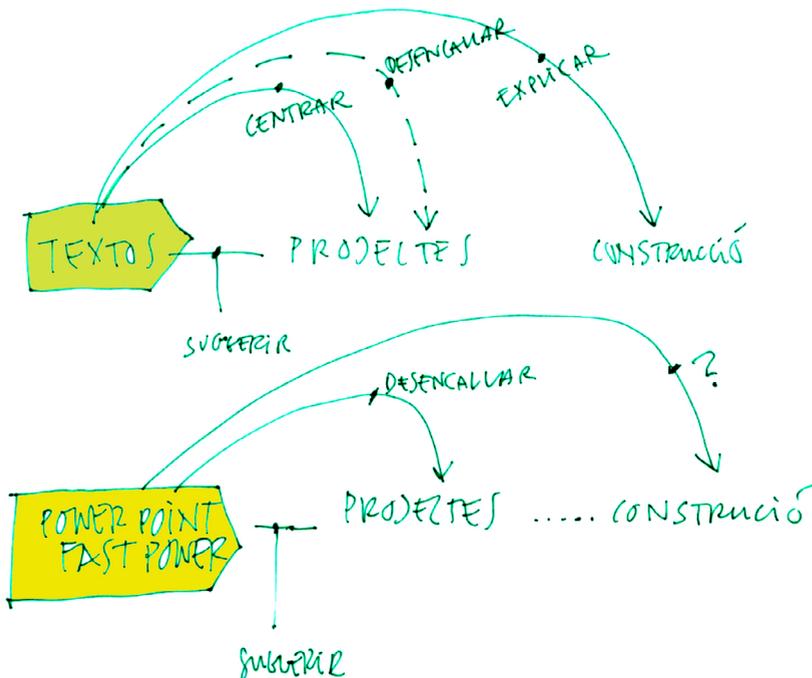
GR6052LLI-LLIBRE 2000-2008. Final d'Etapa. Recull de textos:



El llibre

22PER QUÈ ESCRIURE cat. Data 201107.

Sobre l'experiència d'incloure l'escriptura, les historietes, la comunicació escrita, en el procés d'un projecte d'arquitectura.



Si piensas antes de empezar puede que no salgas el primero pero si el más rápido

## **Els textos suggereixen, centren, expliquen i sobretot han d'agradar.**

L'escriptura com una eina de projecte, però no només com una eina per a explicar projectes sino també per a construirlos.

A vegades apareix en l'inici, en forma de descripció, conte o narració de dades objectives o insinuades al voltant d'un possible treball. Altres en paral·lel, quan ja s'havien fet els primers dibuixos o preses algunes decisions fonamentals, en aquest segon cas l'objectiu és consolidar una direcció ja marcada identificant les punts claus del que s'està fent a partir de l'acostament en paral·lel que suposa l'escriptura.

Llavors l'escriptura és una **eina per a projectar** (narració, descripció, llista al voltant d'algun tema de treball) sent la seva funció la suggerència mai la formalització.

És també una **eina per a consolidar** (és un ús més clàssic de l'escriptura en el món de l'arquitectura, es descriu el que s'està fent i d'aquesta manera s'identifica. Algú no relacionat amb el projecte escriu, per buscar un acostament des d'una certa distància (no és dins el dia a dia del projecte) i amb unes tècniques diferents (l'escriptura).

I és també una **eina per a entendre** (narració, descripció, llista al voltant d'algun tema de treball), i a partir de noves suggerències incitar a un salt o a l'obertura d'una nova possibilitat per a superar moments de paràlisi.

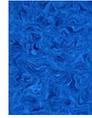
## **Les seqüències d'imatges suggereixen i desencallen, i també entretenen al que se les mira.**

Però com que la gent no és capaç d'aconseguir la mínima concentració per a introduir-se en un text i extreure'n imatges productives vam haver d'afegir-hi un nou component. L'escriptura és una tècnica que demana del lector una activitat imaginativa, traslladar com a mínim els signes gràfics en imatges mentals.

El següent que vam intentar va ser saltar aquesta part i utilitzar directament imatges. El lector es converteix en un visionador, se li donen les imatges en una certa seqüència que vol ser suggerent i tenir una certa direcció. Lleugera direcció que es bifurca constantment en camins sense sortida aparent. Ha d'obrir camins, no donar regles o formes. La tècnica tindrà èxit si el visionador és capaç d'extreure'n alguna pista per ajudar-lo a dotar d'un sentit el que està formalitzant.

Aquesta segona tècnica es basa principalment en seqüències d'imatge construïdes, per exemple, amb Power Point. Però també pot ser un blog o un conjunt de papers amb una certa seqüència.

IN0500MD-BANY DE LA MARE. El bany contenidor  
LI DAREM cat. Data 270404.



02QUÈ

Què li darem a n'el bany de la Mare? L'aigua calenta comença a omplir la banyera. Ella es fa la pedicura amb parsimonia, mentre espera la temperatura adequada, asseguda a la tassa. Es mira i frega els dits dels peus un a un, com pensant en una altra cosa. El vapor comença a fer-se evident i sense girar la vista dels dits que es remira, busca la temperatura de l'aigua palpant amb la ma dreta. La ma es mou en l'aire sense topar amb res i ella, inconscientment, gira la mirada per buscar l'aigua que no troba. El nivell encara no ha pujat el suficient. S'haurà d'esperar. Aparta la vista de la banyera i se n'adona que el marbre blau sota els seus peus està canviant de color, el vapor d'aigua ja ha enteranyinat tot l'ambient i ha excitat aquell terra que tanta il·lusió li feia. Inclina el cos i apropa la cara a la pedra que trepitja per a no perdre detall de l'espectacle que acaba de començar. Ara somriu, perquè recorda qui té molt a veure amb aquell moment que a ella tant li agrada, el seu fill.

La cambra de bany és l'espai de la vivenda on amb més naturalitat una persona està sola amb sí mateixa. Allà s'hi tendeixen a desenvolupar activitats íntimes, aquelles que només es comparteixen amb persones molt pròximes. I malgrat tot, massa sovint es deixa per a cambra de bany un espai més residual i perifèric que agradable. És una mala pràctica, però mentre es segueixen dissenyant d'aquesta manera es pot actuar sobre ells, no solsament per dignificar-los sino també per donar-lis qualitat. Han de convidar a estar-s'hi.

L'estratègia per aconseguir una cambra de bany que convidi a viure i a fer-hi activitats és una mica de substrat cultural i un parell d'idees.

Primer el substrat i el TEMPS, tot embolicat, una vella idea una mica de burgès català que, quan piquen a la porta vol tenir-ho tot endreçat abans que la visita acabi de dir Dés-vos guard. Per aconseguir-ho es pensa en agrupar, definir àrees on es poden ajuntar les coses amb una certa llibertat, i ràpid. L'ordre el donarà el fet de ser dins aquest àrea. Les lleixes passen a ser barres on s'hi col·loquen uns contenidors on posar, ficar i entaforar ampolles, ampolletes i altres elements de petita dimensió que si bé no tenen tendència a créixer si la tenen a multiplicar-se. Dóna lloc al naixement d'una línia de bany: 'container'.

Segon, venen unes idees sobre el MATERIAL que toca (per una raó concreta) col·locat allà on no toca (si seguíssim un ús normal). És trobar el lloc paradoxalment adequat per a materials als que se'ls vol estirar cap a un ús més particular del que tenen acostumat. Així es col·loca al terra un delicat marbre blau que sensible al vapor que exhala la banyera canvia de color.

I tercer, pensar en la PERCEPCIÓ d'aquest espai i com hi influeixen les relacions que s'estableixen entre els elements que hi col·loquem. Es pretén que la cambra de bany no sigui mai més l'espai residual reservat a unes escatologies impresentables. Molt bé, llavors, per un costat, es pot canviar, per raons determinades, la funció d'alguns elements sobradament coneguts: el plat de dutxa passa a funcionar com a pica. Ara tot passa a la pica, es permet esquitxar, hi ha un raspall, sabó, ampolletes, tot el que és utilitzat en una activitat concreta és recollit per la pica com a contenidor d'activitats.

Per l'altre costat es construeixen falses perspectives i reflexions, alhora que es fuig de la divisió estricta. Les cortines no envolten aparells sino més aviat activitats, seguint rutes pròpies sense compartimentar les àrees ja difinides per la banyera, dutxa... puja el vapor i que li sàpiga bo.





AR2012MM-BMW. BMW Motor Munich-INDE  
ALLÒ cat. Data 160304.

02PAPA QUÈ ÉS

Des de l'autopista veiem una altra vegada brillar alguna cosa a l'entrada de Sabadell. ¿Papa, què és allò? Una mica tapat per les bioncs de protecció de la via per on circulem, tant si anem com si venim, allà queda aquella cosa que ens crida l'atenció... Fins que un dia entrem a Sabadell. Una gran cua de cotxes avança lentament, amb els ocupants entretenint l'espera i el pausat moviment amb mirades a costat i costat, com buscant descuidadament alguna cosa. Tot una mica a la manera d'una marca d'entrada a la ciutat. El so de la velocitat dels vehicles de l'autopista ens recorda allà d'on venim i visible des de la carretera, una gran façana d'una espècie de pesada gelosia metàl·lica ens amaga alguna cosa que s'entreveu.

De tant en tant, i quan el Sol ja ha caigut i els fars d'un cotxe encerten la façana darrera d'aquesta gelosia, es disparen mil i una puntes de llum.

La intervenció es troba a la ciutat de Sabadell, centre industrial tèxtil a les rodalies de Barcelona. Concretament s'ubica a un polígon industrial a l'entrada sur de la ciutat, a la vista dels conductors que circulen per l'autovia Barcelona-Terrassa i al costat de l'aeròdrom. Es tracta de l'últim solar que quedava en una illa edificada amb construccions entre mitjeres i ordenades de cara al vial, definida pels carrers Bernat Metge i Joan Costa i Deu, d'una superfície aproximada de 4.120 m<sup>2</sup> i amb 120 m de façana als dos carrers.

Ens trobem amb una parcel·la mig construïda i parcialment ocupada per tres naus d'estructura metàl·lica, una d'elles de cruïxa d'amplada major, i s'ha de construir un concessionari de vehicles de gama alta.

Primer COMPLETEM, i la decisió implica girar-se per posar-se de cara a la vista dels conductors. Hi ha dues zones d'expansió: la continuació longitudinal de les tres naus existents i la construcció de mitja nau a un dels costats fins arribar al límit de carrer. En la primera zona es continua amb la tipologia de coberta a dues aigües però es practiquen una sèrie de perversions a la nova teulada per a permetre l'entrada de llum natural a l'interior. Es segueixen dos mecanismes: quan es vol guanyar alçada per a l'espai immediatament inferior es continua el pendent ascendent fins a l'alçada necessària i llavors es completa l'altre vessant de forma simètrica. Apareix un punt

d'alçada major. El segon mecanisme construeix una mitja coberta plana que obre el camí a la llum, que entra lliscant pel ventre de l'altra meitat que sí conserva el pendent original. Apareix llavors un punt d'alçada menor. L'alternança en diagonal del pendent amb el pla fa que es mantingui la unitat del tancament, on les parts d'alçada menor i les més altes es veuen com unes anècdotes rítmiques. Les encavallades metàl·liques que continuen les naus seràn suportades per dos pòrtics de formigó en la seva part central i per pilars metàl·lics en els seus extrems.

A la segona zona, una estructura metàl·lica suporta una coberta de pendent ascendent amb punt màxim a la línia corba que recull la façana. És l'espai d'exposició dels vehicles, on jàsseres metàl·liques salven tota la llum que va d'una filera de pilars metàl·lics fins a l'estructura contínua i autoportant de la façana.

Després DISTRIBUÏM, i es construeix dins les naus originàries un nou nivell amb un forjat de formigó sobre una estructura de pilars de formigó paral·lela a la metàl·lica existent. L'alçada ve marcada per les necessitats de les activitats dudes a terme a la planta baixa. La manipulació final d'aquest espai busca el confort que es podria esperar d'un ambient familiar. Un saló dins un gran espai. Un cotxe suaument aturat sobre la catifa de casa.

En tercer lloc COMUNIQUEM, que significa la tornada als moviments inicials. Es tracta de conformar una façana que converteixi l'edifici en un anunci de sí mateix, ¿Papa, què és allò? S'aixeca una estructura metàl·lica per a rebre dues envoltants. Una, més externa i no estanca, és fabricada amb planxes mecanitzades d'acer inoxidable col·locades longitudinalment, paral·leles als carrers i carretera. La pista per a interpretar la forma la donen les biones de protecció de l'autopista, des d'on es té una visió privilegiada de l'edifici. Aquesta cortina d'ones es plega en certs punts per a marcar els accessos a l'interior i deixar a la vista les zones d'exhibició dels cotxes. La relació d'escala entre les parts obertes, vidriades, i la cortina d'ones, insinua dues distàncies per mirar l'edifici: una des de l'autopista i carretera, en moviment, i una altra ja a pocs metres de l'edifici, estàtica i a peu pla. El terme mig és terra de ningú, o ets lluny llegint una pancarta publicitària, o ets davant els cotxes exposats, a punt d'entrar.

L'envoltant que dóna l'estanquitat es construeix amb plaques de fibrociment. Unes petites insercions de bandes fosforescents a aquesta segona pell provocaran que tot l'edifici reaccioni als fars dels cotxes que accedeixen a la ciutat sortint de

l'autovia. D'aquesta manera tant durant el dia com a la nit l'edifici té un paper protagonista en el paisatge dels conductors que arriben a Sabadell. ¡Huy! ¿Papa, què ha sigut això?



**AR2012MM-BMW. Número 100 AV cas. Data 151204.**

**05PAPÁ, QUÉZEZO**

Desde la autopista vemos brillar de nuevo alguna cosa, ¡ahí, ahí!, en la entrada de Sabadell. ¿Papá, quézezo? Un poco tapado por las biondas de protección de la vía por la que circulamos, tanto si vamos como si venimos, ahí queda aquella cosa que nos llama la atención... Hasta que un día entramos en Sabadell. Metidos en una gran cola de coches que avanza con aire cansino, los ocupantes de los vehículos entretenemos la espera mirando a lado y lado, como buscando descuidadamente alguna cosa. Es la peculiar manera que ahora se tiene de entrar en las ciudades. El zumbido de los vehículos de la autopista a nuestra espalda nos recuerda, veliciada añorada, de dónde venimos y ahora al tran tran vemos, ahí delante, una gran fachada de una especie de pesada celosía metálica que nos esconde alguna cosa.

La intervención se encuentra en la ciudad de Sabadell, centro industrial textil cerca de Barcelona. Concretamente se ubica en el polígono industrial en la entrada sur de la ciudad, a la vista de los conductores que circulan por la autovía Barcelona-Terrassa i al lado del aeródromo. Se trata del último solar que quedaba en una manzana edificada con construcciones entre medianeras y ordenadas de cara a la calles Bernat Metge y Joan Costa i Deu, con una superficie aproximada de 4.120 m<sup>2</sup> y con 120 m de fachada a las dos calles.

Nos encontramos en una parcela medio construida y parcialmente ocupada por tres naves de estructura metálica, una de ellas de crujía de anchura mayor. Y todo esto se tiene que convertir en un concesionario de vehículos de gama alta.

Primero COMPLETAMOS, y la decisión implica girarse para encarar a todo aquel que circule por la autopista o entre, al tran tran, a Sabadell. Las edificaciones originales se ampliarán en dos direcciones: la continuación longitudinal de las tres naves existentes y la construcción de media nave a uno de los lados, hasta llegar al límite de la calle. En la primera zona se continúa con la tipología de cubierta a dos aguas, con el añadido de una serie de perversiones para permitir

la entrada de luz natural, vengan, pasen y vean. Para ello se siguen dos mecanismos: cuando se quiere ganar altura para el espacio inmediatamente inferior, se continúa la pendiente ascendente hasta la altura necesaria y entonces se completa la otra vertiente de manera simétrica. Aparece un punto de altura mayor. El segundo mecanismo construye una media cubierta plana que abre el camino a la luz, que entra deslizándose por la otra mitad, que sí conserva la pendiente original. Aparece entonces un punto de altura menor. La alternancia en diagonal de la pendiente con el plano posibilita que se mantenga la unidad del cerramiento, donde las partes de altura menor y las más altas se ven como unas anécdotas rítmicas. Las cerchas metálicas que amplían las naves serán soportadas por dos pórticos de hormigón en su parte central y por pilares metálicos en sus extremos. En la segunda zona, una estructura metálica soporta una cubierta que asciende al acercarse a la calle y termina rematando la fachada con una línea curva. Es el espacio de exposición de los vehículos, donde jácenas metálicas salvan toda la luz que va de una línea de pilares de acero hasta la estructura continua y autoportante de la fachada. La manipulación final de este espacio busca el confort que se podría esperar de un salón, un coche que se posa suavemente sobre una alfombra. Después DISTRIBUIMOS, y se construye dentro de las naves originales un nuevo nivel con un forjado y pilares de hormigón paralelos a la estructura metálica existente. La altura viene marcada por las necesidades de las actividades que se desarrollan en la planta baja. En el segundo nivel se sitúa un parking para el personal y las oficinas de dirección y administración. En el nivel de entrada se organizan los talleres, almacenes, servicios de postventa, venta y exposición. En tercer lugar COMUNICAMOS, que significa la vuelta a los movimientos iniciales. Se trata de conformar una fachada que convierta el edificio en un anuncio de sí mismo, ¿Papá, quézezo? Se levanta una estructura metálica para recibir dos envolventes. Mediante placas de fibrocemento se construye la que da la estanquidad y el acabado interior. La segunda, más externa y no estanca, se fabrica con planchas mecanizadas de acero inoxidable colocadas longitudinalmente paralelas a calles y carretera. Esta cortina de ondas se encoge en ciertos puntos para marcar los accesos y dejar a la vista las zonas de exhibición de los coches. La relación de escala entre las partes abiertas, vidriadas, y la cortina de ondas, insinúa dos distancias para mirar el edificio: una desde la autopista y carretera, en movimiento, y otra ya a pocos metros del edificio, estática, a pié de calle. El término medio es tierra de nadie,

o te encuentras lejos leyendo una pancarta publicitaria, o estás delante de los coches expuestos, a punto para entrar. La pista para interpretar la forma la dan las biondas de protección de la autopista, desde donde se tiene una vista privilegiada del edificio. Un brillo fugaz, ¿Papá, quézezo?



**AR2012MM-BMW. Entrevistes**

**12UNA ENTREVISTA A XAVIER CLARAMUNT cas. Data 261007. CENSURAT.**

Entrevista a Xavier Claramunt

¿En qué se inspiró para realizar este proyecto?

Por un lado investigamos en el mundo de la automoción y por el otro hicimos el trayecto hasta el concesionario. Ahí nos dimos cuenta de que podía convertirse en un edificio icono de la entrada a Sabadell, y que incluso podía verse desde la autopista. Esto dio la pista fundamental, que se plasmó en las biondas de seguridad. El edificio como una bionda que se ha escapado, a 80 Km. por hora, de la autopista.

¿Qué características tuvo en cuenta?

Aquello que tuvo más peso a la hora de pensar el edificio fue la voluntad de darle un carácter representativo: es una tienda, es un taller, pero también es la imagen de una marca. En un orden funcional, la decisión más importante fue la de dar luz natural a los talleres. Luz directa en fachada para los coches, luz cenital para los trabajos en el taller.

¿Por qué se decantó por este tipo de forma?

Una vez tomadas las decisiones anteriores, de uso, iluminación e imagen, la forma fue apareciendo con naturalidad, sin esfuerzos de diseño. Los materiales y las estrategias de construcción que se emplearon fueron los que al final dieron la forma al edificio. Nosotros nos limitamos a tomar decisiones estratégicas y dejar que cada dinámica diera lo mejor de sí misma.

¿Puede decirme qué es el premio FAD?

El premio FAD es un reconocimiento eminentemente profesional, para profesionales dado por profesionales, pero con una gran resonancia pública. Quizá se trata de la más importante herramienta de divulgación de arquitectura. Un premio FAD de

arquitectura consagra. Pero de hecho nosotros no tenemos ningún premio FAD, el concesionario para Motor Munich en Sabadell fue finalista de los premios. Que para un estudio joven como el nuestro es un logro excelente. Lo celebramos como si lo hubiéramos ganado, y en cuanto a su difusión, más de lo mismo. Un éxito, vaya.

¿Qué diferencia el estilo de su arquitectura de la de los demás arquitectos?

La ausencia de estilo. Nosotros no tenemos estilo, no podemos tener estilo. Nos acercamos a los proyectos con una actitud de máxima receptividad, escuchando y analizando de cero todas las necesidades y condicionantes. No tenemos ninguna idea preconcebida. No vamos a aplicar ninguna receta, no nos vamos a exhibir. Nosotros damos soluciones, respuestas, a las necesidades, preguntas, de nuestros clientes.

¿Tiene algún sello personal que deja siempre en sus obras?

Por supuesto, pero no se trata de un sello-etiqueta para ser identificados, algo que puedas ver a simple vista. El sello lo dejamos en la mente de nuestros clientes, con los que normalmente volvemos a trabajar, y en los usuarios finales, a los que siempre se invita a interactuar de alguna manera. Si vas a un edificio y éste te invita a la acción, entonces puede ser que hayamos estado implicados en su construcción.

Un arquitecto que usted admire.

Nosotros admiramos a Ripvard Vainen, un arquitecto archidesconocido que descubrimos en un viaje que hicimos a Shounguenw, en la antigua Tremicén. Era un hombre de unos 50 años que se paseaba con una carpetilla bajo el brazo ofreciendo sus servicios. La gente parecía conocerlo y se le acercaba para preguntarle cosas, que no entendíamos pues no hablamos el lenguaje del lugar. El contestaba dibujando en unas hojas de tamaños distintos y que parecían estar ya usadas. La gente se llevaba las hojas y le dejaba unas monedillas. Intentamos hacernos con alguno de los dibujos pero como no sabíamos articular ni una palabra en su lengua ni teníamos su moneda, no pudimos conseguir un ejemplo de su trabajo. Cuando preguntamos, con señas, dónde podíamos ver alguna obra construida, un lugareño extendió su brazo y lo movió a la vez que giraba sobre sí mismo describiendo un círculo de 360 grados. ¿Todo?! Luego apunto a un edificio en concreto y creímos entender que aquel, no.

De todas sus obras realizadas hasta el momento ¿Cual sería la que destacaría?

Si la pregunta es personal, la obra que destacaría es el baño de mi madre. Escogí una piedra azul que por sus características físicas cambiaba de color al variar la humedad del ambiente. Cuando se duchaba empezaba el espectáculo. Al final llegas a creer que la piedra, a parte de características físicas, tiene características emocionales.

Qué es más importante en cualquier edificio, ¿el aspecto artístico o la utilidad?

No hay un absoluto. En todo lo que se hace hay, o debería haber, un objetivo principal. Si este se consigue, el resultado es un éxito. Lo que sucede es que muy a menudo hay tantos objetivos como personas implicadas. Y luego están los que cambien de opinión y, peor aún, los que jamás la tuvieron.

¿Cree que influye la estética de un concesionario en los clientes que van a comprar un coche?

A tenor de los parámetros de diseño que nos fueron impuestos como inamovibles, seguramente hay mucha gente que así lo cree. Nosotros nos centramos en que el edificio fuera constantemente un anuncio de sí mismo, que fuera un hito atractivo a los ojos de los conductores que circulan por la autopista o se desvían para entrar en Sabadell.

¿Se iría a pasar un fin de semana al espacio o al fondo del mar?

A los dos sitios. Pero tanto en el proyecto de Sea Suite como en el de Galactic Suite el fin de semana es lo de menos, la experiencia importante se concentra en toda la preparación necesaria para poder pasar unos días en esos ambientes límite. Cuanto más límite, mayor preparación, mayor intensidad en la experiencia.

¿Le gusta conducir? ¿Tiene coche? ¿Tiene moto?

Me gusta pilotar. Tengo un autogiro con el que me aireo los sábados. Durante la semana me conformo con pilotar un helicóptero teledirigido que, mientras estoy en la cama, intento posar sobre algunos montones de libros que tengo esparcidos por la habitación. No los leo, los utilizo como helipuertos. Solo leo los artículos de mi novia, que es periodista, pero que como me conoce no dejo que escriba de mí.

¿Que opina de una marca como BMW?

Lo que me gusta de BMW es que es una constructora de coches integral, que hace motores de calidad pero no olvida la apariencia exterior. No hay mentirijillas, se respira lo auténtico.

¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre? ¿Tiene algún hobby?

Me levanto cada día a las 7 para hacer jogging. Pero nadie me cree, y no les culpo por ello. Claramente no lo parece. En realidad mi tiempo libre se reduce a las noches de los fines de semana, que aprovecho para ir a comer a casa de amigos y, abusando un poco de la familiaridad, comportarme con total desvergüenza haciendo comentarios de dudoso gusto. A mi siempre me ha hecho mucha gracia. A ellos a veces también.

**Nota:** Mientras se hacía está entrevista, Xavier Claramunt estaba en el piso de arriba, reunido con sus asesores legales y financieros, diseñando estrategias imaginativas para seguir abarcando mucho más de lo que se pudiera apretar.



**Motor Munich**



**IN2017LI-LAIGUANA. Descripció Laiguana OIEL TEATRE  
I ELSMIRALLS, LAVIDA I LES CORTINES cat. Data 230604.**

Sempre agrada estar dins un gran volum. A la gent, per regla general, no els agrada estar anxovats i sempre amoïna tenir que moure's obrint i tancant portes. A més, la incertesa del que hi ha al darrera la porta sempre tendeix més a convidar la maledicència que el misteri. També són coses de la gent.

Per això tendeix a agradar més el sostre alt, les parets llargues i ben foradades amb finestres que deixin passar la llum. Agrada estirar la vista, fins hi tot dins els edificis. És una gimnàstica física que té una influència immediata, i positiva, en la mundanitat del nostre cos. Estirar la vista sense impediments, amb les justes zones prohibides que, de ser-hi, haurien de ser com a mínim intuïbles. S'ha de defugir la negació, com ja hem dit porta al maldir dels ociosos. Són coses de la misèria de la nostra educació.

Per això ajuden les cortines, fràgils negadores de la vista però mai fins al punt de fer-s'hi fortes. La cortina és una estratègia feta per a ser oberta més que, ves per on, per a ser tancada. Convida més al voyeurisme, ja sigui pel punt d'unió de les diverses seccions en que s'acostuma a dividir la tela o pels foradets que sempre, indefectiblement i a causa de les més inconfesables situacions, hi acaben apareixent. Pels agosarats sempre hi haurà unes guies expeditives per poder-se presentar de cos sencer, imperatiu. És un tema de temps, i de pasta. El ser agosarat, s'entén.

S'obre el teló i avança cap a nosaltres una dona que mou suggerentment els malucs. Vesteix tènua una camisa cenyida, desabotonada estratègicament. El pantaló lluita infructuosament per contactar amb la part baixa de la camisa que entremaliada evita el contacte. Aquest pilla pilla deixa com a dany ben col·lateral allò que mou a la majoria del món: carn a la vista. Carn, sexe, prostitució cotidiana asumida. Elegant.

Miro de reull. Jo també miro de reull, com ell. Jo miro, ella mira, tots sis mirem i ho sabem. Dotze. Tinc pensaments impurs, lleugerament impurs. Algú s'aixeca de les taules que s'ordenen a la dreta, i passa intencionadament per a interferir la mirada de la que avança. Dues més comenten des de les seves pantalles, secretes gracies a la comunicació via servidor. Vola un paper, salvant balísticament l'ampli passadís central, fins a la renglera de taules de la dreta. Concretament de la quarta

esquerra a la segona dreta. Alguna altra mirada aguanta una direcció a l'infinit sabent que tard o d'hora la marxa de la nou vinguda quedarà en poder dels seus ulls sense el perill de ser acusat d'impertinent. La dona sense nom, una més, una altra vegada única, una altra vegada inoblidable, passa de llarg fins a la sala del fons. Jo crec que m'ha mirat.

Acabo d'arribar. La porta s'obre i entro en un espai delimitat per una pesada cortina, s'intueix gran espai, al darrera. Veig la costura, l'obro amb la ma i passo endavant. És la porta del fons. Camino entre una espècie de peixeres amb gent treballant dins, després taules, també a banda i banda, ocupades anàrquicament per joves clons. Com jo. M'estant mirant.

Segueixo una línia de llum atrinxerada al terra sota un vidre enganxat al mur, sota les finestres. M'obren una gran porta de vidre, gràcies. No sé si hagués pogut. Hi ha un petit tunel que dóna a un gran espai. Quan arribes te n'adones que el tunel era el pas sota una graderia, on s'hi asseuen algunes persones. A un dels costats hi ha diversos miralls i tocadors, ja hi ha gent vestint-se, desvestint-se, fins hi tot despullant-se, i maquillatge. La puntualitat mai ha estat una de les meves virtuts. La impuntualitat, per contra, és un dels meus forts. Virtut en aquest món tan meu. Més cortines. Mmmm. Aquestes deuen tapar les finestres. Se senten flaxos i algú parlant, deu ser darrera aquelles altres cortines. Si, la cortina es mou i surten dues persones. Una està bufant i puja i s'asseu a la graderia. L'altre surt per la porta. Per a mi sense sucre, el de la graderia. Un graciós m'enlluerna amb un flaix. No, és una graciosa. Bueno, hauré d'anar per feina, ara que hi ha una cadira lliure a davant d'un d'aquests miralls.



**IN2017LI-LAIGUANA. Descripció Laiguana 03COSER Y CANTAR cas. Data 010704.**

A veces, solo a veces, las cosas son más simples de lo que parecen. Otras incluso lo son y lo parecen. Y aquí nos tienes en un antiguo complejo fabril dedicado en origen a tareas peleteras y ahora, bueno, ya hace tiempo, reconvertido en una algarabía de diseñadores, arquitectos, grafistas, fotógrafos y, atención al dato, gestores del conocimiento. Tarea esta última que no deja de ser un horizonte de esperanza para esta nuestra tierra de pésimos gestores y peores gestionados. Y es en medio de esta

marabunta, lío que no entiende ni el putas, que nos llega un encargo que no es tal pero que nos dará fama y reconocimiento, es decir ni un duro y la fama en casa de la familia a la hora de comer.

Pues a lo que íbamos, que las cosas si no son simples a veces, solo a veces, también, habría que hacerlas fáciles.

Estamos en la última planta de un edificio de un complejo fabril de principios de siglo. Debido a su uso originario nos encontramos con un gran espacio rectangular con ventanas en sus dos paredes largas, este-oeste, techos altos, x m, y un suelo más bacheado que la playa de la Barceloneta después de una rave de ociosos pero modernos. Como somos unos listillos y lo de 'pretensión la justa' es de solo puertas a fuera, nos quedamos con lo que nos interesa y a lo que no nos gusta le damos con hormigón.

La primera operación fue crear un nuevo suelo por encima del existente pero esta vez llano, característica por lo común muy bien recibida por la generalidad de la población. La segunda fue una decisión drástica pero impecable: dividir el espacio en tantas funciones como se nos pedían. Así apareció un área para el diseño gráfico y una segunda para estudio fotográfico, separadas ambas por una grada dirigida al plató de fotografía que institucionalizaba el tan popular como mal pagado y peor visto oficio, por lo de a jornada completa, de voyeur, mirón vaya.

Pero a partir de ahí nuestro gozo en un pozo, y sin que nos picaran la cresta nos dimos cuenta que nada era tan simple sino que había que dar respuesta a necesidades básicas de las nuevas funciones. Se necesitaban espacios segregables, áreas que pudieran privatizarse, controles visuales de entrada... pero como no hay mal que por bien no venga, si es que alguna vez fue mal y no fruto de nuestra perezosa inercia, nos pusimos a cantar una canción de taberna. Empinamos un poco el codo y, ahora sí con la pretensión justa, una bombilla nos iluminó. Bueno, fue un flash, y lo que hizo fue deslumbrarnos. Dita sea. Había que crear dos espacios básicos, gráfica y fotografía, y se pretendía conservar la sensación de amplitud que daba naturalmente el espacio. La estrategia básica consistió en definir de forma sutil diferentes áreas de trabajo, dotándolas de la infraestructura necesaria sin interferir en la lectura extensiva del espacio. Para ello se propusieron uno, dos y tres movimientos.

Uno, el suelo de la sala principal se pavimenta con madera en tres áreas rectangulares donde la posición de la tomas de información y electricidad en dos de ellas invitan a ser colonizadas por mesas, grandes mesas de estructura metálica sobre las que colocar

caras pantallas de ordenadores bien enchufados y en marcha, que aunque no trabajando siempre dan un aire de actividad del agrado de los clientes. La ausencia de infraestructuras en la tira central la aboca a ser conservada como generoso deambulatorio que lleva de la entrada al plató de fotografía.

La necesidad imperiosa de contar con espacios de mayor privacidad para reuniones y agasajar a la jerarquía provocó que el pavimento de madera petrificada al que se le habían escapada más de unos pocos ceros se plegará ahí donde hiciera falta para envolver y privatizar. Los cerramientos laterales de los cubículos que aparecieron se completaron con cristal para no obstruir la entrada de la luz de las ventanas, conservando a la vez la visión de las paredes originales de fábrica. Es un poco como si levantarás la alfombra y te colocaras debajo ya fuera para hablar de asuntos delicados, ya por que estuvieras cansado de las monsergas de tu compañero de mesa, siempre y cuando no esté ya todo lleno de la inmundicia que la gente acostumbra a esconder y acumular lejos de las miradas ajenas.

Dos, un par de cortinas. Nos pareció una forma suficientemente sutil de segregar parcialmente, ni siempre ni totalmente, y a voluntad. Dos elipses de terciopelo se cuelgan del techo. Una de ellas te protege de las miradas de los recién llegados, una vez han franqueado la puerta de entrada, y por el mismo precio les ayuda a ir descubriendo el espacio gradualmente. Siempre se intuye que algo ha de haber detrás de una cortina, y más una que cuelga de semejante altura. Pocos pueden evitar el correr ligeramente el terciopelo y aventurarse en el espacio. Bueno, lo de aventurarse es relativo porque peligro, lo que se dice peligro no hay mucho. Una vez al otro lado se extiende el pavimento central de madera libre de objetos, con los cubículos y mesas a lado y lado, al final del cual se intuye lo que parece el intento de una segunda elipse de terciopelo.

Y aquí es el tres, la grada. Como el plató de fotografía pide una condiciones de luz y sonido distintas a las que necesitan las labores de diseño gráfico y administración, se establece una segregación rotunda entre los dos espacios. Se aprovecha esta necesidad para colocar una grada de espaldas al primer espacio y que mira con descaro a los sujetos fotografiados. La segunda elipse vuelve a aparecer en este segundo espacio dando una cierta intimidad a los espejos donde se preparan las fotogenia, los maquillajes y vestimentas. Una vez acicalados y acicaladas saldrán a ser immortalizados impudicamente vestidos, como es costumbre en la actualidad, mientras son observados y observadas desde la grada con no pocos pensamientos de características más bien básicas. Ocho y maaaaambo. Ahg!





AR3005MU-MUNTANER. Diseño Interior

04LAS DERIVAS

**QUE NO DERROTAS PARA MAREAR A ANATXU** cas. Data 160704.

**LUGAR EXTRAÑO** Estamos en Santa Margarida de Montbui, una población extrañamente orientada a norte, en un solar en fuerte pendiente que desciende hacia la población dejando atrás, en la cima y a sur, un bosque de pinos y un sotobosque abundante. A norte, abajo, tenemos el acceso desde una calle que, como la mayoría de las del pueblo, sube zigzagueando. Nos rebelamos contra la situación dando la espalda a la población para mirar a sur, hacia arriba i hacia el bosque, y al mismo tiempo evitamos darnos de bruces con la montaña acomodándonos a dentelladas y escalándola de manera que ahora cada planta tiene una salida al nivel del jardín. Un nivel, un jardín.

**APROVECHAR UNA SITUACIÓN ADVERSA** La estrategia es repensar la situación aprovechando las propias condiciones adversas para cambiarlas. En un solo movimiento se pretende dar respuesta tanto a la técnica constructiva como a la intención. Se intenta dar la vuelta a la situación consiguiendo que ni el proceso para hacerlo sea un mero camino hacia nuestros objetivos ni que la situación a cambiar sea solo un problema. El proceso ha de incluir las intenciones finales. Tenemos dos familias de situaciones adversas, unas son físicas y otras legales pero todas nos invitan a realizar UN GESTO. En el primer grupo tenemos un solar con una fuerte pendiente orientada a norte, que nos abocará a ESCALAR y a VIVIR DENTRO DE UN MURO. La segunda situación incómoda la define una normativa que ordena y manda que solo se construya planta baja más piso, lo que nos lleva a VIVIR BAJO CAPUCHILLAS.

**UN GESTO** Un poco a la manera del torero que se aparta lo imprescindible para no ser empitonado y mueve ese músculo justo en el lugar y momento adecuado para mantenerse a la menor distancia posible del máximo peligro, un movimiento que lo coloca de cara a sí mismo. Y de esta manera los muros de contención se contorsionan en un juego de cóncavos y convexos que aparta las tierras, las contiene y nos protege de las inclemencias del tiempo. Definida por dos muros que nacen de contención y se van paulatinamente liberando de esas responsabilidades hasta llegar a curvarse para formar las cubiertas, la vivienda se coloca ella solita, se hace un sitio y entonces gira, escala la pendiente y marca su propio perímetro.

**ESCALAR** Aprovechar la adversidad de una fuerte pendiente quiere

decir poder dotar a todas las plantas, y son tres niveles, de su acceso directo al terreno. El muro de contención se hace múltiple y lanza pequeñas extremidades que, apartando la tierra ahora aquí, ahora allí, hace posible el acceso directo al terreno desde todas las plantas.

**VIVIR DENTRO DE UN MURO** Los dos muros de contención definen los espacios a habitar. Los muros se curvan para que la concavidad acoja la vivienda y la convexidad sostenga las tierras. Los muros de contención se pliegan para formar la cubierta pero aunque se buscan el uno al otro no llegan a encontrarse y dejan una rendija por la que desde la sala de estar y la cocina se domina el jardín y el bosque y las vistas a sur. Es una fachada vidriada que corre longitudinalmente aprovechando el intento infructuoso de los dos muros por encontrarse. La planta de estar queda bajo la cubierta que define uno de los muros sobre la primera crujía y mira sobre la cubierta que el segundo muro define sobre la planta de las habitaciones. La casa se mira a sí misma.

**ESTAR BAJO CAPUCHILLAS** Las reglas del juego hablan de planta baja más piso, pero nosotros necesitamos subir para poder mirar a sur y acercarnos al bosque de pinos. Nos replanteamos los niveles y curioseando descubrimos el desván gatero, ahí bajo la cubierta. Así, el muro que define la fachada a norte se curva longitudinalmente y dobla verticalmente para hacer las veces de techo de lo que será la estancia principal de la casa, inmediatamente bajo la cubierta y orientada a sur, mirando hacia el pinar. Desde aquí oteamos la segunda capuchilla cubriendo la crujía del estudio y de la habitación principal. Las dos capuchillas se doblan a diferentes niveles dejando ese resquicio longitudinal por el que la casa mirará.



**AR3005MU-MUNTANER. Casa Muntaner-Casa Garriga INDE**  
**05PRENDRE BÉ LES MIDES, CASA MUR-CASA TUB** cat. Data 260704.

Una conclusió és que s'han de prendre bé les mides i actuar en conseqüència. Independentment de les característiques del solar, la normativa o la natura del client, és bo evitar les imposicions i perseguir propostes adequades que converteixin fins hi tot les adversitats que ens podem trobar en virtuts del projecte. Senyors, prenguin bé les mides, observin el terreny, interpretin la normativa i facin feliç el client.

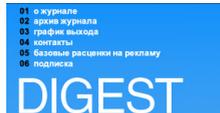
A la Casa Garriga ens hi acostem a hores infreqüents per evitar les segures represàlies d'uns clients raonablement empenyats. En una professió que gestiona amb dubtosa eficàcia els honoraris, un dels al·licients importants passa a ser la il·lustració del curriculum de l'arquitecte, que si no se sap pagar bé almenys sí que s'escarrassa en sortir ben fotografiat i millor divulgat. Però quan el client obstrueix aquest modest acte d'egocentrisme tan natural a l'aristocràtica decadència d'aquest gremi nostre, alguns arquitectes patim la rabiola. A vegades, aquesta es soluciona simplement en una burocràtica dilació en alguna rúbrica que provoca que el client ens guardi llargament en la seva memòria, amb el perill que algun dia ens enxampi intentant ensenyar la casa a algun col·lega o crític especialitzat. En aquests casos la gent s'empesca tècniques de la més variada índole i que a la Casa Garriga van cristal·litzar en una mànega proveïda d'un raig d'aigua a una sorprenent pressió. Es fa clar que alguna cosa vam fer molt malament, no vàrem prendre les mides amb la suficient cura. És una imposició. És intolerable. Per contra, a la Casa Muntaner hi anem a fer dinars que s'allargassen generosament. Entrem per la porta principal i no tenim hora de sortida. En aquest cas el procés tampoc va ser fàcil, de fet va durar dotze anys i el nostre client va passar per dues ruïnes, emparentades amb la construcció de la casa. Tant els arquitectes com el client van actuar al límit, anant una mica més enllà de les possibilitats reals per aconseguir una mica de somni. Dotze anys, dues ruïnes però un client content. És adequat. Aquí hi van haver algunes mides que es van prendre bé i unes decisions que una vegada consensuades amb el client es van dur a terme de forma rigorosa... Però un dotze anys només es pot fer una vegada a la vida. El client s'ha convertit en amic. L'estratègia comuna a la Casa Garriga i la Casa Muntaner va ser convertir unes situacions desfavorables en condicions desitjables mitjançant un proposta que solucionés alhora construcció i intenció. La Casa Garriga és a Valldoreix, a la immediata rodalia de Barcelona però amb un urbanisme de carrers i jardins. La situació desfavorable era doble: tenir el solar dividit en dos nivells i que les bones vistes fossin cap el jardí del veí. L'adaptació ha donat lloc a la Casa Tub. La Casa Muntaner és a Santa Margarida de Montbui, cosina germana d'Igualada. La situació, a priori adversa, venia definida per un pendent pronunciat, una orientació a nord i unes alçades reguladores que ens restringien l'ocupació. L'adaptació ha donat lloc a la Casa Mur.

La Casa Garriga és edificada al mig d'un solar orientat nord-sud, aixecat considerablement sobre el nivell del carrer i amb una agradable plantació d'arbres al jardí del veí. La casa es

construeix a la manera d'un tub que es vincla i gira conduint cap a sud la llum que atrapa a nord, il·luminant tota la casa. Aquest tub es posa de cara a la llum que entra, en les dues direccions, fent-la rebotar i atrapant-la dins. El moviment ha de fer possible alhora la comunicació entre baix i dalt i el girar-se cap els arbres del jardí veí. Façanes laterals i teulada estan acabades sense solució de continuïtat amb una capa de gresite, perforada a discreció a la cara còncava per mirar a distància la plantació d'arbres. El descans sobre el terreny és elusiu, en un costat, còncau, la làmina de gresite arrenca del cap d'uns pilars que juguen a cuita-amagar darrere unes petites pantalles metàl·liques, i aquesta mateixa làmina forma la coberta que baixa, a la cara convexa, empaitant l'aigua fins que s'escola per un fossar ple de grava. Les àrees d'accés al davant i al darrere tenen les façanes tractades a la manera de tapes, acabades en fibrociment sobre una estructura de tancament que refusa tocar el perímetre accentuant la seva diferència. Per aquests punts la llum entra a l'espai, on un acabat llis l'engoleix dins el tub fins que gira i provoca que la claror quedi esmorteïda a l'interior, atrapada a l'espai central. Per a la Casa Muntaner anem a Santa Margarida de Montbui, una població estranyament orientada a nord, en un terreny sobre un fort desnivell que baixa cap al poble deixant enrere, al cim i a sud, un bosc de pins i un sotabosc abundant. A nord, a baix, hi tenim l'accés sobre un carrer que, com la majoria dels del poble, puja fent ziga-zagues. Aquí ens rebel·lem contra la situació, primer donant l'esquena a la població per a mirar a sud i després rellegint la normativa i habitar les golfes. Primer actuem amb un gest múltiple que conté, gira i es separa del terreny, una mica a la manera del torero que s'aparta l'imprescindible per no ser banyegat i mou el muscle just en el lloc adequat per mantenir-se a la menor distància possible del màxim perill. És un gir que ens posa de cara a sud. Aquest moviment el construeixen dos murs que girant contenen les terres i doblegant-se fan la coberta. L'acabat exterior el dona un gres gris antracita col·locat sobre un encadellat ceràmic sobre una estructura d'acer galvanitzat lleugerament separada del mur generant una cambra ventilada. Els murs defineixen les dues façanes principals, una a nord i l'altra a sud, només perforades verticalment per unes incisions escairades que miren de reüll, buscant les vistes privilegiades. En el punt on haurien de trobar-se els dos murs vinclats en cobertes s'hi fa forta una escletxa que dona vida a l'estança principal de la casa, mirant a sud. L'espai generat entre els dos murs es tanca als costats mitjançant unes tapes, tractades amb materials diferents emfasitzant la presència i funció dels murs, que en aquests punts

laterals s'allarguen més que la capa de gres i mostren el seu formigó. Aquests murs de contenció que aparten les terres ens ajuden a escalar i aprofitant el pendent donem a cada planta un accés directe al terreny. D'aquesta manera podem dir que vivim dins uns murs de formigó que neixen com a contenció, però que tranquil·lament es van alliberant d'aquestes responsabilitats fins a vinclar-se i formar les cobertes. Sota aquestes cobertes es situen les golfes d'estar i la cuina, i si a les plantes inferiors vivíem dins un mur, aquí estem sota caputxetes que s'emmirallen en les caputxetes de la planta d'habitacions. Aquesta estratègia ens permet habitar tres nivells, superant la planta baixa més pis però respectant la normativa. Els dos projectes van ser realitzats amb un grau d'intensitat molt similar i amb una estratègia que posava a favor de la casa els a priori inconvenients del solar i la normativa, però a la Casa Garriga ens hi acostem a hores infreqüents per evitar les segures represalies d'uns clients raonablement empenyats. Per contra, a la Casa Muntaner hi anem a fer dinars que s'allargassen generosament. El resultat final no només es fonamenten en els suposats èxits de la proposta edificada, sinó també en l'adequació als habitants que hi han de viure. S'han de prendre bé les mides.

AR3005MU-CASA MUNTANER. Interior Digest



11WEIRD SITUATION eng. Data 201205.



**WEIRD PLACE** We are in Santa Margarida de Montbui, not far from Barcelona, South West Europe, in the Iberian Peninsula. It is a town surprisingly oriented to north, on a steep plot facing the town and leaving behind, at the very top and on the south side, a forest of pine trees and bushes. The access is placed on this north side, at the bottom of the slope, on a winding road like many others in town. We rebel at that given situation turning round to face south, looking to the top to the forest, and in order not to end with the mountain sanding our faces we sculpt a multilayered garden and provide an exit for every floor.

**TAKE ADVANTAGE OF THE ADVERSITIES** The very one strategy is to rethink the situation using its own adverse conditions to change them. With a single movement we deal with the construction

technique to achieve functional goals. The aim is to turn the other way round the situation with a meaningful process to change a given situation, considering it not just a problem but an opportunity. The process should contain the final objectives. We have two families of adverse situations. Ones are orographical, the other are legal but both invite to perform a gesture. On the orographical side we have a plot steeping north that suggests us to climb and surprisingly to live in a wall. On the legal side, planning regulations state that just a ground and a first floor are permitted, to tackle that we will propose to live in a hood.

**A GESTURE** On the manner of the *torero* that moves slightly to avoid the horn and tenses the muscle just at the very appropriate moment to stay at that distance that mingles with maximum danger, a movement that places him in front of himself. On the same way, the retaining walls twist in a game of concavo-convex that holds back the earth, retain it and protect us from the weather hassle. The house stays alone, finding its place and then starts to climb the mountain marking its own territory. Two walls that change from retaining walls to roof surface define the construction.

**TO CLIMB** Benefit from the sheer slope can mean a direct access to the garden from each floor. Three floors, three garden levels. The retaining walls grow multiple and extend their limbs digging here and there making possible this direct access from each floor. A garden for every floor.

**LIVING IN A WALL** The two retaining walls define the spaces to live in. Walls allowing the dwelling to fit in their concavity and holding up the earth behind with the convex side. Both walls fold to shape the roof but eluding to meet each other leaving a split to look through. Thanks to that the living room and kitchen face the garden and the forest on the south side through a glass façade. This so called *living floor* is under a sort of hood defined by one of the walls and looks over the roof that forms the second retaining wall over the bedrooms. The house seeks its own reflection.

**TO BE HOODED** Planning Regulations allow to build a ground and a first floor but to face south we need to climb further up. Then we decide to play with the rules and study heights and floors, and being a little curious we find a special level: the garret. The north wall bends longitudinally and folds vertically to become roof for the living room placed immediately under it. Comfortably seated in that living room, now a generous garret, we take a look over the second hood covering the bedroom area and the studio. Those two hoods agree to leave a long open strip to allow views over the garden and forest.





**IN3016FH-HOMS BORN. Frederic Homs al Born 03FH EN EL BORN cas. Data 230204.**

El born es una parte de ciudad de calles estrechas, el único espacio que la densidad del casco antiguo deja libre para el movimiento de las personas. Una estructura de origen medieval allí donde tenían lugar los torneos entre caballeros que le dan nombre y donde más tarde se estableció, abriendo una gran plaza, un mercado cubierto. Pero la manera de vender en la calle es distinta, el tenderete, el mercadillo, el top manta, el puesto ahí en medio del ir y venir de la gente, una venta ambulante que se vale del suelo para exponer sus mercaderías. Estamos en la zona más activa, con callejuelas imprevisibles, estrechas y de difícil acceso para la luz del sol. Del antiguo mercado central se ha pasado a la proliferación de comercios encarados a la calle.

Todas estas pistas nos llevaron a la apertura de una especie de nueva calle, espacio para el movimiento de las personas, un atajo con mercadillo, el lugar para el comercio. El acto de la venta se realiza en esta tienda que es paso entre dos calles, un pasaje marcado por unas grandes letras luminosas. Éstas dan la identidad y una vez en posición en el interior establecen y ordenan el espacio del intercambio, del mercadeo.

La actuación se quiso mínima. Se aumentan los huecos de las fachadas a las calles de Esparteria y del Bonaire, comunicándolas y dejando que incluso con la tienda cerrada se pueda relacionar las dos calles. La estructura de vigueta metálica y vuelta catalana del techo se dejó al descubierto, pintándola de negro al igual que los pilares de fundición que apean el espacio. El pavimento existente de hormigón simplemente se saneó, limpió de obstáculos, y se desarrolla sin solución de continuidad sobre uno de los muros laterales mediante un graffiti continuo de letras de grandes dimensiones. El otro lateral acoge los servicios y un pequeño almacén y como acabado se ha dejado a la vista la piedra del muro. De esta manera se diferencia entre los dos laterales y se acentúa la continuidad-graffiti del otro muro sobre el pavimento.

Será en este suelo donde la ropa a la venta estará expuesta sobre una suerte de alfombras de metal que forman parte de unas estructuras tubulares que se pueden distribuir con libertad. El orden para la colocación de estas estructuras lo darán unas grandes letras luminosas cuya sombra desubicada bien podría

ser el graffiti que recorre suelo y pared. Cada una de ellas construida con una estructura tubular de acero recubierta lateralmente por chapa de acero inoxidable con las soldaduras vistas, dejando las dos caras principales de cada letra para ser completadas con una plancha de metacrilato sobre la que se aplica un vinilo troquelado que le dará el acabado final. Una de las letras está montada sobre ruedas de alta resistencia para poder ser llevada hasta la fachada y asomar uno de sus lados a la calle. Como caídas de un cartel luminoso de grandes dimensiones, nunca visto, las letras son un reclamo al exterior a la vez que iluminación y ordenación del espacio interior.





**IN3047CM-BATH TIME. Bath Time en el Boulevard Rosa  
01BT BOULEVARD ROSA cas. Data 170204.**



Entre los seres vivos los hay que viven en comunidad, entre iguales, otros son solitarios, únicos. Los iguales se esfuerzan por destacar frente a los demás, para vivir necesitan ser uno entre todos. Los únicos tienden a camuflarse en el ambiente, por seguridad, para sorprender a sus presas. De los segundos hay algunos que incluso son capaces de cambiar su apariencia externa, alterar su imagen según más les convenga para pasar desapercibidos fundiéndose con un momento y lugar. Esa es una estrategia.

En BT se desarrolla una hibridación paradójica entre esa estrategia y el vivir en comunidad de las tiendas de un centro comercial. Se recurre a una piel interior translúcida que puede cambiar sus condiciones de luz un poco como quien sigue al día. La adaptación de la envolvente al paso de las horas individualiza el espacio frente a sus inalterables vecinos, que conservan una apariencia constante. Este proceso construye un espacio de venta repetido, con unas dimensiones constantes pero que atrae nuestra atención por la mañana, la tarde y la noche.

La variación de la luz y su seguir al día se convierten en una imagen de marca. Las cualidades lumínicas pasan a ocupar el lugar del mobiliario, de los objetos, de los nombres. La identificación viene dada por la sensación y no por lo que puedes tocar.

El animal esta vez viene caracterizado por unas estructuras modulares translúcidas en aluminio y poli carbonato que alojan toda la maraña luminotécnica. A partir de una formalización mínima en L de estas unidades se generarán unas envolventes lumínicas de paredes y techo. No importará tanto la cualidad de forma del montaje, siempre adaptado al espacio dado de la tienda en cuestión, como su capacidad de controlar la luz que dominará el ambiente y será un reclamo al exterior.



**AR4002CB-PRINCESA2. Visites d'Obra  
D'OBRA** cat. Data 060704.

**01ACTA VISITA**

PRESENTS: Bernal/ Armeni fill/ Armeni pare/ Hugo/ Ramon/ XCL/  
MZ/ JB

LLOC: Presumpte habitació prototip *Princesa*. Potser un petit problema de l'arquitectura entesa àmpliament, des del propietari al constructor passant per l'arquitecte, és l'abundància d'unes ínfules que no es corresponen ni amb la realitat cotidiana ni amb el grau de compromís i esperit de sacrifici de tots els implicats. És a dir, que a tots els agradaria construir la Sagrada Família però van a comprar els materials a IKEA i volen acabar abans de Nadal començant per Tots Sants. Fan les dues coses i després es queixen assenyalant una culpa que avergonyida s'amaga ruboritzada darrera els participants suposadament actius en l'obra.



**AR4002CB-PRINCESA2. Hotel per a Chic&Basic  
LA PRINCESA?** cas. Data 050705.

**02¿QUIÉN ES**

¿Pero alguien sabe sí hay alguna persona bajo el nombre De la Princesa, calle de Barcelona? Pues sí, claro. S. A. R. Doña Isabel de Borbón y Borbón, Princesa de Asturias, heredera por dos veces pero sin llegar a reinar nunca. Sabedora de que un *hola Reina* es muy distinto a un *¿cómo estás princesa?* se ratificó con insistencia en ese su estado principesco. Lo era, efectivamente, y muy popular, castiza de Madrid donde la moteaban como *la chata*. Pero volviendo a Barcelona, ciudad por cierto Condal, resulta que alguien, seguramente pellizcado de cierto republicanismo, decidió dar a la continuación de la calle de Fernando un bien genérico nombre, De la Princesa, evitando por sabia o extraña razón especificar a cual de ellas, tantas y tan mentadas, se hacía la graciosa referencia. Y es que no es mala forma de pasar de puntillas por encima de todos los embolados que la historia nos trae constantemente. Es una idea práctica, de gran potencialidad contemporizadora: calle del General, avenida del Supremo, bajada de la Prima. Y es que cuando hay que lidiar con muchas sensibilidades hay

que saber encontrar el punto desde el que incomodar lo justo, fundamental, y a todos, ineludible, pero sin perder carácter. Es decir, que el *café para todos* generalmente sienta mal a los niños, archireconocidos amantes del Cola-Cao.

Y cuando la calle, De la Princesa, da al Parc de la Ciutadella, el piso Principal de un edificio de sobria solemnidad burguesa se afana a convertirse en Hotel. Una amplísima escalera de mármol nos conduce a la que fue lujosa residencia y que más tarde sufrió una remodelación sin contemplaciones para perpetrar una escuela que por su distribución debía de seguir una pedagogía arcaica. A pesar de ello, el estado actual aún muestra trazas de una decoración de cornisas, puertas labradas y techos pintados que sobrevivieron parcialmente a los rigores escolares. La estrategia para el nuevo cambio será otra, y está configurada por dos sensibilidades a considerar y una sensación a recuperar.

Una de ellas se refiere a los vecinos, personas no transitorias que ya residían en el inmueble y que todo indica que van a seguir haciéndolo, aunque ahora tendrán que compartirlo con gentes pasajeras, ociosas y con no pocas ansias de diversión. La otra ha de tener en cuenta a los celosos defensores de ese patrimonio de volutas, cornisas, amercillos y demás ornamentos de mejores épocas. Agentes de una cierta autoridad edilicia, encargados de que no olvidemos una cierta interpretación de nuestra historia. Entre estos dos mundos se va a intentar recuperar la sensación de estar en un gran principal a pesar de la subdivisión que requiere el nuevo uso del inmueble.

La nueva unidad tomará el carácter ordenado de la distribución en aulas pero con el objetivo de crear pequeños paraísos que participen de la sensación de pertenecer a un gran espacio. Se utiliza un núcleo formalmente muy definido para la ducha-lavamanos-inodoro que se acomoda en cada habitación para distribuirla a la vez que marca su situación respecto a las otras habitaciones. El cerramiento de éstas se levanta siguiendo la lógica del nuevo uso pero conservando, que no siguiendo, las trazas de la distribución originaria y su decoración de escayolas y pinturas. Tiras de cornisas y paredes colgantes atraviesan las nuevas divisiones entrando y saliendo de las habitaciones, evocando su origen en estancias espacialmente más generosas. El tercio superior de las habitaciones está acabado con espejos que al encararse replican en algarabía esas volutas, marcos, cornisas y antiguas paredes ahora retazos colgantes. El truco busca despertar la sensación de que se está en un espacio mayor, un reducto de intimidad en una supuesta gran estancia que ahora se ve reducida a superestructura de un pasado.

La neutralidad del núcleo semiprefabricado y el informalismo de paredes y cortinas dejan subsistir esos ecos un tanto históricos que trae la ornamentación y el espejismo de la habitación señorial, todo ello para conseguir una nueva experiencia. Un poco la tontería de sentirte como una princesa antigua, aunque ésta nunca acabe de reinar.



**AR4002CB-PRINCESA2. Traduccions web 01QUI ÉS LA PRINCESA? cat. Data 050705.**

¿Però hi ha algú que sàpiga si hi ha alguna persona sota el nom De la Princesa, carrer de Barcelona? Doncs sí, naturalment. S.A.R. N'Isabel de Borbón y Borbón, Princesa d'Astúries, hereva per dues vegades però sense arribar a regnar mai. Assabentada de que un *hola Reina* no és el mateix que un *com estàs princesa?* va insistir en el mantenir-se en el seu estat principesc. Ho era, efectivament, i molt popular, castissa de Madrid a on rebia el motiu de la *chata*. Però tornant a Barcelona, ciutat per cert comtal, resulta que algú, segurament adornat d'una certa malícia republicana, va decidir donar a la continuació del carrer d'en Fernando un nom tan genèric com De la Princesa, evitant per sàvia o estranya raó especificar a quina d'elles, tantes i tan admirades, es feia la graciosa referència. I és que no és mala manera de passar sense fer soroll per sobre de tots els guirigalls que la història ens porta constantment. És una idea pràctica, de gran potencialitat contemporitzadora: carrer del General, avinguda del Suprem, baixada de la Cosina. I és que quan un ha de socialitzar amb moltes sensibilitats s'ha de saber trobar el punt des del que incomodar el punt just, fonamental, i a tots, ineludible, però sense perdre caràcter. És a dir, que el *café para todos* generalment provoca una manca d'ajust als nens, tan sensibles i conegudíssims consumidors de Cola-cao.

Quan el carrer, De la Princesa, ja vol arribar al Parc de la Ciutadella, el pis principal d'un edifici de sòbria solemnitat burgesa vol travestir-se d'hotel. Allà, una amplíssima escala de marbre ens porta a la que va ser luxosa residència i que més tard va patir una remodelació per a perpetrar una escola que, si ens hem de guiar per la seva distribució, segurament practicava una pedagogia arcaica. Malgrat això, l'estat actual encara manté restes d'una decoració de cornises, portes treballades i

sostres pintats que van sobreviure parcialment a la disciplina escolars. L'estratègia per al nou canvi serà ben bé una altra i es centrarà en dues sensibilitats a considerar i una sensació a recuperar.

La primera sensibilitat fa referència als veïns, persones no transitòries que ja vivien a l'immoble i que tot indica que seguiran fent-ho, encara que ara el tindran que compartir amb passavolants, ociosos i amb no poques ànsies de diversió. La segona ha de tenir en compte als primmirats defensors d'aquest patrimoni de volutes, cornises, amoretts i semblants ornaments de millors èpoques. Agents amb una evident autoritat edilícia, encarregats de que no oblidem un certa interpretació de la nostra història. Entre aquests dos mons s'ha d'intentar recuperar la sensació d'estar a un gran principal malgrat la compartimentació que demana el nou ús de l'immoble.

La nova unitat ja no serà l'estança sino l'habitació. Aquesta prendrà el caràcter ordenat de la distribució en aules però amb l'objectiu de crear petits paradissos que participin de la sensació de formar part d'un gran espai. S'utilitza un nucli formalment molt definit per a la dutxa-rentamans-inodor que distribueix cada habitació alhora que la situa respecte de les altres habitacions. El tancament d'aquestes s'aixeca seguint la lògica del nou ús però conservant, que no seguint, les restes de la distribució originària i la seva decoració d'escaioles i pintures. Tirallongues de cornisa i parets que pengen travessen les noves divisions entrant i sortint de les habitacions, evocant el seu origen en cambres espacialment més generoses. El terç superior de les habitacions està acabat amb miralls que al encarar-se repliquen repapiejant aquelles volutes, marcs, cornises i antigues parets que encara es conserven. El truc busca despertar la sensació de que s'està en un espai major, un reducte d'intimitat en una suposada gran estança que ara es veu reduïda a superestructura d'un passat.

La neutralitat del nucli semiprefabricat i l'informalisme de parets i cornises deixa subsistir aquests ecos un tant històrics que porta la ornamentació i el miratge de l'habitació senyorial, tot per aconseguir una nova experiència. Una mica la tonteria de sentir-te com una princesa antiga, encara que aquesta no acabi mai de regnar.

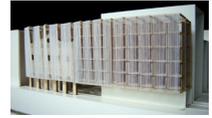


**AR4002CB-PRINCESA2. Hotel per a Chic&Basic 05SI EN UNA CALLE DE BARCELONA UN VIAJERO cas. Data 210306.**

El viajero llega a su destino. Sabe que está de paso, o al menos así se lo imagina. Y de la misma manera que el viajero llega a un lugar de donde sabe que tarde o temprano tendrá que marchar, de esa misma manera entramos a convertir en hotel un principal de la calle de la Princesa. Está catalogado y uno tiene que pasar sin levantar mucho ruido, susurrándole a las decoraciones, las carpinterías existentes, a las pinturas de amorcillos, a las tapetas trabajadas a conciencia, que sí, que tienen que hacerle un pequeño sitio al que llega. Todo lo que se pretenda añadir, tarde o temprano tendrá que marchar. Se actúa como lo haría el viajero y se monta, se despliega, se instala más que no se construye. Como si de amueblar se tratara, se van introduciendo solo los elementos estrictamente necesarios, esquivando a esos privilegiados y ornados aborígenes para trazar divisiones que han de moverse de puntillas por debajo de un techo inviolable, distribuyendo los espacios privados pero predicando exactamente lo contrario. Llegando para irse, privatizando para hacer público. Aquello que se va colocando anuncia su propia desaparición, quiere ser invisible, tiende a la ida, vuelve a menudo. Se mueve. Ante la aparición del viajero, los espejos reverberan, las curvas se hacen las huidizas, las cortinas se corren a un lado, picaronas, las pareces se alzan, los vidrios callan. Sin articular ningún Ábrete Sésamo se inicia una ilusión de movimiento frenético, corren sombras momentáneamente descubiertas por los espejos. Corremos una cortina de iluminación irisada, pasamos la tarjeta y ya estamos dentro, pero no somos capaces de dejar atrás aquel frenesí. Nos persigue e inicia una nueva función, esta vez solo para nosotros, privada. Para un público reducido. El lugar se funde con nosotros. Las separaciones se mantienen en su mínima expresión. Vivimos dentro de una ilusión pero la proximidad desvela algunos misterios. Las pareces no se elevan a nuestro paso, los tabiques están colgados, son rastros de las antiguas divisiones, anteriores viajeros que se resisten a partir. Las cornisas no se extienden hacia el infinito, las cornisas se multiplican al estrellarse contra un espejo continuo que ciñe la parte superior de los límites curvos de la habitación. Pero el vidrio sigue clamando su desaparición en un silencio solo roto por el golpear del agua que cae en

forma de tormenta primaveral sin viento ni tronada. Allí, en medio de la habitación, ofrecido a la mirada de los ojos privilegiados que están en el interior, la parte pública y la privada se funden. Físicamente puedes aislarte de lo que te rodea, pero la percepción es muy otra. Siempre formas parte de un espacio, de una secuencia mayor. Incluso dentro de tu propia habitación. Por encima de tu cabeza, el techo y todos sus ornamentos parecen continuar más allá, como si fuese un cielo sobre la cabeza de todos. Pero mira, mira abajo. Alguien se mueve, y lo hace ante tus ojos.





**AR3059CB-ARC TEATRE. Hotel per a Chic&Basic**  
**02MEMÒRIA** cat. Data 271004.

EL LLOC. Estem al solar del Teatre Colón, ja dins el Raval però no lluny de l'Avinguda del Paral·lel, on tots els seus cosins rics tenien les seves sèus. De les instal·lacions del teatre només es conserva la façana principal i els murs que la traven, però part de la coberta del foyer encara dóna aixopluc a un nombre indeterminat de persones que estenen la roba al selvàtic pati, xafardejat pels darreres dels edificis de la zona. Un edifici contigu al teatre, cantonada carrer de l'om, també forma part de l'actuació.

L'ENCÀRREC. Se'ns demana insertar un edifici. Una peça entre mitgeres que haurà de respondre a un programa d'hotel.

LA PROPOSTA. Es canvia la idea d'insertar per la d'annexar. Evitar la imposició d'un element aliè i buscar entrar en una relació de certa dependència amb el que ja hi ha i d'aquest respecte de la nova construcció. Afegir un element al barri, que haurà de canviar per acceptar-lo. La mateixa idea de continent i contingut es porta fins a l'estratègia per l'edifici. Un continent que serà estructura, ordre que haurà de regular el que vindrà, donant-li un espai i deixant que s'expressi. Un contingut, la tipologia, la peça preciosa que arriba per muntar-se a l'estructura.

IL·LUMINAR i VENTILAR. Tot i ser dues necessitats bàsiques gens ben solucionades a ciutat vella, busquem entre les estratègies existents per trobar la nostra. Tossuts. Apareix el claustre, el pati que les catedrals urbanes imposen a les ciutats que s'atepeixen al seu voltant. I també apareix el més prosaic pati de ventilació, els pous a on s'aboquen finestres minúscules de cases mig ofegades. De les dues estratègies en treiem alguna pista i proposem un pati ajardinat que es perforat per grans buits que il·luminen i ventilen les plantes per sota del nivell del carrer.

LA IMATGE. Es torna a córrer el teló. Un embolcall tèxtil envolta tot l'edifici convertint les façanes en un gruix d'elements més que en un pla amb perforacions. Es protegeix la intimitat de les habitacions i s'insinua el que hi ha al darrera afegint una certa dosi de misteri.

AR3058CB-ARC TEATRE. Algú té una idea?  
HELL I AM cat/eng. Data 021208.



01WHO THE

# WHO THE HELL I AM

Soterrani 2: COTXES

Soterrani 1: RECEPCIÓ + RESTAURANTS.

acc2s?

Planta baixa: HABITACIONS! VESTIBUL!

I com vaig a la recepció?

\*SIN DÓPLEX?!

Planta tipus: HABITACIONS

Planta coberta: PISCINA + SOLARIUM.

I on 2s el bar?!

## URBAN GEOGRAPHY-DISCOVERY

### NOMAD HOTEL (cf. 2024: A HOLIDAY ODYSSEY)

Guests can helicopter in !

#### MY HOTEL IS A POD

'When a destination falls out of fashion, whether due to demand or terrorism, the pod can simply be folded un and moved'

### BASIC APPROACH

#### Inn-roads

If I have roads... I can move... Away from home... And the night comes... And I need a shelter!

### UTOPIA

An imaginary and indefinitely remote place

#### NO-PLACE LAND

'a place of ideal perfection especially in laws, government, and social conditions

Raphael Hythlodæus

THE TRAVELLER vs THE TOURIST

A HOTEL OF TRAVELLERS

A HOTEL WITH A DIFFERENT LAW SYSTEM

AR3058CB-ARC TEATRE. Algú té una idea?  
UNES PREGUNTES cat. Data 050609.



**\*CONTESTAR**



**CIRCUIT DE CREUERS  
DE LA MEDITARRÀNIA !**

**EQUIP**  
xavierclaramunt

**Barcelona: a cruiser's  
guide !**

**EQUIP**  
xavierclaramunt



**EQUIP**  
xavierclaramunt



**EQUIP**  
xavierclaramunt



**EQUIP**  
xavierclaramunt

**Programacions estables !**



Gran Teatre  
del Liceu  
EBOC  
AUDITORI



**EQUIP**  
xavierclaramunt

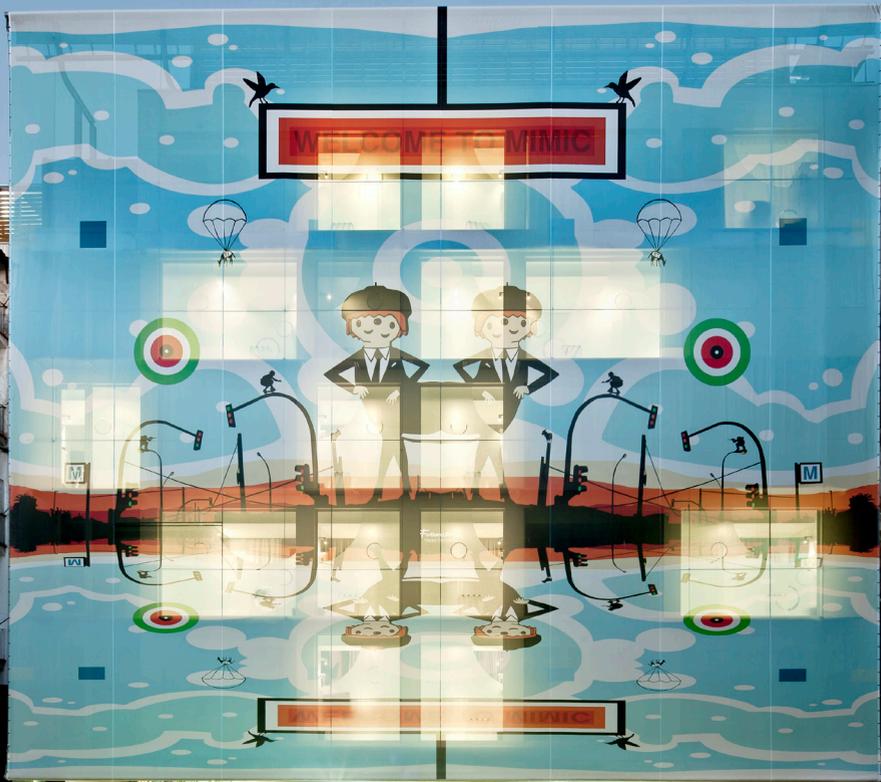
**Festivals i cicles !**



**EQUIP**  
xavierclaramunt

**CONNEXIÓ AMB  
AEROPORTS EUROPEUS !**

**EQUIP**  
xavierclaramunt





**04HOTEL A GRANADA** cat. Data 090306.

El Palacio de los Patos és un edifici d'un interès relatiu. Com acostuma a passar, tot allò que havent estat realitzat amb una certa qualitat constructiva i amb no poca pretensió representativa ha sabut mantenir-se el suficient temps passa a ser una peça suposadament digna de ser conservada. Independentment de les qualitats reals, siguin quines siguin. Doncs això, el Palacio de los Patos ha aguantat per les raons que sigui i ara s'ha de conservar com si fos un edifici digne de record i exemple. Clarament erroni. La zona que l'envolta està construïda amb edificis de vivenda que deuen ser dels anys 70 i 80, si no més nous, d'alçada superior a la del palacio i amb un interès similar, amb la penalització de que són nouvinguts i llavors no són apreciats ni per això. Mala peça al teler.

Davant d'aquest panorama hi havia diverses actituds, però nosaltres només en vàrem fer servir una, estratègia simple però que en cas d'emergència ajuda a enllestir les coses dins uns terminis raonables.

I quan no m'agrada el que tinc al voltant m'amago darrera una pell ben maca, que no em diguin que sóc un desagrat. La veritat és que ha sortit una peça amb la justa pretensió (encara que sigui de marbre, jeje) i amb una estranya, però sorprenent, proporció variable. L'edifici s'ha acabat amb una cortina, i mai tan ben dit, de peces rectangulars de marbre. Totes iguals. I ara el que tenim és un objecte amb una escala imprecisa. Si el mires contra les vivendes del voltant té un aire de contenidor, si al costat del Palacio de los Patos sembla un miratge, agafa un posat un tant irreal, que no, que no m'ho acabo de creure, que no m'acabo de creure que això sigui un edifici. Ara, si el mires sense context, ara sí que pla que no entens res, llavors no saps si és gran o petit. Necessites algú que s'hi posi al davant, i si ho hi ha ningú, pues nada, a otra cosa mariposa. Tot va començar amb un edifici de qualitat incerta però que estava sent restaurat (sic) mentre al costat s'aixecava un disbarat rotund, executat amb rigor de catàstrofe. Davant aquest panorama, vam decidir anar a donar un tomb. Dame agua que tengo sed.

Una volta per Granada, una mica estúpidament deprimits. El passeig va fer oblidar ràpidament tot el que havíem vist. A l'Albaicín vàrem descobrir els Càrmenes, uns jardins molt

heterodoxos, potser ni jardins sino espais de verdures diverses, tot molt prosaic, molt poc pretensions, deliciós, com un hortet a la vora de la via del tren, calla burro que ja ho sabia, o a la riba d'un riu, riuet o rierol, riera, però a consciència. Això va estar bé. Després a l'Alhambra, no abans de fer algunes gestions per a salvar les cues votives que s'hi arrombollen. L'Alhambra té molta aigua, sí senyor, i la té delimitada de diverses maneres i a vegades fins hi tot la deixa córrer. Aquí també els Càrmenes tenen més gràcia, l'aigua corre per anar a regar i encara que sigui mitja veritat li dona un punt de bellesa útil, quina figura, que ens encanta.

#### AR4017GR-HOSPES GRANADA. Ampliació del Palacio de los Patos



#### O3EL JARDÍN cas. Data 100106.

El jardín que escucha, el jardín que abraza

*¡Qué bella es tu alberca! El céfiro teje en ella  
Cotas de malla, bajo los gallardetes de los árboles.  
La murta la rodea con su oscuro bozo,  
y todo el que ama el bozo la excusará.  
Besa con la boca de las flores la mano de un califa,  
Con cuya fluyente generosidad no le hará falta lluvia  
(...)*

Ibn Zamrak

El jardín para el Palacio de los Patos busca su inspiración no en la Alhambra ni en la geometría barroca, sino en el tranquilo evolucionar de los Càrmenes. Escucha lo que le dicen desde el Albaicín. Es por esta razón que sin pedir la vez pasan a ser protagonistas las parras, las enredaderas y las albercas en las que se miran.

La estrategia de la nueva plantación busca en el lado metafórico un abrazo del edificio original a la nueva ampliación, movimiento que la cubre y a vez la integra. La cubre para mantenerse él, el Palacio, aislado enfatizando su preeminencia, su mayor jerarquía. La abraza porque la existencia del recién llegado no va a poder ser obviada y es necesaria para continuar. En un sentido más prosaico, aunque no exento de relaciones con la tradición, las parras y enredaderas fomentan la continuidad del espacio interior en el exterior, muy a la manera del islam, a la vez que generan una perspectiva escenográfica no difícil de

encontrar en otros jardines de configuración renacentista. Son apelaciones a la tradición, usos de artes jardineras antiguas que son recogidas no en su aspecto más formal sino en sus consideraciones más de fondo. Las terrazas utilitarias de los Cármenes no tienen una geometría rotunda, ni siquiera una función unívoca. Son huertos, son jardines, combinan los jazmines, los nardos, la madreSelva y el galán de noche con los higos, las ciruelas, granadas y albaricoques. Hay superposición física y funcional, que es la que marca la configuración final, un tanto libre pero perfectamente intencionada. Natural.

En esta nueva propuesta de jardín, si bien es cierto que se cambia la simetría que pudiera encontrarse en el antiguo trazado de los jardines no lo es menos que el cambio responde a la voluntad de armonizar los dos edificios resultantes de la remodelación a través de un jardín nuevo, sí, pero no ajeno a la tradición granadina.

#### **AR4017GR-HOSPES GRANADA. Ampliació del Palacio de los Patos**



#### **OISE MIRAN EN GRANADA cas. Data 010704.**

Infantas. Cautiva. Mihrab. De las Damas. De Comares y de la Vela. Nos vigilan mientras nos refrescamos en la sombra de un emparrado ensimismados en el sonido de un correr de agua. Aquí, sentados y tranquilos, nosotros miramos, al otro lado de la tenue línea del Darro, la Alhambra, guardiana de jardines cerrados. Aquí, sentados en otros jardines, en el barrio que crearon moriscos y más tarde vio como las pequeñas casas originales se unían para dar lugar a otras más amplias y que ya definitivamente apelaban al jardín como pieza básica, quizá celosas de los jardines cerrados que intuían tras las murallas. Aquí, acomodándose en las empinadas laderas del Albaicín, una hinchada de construcciones blancas estiran sus cuellos y pretenden hacer la ola entre la vegetación. A la manera de un contrapunto a la masividad y compacidad que esconde jardines y ligeras y perforadas paredes, aquí, al otro lado del Darro, y encaramándose en la grada del Albaicín como para mirar, crece una populosa amalgama de especies, sombras y torres vegetales bien dispuestas a jalearse, parece que con los brazos en alto, el juego de las torres y volúmenes de la Alhambra.

Ahora ya no sabemos quién mira a quién, sino que parece desarrollarse un teatro donde los dos miran y son conscientes de ser mirados. Celosos la una del otro y viceversa. Con la conciencia una, ella, de su esplendor histórico y monumental, con la conciencia el otro de su felicidad prosaica pero real, en esa su forma de hacer con la pretensión justa que, no apremiado por nada, suma constantemente.

Y ante este espectáculo, ante este duelo de miradas llegamos nosotros y nos alojamos en el Palacio de los Patos, edificio prosaicamente singular. Nos proponemos ensayar un procedimiento que la ciudad ya parece haber hecho suyo: las miradas, las sombras, los celos.

Hay que dotar de una nueva función a un edificio histórico, ya existente, y que implica en algún sentido la necesidad de ganar espacio. Pero este crecer no tiene por qué realizarse mediante el tacto, la incrustación, la cirugía. Se podría muy bien pensar en una estrategia visual, un juego perspectivo. Aduñarse del espacio necesario a través de una ilusión que evite las grandes intervenciones sobre lo existente pero que cambie profundamente su cometido actual. Que mire y se deje mirar. La mirada.

Más que ampliar el Palacio de los Patos, se alzarían una serie de celosías para conseguir las densidades que deberían delimitar los usos y actividades. Más que construir un volumen se levantan cortinajes, bambalinas, celosías por las que mirar, con un cierto pudor, al Palacio desde las nuevas áreas. A un lado el edificio histórico, de nuevo protagonista, al otro y curioseando, una superposición de celosías, planos, densidades separadas del Palacio por un jardín emparrado en la misma celosía que se extiende en horizontal alrededor del edificio, definiendo el jardín y sus sombras.

El acceso se realizaría por el Palacio, lo principal, al que se llegaría desde la calle. Una vez dentro descenderíamos hasta un gran espacio de recepción que se extendería públicamente en baños y salas bajo el jardín. Un subterráneo inundado de la luz del propio jardín que vuelve sus fuentes y acequias en lucernarios acuáticos que hacen titilar la luz que dirige nuestros pasos del Palacio a las nuevas áreas.

Una nueva masa verde quiere envolver al Palacio de los Patos, que ve sublevarse toda esta vegetación hasta emboscarse como ampliación del edificio histórico. Separados por el jardín, su comunicación es subterránea, ganando una nueva área pública que se ilumina profusamente a través de las zonas de agua del jardín. La luz atraviesa el lecho de las acequias o cruza el fondo de los pozos para ahora puntear, ahora bañar el camino,

haciéndote muy consciente del jardín sobre tu cabeza, como una segunda sombra que te acompaña hasta las nuevas instalaciones. Ahí, una vez en tu destino, vuelves a mirar y adivinar, a través de celosías, fondos, de nuevo, el Palacio de los Patos.

**AR4017GR-HOSPES GRANADA. Ampliació del Palacio de los Patos**



**05ROMEO Y JULIETA cas. Data 160306.**

Julieta baila. Julieta se exhibe. Julieta sabe muy bien qué hacer con la luz que el Sol le regala. Romeo calla. Julieta sale de día, cuando la luz del Sol puede entretenerse en su cuerpo trabajado de cornisas, frontones y volutas. Es de día que Julieta levanta sus caras al compás de la ruta del Sol, ejercitando esas voluptuosidades históricas recién recuperadas en beneficio de su autoestima. Romeo calla. Romeo mira y la adora. Romeo espera. Julieta es una. Romeo es nadie. Romeo espera hierático, impasible, frío como un témpano de hielo, reflejando generoso toda la luz hacia ella, que sabe cómo manipularla, conducirla por las cañadas de sus sensualidades, amansarla en sus recodos, dormirla en sus guaridas. Romeo tiene suficiente con disfrutar del espectáculo de cualquier día sobre Julieta, la transformación de esa luz ininteligible, salvaje, que tras retozar sobre ella es devuelta en palabras que se dejan escuchar.

Romeo espera su turno, que llega con la noche. A medida que Julieta va quedándose sin ingredientes para tejer su maraña de seducción, Romeo va asumiendo protagonismo. Adiós Sol, bienvenida noche. Romeo es sobrio, puro, tiene una luz que mira tímida tras diversos antifaces. Cuando el Sol abandona su lugar y la luz hay que inventarla, Romeo se pone a ello y al hacerlo se nos presenta. Así como antes se había conformado con mirar los caracoleos de Julieta, ahora se hace oír emitiendo haces de luz que evidencian su ser en capas. Porque Romeo es simple aire, es luz entretenida entre cortinas, entre mármoles que infructuosamente pretenden encarcelar la luz tan preciada al caer la noche. Todo se escapa. Nubosidades luminosas atraviesan paramentos de madera, translucen el mármol, se desovillan de telas para ir a encontrarse con Julieta y pedirle que las esclavice,

ofreciéndose en sacrificio para invocar el renacimiento de su añorada exhibición de voluptuosidad. Es una pretensión tan entusiasta como vana, pero ellas saben que su imposibilidad no impide su intento. La luz suicida se lanza siguiendo el trazo caprichoso de los emparrados, explota tras la fachada de mármol en formación y surge desenfocada a través del agua, fluyendo de alguna profundidad no remota. Todo inútil. Julieta solo baila al Sol, no sabe qué hacer con la alocada explosión de Romeo. Únicamente acierta dulcemente a dejarse querer.

Romeo es nadie. Romeo es simplemente las ganas de comunicarse con Julieta, el deseo, la sumisión del observador agradecido, espectador de su exhibición.

Porque Romeo es interior, luz atrapada en un cuadrícula de mármoles, cristales que titilan, telas que oscilan y maderas que acarician la vista. Lo que era inerte amasijo de texturas superpuestas se destila en una casi nada sugeridora de luces huidizas. Romeo es generoso y devuelve el espectáculo diurno de Julieta... a su manera. Quiere acortar la distancia y emparra sus brazos para tomarle los hombros y abrazarla, Por debajo de los estanques, que son aguas encantadas, Romeo se desliza al encuentro de ella para, aunque sea lo único que consiga, rozar los piececillos de Julieta. Oh Julieta. Romeo silba chispillas que susurran a las volutas, a las cornisas, a las cenefas que descansan, que mañana volverá el día y podrán brillar frenéticas de nuevo. Pero que ahora deben tener la paciencia de dejarse amar, aunque solo sea un poco. Y ella acepta, no aparta los pies, descubre sus hombros para sentir el tacto de sus manos vegetales. Traviesa de día, callada de noche.





**A) LO QUE SE DEBE SABER** cas. Data 310204.

LA CIUDAD

CABALLO CARTUJANO/ FLAMENCO/ JEREZ-SHERRY VINO/ MUJERES/ TOROS/ CONSULADOS (Alemania, Italia, Suecia y Dinamarca, extraña reunión)/ LA CIUDAD. Jerez de la Frontera

Ciudad del flamenco, dédalos, alcaicerías, adarves y un cinturón industrial bodeguero a modo de segunda muralla. Barrios intramuros, Santiago, San Miguel, La Albarizuella, y un Plan Jerez para rehabilitar, elevar la calidad de vida y aumentar la capacidad residencial del centro. Hay alcaldesa./ CABALLO CARTUJANO

(Del lat. *caballus*, caballo de carga; cf. gr. καβάλλης, galo *caballos*, búlgaro ant. *kobyła*).

1. m. Mamífero del orden de los Perisodáctilos, solípedo, de cuello y cola poblados de cerdas largas y abundantes, que se domestica fácilmente.

**Yeguada La Cartuja - Hierro del Bocado**

**traje.** ~ **corto.**

1. m. Conjunto de chaquetilla corta y pantalón de talle alto, usado por bailaroes y toreros.

FLAMENCO

1. adj. Natural de Flandes. U. t. c. s.

3. **adj.** Se dice de ciertas manifestaciones socioculturales asociadas generalmente al pueblo gitano, con especial arraigo en Andalucía.

**El Centro Andaluz de flamenco** está ubicado en el flamenquísimo barrio de Santiago de Jerez de la Frontera, patria de ilustres figuras de este arte universal. La sede del Centro Andaluz de flamenco es la casa palacio Pemartín, construido en el siglo XVIII con valiosos elementos artísticos, como un artesonado mudéjar y un patio barroco labrado en piedra. El acceso a los servicios e instalaciones del Centro Andaluz de Flamenco es libre y gratuito para todo tipo de público. Las demandas de información se pueden realizar tanto en la sede del centro como por teléfono, correo postal o correo electrónico.

**Peñas flamencas/** Asociación Cultural Flamenca Fernando Terremoto  
Peña Cultural Flamenca Barca de la Florida  
Peña Flamenca La Buena Gente  
Peña Flamenca de Guadalcaçin  
Peña Flamenca El Pescaero

Peña Flamenca La Zua  
Peña Flamenca Tío José de Paula  
Asociación Cultural Flamenca Manuel Soto Sordera  
Centro Cultural Flamenco D. Antonio Cachón  
Asociación Cultural Los Juncales  
Peña Flamenca Chichi de Alcalá  
Peña Flamenca El Garbanzo  
Peña Flamenca La Bulería  
Peña Flamenca Los Cernícalos  
Tertulia Flamenca Pepe Alconchel  
Federación de Peñas Flamencas de Jerez  
Lugares de ambiente flamenco  
El Lagá de Tío Parrilla  
Bodegón La Blanca Paloma  
La Taberna Flamenca

### **Instituciones flamencas**

Cátedra de Flamencología  
Federación Local de Peñas y Entidades Flamencas de Jerez  
JEREZ-SHERRY VINO

1. m. Vino blanco y fino que se cría y elabora en los términos municipales de Jerez de la Frontera, Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda, en España.

Palomino/ Soleras

MUJERES

1. f. Persona del sexo femenino.

La puella gaditana

**CCIII** *Puella Gaditana.*

Tam tremulum crisat, tam blandum prurit, ut ipsum  
Masturbatorem fecerit Hippolytum.

(Con tal temblor se menea, tan zalameramente se excita, que habría convertido en masturbador al propio Hipólito) M.V.Marcial, Lib. XV (Aphrodisiaca), CCIII

### **TOROS**

1. m. Bóvido, salvaje o doméstico, macho adulto del ganado vacuno o bovino, que presenta cabeza gruesa y provista de dos cuernos, piel dura, pelo corto y cola larga.

Toro de lidia

1. m. El destinado a ser matado en el redondel. Plaza de Toros de Jerez de la Frontera. Teléfono: 956359300

Características: Cuenta con nueve chiqueros y una cuadra capaz 30 caballos. Construida sobre la anterior, edificada en 1840 y reedificada en 1872.

Capacidad: 12.000 localidades. Museo Taurino. El local dispone de 800 m<sup>2</sup> y ofrece una gran muestra de carteles, serigrafías, dibujos, pinturas y fotografías, así como pequeñas esculturas,

abanicos, capotes, muletas y trajes de luces relacionados con el mundo del toro. En el Museo Taurino se pueden celebrar almuerzos y cenas para grupos concertados (dispone de aire acondicionado). Así como una situación turística inmejorable, ya que se encuentra a 50 mts. de la Real Escuela Andaluza Ecuestre.

**AR4027JE-HOSPES JEREZ. Hotel Palacio de San Blas-Conceptos**



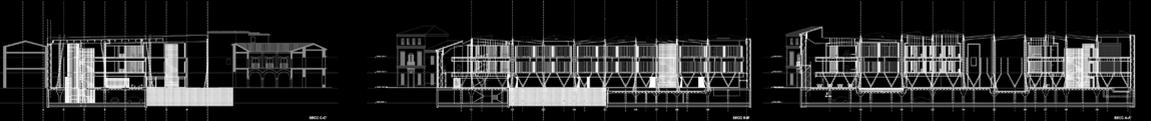
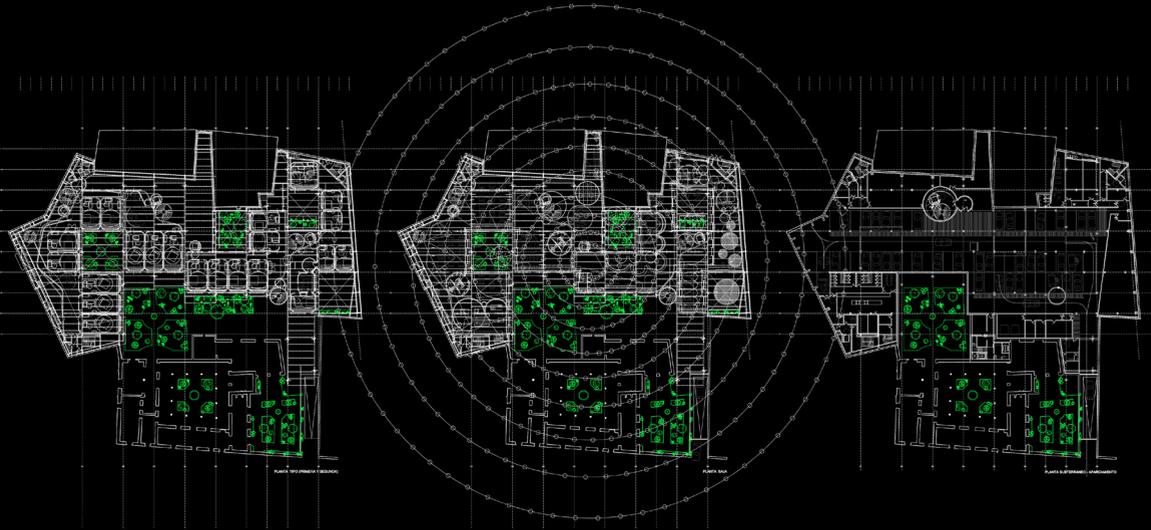
**02LOS CUATRO ELEMENTOS cas. Data 041004.**

Toro, Caballo, Vino y Flamenco. El Palacio de San Blas se ha mantenido en pie a pesar de su abandono. La solidez de su construcción ha permitido que haya sobrevivido a años de olvido y dejadez. Ahora que a su alrededor se quiere levantar un hotel, pide la vez y quiere hacer valer la jerarquía que ha sabido conservar en soledad. Su resistencia se ha basado en principios constructivos tan básicos como nobles y olvidados: el peso y el canto. La autenticidad de las cosas y su materialidad a prueba de imitaciones y sucedáneos que tanto brillan con la moda como se marchitan con el tiempo que les habría de dar solera. Y este palacio de San Blas, que quiere desafiarnos ahora que nos ve acercarnos con aviesas intenciones, nos recuerda a algo. Nos recuerda a alguien que espera con la misma FUERZA el momento en que reivindicarse. Nos recuerda al TORO. Nos recuerda a un Toro que ha esperado demasiado como para simplemente ser toreado, no parece inteligente querer desperdiciar toda esta fuerza acumulada con el ir y venir del tiempo. Hay que sumarse a su fuerza, usar su inercia, su arraigo, para de dotar de personalidad a nuestra actuación.

Pero ni el Toro puede estar solo y tiene que mirar, por suerte, a su alrededor para encontrar por todo Jerez a los amigos que necesita para sentirse redondo: Caballo, Vino y Flamenco.

Aparece el CABALLO, con sus líneas claras, robustas pero inequívocamente FEMENINAS. La elegancia del caballo ha de dirigir el movimiento que enriquezca y amplíe todo lo ya establecido por el Palacio de San Blas. Sin borrar los pasos ya dados por el Palacio: sumando jardines, actuando con transparencias, recuperando la tradición de las celosías. Y es entonces que

aparece el amigo más embriagador, el VINO robado por Drake y cantado por Shakespeare, Will't please your lordship drink a cup of sack ?, y disfrutado por tantos. Él aporta la suspensión de los sentidos, la EMBRIAGUEZ que abre la puerta a ese espejismo en el que todo parece que sea tanto. La desorientación que impregnará el movimiento que trazaba el caballo y que llamará a voz en grito al fuego que provocará el cuarto elemento: el FLAMENCO. Éste dará el tono oculto, una sutil tensión, el roce que ha de tornarse en SEXO y dar vida a la fuerza del toro que es palacio, al movimiento de ese caballo que es feminidad transparente para los nuevos edificios. Todo encendido por esa espoleta que es VINO EMBRIAGADOR que confunde el orden inerte para promover la mezcla de TORO, CABALLO y FLAMENCO.





**EF4032BB-BULLIBAR.** Un projecte per al Bulli  
**02BOLLISTRAVAGANZA** cat. 130404.

Un cotxe amb el maleter obert. Apareixen unes maletes en un carretó arrossegat per un jove tocat un tant ridículament amb un capell de botó d'un color esmorteït. Al seu costat camina un individu de cabell blanquinós, corpulent i alt i amb lleuger sobrepès, jaqueta de forma indefinida, xandall negre amb una gruixuda ratlla blanca al costat i als peus sabatilles de fer esport blanques. S'omple el maleter. El de cabell blanquinós, corpulent i alt, supervisa gansonerament l'operació. Un home surt per la porta del conductor mentre que el que arrossegava el carretó amb unes maletes finalitza la seva missió i es retira mig d'esquenes, com si volgués assegurar-se d'alguna cosa mentre un quart individu apareix, espigat i alt, amb levita igual d'esmorteïda i barret de copa. El nouvingut es fa el trobadís amb el corpulent i alt que vesteix xandall negre amb la ratlla blanca al costat, encara amb lleuger sobrepès. Tant subtilment com conscient fica la mà a la butxaca del xandall i treu un puny tancat que va a fondrés amb la mà del de la levita amb barret de copa que gira espatlla seguint l'estela del portejador.

Una sala alta, d'alçada, abraçada per dues escales que neixen d'un balcó ben balustrat i baixen graonadament fins a peu pla del carrer. El terra és d'una pedra perfectament coberta d'una miriada d'incisions infinitesimalment separades entre elles i amb un perímetre meticulosament escantellat, senyal d'una experiència immemorial. Les parets estan mil i una vegades acuradament pintades i les formes agressives dels paral·lepípedes han evolucionat cap a formes orgàniques i suaus d'ocres, marrons i marronets, en general tota la gama del color del gos quan fuig. L'entrada al bar està flanquejada per dos angelets que aixequen amb seguretat alegre sengles esferes blanques, adherides a les seves mans mitjançant una esplèndida quantitat de silicona acolorida lleugerament amb una patina de pols suau. Darrera, un marc solemne convida a entrar en una sala on tot es multiplica amb tranquil·litat. Escambells a eixams que s'esbatussen per aconseguir posicions privilegiades davant butaques de moltes orelles tapissades en un blau travessat rigorosament per franges blanques. Sofàs exhaustivament orientats en tantes direccions com només una ment agudament culta podria haver imaginat que es podia mantenir una conversa. Gerros que juguen a cuita

amagar amb taules estratègicament distribuïdes per a coincidir encertadament amb catifes que defineixen la zona on tamborets, reposapeus, butaques i sofàs ballen sardanes puntejant-les tímidament. L'espera o l'estar sempre es acompanyat de bessons, dobles i parelles que pretenen que no es coneixen els uns als altres i s'asseuen en zones diametralment oposades o miren de reüll. Munífiques multifurcacions que pertorben les facultats, especialment quan es decideix acompanyar el moment d'alguna beguda i l'aproximació a la barra es converteix en una estampida de tú i tots els teus germans bessons dels que no n'eres conscient però que t'escarneixen amb coordinació de gran coreografia mentre parles amb el barman.

Hotel Ritz de Barcelona. Una sala d'actes allargada fins a l'exageració de l'infinit gràcies al truc d'enmirallar els seus costats curts. Un lloc: un jardí. Una acció: el picnic. Un moble: la taula. Un joc: trencaclosques. Tot alhora: el camarot.

### JARDÍN

Gente frívola inconsciente de la guillotina que les espera. Extravagancia. Estaría bien que hiciera un buen frío y pudieran seguir luciendo sus pieles y abrigos de gente frívola inconsciente de la guillotina que les espera.

Hierba natural. Setos bien barbeados y regados para que tengan buen color. Algún árbol para dar un poco de jerarquía. Sillas en cantidad claramente menor al número de comensales, para descansar puntualmente. Mesas vacías y mesas llenas, muchas, muchísimas mesas.

### PICNIC

La familia desestructurada y moderna pretende ir de picnic. El oso Yogui olvida sobre unas mesas de merendero cestas sobre las que se abalanzan los voraces campistas. Así como en establecimientos matritenses de rancio abolengo se conmina a anudarse corbatas que la propia gerencia suministra, aquí se debería invitar a los participantes a vestir pantalón corto, piernas blancas como la leche y sandalia acalcecinada para caminar cómodamente sobre una topografía artificial.

### MESA

Es la hora de comer y somos llamados a la mesa, pero esta vez quien tiene el lugar asignado es el plato, la comida y no el comensal. Hay que ir bordeando la orilla ondulada en una suerte de cabotaje que te lleva de cabo a cabo para probar los platos típicos de cada giro de esta mesa de perímetro afiordado.

### ROMPECABEZAS

Las cosas son como las ves, pero una vez fueron distintas. Los procesos son complejos y muchas veces difíciles de descifrar, aunque la mayoría de las veces carece de pertinencia el querer

entender demasiado. Se entiende lo mínimo para estar tranquilo, el resto de misterio es la parte que da placer.

#### CAMAROTE

Caviar de melón en un melonar del Mar Caspio. Pastilla de Caipirinha con treinta y tres garotas de Ipanema y un negro zumbón. Airbagette de jamón y los tres cerditos. Espina de salmonete con algodón o la momia de sardina y toda la familia, o la bañera poblada por un banco de arenques amaestrados. Aire de zanahoria y qué hay de nuevo viejo. Corteza de cerdo garrapiñada y la piara deja el encinar y trashuma ruidosa al Ritz, para que luego en vez de bellotas pretendas lanzarles perlas. Suma y sigue a los tres cerditos que ya estaban en el camarote. Y para acabar de contentar a Mr. Creosote: y un par de Huevos de oro.



## L'ILLA DEL MAR i CEL



Arribar de forma

**discreta**

A un lloc **aïllat**

On et sents **únic**



a **QUI** i **QUÈ** t'enduries



a una **ILLA?**

**1. ACCESSOS**

**2. HABITACIÓ**

**3. SENSACIÓ**

# 1

## ACCESSOS

**Discret**  
Particular  
Moderació  
**Immediat**  
Reservat  
Secret  
Segregat  
**Sense intermediaris**  
Diferent  
**Privat**  
Separat

**ACCEDIR**  
de forma discreta  
**ARRIBAR**

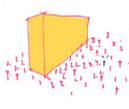
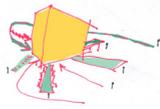


**ENTRAR SENSE SER VIST**

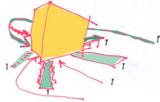


**ACCÉS DISCRET**

- a. Múltiples accessos**
- b. Accessos multitudinaris**
- c. Accessos complexos**



**Vs.**



**ACCEDIR  
per múltiples vies  
PORTES**

**un client, un accés**



**ASCENSORS**

**una habitació, un ascensor**



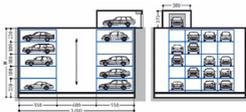
**TÚNELS**

**accés allunyat**



**L'APARCAMENT**

**directament a l'habitació**



**CONTROL D'ACCÉS**

**sense intermediaris**

Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid



# b.



**ACCESSOS  
MULTITUDINARIS**  
**presència de gent**

**ACCÉS MULTITUDINARI**  
**hotel + estació**



**ACCÉS MULTITUDINARI**  
**hotel + comerç + casino +...**



**ACCÉS MULTITUDINARI**  
**confós entre la gent**



# C.



**ACCESSOS COMPLEXOS**  
**accessos per a iniciats**  
**EL LABERINT**

Si piensas antes de empezar puede que no salgas  
el primero  
pero si el más rápido



# “EDIFICIS AMB INTRICATS PASSADISSOS PER A DESPISTAR ELS NO INICIATS”



# 2

## HABITACIÓ

**Íntima**

**Embadalir**

**Abstraure**

**Suspensió**

**Reflexió**

**Necessites un kit kat**

**Stage**

**Aïllament**

**Separació**

**Allunyament**

**Ideal**

## REALITAT A LA MIDA



## PAISSATGE INTERIOR Interior landscape **roomscape**

# INTERIORS DE LLUM

James Turrell



# INTERIORS DE CINE

MMI

Twilightzone

**canvi** de les referències  
espacials



el món al **revés**



**reconstrucció** de les  
referències



dimensió

desconeguda



**EL JOC**

**torna el laberint**



“... al segle XII, el Rei Enric II d'Anglaterra va construir un **LABERINT** per **AMAGAR** la seva **AMANT** Rosamunda de la seva **ESPOSA**, Leonor d'Aquitània...”



# 3

## SENSACIÓ

El meu món  
Jo sóc la reina, jo sóc el rei  
Ermità  
Tranquil·litat  
Somni  
Desconnexió  
Oblidar



AR4053HPA-HOSPES PALMA. Ampliació Maricel, Recerca  
\*03L'ILLA DEL MARICEL-EL TÚNEL cat/eng. Data 290305.



## ARRIBAR A

- L'ILLA DEL MAR I CEL
- A. SENSE RECORREGUT
- B. AMB RECORREGUT
- C. L'EXTENSIÓ

# A

## SENSE RECORREGUT teletransportats



The TRANSPORTATION DEVICE works by converting **matter into energy patterns**. This provides an interesting experience for the transportee. It has been described as a **paralysing feeling** and a slight **feeling of nausea**.



# B

## AMB RECORREGUT Corredors Ponts

Si piensas antes de empezar puede que no salgas  
el primero  
pero si el más rápido

# 1

## **CORREDOR NATURAL**

**Petra. Jordània**  
**USA**



## **CORREDOR + ACTIVITAT**



**comerç**  
**art**  
**lleure**  
**efectes especials**

## **CORREDOR + ACTIVITAT**

**zona comercial**

**Vittorio Emanuele. Milano**

**Galeria Gum. Moscou**



## **CORREDOR + ACTIVITAT**

**passarel·la**

Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid



## **CORREDOR + ACTIVITAT** **memòria**



## **CORREDOR + ACTIVITAT** **pinacoteca**

**quadres**  
**frescos**



## **proximitat de les peces** **escala**



## **el sostre**



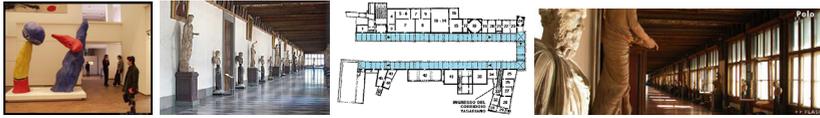
## **frescos** **grans murals**

**Diego Rivera. Palacio Nacional**



## **CORREDOR + ACTIVITAT** **escultures**

**Museu Miró**  
**Galeria degli Uffizi**



# **CORREDOR + ACTIVITAT** **museu**

**Historia natural**  
**Vitrines curiositats**



# **CORREDOR +** **ACTIVITAT** **biblioteca**

**El Escorial**



# **CORREDORS VIRTUALS** **jocs perspectius** **infografies**

## **jocs perspectius**

**Mesquita. Còrdova**

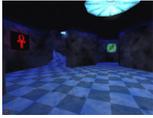
**Sala dels Miralls. Versailles**



## **Infografies.**

## **escenografies**

**Quake**  
**Resident Evil**



**CORREDOR +  
FX**

**efectes de vent  
efectes de vista FX  
efectes de vent**



**FX**

**efectes de vista**



**2**

**PONTS A LA NATURA**

**skywalk**

**Arches Park. Utah**

**Monteverde. Costa Rica**



**PONT**

**ENTRE EDIFICIS**

**skywalk**



# C

## L'EXTENSIÓ DEL MAR I CEL

Rodrigo de Triana



## Mar a la vista

### FONTS

<http://sigma957.suddenlaunch.com/index.cgi?board=rek&action=display&num=1046576482>

<http://www.climbpa.telerama.com/lostcrag.html>

[http://adventure-costarica.com/viajes/parques\\_nacionales/monteverde.htm](http://adventure-costarica.com/viajes/parques_nacionales/monteverde.htm)

<http://www.stat.yale.edu/~gl63/photo/scenic/arches/>

<http://www.mexico-info.de/riviera.html>

<http://www.duke.edu/~sej5/escorial.html>.



**AR4053HPA-HOSPES PALMA.** Ampliació Maricel, Recerca  
**01RECUPERAR L'ORIGEN** cat. Data 270405.

Es mar, sa costa, els pins. L'illa de Mallorca i la seva configuració originària. Si l'home no té el poder absolut ha de manegar-se dialogant amb la natura. Però quan s'arriba a un grau de control reduït a l'ordeno i mano, tant del gust de l'home actual, no acostumen a sorgir relacions memorables. L'home cada vegada s'escarrassa menys a escoltar el que l'envolta, no ho acostuma a trobar necessari.

A les diferents estratègies que s'han seguit a l'Hotel Maricel per reformar primer, i ampliar-lo ara, s'ha intentat recuperar situacions naturals originàries memorables. Recuperar EL MAR. Recuperar EL BOSQ.

L'Hotel Maricel es va construir el 1948, dins de la primera sèrie d'hotels especialment dirigits als 'turistes'. A partir de la seva situació privilegiada, l'edifici original s'acostava

al mar extenent terrasses a la manera de grans graons. Aquest anar baixant va provocar que a l'edifici li creixessin els baixos i apareguessin estances semienterrades que miren al mar, perforacions postroglodítiques que ens remetien a les baumes i a les coves mediterrànies. Però no deixava de ser una construcció que s'establí enfrontada al mar amb la seva avantguarda de terrasses i cortina d'arcades.

A la primera actuació de reforma es va voler recuperar una relació més natural amb el mar... Entres a l'hotel i te n'adones que ets davant una successió de bambolines, escenografia de portes esmunyedisses i parets a portell que s'aparten rítmicament per a que entri el mar. La nova distribució tamisa la llum del sol i el reflex del mar, iniciant un recorregut d'intensitat creixent que aprofitant les terrasses exteriors i girant la piscina vol recuperar la referència dentada de la costa rocosa. RECUPERAR EL MAR per a que tot l'edifici s'hi amari.

L'ampliació està dirigida a annexonar dos solars situats front a l'edifici original, a l'altre costat del carrer i per tant en segona línia de costa. Aquesta ampliació vol reforçar la importància de l'edifici original com a porta d'entrada noble i establir una forma d'accedir a les noves àrees que recuperi la referència al bosc i sigui capaç de generar un context alternatiu al que envolta aquesta nova àrea. La situació vol flirteig i es reinterpreta la connexió com una vall que s'obre pas entre marjades buscant els solars a annexonar. Murs de pedra seca negocien amb les terres l'espai a ocupar. A vegades es tanca el tracte simplement amb talussos, d'altres, de la mateixa manera que l'edifici original buscava el mar amb graons solàrium, aquesta vall s'aterrassa amb marjades que ens condueixen fins perdre de vista tot el que ens envolta, ja no som a un ambient urbà, estem enmig d'arbres i cel. RECUPERAR EL BOSC que creix a un torrent inventat que ens porta en direcció inversa al mar, un recorregut informal, un fragment de meandre d'un riu de vegetació que forada les parets allà on gira, baumant la terra. A través d'aquestes erosions de la topografia accedim als nous edificis que s'enfilen en talaies disfressades d'habitacions des d'on avistar el mar. Seguint la dinàmica dels murs de pedra seca, que formen les marjades i aixequen les noves construccions, recreem un bosc de pins i tornem a veure el mar que ens donava la benvinguda a l'edifici original. La pròpia illa.





previs

**01MELTING POT** cat. Data 081004.



Escollir i seleccionar vs. dissenyar i fabricar.



L'estratègia passa per potenciar l'autoritat del cuiner per a seleccionar elements relacionats amb la cuina i evitar la projecció no genuïna cap a un altre món fora de la seva jurisdicció estricta. Selecciona, escull entre el millor que ja hi ha.



DI4063CU-COBERTS ADRIÀ. País Semanal Cubiertos  
28MI CUBERTERÍA IDEAL cas. Data 070607.

¿Mi cubertería ideal? La óptima

Mi cubertería ideal es una reunión de piezas variopintas, sin atender a ningún orden de forma, material o color, simplemente a alguna excelencia en su uso... o a su capacidad para alguna evocación agradable. Independientemente de la colección a la que pertenezcan, cuando descubro una pieza óptima la fijo y la pongo a jugar en mi equipo de cubiertos. Lo único que tienen en común es que son adminículos para comer y además son óptimos. Cada uno de su madre y vaya uno a saber de qué padre.



Si piensas antes de empezar puede que no salgas  
el primero  
pero si el más rápido



**27LA CRONOLOGIA DE FRANKIE cas. Data 251006.**

**081004 Melting pot.** Y todo empezó viendo que había muchos cubiertos hechos a lo largo de la historia. Y muchos estaban bien. Nos asaltó la gran duda acerca de la estrategia a seguir: diseñar y fabricar, que era lo que se esperaba de nosotros, o bien escoger y seleccionar, aceptando que la parte del trabajo que nos tocaba a nosotros quizá ya estaba hecha. Se propuso lo que se dio en llamar la cubertería óptima, es decir escoger el mejor cubierto, independientemente de su marca o diseñador, para cada comida y juntarlos todos en una colección. Todos distintos en su diseño, todos igual de óptimos. Un melting pot.

**141004 Una història de coberts.** Pero claro, pareció que no íbamos a hacer nada y además nos interesaba el tema. Nos pusimos a investigar qué era eso de los cubiertos. Para empezar descubrimos que desde una perspectiva occidental primero fueron las cucharas, luego el cuchillo, más tarde un segundo cuchillo para que no se escapara el filete del plato y solo después apareció el tenedor.

**191004 D'ordre, límits i singularitat.** A la vez que enredados en cubiertos, estábamos pensando en boles y recipientes de servicio. Por ello trabajamos el lugar de las cosas en el plato, en la bandeja, y de qué manera van desapareciendo del plato (hacia nuestra boca) o de qué manera va quedando abandonado en la bandeja lo que nadie se toma. ¿Alguien se ha fijado en el aspecto de una mesa en la que la comida ha finalizado pero que aun conserva los platos? Repasad las fotografías, repasad. En este momento también tratamos el problema que supone la fabricación seriada cuando pretendes una pieza verdaderamente singular. A todos nos gusta tener algo distinto.

**101004 La presentació a FA.** Bueno, había que presentar nuestras pesquisas y propuestas al señor cocinero Ferran Adrià (a partir de ahora FA). Nos plantamos en su laboratorio con una colección que habíamos hecho con anterioridad y que denominamos como Técnica pero le presentamos la Colección Óptima de la que hemos hablado más arriba. También hablamos de boles y superficies de servicio.

**151104 La reunió-Frankenstein.** Esta vez quedamos en nuestro LAB, nuestro taller. Teníamos una cantidad nada despreciable de cubiertos de todas la medidas, bastantes materiales (aunque el rey era el acero) y no pocos colores. Estaban extendidos sobre las mesas y nos pusimos a toquetearlos con la ayuda Marc Cuspinera y Damián García Puig por parte del equipo de FA, Miquel Cunill, orfebre, y Neus Canals. Marc defendía, imitando a un voraz sorbedor de sopas,

que se tenía que estudiar el uso de las piezas y ponía en duda la tendencia actual a aumentar el tamaño de los cubiertos. Por ahí alguien decía que había que asociarle un concepto a la pieza, que bastaba con que fuera bonita y sencilla però con alguna idea detrás. Otros simplemente ayudaban proponiendo que fuera la mejor cubertería del mercado. Muy bien. Como iba ganando enteros, por productivo y divertido, la opción de estudiar las piezas se fue comentando como esta era cómoda, como la otra tenía un tamaño adecuado, como la de más allá tenía un peso ligero... Sí, todo eran buenas cosas, pero juntas en una sola pieza abocaban a una imagen de Frankenstein. Era una pista.

**161104 El que estem menjant.** Aparte de haber recopilado una colección de piezas destacables empezamos a mirar a nuestra realidad más cotidiana. Ahí apareció el mundo de los menús, de la comida rápida, de las cenas íntimas y las grandes comidas de festivos... o las visitas a un restaurante con estrellas Michelin. De ahí tomamos desde distintas formas de encarar la ingesta de un plato a los diferentes adminículos que usábamos según el lugar, el tipo de comida, incluso la hora del día... También nos fijamos en el menú própiamente dicho: qué se come en prisión, cómo te introducen el suero en el hospital, qué te ofrece el restaurante de la esquina cada día al mediodía.

**221104 Evolució de les espècies-Part II.** Bien, había que buscar las características de las nuevas piezas, por que sería deseable utilizarlas. Entonces nos propusimos mirar hacia la manera en que distintas culturas manipulaban los alimentos a la hora de comer (feng shui, kashrut...) y también si había que plantearse el comer de una forma distinta platos conocidos. Quizá cuchara-cuchillo-tenedor no eran las piezas óptimas para algunas actividades alimenticias determinadas (una esponja ¿para tomar la salsa sin engordar?).

**101204 Reinventant la sopa d'all.** Con la comida no se juega, lo teníamos claro. Decidimos definitivamente ir en la búsqueda de características modelo en las cuberterías que en el mundo son. Analizar las mejores piezas para extraer sus características. Parecía una forma razonable de reinventar la sopa de ajo.

**151204 Guió presentació-Coberteria de fusió.** La fusión era un nombre malo, pero describía el proceso que habíamos seguido. Unos análisis técnicos llevaban a una pieza perfecta en proporciones y forma, pero un tanto sin alma. El buscar referencias y características a otras piezas, una suerte de mestizaje, le insuflava un poco de espíritu vital. Entonces: forma pura + mestizaje = nuevas cubertería.

**151204 \*Fusió Ganivets.** Y para explicarlo hicimos un power point.

**151204 \*Coberts a l'espai.** No solo investigamos cubiertos o usos de otras culturas sino que nos propusimos considerar cómo en una situación extrema, físicamente lejana a nuestro día a día terrenal, se encaraba el proceso de comer. Como la investigación

dio un resultado basado principalmente en imágenes nos decidimos a repetir la experiencia del power point.

**201204 Reunió-Neobarroc.** Aquesta vegada FA ens rep a una capelleta que té dins el seu laboratori, bé capelleta o sala capitular. Impressionant. És mira les peces i apunta que potser són una mica pel client de Vinçon però que a ell també el coneix la Tieta Maria que mira el Cor de la Ciutat. També les vol com a clients. Inspirar per la sala, amb les parets folrades de fusta tallada, se li desperta la memòria d'un hotel d'una ciutat llunyana on ha estat i surt amb el tema del barroquisme, de l'ornament. Llavors va aparèixer la idea del gravat, del tatuatge com una manera de tractar la superfície dels coberts. Posa'm uns estampadets a la cullera, maco.

**240105 Llista de Gadgets.** En momentos de embotamiento es bueno irse muy lejos, pero no a meditar sino a actuar. Empezamos a elaborar una lista de posibles gadgets, adminículos superespecializados en algún lance del arte del buen comer. Había dos grandes grupos, los que provenían del ingenio y los absolutamente disparatados y dignos de ser publicados en el TBO. Los primeros pretendían resolver sin complejos desde comer una sopa hasta controlar la temperatura de los preparados. En el grupo de los excéntricos primaba la unión de comida inverosímil con mecánica jerigongorina.

**010205 Memòria coberts.** Como hay que cumplir con la prensa tenemos que redactar una memoria a la que llamamos la Cubertería Infusa, por aquello de que mezcla un proceso fundamentalmente técnico con múltiples roces con la tradición, esta relación le da un aire humano a las piezas.

**010205 Gadgets.** Buscamos gadgets presentes en el mundo de la cocina, elaboramos una lista que va desde el servidor de spaghetti al sacacorchos.

**210205 \*Parar la taula.** Rebuscando pistas alrededor de la posición de los cubiertos dedicamos unas jornadas a estudiar el protocolo de poner la mesa. A ver qué sale. Bueno, como mínimo aprendemos buenas maneras.

**220205 Frankenstein de Luxe.** Iniciamos una tentativa de definición, hacemos frases, buscamos adjetivos y recorremos la anatomía del monstruo.

**220205 La definició.** Al final damos con una definición que tiene un poco de diccionario y no mucho de rumor. Recoge por ahí. Es de esas definiciones que ayudan al proceso de construcción, porque vas haciendo y té gusta saber qué diantres es lo que tienes entre manos. Si es una bomba puede explotar.

**210505 CV Faces MDM.** Por aquello del glamour del creador, palabreja que tenemos vetada en l'EQUIP, nos piden una semblanza de quienes somos. La primera tentativa para Miquel de Mas decía así como que *Jo abans no parlava gaire...*

**210505 CV Faces XCL.** Lo mismo para Xavier Claramunt, que entre provocador y desastre afirmaba que *No tinc nevera...* para acabar,

después de enumerar los mil y un horrores de cualquier suegra, con total desfachatez diciendo que *...es diu adaptabilitat*.

**060606 CF Faces combinat.** No parece conveniente describirse por separado y nos piden que lo combinemos y además lo comuniquemos en esas dos lenguas que practicamos tan a menudo. No pinta bien.

**140605 Cada persona compta-I van 9.** Como no estaba claro el porqué del número de las piezas empezamos a trabajar con grupos no usuales. ¿Por qué la unidad es dos? ¿Por qué media docena? Encontramos modos de contar el mundo con innumerables bases distintas al 10 o al 6. Se convirtió en una reflexión entre económica y social acerca de cómo se vendían las piezas, en grupos de qué número.

**140605 \*El número 9.** Para explicarnoslo mejor elaboramos un power point con formas de contar que en el mundo han sido. Era un trabajo ligero, sin pretensiones científicas. Como no sabíamos mucho sobre el tema una simple recopilación de cromos nos dio pistas. Vaya pistas.

**140605 \*La capsula.** Si había polémica sobre la agrupación mínima y máxima, imaginaos sobre como viajaban hasta los clientes. Que si cajas, que si estuches... Aquí no nos hicieron mucho caso. También era un power point, solo para nuestros ojos. Un trabajo interno.

**210905 CV Faces 2.** Como no había manera que les gustaran las semblanzas que proponíamos de nosotros mismos tuvimos que seguir trabajando en nuestra definición. Aquí ya solo proponíamos descripciones conjuntas, para uno decía Yo soy Francesc Xavier Claramunt Domènech: en marcha. Para Miquel había un modestísimo Nací en Barcelona hará unos 30 años: bueno. Pues tampoco les gustó.

**210905 Definició de la col·lecció.** Aquí aparece por primera vez el nombre de *Frankie*, que al final acabará perdiendo la e para quedarse en un simpático *Franki*.

**260905 CV Conjunt.** Volvemos a la carga con nuestra semblanza y esta vez un *Nacieron hace 40 y 30 años respectivamente*... augura un solemne fracaso comunicativo.

**260905 Neus define.** Definitivamente los empresarios estrictos toman las riendas y lo resuelven de un plumazo palmípedo al son de *Comparten estudio desde hace años*...

**291105 Querida Anatxu.** Aquí nos ponemos en contacto con una amiga de la prensa, especialmente arquitectónica, y le enviamos una carta para darle a conocer a Franki e invitarla, como quien no quiere la cosa, a la presentación que se iba a llevar a cabo en Madrid, capital de España.

**261006 La cronología de Frankie.** Ese soy yo.





**AR4077MB-BEIJING. Zona comercial-Metro de Beijing**  
**02TRES TIPETS, UN INDUSTRIAL, UN CONSTRUCTOR, DOS**  
**EDIFICIS, UN PAÍS** cat. Data 210705.

El saben aquell que diu que eren tres tipets, un xinès, un d'Igualada i un de Santvi. Tots tres eren arquitectes. El de Santvi ho era des de feia quatre dies, el d'Igualada ho era a banda d'altres coses i el xinès ho era a la Xina.

Llavors apareix un industrial de Caldes de Montbui, tradició, que mou la seva producció a Xina, innovació. L'arquitecte que ho és a banda d'altres coses va fer una pica-rentamans per aquest industrial, i això va ser l'inici d'una *beautiful friendship*. Aquesta relació tan encertada va cridar encàrrecs per a unes botiguetes de salut i bellesa per a Bath Time, uns hotelets certament exclusius per a Hospes, un concessionari per a la BMW (finalista dels FAD 2005) i el més important, un viatge a la Xina.

Formar part del seguici d'un empresari pot voler dir sessions de gimnàs a les 5:00 AM, sí, cinc de la matinada, i footing a hores intempestives. Però sobretot pot voler dir conèixer el país des d'una vessant de màxima activitat, moral apart, i una propina d'ètica. Inconvenients, l'apart i la propina, clàssics acompanyants dels pioners i aventurers.

Abans de continuar, seria útil recodar el fet de que ja des de feia temps, l'arquitecte que ho és a banda d'altres coses, sopava i dinava sovint amb un constructor del Vallès al que sempre recordava amb entusiasme la idea de construir a Xina. Tant va insistir, que un bon dia, el constructor li va presentar un xinès, el que és arquitecte a la Xina.

Doncs, sabut això, durant el viatge amb el de Caldes a la Xina, l'arquitecte que ho és a banda d'altres coses va trucar el que ho és a la Xina, per a veure's. Ja se sap, aquestes coses volen el tu a tu. D'aquesta manera, el d'Igualada aterrra a un lloc anomenat Hángzhōu i l'altre li envia un cotxe per a recollir-lo a l'aeroport. Com acostuma a passar en territoris desconeguts que ja tenen amo, el nouvingut es deixa portar.

El que ho és a Xina, presenta l'occidental rosset, blanquet i de bon any, com a representant de la BMW, excel·lent exemple de fantàstica gestió d'una informació de provada realitat i bastanta verosimilitut. Així, vestit d'aquesta guisa, el tipet d'Igualada assisteix a reunions amb representants del Govern, sopars on es brinda amb profusió, *gan bei!* ('brindar',

literalment 'deixar el got buit'), i s'aplaudeixen les propostes que agraden, clap, clap, clap!

De tornada a Barcelona, el d'Igualada pensa que deu ser veritat allò que diu que *amor de lejos, amor de pendejos*. I llavors, busca que buscaràs va trobar una persona, el de Santvi, l'arquitecte des de feia quatre dies, per a establir una seu estable al nou país. I ja tenim tots els personatges.

L'objectiu dels tres tipets és construir edificis a l'ús de la terra, és a dir ben grans. En una mescla d'arquitecte, aventurer, catalitzador, consultor i visionari, l'estratègia dels tres tipets es que aquest edificis, de dimensió ben adequada a la dinàmica imperant, siguin pagats a parts iguals entre un promotor xinès i un d'estranger. Centres comercials, espais d'oci, hotels de luxe... Tot amb un nivell de qualitat europeu. El de Santvi marxa a la Xina i comença a fer més hores que un rellotge. Primer se n'adona que s'ha de *gan bei!* molt, reunir-se, menjar, reunir-se més, escoltar amb atenció per a entendre d'aquella manera, però sobretot agafar les targetes que et donen amb les dues mans, mirar-les i demostrar gran interès en elles.

Tot aquest frenesí porta a uns projectes d'unes escales a mida del país que és Xina. Hotel de Luxe de 250 habitacions; 90.000 m<sup>2</sup> d'habitatge a Chéngdū, capital de la província de Sìchuān; 45.000 m<sup>2</sup> en quatre centres comercials sobre sengles estacions del metro de Běijīng; 150.000 m<sup>2</sup> d'ús mixte a Hángzhōu, i, traca final, cinc petites illes sense construir però esperant uns hotelets de luxe i les seves platges, que tampoc hi són, a Shēnzhèn, al costat de Hong Kong.

Els moviments per a gestionar aquests projectes estan plens de perplexitats i inèdits procediments, mai prou entesos des de la nostra perspectiva que deu pecar d'occidental. Per arribar a treure'n una mica d'aigua clara el de Santvi va investigant els usos i costums de les gents del país, com el misteriós cas de les cases nord-europees.

Arribat el que ho és des de fa quatre dies a Xina, a les vores d'una carretera pròxima a Hángzhōu, una ciutat bastant gran molt pròxima a Shànghǎi, la més gran de totes, veiem unes cases ben peculiars i d'estil més propi de neus nòrdiques. Són grans i a quatre vents, però separades només 1 metre i mig entre elles. Preguntem, i descobrim que són cases de 300 m<sup>2</sup> per a una família de tres membres. Atenció. Arriben a tenir fins a quatre o cinc pisos. Desmesurat. Moltes de les habitacions no són mai utilitzades. Inexplicable. Tornem a preguntar, i descobrim les raons darrera de tanta generositat espacial. L'ús de construir una casa de dimensió tan poc ajustada al nombre i

viure dels seus habitants respon a la seguretat positiva d'una futura expropiació. Interessant. Donat que la indemnització bé directament relacionada amb la quantitat de metres afectats, aquí els tenim tirant metres alegrement amb la perspectiva d'una bona morterada quan els facin fora d'allí. Implacable forma de projectar el futur sobre el present. Oído cocina.



**AR4077MB-BEIJING. Zona comercial-Metro de Beijing 01EN**  
**PEKÍN, ARQUITECTURA IMPERIAL cas. Data 010505.**

Nos encontramos dentro de un entramado de callejuelas y patios, en un lugar que ya hace más de mil años que fue pensado para ser habitado. La vida transcurre apaciblemente entre muros y pequeñas casas de un solo piso, también entre palacios y jardines. Las jerarquías y el tiempo, como no, construyeron un laberinto, de orden cartesiano y misterioso equilibrio de llenos y vacíos.

Sólo através de la trama mayor del enjambre puede el presente penetrar en el viejo Beijing, justo donde nos encontramos, en un cruce de caminos mayores que llegan desde un lugar ajeno: el nuevo Beijing, el de los dos sistemas (y un país) y el 2008, el de la nueva corriente de compradores ociosos, llegados desde las tiendas de moda internacional de las calles del oro y la plata, y el de los corredores subterráneos desde los que desembarcan turistas y nuevos y viejos beijineses, para perderse por el otro mundo, el del tiempo congelado.

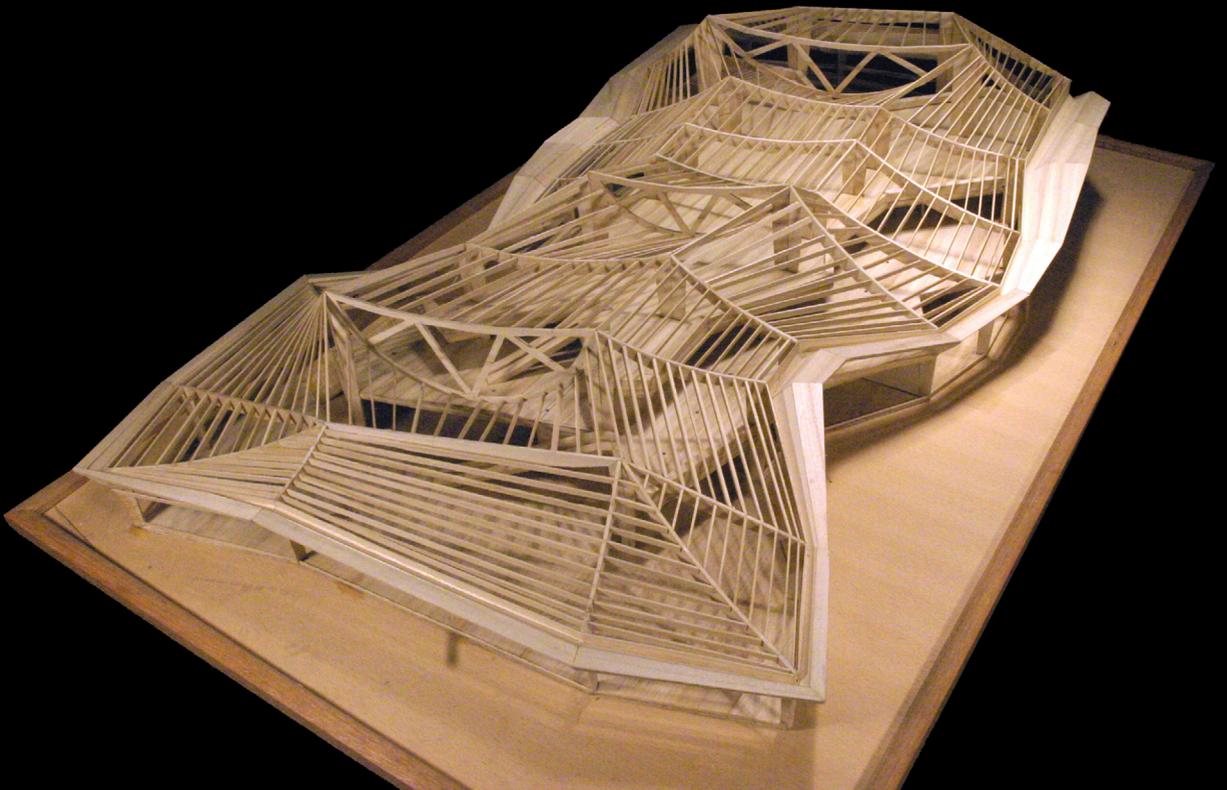
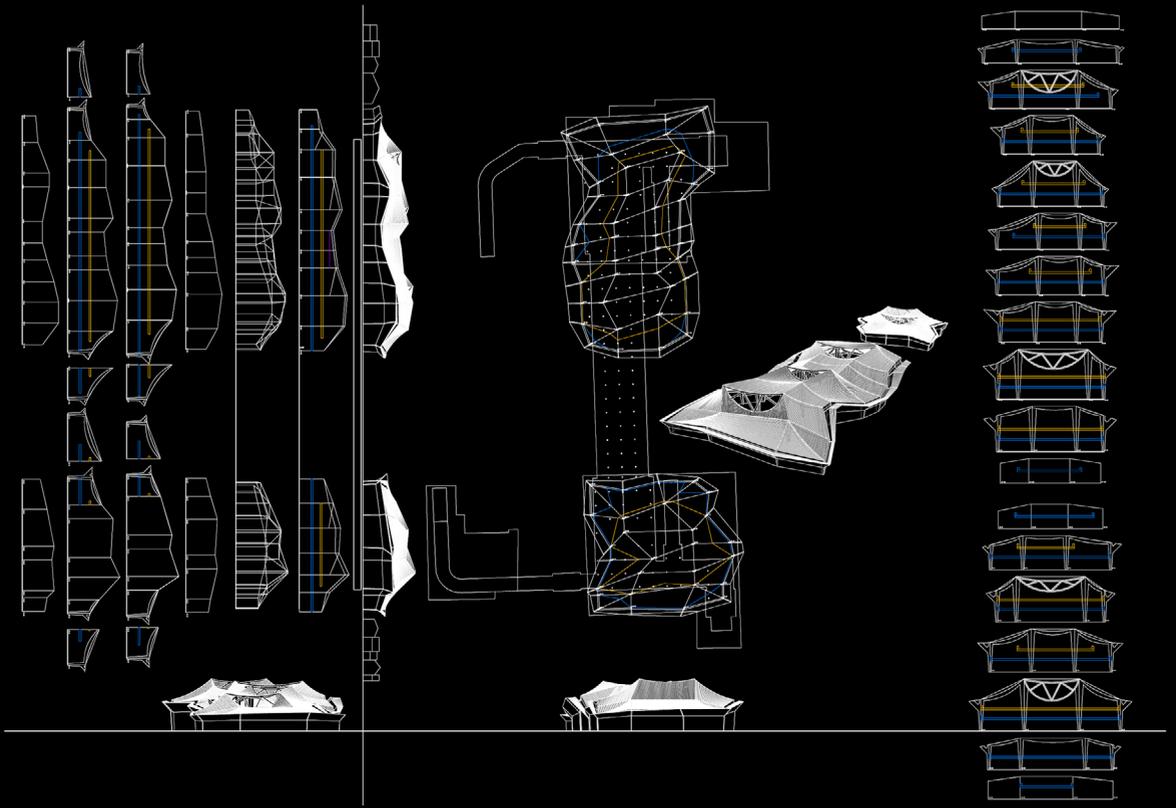
Ahí nos encontramos, rodeados de las más diversas voces y opiniones, hasta que la del más poderoso (que, como pasa en occidente, no es necesariamente la del más sabio) nos da lo que acordamos en llamar una pista: estamos en Beijing, el edificio ha de encontrar en la arquitectura imperial su inspiración.

Obedientes como somos, redibujamos el perfil del Pavellón de la Harmonía Suprema (¿cuál si no?) de la vecina Ciudad Prohibida, con las puntas de la cubierta ligeramente levantadas para hacernos creer, tal vez, que allí en oriente las que parecen pesadas cubiertas de teja, son en realidad ligeras como una sábana tendida. E ingenuos como somos lo creímos, hasta que una de aquellas voces y opiniones diversas, tan propias del lugar como el propio pavellón, nos dijo que no, que dejáramos de crearlo, que era mentira.

Y el perfil redibujado, sabiendo ya que de sábanas nada, lo

utilizamos para generar la forma del edificio; sólo hacen falta nuevas reglas. Y esta vez las encontramos desoyendo con mucho disimulo la voz que ordenaba que en *Pekín*, arquitectura imperial, y atendiendo al tejido de ciudad que nos rodea, al laberinto *hutong*, con sus ritmos cambiantes y su orden oscuro. Sobre las líneas invisibles de lo que hubo antes de que un gran agujero nos dejara ver las entrañas de la ciudad, el nuevo sistema de pórticos, de esforzada *suprema armonía*, busca sus puntos de apoyo y conexión con la estructura de los sótanos. Los pórticos zigzaguean en planta obedeciendo a los ritmos de la ciudad antigua y se desarrollan en sección según el perfil del palacio, generando así la forma final del edificio.

La nueva trama da lugar a luces principales que van desde los nueve a los veintiocho metros, y a luces secundarias que oscilan entre los seis y los doce. En las luces mayores una viga en celosía sustituye a la habitual viga de canto de madera. En esos casos se aprovecha la aparición de los cordones superior e inferior para generar una discontinuidad en la superficie de la cubierta y dar lugar a unos grandes lucernarios orientados a norte, junto o bajo los cuales la gente es conducida a través de grandes y luminosos vestíbulos y escaleras mecánicas. Desde esos puntos en los que separamos la atención de camisas, chaquetas, pantalones, relojes, gafas de sol y etiquetas, vemos la cubierta deslizarse sobre los dos forjados bajo los que se cobijan las tiendas y demás. Puede uno tomarse un respiro.



AR5007AL-ALFAFAR. Auditori, casa de cultura i aparcament



\*01ALHOFRA cat. Data 050405.



## 1. ALFAFAR

*Hofra*

## 2. L'ALBUFERA

*Ullals*

*Al hofra*

(àrabe)

**'Lugar hondo, de hoyos o fosos.'**

*Ullals*

**'Ressurgència aqüífera de gran potència en forma de forat rodó d'un diàmetre d'alguns metres a més de cinquanta, oberts en les planes al·luvials, a la zona de contacte amb les terres calcàries.'**

# 1

## ALFAFAR



Latitut Nord **39° 25´ 20´´**  
Longitut Oest **3° 17´ 50´´**



a **5 Km** de la ciutat de **VALÈNCIA**  
**COMARCA** de l'**HORTA SUD**  
**SUPERFÍCIE 10 km2**  
**EDIFICAT 10%**  
**19.430 HABITANTS**

superfície plana i fèrtil: **REGADIU**  
predomina l'**ARRÒS**

## *Hofra*

### DEPRESIONS HIDROGRÀFIQUES AL SAHARA

[...] si se trata de una hoyada que tiene forma de cubeta, y que posiblemente sean las más abundantes, se las conoce con el nombre de **Hofra** [...]

## *Al hofra*

(àrabe)

'lugar hondo, de hoyos o fosos'

**Al hofra>alfolfar>alfofar>alfafar**

# Alfatar

Aquestes fosses segueixen apareixent al realitzar obres...

A la plaça del País Valencià van aparèixer **GALERIES** a una profunditat de **4 a 5 metres** amb ceràmiques dels ss IX o X...

Plaça del País Valencià  
Poder **TERRENAL**-poder **CELESTIAL**



1912

Les forces vives i el naixement de l'aigua



La plaça a l'actualitat  
**Bon nadal**



Nostra Senyora del  
**DO**



Origen en una **ALQUERIA** musulmana

alqueria.

(Del ár. hisp. alqariyya, y este del ár. clás. qaryah).

1. f. **CASA DE LABOR**, con finca agrícola, típica del Levante peninsular.
2. f. [caserío](#) (conjunto reducido de casas).

## alqueria

[s. XIII; de l'àr. hispànic *al-qariya* 'llogaret', 'mas']

f 1 Antigament, conjunt de cases de conreu d'una heretat.

2 Casa de camp amb terreny de conreu, especialment de **REGADIU**.



**1932**  
**Centre Agrícola**



**La biblioteca, antic sindicat**



**Palau dels comptes de Romrée**  
**...Edgar Neville Romrée**



**Preparant la**  
**MASCLETÀ**



**1926**  
**Carro de la Murta**



**Tir i a gat**



**ANYS 60**  
**Garrafes d'aigua**



**Safareig per rentar les cavalleries**



# 2

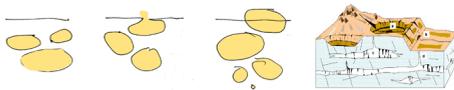
## L'ALBUFERA

### *Ullals*

'**Ressurgència aquífera** de gran potència en forma de **forat rodó** d'un diàmetre **d'alguns metres a més de cinquanta**, oberts en les planes al·luvials, a la zona de contacte amb les terres calcàries.



# 3



**Sortida no**

**forçada**

**RESSURGÈNCIA**

**SURGENCIA**

**UPWELLING**

Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid

**ressurgència**  
**[de surgència]**

**f GEOMORF En un relleu càrstic, reaparició de les aigües infiltrades o absorbides.**



**Sortida forçada**  
**EXTRACCIÓ**



http://agilciudad.com/alfafar/historia.html  
<http://www.sahara-mili.net/afondo/terreno.htm>

...

**ANNEX**  
**Endèmics en vies d'extinció**



AR5007AL-ALFAFAR. Auditori, Casa de Cultura i aparcament



\*05MEMORIA AL HOFRA cas. Data 250505.

# Al hofra MEMORIA LAS FALLAS



# EL BOSQUE



# ÁRBOL

EL ALGARROBO



# ARBUSTO

MIRTO, ARRAYÁN, MURTA

Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid



# LAS ACUÁTICAS

## LA ALBUFERA

Espiga de agua, Espiga d'aigua, Llengua d'oca

*Potamogetum natans L.*



Lenteja de agua, Pa de granota

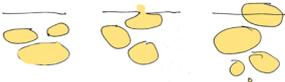
*Lemna minor L.*



# LA TIERRA

## La albufera

## Los ullals



# EL

# LUGAR

## Alfafar

### Al hofra

(árabe)

‘lugar hondo, de hoyos o fosos’

Al hofra>alfolfar>alfofar>alfafar

## Alfatar



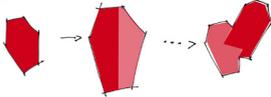
# LOS ESPACIOS El edificio

## 01

## AUDITORIO

La forma ideal no quiere paredes paralelas, el espacio humano necesita de una dimensión adecuada.

Duplicar, conservar, la singularidad.



# UNO, DOS? XICOTET? GRANDE?

# 02

## GALERIA

### EDGAR NEVILLE

Una galería que es a la vez acceso, abriendo la posibilidad de entrar viendo. Su cuerpo gira y su recorrido se levanta protegiendo un acceso al complejo.  
Recorrer la singularidad.



**IR?**

**RECORRER?**  
**ESTAR?**

# 03

## SALA DE EXPOSICIONES

Buscar una luz celestial que jerarquiza el espacio entronizando su centro. El observador danza alrededor en una posición sin burladero, tan expuesto como los objetos que pretende adorar.  
Participar de la singularidad.



**ADORAR?**

**MIRAR?**  
**APRECIAR?**

# 04

## BIBLIOTECA

Luz para la lectura, penumbra para la conservación de los libros... Y la distancia razonable entre uno y otro. La unidad se multiplica en vez de hacerse mayor. Conservar la singularidad.

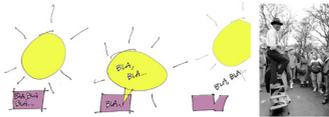


**LEER?  
ORDEN?  
MEDITAR?**

# 05

## SALAS DE CONFERENCIAS

El conferenciante en su altar, iluminado por la luz del Sol, en dos salas con distinto aforo para conseguir el ambiente adecuado a la cantidad de público. Adecuarse a la singularidad.



**INFORMACIÓN?  
PROSELITISMO?  
SEDUCCIÓN?**

# 06

## CAFETERÍA

Punto de encuentro, acceso y cruce de todos los caminos. El lugar desde el que, por el que y en el que...  
Concentrar actividades.

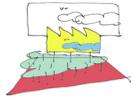
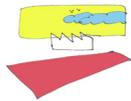


**PUERTA?  
ENCRUCIJADA?  
ORIENTACIÓN?**

# 07

## ADMINISTRACIÓN

Centro de operaciones pero segregado de las circulaciones interiores, sobrevolando el lugar y protegiendo el acceso.  
Dar un servicio anónimo.



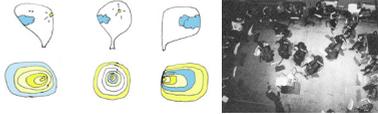
**NEGOCIO?  
SERVICIO?  
BUROCRACIA?**

# 08

## SALAS DE ENSAYOS

Espacios sin referencias, las personas establecerán serán libres de situarse como centro. La única guía está fuera del nivel de trabajo: la entrada de luz natural.

Ser la singularidad.

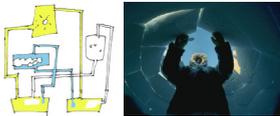


**DIRIGIR?**  
**CONCENTRAR?**  
**GUIAR?**

# 09

## SALAS DE REUNIONES

Reunir alrededor para que todos miren a todos y conservar una distancia adecuada. El lucernario está concentrado, perseguir el consenso y el aislamiento del exterior.



**ESCUCHAR?**  
**AISLAR?**  
**REUNIR?**



05MEMORIA AL HOFRA cas. Data 250505.

Bien de mañana, Octubre, la Tauleta, José María Morales y el Doctor Ferran miran con ojos enlagañados, cabezas alborotadas y caras apelmazadas cómo unos espacios singulares se reparten escurridizos por el interior de un bosque urbano que acaba de surgir en el descampado donde hasta ayer se cultivaba polvo.

El nuevo auditorio y casa de cultura de Alfafar, **desconfiado de su entorno**, se construye como espacios introvertidos que buscan la referencia en sí mismos, cuidándose muy bien de no dejar de **mirar al cielo** que se asoma entre las ramas de los pinos y algarrobos que pimpollean por lo que quiere crecer como parque. Desde el exterior, la construcción es solo parcialmente visible y busca dejar libre el solar para convertirlo en un bosque urbano, un entorno seminatural que le sirva de puerta.

Pero, ¿de dónde le viene esta vocación huidiza al edificio? *Al Hofra*, topónimo árabe que ha dado lugar a Alfafar, remite a un terreno con hoyos, de fosos... Su compañero de viaje lo descubrimos en los *ullals*, las **surgencias** de agua que afloran en la Albufera. Los primeros hacia abajo, los segundos sacando lo está guardado en la profundidad. Dos pistas que se desarrollan en una estrategia de movimiento que permite al auditorio, a las bandas de música, salas de reuniones, de exposiciones, a la galería Edgar Neville... establecer una relación de mutuo beneficio con el espacio que liberan en superficie.

El resultado es un conjunto de espacios singulares pensados específicamente para su uso, conectados por el bosque en el exterior y por una circulación oculta en su interior. Cada uno su mundo y la plaza para todos, bien pública.





AR5024LA-SANTA COLOMA. Torre d'habitatges a la llera del



Besòs \*02ELS CINC PUNTS cat. Data 260705.

# 1 LA TORRE I EL TERRA

## 2 LA TIPOLOGIA

## 3 IMATGE

## 4 TECNOLOGIA

## 5 LA HISTÒRIA

# ELS CINC PUNTS

## 1

### LA TORRE I EL TERRA

#### EL CONTACTE AMB EL TERRA

#### UNA FORMA NATURAL DE PUJAR AMUNT



#### TOT ARBRE HA DE TENIR ARRELS



#### APARCAMENT AQUÀTIC



#### APARCAMENT EN ALÇADA ANAR PUJANT A POC A POC



#### ESPAI PÚBLIC A LA PART BAIXA

Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid



**LA PRIVACITAT AUGMENTA AMB L'ALÇADA  
SITUAR-NOS PER SOBRE EL MOVIMENT DE LA CIUTAT**

## 2

### LA TIPOLOGIA

**TERRASSES DES DE LES QUE MIRAR**



**TERRASSES DES DE LES QUE ESTAR**



**DIFERENTS USOS TAMBÉ EN ALÇADA**



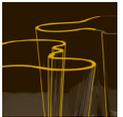
**EMMAGATZEMAR**



## 3

### IMATGE

**ONDULAR-SE PER PODER MIRAR, BUSCAR LA VISTA**



**UNA ESTRATÈGIA TRADICIONAL: EL 'CRESCENT'**



**LA FITA I EL RIU**



**PROTEGIR-SE DEL RIU**



**SITUAR-SE AL COSTAT DEL RIU**



**DESTACAR-SE DEL RIU: UNA ILLA SINGULAR**



**4**

**TECNOLOGIA**

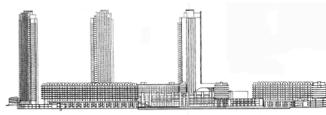


**5**

**LA HISTÒRIA**

**BARBICAN:**

**LES PLANTES INFERIORS PÚBLIQUES**



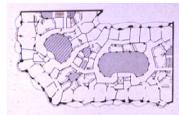
**BARBICAN:**

**ACCÉS CENTRAL + LA GALERIA PERIMETRAL**



**CASA MILÀ:**

**ACCÉS CENTRAL + GALERIA INTERIOR**



**KEELING HOUSE:**

**ACCÉS CENTRAL + DIFERENTS COSSOS**



**KEELING HOUSE:**

**DE VIVENDA SOCIAL A VIVENDA DE LUXE**



**MARINA TOWERS:**

**ELS USOS I LES ALÇADES  
LA IMPORTÀNCIA DEL TRANSPORT**



**MARINA TOWERS:**

Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid

## ACCÉS CENTRAL + VIVENDES A L'EXTERIOR



**TRELICK TOWER:**

**L'ACCÉS I LA VIVENDA**



**TRELICK TOWER:**

**LA TORRE DE CIRCULACIONS VERTICALS**



**TRELICK TOWER:**

**PASSERES DE CONNEXIÓ**



AR5024LA-SANTA COLOMA. Torre d'habitatges a la llera del



Besòs

cat. Data 270705.

**\*05FAST POWER ELS 4**

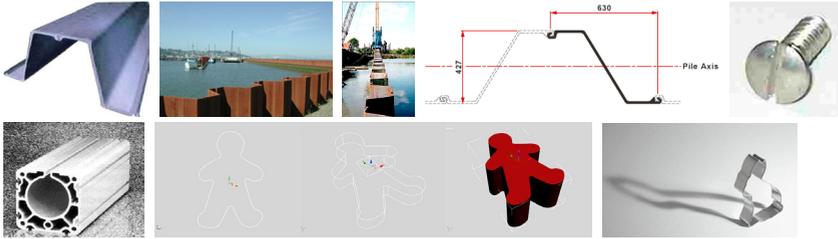
# 4 EDIFICIS

Fast power<sup>1</sup>. (Del lat. \*potère, formado según potes, etc.). 1. n. Hacer algo fast i que sigui power.

# SANTA COLOMA 1

## extrusió





## SANTA COLOMA 2

### suma



## SANTA COLOMA 3

### periscopi



## COLOMA 4

## SANTA anells





03QUÈ ÉS TOT AIXÒ? cat. Data 270706.

QUÈ ÉS?

**Galactic Suite** és una investigació per a desenvolupar la idea de construir un hotel a l'espai. **Galactic Suite** és un hotel. **Galactic Suite** és un hotel a l'espai.

D'ON SURT?: DETECTAR UNA NECESSITAT

Un dia te n'adones que hi ha tanta gent interessada en anar a l'espai com equips de científics, tècnics i empresaris proposant i desenvolupant idees per a poder-hi viatjar. Els viatges comercials de passatgers-turistes a l'espai poden arribar a ser viables en un futur no necessàriament literari. A nosaltres, com arquitectes que portem treballant intensament en establiments hotelers en els últims anys, ens ha d'interessar la possibilitat de construir establiments similars per als viatger-turistes de l'espai. Hotels per als astronautes que seran aquests viatgers. Allà on pugui anar algú necessitarem un allotjament per a poder-s'hi estar. Un plantejament així de natural és al darrera de **Galactic Suite**. S'intueix una necessitat.

LA MOTIVACIÓ : NATURALITAT vs. EXTRAORDINARI

Si encares l'ofici d'arquitecte des dels bàsics que són donar un context habitable i suggerent a l'ésser humà, no hauria de semblar estranya la reflexió sobre la necessitat d'una estructura d'allotjament temporal a l'espai : **Galactic Suite**.

Estem reconeixent el terreny ja recorregut per altres amb l'objectiu de poder obrir noves vies. L'objectiu és proposar un hotel a l'espai que pugui tenir el grau de verosimilitud i suggerència necessària per a reunir un grup d'emprenedors disposats a desenvolupar-ho comercialment.

És el primer pas. Primer va ser l'època dels descobridors, després haurà de venir la dels pioners, i per a ells s'ha de pensar un allotjament temporal. **Galactic Suite** sembla una solució natural per a una estada limitada en el temps. Més tard vindrà la residència, l'opció dels que no tindran cap raó per a voler tornar. Però nosaltres encara som gent de la nostra Terra.

I+D ARQUITECTURA

Proposar projectes que són necessaris encara que ningú els hagi demanat, i tenir la força per a desenvolupar-los fins a un cert estadi és el I+D del món de l'arquitectura. No hi ha un client determinat però sí la seguretat de que n'hi ha de potencials, és a dir que existeix una necessitat des del punt de vista social però també una oportunitat des d'un punt de vista comercial.

COM HO FEM ?

Vàrem ficar el nas als treballs de tots aquells que ja estan anant en direccions similars, des de les agències estatals (NASA, Roscosmos) als emprenedors privats (Vulcan) passant per totes les iniciatives més o menys serioses que tenen alguna relació amb la presència de persones a l'espai. Després comencen a fer nosaltres.

Primer els sentits. Sota la idea de **Feelings** estem pensant al voltant de les sensacions que podem rebre al ser a un lloc diferent del que estem normalment. Des de situacions físiques relacionades amb la gravetat (moviment) o l'absència de so (silenci) fins a construccions mentals i imatges irrealistes construïdes que poden afectar als nostres sentits.

Després la construcció. Anomenem **Under construction** tot allò que, partint de la informació que donen els artefactes relacionats amb l'espai que ha inventat l'home, tant els passats (Sputnik, Apollo) com els actius (Space Shuttle, Soyuz...) i els que encara estan en procés de gestació (Constellation, SpaceShipTwo...), investiguem sobre les proporcions, mides i ambients més o menys coneguts que poden arribar a esdevenir un hotel a l'espai.

I finalment **interiors**, una categoria que hem observat que dominen molt més que els equips que estan fent propostes per a vehicles o allotjaments espacials.

QUÈ VOLEM?

El que volem és afegir-nos al corrent de propostes i investigacions multidisciplinars sobre l'espai que hi ha a l'actualitat. Ni som els primers ni serem els últims. Volem aportar el nostre coneixement i experiència en la construcció d'interiors pensats per a les persones, omplim el buit d'altres equips constituïts principalment d'enginyers uns, emprenedors visionaris els altres. Tots necessaris en aquest estadi. Volem formar part d'aquest grup de grups, sense organització centralitzada i que es comunica mostrant les seves recerques i propostes a la red. Volem superar el 'que inventen ellos' afegint el nostre equip a aquest corrent internacional. Som els d'aquí.

El nostre objectiu és aconseguir el interès d'empreses productives, energètiques o constructores que puguin tenir un interès comercial en el futur desenvolupament obert de l'espai. Aquestes empreses haurien de tenir la suficient capacitat financera com per a recolzar la nostra proposta i poder dotar-la d'un equip més estable i que pogués desenvolupar una investigació continuada. A vegades sembla que no siguem conscients que Airbus tingui el centre més important a Toulouse, dins la nostra àrea d'influència física immediata.

COM ÉS **GALACTIC SUITE**?

Galactic Suite pren la seva primera forma estudiant les maneres actuals de pujar elements a l'espai. A partir d'aquest inici pragmàtic la **suite** es proposa com un recinte tancat comunicat amb altres recintes similars per a formar una colònia. Petits elements haurien de formar un conjunt. La línia de treball iniciada immediatament busca investigar sobre tractament de l'interior, pensat com un ambient que ha de ser totalment lliure, i de la manera en que un es podria connectar amb l'exterior: la forma de mirar. La situació de **Galactic** implica una superació dels conceptes de dalt-baix, dreta-esquerra, la pista bàsica per a seguir pensant l'interior.

És **Galactic**, que vol dir que es viu en 360 graus esfèrics, no es pot parlar de trepitjar Terra. No trepitjes, estàs.

És suite, que vol dir que hauries de ser independent, tenir un ambient perfectament autònom. Tu davant la immensitat de l'espai.



AR6010GS-**GALACTIC SUITE**. Making friends: stay!  
**66CUATRO DÍAS EN EL ESPACIO** cas. Data 010808.

*Homo sapiens: tus primeros cuatro días en el espacio*

**A.** Fecha: **2012**

**B.** Programa de la estancia: ***mens sana in corpore sano***

**C.** Reservas confirmadas: **38**

**A. Fecha: 2012**

Los acuerdos alcanzados con el constructor y los inversores permiten confirmar la fecha de 2012 como la escogida para poner en órbita el primer hotel espacial.

**B. Programa de la estancia: *mens sana in corpore sano***

Los turistas llegarán al hotel con todos los pertrechos necesarios para pasar ***sus primeros cuatro días en el espacio***, como si se tratara de la llegada al refugio más extremo de la Tierra. Pero en el espacio.

En este refugio les será ofrecido un programa mixto de meditación/ reflexión y ejercicio para aprovechar las condiciones físicas únicas que ofrece el espacio y profundizar en el conocimiento de uno mismo.

## **Día 1: llegada y aclimatación**

El turista será recibido con un cocktail energético y será invitado a entrar en sus habitaciones para dejar el equipaje, aclimatarse al espacio y descansar del viaje.

Mientras el turista descansa los miembros de la tripulación acabaran la puesta a punto de los sistemas y verificarán su correcto funcionamiento.

Después de descansar el turista y poner el pleno funcionamiento el hotel la tripulación se establecerá la primera conexión con la Tierra para saludar a los conocidos, curiosos y atender a los media que lo soliciten. Se permitirá al turista espacial presumir un poco.

Se cocinará entre todos y después de comer turistas y tripulación se retirarán a sus habitaciones para descansar merecidamente después de un primer día de excitación.

## **Día 2 y día 3: de la excitación a la meditación**

**Módulo/ habitación/ estancia 'corpore':** es el módulo en el que se podrán conocer las posibilidades del cuerpo en condiciones de ingravidez. Estos ejercicios no son necesarios para mantenerse en forma física sino que están pensados para experimentar plenamente las especiales condiciones en que se encuentra el cuerpo humano fuera de la atmósfera.

Para ello se ofrecerá al turista una cinta cilíndrica sin fin de bicicleta, el velo-ergometer, en la que podrá ejercitar piernas y brazos.

La experiencia más sorprendente que se podrá encontrar en el módulo 'corpore' es el baño en gravedad cero. Esta es una actividad especialmente diseñada para flotar dentro de una esfera transparente en la que se introducirá una burbuja de agua de 20 litros. El turista, debidamente entrenado para evitar los efectos del agua en estado de ingravidez, podrá jugar con la burbuja dividiéndola en miles de burbujas en un juego de nunca acabar. La esfera transparente podrá ser compartida.

**Módulo/ habitación/ estancia 'mens':** es el módulo más personal y donde el turista espacial podrá recogerse privadamente a descansar. También en este módulo podrá observar privadamente el universo estrellado y la Tierra así como leer, escribir,

consultar los medios de comunicación y conectarse con la Tierra. El módulo estará configurado como un seno materno en el que el turista podrá flotar en completa ingravidez.

Superficies de velcro permitirán unos movimientos controlados para poder leer o confortablemente permanecer tumbado mientras se observa el exterior. Mediante pantallas colocadas en la zona de la ventana se podrá consultar información referente a la posición y velocidad del hotel así como la búsqueda de zonas geográficas en la tierra o mapas siderales en el universo.

Mediante cámaras especiales se podrán tomar espectaculares fotografías personales que podrán ser enviadas inmediatamente a la Tierra para presumir frente a amigos y no tan amigos

## Día 4: la despedida, el último que apague la luz

Despertarse el último día puede ser de alguna manera triste pero aun quedarán no pocas salidas de Sol y sus puestas de las que disfrutar antes de abandonar el hotel. Habrá tiempo para tomar las últimas fotos pero a su vez el turista deberá recoger sus pertenencias y todo aquello que trajo consigo o los desechos que se generaron en su estancia. El hotel espacial debe quedar listo para los siguientes turistas.

Turistas y tripulación tomarán bebidas especiales y se vestirán adecuadamente para disfrutar las condiciones extremas que se darán en la reentrada supersónica en la atmósfera en la que se experimentarán fuerzas de grado 4G.

## C. Reservas confirmadas: 38

Hasta el momento Galactic Suite tiene 38 reservas confirmadas para alojarse en el hotel espacial.



AR6010GS-GALACTIC SUITE. GS at school: ISU-SOI  
58bisWHO WE ARE eng. Data 110708.

*Who we are*

01. Who we are

02. What are we doing?

### 03. The final goal

### 04. The industrial partner

#### Who we are

We are **space visionaries**. We all of us.

We are **architects**.

We work **without prejudices**, with no fear of **entering unknown fields**.

We arrived to space knowing very little about rockets, knowing very little about aerospace engineering.

We arrived as **people interested in space** and knowing about **how people want to live**.

Our duty is to **make people's** deepest and most unconscious **dreams reality**.

GS works on the **design, marketing** and **commerce** of **private space facilities**.

Two key concepts:

A **mission**: **socialize space**

A **opportunity**: the **powering force of tourism**

#### What are we doing?

The three moments of the project

01-**Space hotel**

02-Fully integrated **space tourism experience**

03-all possible leisure **experiences around space**

## 01-Space hotel

We started proposing a **hotel in space**.

We were used to **design hotels on earth**.

Hotels and tourism, both are related to the idea of **life as a dream**.

A hotel in space needs a longest chain of preparation.  
We started to work; we started to gather the suitable team.  
We found space enthusiasts and we invited them to join us.

## 02-Fully integrated space tourism experience

The next movement was to expand the space hotel into a space experience.

### An island

An island to place training facilities for the space tourist and **their families**.  
We want them to **share the experience** with their families.  
They will relax in a **natural environment** and enjoy activities such as diving, going to the beach, etc.

### A space port

A SpacePort where space tourist will undertake a 16-week physical and theoretical **training course**.

They will **experience** full-scale Galactic Suite mock-ups and simulators.  
They will be **trained** for space environment.  
They will be **prepared** to change life on earth through the experience of space.

We wanted a hotel, we found an island, and we devised a preparation process.  
Galactic Suite SpacePorts are where the sub-orbital dream has one foot firmly placed on the ground.

The present is already sub-orbital. **The future will be orbital**.  
Galactic Suite wants to make space tourism **accessible to the public**.  
But now, physical access means a SpaceShip.

### A space ship: the problem of accessing space

There is technology already developed.  
There is technology under development. The suitable SpaceShip is in that area.  
Galactic Suite is monitoring the progress of the SpaceCraft manufacturers on their efforts to develop a reusable orbital craft.  
How can Galactic Suite **help** the aerospace industry?  
We see **tourism empowering the aerospace industry**.  
Galactic Suite wants to use the **powering force of tourism**.

Tourism is a better powering source, better than war and the military interest on space.

**Make tourism, not war!**

We want people to enjoy the Galactic Suite SpaceResort. We need them to get it.

## The space resort

The space hotel as a SpaceResort has been conceived as a **refuge orbiting** around Earth.

It will be **inhabited** by alternate visiting crews and passengers.

They will be allowed to enjoy the **space feelings**.

The SpaceResort uses the most **glamorous, sensual** materials suitable for space. We do not forget that the **space tourist is a person**. And a person has **dreams**.

## 03-all possible leisure experiences around space/ related to space

Galactic Suite started as a hotel in space.

Galactic Suite now is a **global experience about space**.

Galactic Suite involves the space tourists and their families.

But also invites others to enjoy the preparation process.

Galactic Suite is an **experience about people and for people**.

Galactic Suite is bringing the **powering force of tourism** to space industry.

### The final goal

A **mission: socialize space**

A **opportunity: the powering force of tourism**

Galactic Suite is a **Company** in the emerging **space tourism industry**.

Our goal is to bring space **closer to the people**.

We want, **we need**, to make people aware that already **space is part of them**.

**Our aim is to put space in people's heart.**

Galactic Suite is one more step in the direction of **socializing space**.

Galactic Suite is like **an advertisement about space**.

Our final and most important aim is to put space in **people's heart**.

**We work for people.**

## THE INDUSTRIAL PARTNER

*It is not about money, it is about having a buddy.*

A **mission**: connect aerospace with people

A **opportunity**: the Space Agencies are not interested in space tourism.

**Now** we are at the stage of engaging an industrial partner.

GS wants an strategic partner to get the **technical viability** to build private space facilities

Galactic suite **can help**:

Powering the aerospace industry: **attract funding**

**Alternative client** from space agencies and governments

Powering the aerospace industry: **bringing space closer to people**



**AR6010GS-GALACTIC SUITE. Making Friends [FFF]**  
**27PRESENTACIÓ EADS eng. Data 041207.**

Xavier Claramunt

Good afternoon, it is ALWAYS A PLEASURE to come to Paris.  
At least this is what I'm supposed to feel.

My name is Xavier Claramunt, and I'm here, along with other members of our team, not to pay you a visit but to DELIVER A FORMAL INVITATION.

We are working on a global and NEW EXPERIENCE that involves space and people, not just astronauts and technology. Our aim is to MAKE THE SPACE AVAILABLE to the so call general public.

It is a project about leisure, about tourism, about a personal experience. But can be also a way to TRIGGER A NEW FINANCIAL SOURCE for the development of space technology.

IF THE WORLD IS INTERESTED IN SPACE, CAPITAL WILL BE INTERESTED IN SPACE.

**WE HAVE A CALENDAR**

Starting in 2007 and finishing in 2015.

**WE HAVE 3 AREAS TO DEVELOP**

- GS-Space Resort.
- GS-Space Port.
- GS-Space Ship.

**WE HAVE A BUDGET FOR EACH AREA**

- 2 Phases: each area has a budget divided in 2 phases.
- Phase 1. 2001-2012: 1.650 million €
- Phase 2. 2012-2015: 850 million €

**WE INVITE YOU TO JOIN THE PROJECT**

- You are invited to
- GS-Space port (30%)
- GS-Space ship (50%)



**AR6010GS-GALACTIC SUITE. Finance it! 68OFFER TO INVESTOR-HAMDAN AL NAHYAN eng. Data 080808.**

Offer to investor. Presentation Sheikh Hamad Bin Hamdan Al Nahyan

## **01. A HOTEL IN SPACE**

### **01. 1 THE FIRST SPACE HOTEL**

**A reality:**

- Forecast of the 2030 space tourism business
- 5 milion passengers/year
- 70.000 orbital population

**To achieve the old dream of flying: men trying to fly higher**

- Icarus: commonly known for his attempt to escape Crete by flight, which ended in a fall to his death
- Leonardo da Vinci: Codex on the Flight of Birds

Whright Brothers, made the first controlled, powered and sustained heavier-than-air- human flight  
Yuri Gagarin, the first human in space and the first to orbit the Earth  
Buzz Aldrin poses on the Moon allowing Neil Armstrong to photograph him  
Dennis Tito, the first space tourist  
And now...  
Place the first generation in space

### **The hotel will provide:**

A private room to watch the universe and the Earth  
A special module where the tourist will experience the microgravity conditions  
And a...

## **01. 2 A NEW EXPERIENCE**

Around the world in 80 minutes  
A different vision (a different vision over the planet and the weakness of the human life)  
A transcendental experience (where just a few have arrived, physically and mentally)  
The birth of the Homo spaciens (a complete new type of person)

## **02. BUSINESS CHAIN**

A complete business chain  
(from the tourist home, to an island, to the hotel in space, come back to the island and back home)

### **Spaceport**

Accommodation  
Recreation  
Technical facilities  
A place for tourism and training both for space tourists and relatives and friends  
A place for training the tourist to be an astronaut and launch

### **Spaceship**

Access to space

### **Experience**

The most thrilling experience ever  
The experience of an island  
The experience of astronaut training

The experience of travelling in a space ship  
The experience of being in a complete different environment  
out of Earth

## Spaceresort

The hotel in space

## 03. THE COMPANY

### Galactic Suite: the powering force of tourism

A Mission: Galactic Suite Limited is a company that aims to build the first space hotel

A Vision: Galactic Suite Limited is a company that aims to provide any space experience you can dream

### What we do

Spaceresort: a hotel in space

Spaceport: train and launch

Spaceship: access to space

Tourism: train and vacation

Galactic Suite Ltd: structure

### Which is our goal:

enter aerospace industry

Which is our goal: enter 21<sup>st</sup> century industry

Why aerospace industry is called to be the 21<sup>st</sup> century industry?

2030 Aerospace industry

Aerospace industry: stay in space

Aerospace industry: access to space

Aerospace industry: spaceports

### Strategic alliance:

Galactic Suite: our value proposition

Commercialize space tourism products

Our industrial partner

Build and manage space activities

Strategic alliance: Galactic Suite Ltd + EADS Astrium

## 04. OFFER

### 04.1 OPPORTUNITY

**What we offer:** enter the aerospace industry-the 21<sup>st</sup> century industry

Proposal: equity participation offer  
GS Ltd 20% + INVESTOR 80% = GSi  
Galactic Suite Industry (GSi) structure

#### 04.2 INVESTMENT

**Investment:** 2.000 Milion euros

**Activities:** Galactic Suite Industry

GSSR Galactic Suite SpaceResorts

GSSP Galactic Suite SpacePorts

GSSS Galactic Suite SpaceShips

GSE Galactic Suite Experience

#### 04.3 BUSINESS PLAN



**AR6010GS-GALACTIC SUITE. Finance it! 51WARREN**  
**BUFFET. NOCKING ON FRIENDS DOOR** eng. Data 100608.

Donna Sheehan  
Piccolo Pete's Restaurant  
2202 S 20th St  
Omaha, NE 68108, United States

Dear Donna

My name is Xavier Claramunt, and I run a Barcelona (Spain-Europe)  
based company currently developing a hotel in space. Yes,  
you are reading right.

The whole thing started as a side project in an architect's  
office and now has already grown into a reality, too big for us  
to handle.

We dare to write you this letter because one of your clients is  
maybe one of the only persons in the world that can give us some  
advice: Warren Buffet.

So, if you feel that someday he seems slightly bored while dining  
you could provide him a laugh giving him the letter enclosed.

Yours sincerely, and aware that this is an hilarious initiative

Xavier Claramunt

Dear Warren, we need advice.

Do you know anyone with the energy and vision to command a new aerospace initiative?

My name is Xavier Claramunt, and I'm de founder of Galactic Suite, a Barcelona based company currently developing a hotel in space. Now that the whole thing is getting real definitely is too big for us to handle.

We are already working along leading companies in the aerospace industry. In fact, since we enter the sector just two years ago, we realized that aerospace, and space tourism, is the industry of the 21st century, which sounds and add but we think is true. In addition, there are implications for humanity that go far beyond industry and economic issues.

The situation is that just a few people (especially outside aerospace industry) understand the depth, breadth, and importance of the private access to space both for economy and the way we humans will see our life after been out there. Despite the many excellent reports that had been published concerning various sectors of the space economy, and the viability and real emergence of such a sector, a definitive project able to connect space with people was still needed. Galactic Suite is aimed to bridge this gap.

Galactic Suite has a strong commitment with the communication of the possibilities that the open access to space is about to trigger. Apart from its commercial project, Galactic Suite seeks to develop and promote among the people of the world a greater understanding and awareness of the practical and philosophical utilization of space for the benefit of civilization.

And as you can see this is a big issue. This is the reason because we would like to contact you, someone who has a sense of the relation between machines and souls, and may know someone who can command the challenge of Galactic Suite and the access to space.

Yours sincerely,

Xavier Claramunt  
Galactic Suite Founder

Galactic Suite LTD.  
Pellaires 30-38 Nau G1  
08019 Barcelona - SPAIN  
[www.galacticsuite.com](http://www.galacticsuite.com)  
[gs@galacticsuite.com](mailto:gs@galacticsuite.com)

AR6010GS-GALACTIC SUITE. Philosophy  
PERSONAS CAMBIAN EL MUNDO cas. Data 180907.



17LAS

Las personas cambian el mundo: Chic&Basic meets Galactic Suite

Invita a cambiar a las personas y ellas cambiarán el mundo.

Las personas son siempre la inspiración. Así como en el mundo de los seres vivos van apareciendo mutaciones, de la misma manera si miras a las personas verás mil y una formas de proceder, un sinnúmero de usos distintos. De toda esta variedad, solamente un pequeñísimo porcentaje se transmitirá a otros, se hará, por decirlo de alguna manera, popular y pasará a ser común a la humanidad, que no es otra cosa que el conjunto de las personas. Entonces que quede bien claro, nosotros no inventamos nada: Love is in the air.

Invita a cambiar a las personas... Que no es otra cosa que conseguir construir un contexto adecuado para que un cierto tipo de proceder, actividades, actitudes nuevas, atípicas o singulares... se puedan desarrollar. Lo importante es que todo este conjunto de actividades, actitudes, experiencias, etc., no sean simplemente posibles en el contexto construido sino que como mínimo ahí sean lo más natural del mundo.

...Y ellas cambiaran el mundo. Que era una intuición, pero ahora sabemos que es posible. Una vez las personas descubren una manera de proceder que les gusta, la repiten y la introducen en sus vidas, que es la mejor si no la única forma de que se transmita con naturalidad a otras personas. Cambia tu vida y cambiarás a los que te rodean, y así sucesivamente hasta cambiar el mundo.

Una vez descubierto, cambia para siempre.

Las personas no son conscientes de que actuando, siendo ellos protagonistas de una acción, van a cambiar. Incluso, o mejor generalmente, de forma inconsciente la experiencia de algo nuevo provocará que su vida ya no vuelva a ser igual. Ni siquiera se dan cuenta. Ni siquiera nos damos cuenta.

Invita a cambiar a las personas participando en su propia vida, formando parte de ella, proponiendo una actividad y no enunciando

una pauta de conducta. No explicando sino haciendo. Para que la propuesta sea viva ésta no debe estar completamente cerrada, tiene que ser lo suficientemente sugerente para conseguir el interés del otro pero con el suficiente grado de incertidumbre para que ese otro que se interesa pueda hacérsela suya.

Hay que conservar el misterio.

A nadie le gusta que le digan lo que ha de hacer, además de ser contraproducente, somos indisciplinados por naturaleza. Todo el mundo debe encontrar su ajuste fino al mundo y ello solo es posible si el acabado último lo realiza la propia persona, es decir que cualquier actividad o acción a la que se invita debe tener los mecanismos para que las personas se la puedan hacer suya.

#### Chic&Basic

OBJETIVO: Despertar la conciencia del otro

PROCESO: a través de una nueva forma de interactuar entre las personas

LA ANÉCDOTA: la estancia en un hotel (que es como hacer un intensivo, hay una reglas nuevas y como estás de vacaciones y las tuyas de cada día están en suspenso es más fácil que te apuntes a un nuevo juego)

EL INSTRUMENTO: la luz

LOS TIPOS DE PROCESOS:

Interacción-Pareja

Interacción-Huéspedes

Interacción-Viandantes

#### Galactic Suite

OBJETIVO: Despertar la conciencia del mundo

PROCESO: colocar a la persona aislada frente al mundo

LA ANÉCDOTA: Viaje al espacio (un viaje afuera del mundo)

EL INSTRUMENTO: La preparación [para un viaje física y psíquicamente exigente]

LOS TIPOS DE PROCESOS:

SpaceResort-Ver el mundo en el contexto del universo

SpacePort-Conocer los límites del propio cuerpo y mente

SpaceShip-Alejarte para tomar distancia





# LA VANGUARDIA

02ESTIRAR

MÉS EL BRAÇ QUE LA MÀNIGA cat. Data 171105.

El braç és cadascuna de les dues extremitats toràciques de l'home. Tot i que sembla que el cos sempre ha estat configurat de la mateixa manera la paraula en tant que paraula braç es documenta a partir del segle 15. Segurament abans es deia d'una altra manera, fins hi tot en una altra llengua. Es tracta pròpiament de la part compresa entre l'espatlla i la mà. Bé, clar que si volem precisar més podríem dir que estem davant la part de cada extremitat toràcica de l'home compresa entre el colze i l'espatlla.

Si al realitzar alguna activitat no ens valem de cap màquina, de cap bèstia ni de cap aparell podem dir que estem actuant a força de braços. Si això mateix ho fem agafant algú per anar-hi de bracet podem ben bé dir que l'estem agafant pel braç, i si hi afegim un cert entusiasme que es mostra clarament en una actitud d'abraçar estem segurament mostrant-nos amb els braços oberts.

Per altra banda, la màniga és la part del vestit que cobreix totalment o parcialment l'adalt curiosament definit braç. Com que hi havia problemes de confusió amb la forma de definir els tubs flexibles com a mànegues, ja allà pel 1803 tenim documentada la forma màniga, modernament afegida amb gran oportunitat per evitar malentesos empenyadors. Ja de molt abans els negocis importants es feien amb el braç cobert per mànigues, i per aquesta raó en el cas d'anar sense americana, gec o altra peça de vestir les mànigues de la qual haurien de cobrir les de la camisa hom parla d'un cas clar, claríssim d'anar en mànigues de camisa.



TE6400PA-VA DE PREMSA. 5Días Columnilla  
SENIORS cas. Data 121207.

07ESOS

¿Cual es la principal diferencia entre los senior jubilados y los jóvenes a los que les cuesta encontrar su lugar? Pues que los senior cobran un estipendio que puede ir desde un subsidio

modestito, socialdemócrata, hasta el noventa por ciento de su salario, liberal superlativo, dependiendo, la cifra en cuestión, de lo listillos, suertudos, competentes, miserabilillos, exitosos o precavidos que fueran en su época pre-senior, por no hablar de su época productiva, que nos iba a meter directamente y sin recomendación en camisa de muchísimas varas. Lagarto, lagarto. O sea que, a tenor de lo cautos que pueden llegar a ser, incluso algunos han actuado con alevosía. Oído, señor fiscal. Los jóvenes, si no tienen padre, pues lo tienen difícil, para que nos vamos a engañar, señor cura. Claro que pueden ser brillantes, y entonces lo tienen un poco más fácil. Lo que no está tan claro es el tipo de brillantez que tienen que ejercitar para que los palmeros se regodeen sus artes y les impulsen a volar lo suficientemente alto como para introducirse en algún cuarto sin ascensor pero lo suficientemente grande para alojar a la seguramente cornucópica familia que querrán fundar. Bueno, tampoco hay que ser cenizo, pues están, existen, presente!, los múltiples carnés jóvenes, que abren a sus portadores la puerta a descuentos dignos del timo de la estampita y cuya vigencia, la de los carneses, para más INRI, se va alargando. Es decir, que si naciste en el momento adecuado puedes llegar a octogenario joven, o sea que también para la edad se puede alargar la vigencia. Bueno. Bien. Si seguimos por ahí no nos va a publicar nadie, porque los senior que en el poder han sido nunca sueltan una cierta cantidad de ese poder, que siguen usando para decidir ciertas cosas. Pero aquí no queremos hablar de los anteriormente citados segmentos sociales, que unos vía cobro y los otros vía carné, tienen sus estrategias para sentirse adecuadamente definidos. A nosotros quien nos interesa es el senior de perfil técnico, lo suficientemente alejado del mundo ejecutivo para que cuando sea invitado a pasar a mejor y tercera vida sea agraciado con una palmadita en la espalda y un gracias por todo. A ese lo queremos contratar. Queremos que nos cuente como ha ganado y perdido sus batallitas, invitarlo a que ataque por el flanco izquierdo, que alguien nos ha dicho que anda algo flojo. Hay que aprovecharse de que lo más dorado que tiene es una tarjeta de la RENFE, que si bien lo lleva lejos lo hace sin saber cuando y casi, casi, sin saber cómo. Queremos que nos siga pasando el testigo y,, sobre todo, tenerlo cerca para que nos reprenda cuando queramos inventar la sopa de ajo o proponer la rueda redonda. No importa que le hagamos caso, pero que esté ahí. De hecho es nuestra obligación no hacerle caso. Y sobre todo queremos darle mucho queso, de ese que se ve tan claramente que es queso, *fromage* en francés, *cheese* en inglés, pero queso, todo ese queso que algún jovenzuelo de oídos sordos que a la vez que le llama abuelo no le ha querido aceptar

**Xavier Claramunt**, creador de un proyecto hotelero en el espacio para el 2012



Tengo 44 años. Nací en Igualada y vivo en Barcelona. Soy arquitecto, y fundador de Galactic Suite. Estoy soltero, con novia. ¿Política? Soy emprendedor, creo en la capacidad de las personas para impulsar proyectos. ¿Dios? No pienso en ello. Me entretiene volar en autogiro

# “Verás la Tierra desde tu habitación del hotel espacial”



ANA JIMÉNEZ

**D**ónde estará en el 2012? Orbitaré en torno a la Tierra desde un hotel espacial, Galactic Suite.

**Olé.** A 450 kilómetros de altura, el turista espacial gozará de fabulosas vistas sobre el globo terráqueo.

**“Mi casa”, que diría ET.** Orbitando a 28.000 kilómetros por hora, en 24 horas circundará la Tierra 16 veces: verá 16 amaneceres y 16 ocasos.

**No sé si me apetece subir allá arriba...** Tenemos ya 50 reservas en firme, y siguen llegando peticiones; serán pioneros de un turismo que en el futuro será habitual!

**¿Cuánto pagarán estos pioneros?** Tres millones de euros por cabeza.

**¿Ni en varias vidas podría yo pagar eso!** Hay en el mundo 40.000 personas con facilidad para pagárselo. Ellos serán la vanguardia de lo que en quince años será normal: subirá usted con su familia a pasar un fin de semana en el espacio. Aunque ahora puede parecerle tan extravagante como hace un siglo nos parecía un vuelo transoceánico...

**¿Y cómo subirán los turistas arriba?** Será un lote recreativo que incluirá un entrenamiento de varias semanas en una paradisíaca isla del Caribe, seguidas del lanzamiento en trasbordador espacial que se alojará al hotel Galactic Suite.

**¿Cómo será ese hotel?** Parecerá un racimo de uvas. Cada uva –cada módulo– albergará una habitación de 26 m<sup>2</sup> para cuatro personas, con un gran ventanal. En una primera fase habrá una sola habitación, más un spa y la zona común.

**¿Y qué hará el turista allá?** Disfrutar de la estancia como si se albergase en un refugio de alta montaña por tres días, y gozar de la ingravidez, las vistas y sensaciones. Llevará en el traje un sistema (tipo velero) para engancharse en las paredes y reposar. Todo pensado: la comida, el aseo...

**¿Cómo pondrán ese hotel en órbita?** Los módulos caben en las bodegas del cohetes Ariane 5 o del Soyuz, así irán subiendo.

**¿Quién construye este hotel?** La empresa aeronáutica francesa Astrium. Esto me apena: España tenía aquí una ocasión dorada para liderar en el mundo el futuro sector turístico aeroespacial, pero...

**¿Cuánto dinero hay que invertir?** Sólo 2.000 millones de euros. No es tanto. Pero el dinero lo han puesto inversores de los emiratos árabes, para apuntarse al tanto y tomar posiciones en ese mercado. ¿Por qué aquí tenemos tan poco empuje, tan poco entusiasmo?, me pregunto. Es bien triste...

## Robot a la Luna

Su taller de arquitectura en Palo Alto, antiguo centro fabril del Poble Nou, rebosa luz y creatividad. Alza la maqueta de Galactic Suite, la mira con cariño: las treinta personas de su equipo han pulido una idea pardiada hace cuatro años y que sigue creciendo. Relatan el proceso en el libro *Galactic Suite, o cómo construir un hotel en el espacio* (Empresa Activa), escrito por Xavier Claramunt, Ariadna Boada, Joan Cuevas y Marc Zaballa ([www.galacticsuite.com](http://www.galacticsuite.com)). Tienen más ideas: Catalunya en la Lluna (concurso para poner en la Luna un robot que envíe imágenes on line), o la de un globo gigante que subirá a cincuenta kilómetros de altura una cabina en la que seis personas verán la curvatura terrestre.

## ¿Cómo se le ocurrió esta idea?

Con mi equipo diseñamos hoteles, y tenemos un laboratorio de ideas para proyectos en espacios límite: de ahí salió esta idea.

## ¿No les pareció una idea loca?

No hay ideas locas: hay ideas. Nuestra filosofía es propositiva, sin complejos, sin miedos, buscando ser útiles a las personas y trabajando mediante pruebas y errores.

## Eso, errores... ¿No teme equivocarse?

¡Equivocarte es lo mejor que puede pasarte! Sólo equivocándote progresas. No hay más fracaso que el miedo a fracasar.

## La mayoría somos más cautos...

Todo está al alcance de tu mano: se trata sólo de querer de verdad alcanzarlo. El espacio está aquí mismo, muy, muy cerca...

## Visto así...

Cuando saltó la noticia del proyecto, nos escribió una niña austriaca de 13 años, Lara: “Mi sueño es hacer un hotel en la Luna”, nos contaba. Y las preguntas elementales que Lara nos planteó nos han ayudado a avanzar. “Si todo fuésemos como Lara...! Es la actitud: ir caminando hacia los objetivos.

## Parece mentira que a nadie se le ocurriese antes una idea como la suya...

Bigelow, un estadounidense, está en lo mismo, pero creando una nueva tecnología. Nosotros sacaremos partido de la ya existente.

## ¿Es su modo de amortizar los avances logrados en la conquista del espacio?

Eso es: ha llegado el momento de privatizar y socializar el espacio. ¡Ha llegado la hora de que todos lo disfrutemos! ¿Cómo influirá eso en la humanidad? ¿Nada me excita más que pensar que algo que yo hago puede influir en las vidas de otros!, sean unos cubiertos para El Bulli o un hotel con luz negra en los dormitorios, como el Xic & Basic.

## ¿Luz negra?

Ves a tu pareja como si fuese otra persona, y eso puede dinamizar esa relación, ¡modificar esas vidas! ¿A usted no le excita pensar que según qué entrevista publique puede cambiar la vida de alguien?

## Si es para bien...

¡Siempre lo es! ¡Todo es ganancia! Pero estamos anestesiados; ¡tanto bienestar nos mata! Démonos cuenta de lo mucho que tenemos, desde este clima, democracia, paz, seguridad... ¡Valóralo, alégrate... y, sin miedos, ¡actúa! si hay energía y ganas, ¡qué haces ahí parado? ¡Métete en algún lío! ¡Y!

## ¿Un lío?

Es mi filosofía: métete en líos, haz que pasen cosas..., y luego quédate con lo bueno. ¿Que no consigues lo que querías? ¡No importa! Por el camino han pasado cosas fantásticas que te han enriquecido, ¡seguro!

## ¿En qué cree que nos cambiará haber flotado tres días en Galactic Suite?

Saber que este planeta es frágil no es lo mismo que haberlo visto: constatar la delgadez de nuestra atmósfera, atravesarla, verlo todo de golpe desde allí... Y si los primeros en experimentarlo son los más poderosos del planeta..., ¡pueden cambiar algunas cosas!

VÍCTOR-M. AMELA



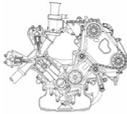
El arte del oficio.  
El oficio del arte.

Glashütte  
ORIGINAL  
HANDMADE IN GERMANY

valiño

Enric Granados, 77  
Tel. 934 53 54 37 - BARCELONA  
[www.valinjoyeria.com](http://www.valinjoyeria.com)

AR6043MF-MAPFRE. MAPFRE AUTOMÓVILES-CONCURS



01SUPERSQUALO cas. Data 101006.

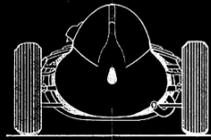
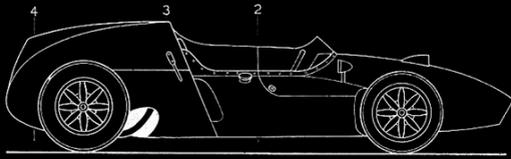


En 1935 el diseño automovilístico abandona abruptamente la investigación centrada en la aerodinámica. La razón aducida es que ésta hubiera llevado irremisiblemente a producir una única forma exterior: la óptima. Desde entonces la forma de los automóviles ha estado más marcada por las expectativas de los consumidores que por los avances de la ingeniería.

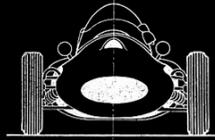
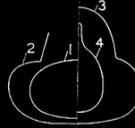
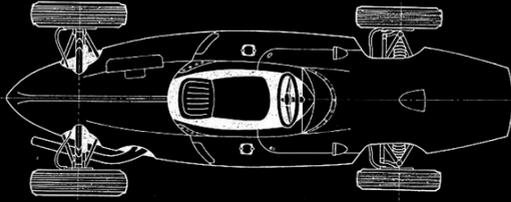
*Supersqualo* es un bólido que basa su aspecto aerodinámico menos en las exigencias de la ingeniería y más en la referencia al perfil fusiforme de los peces. Técnica sí, pero sin perder de vista la naturalidad del ser vivo. **Supersqualo**, Ferrari del 1956, es la pista para pensar el prototipo de Centro para MAPFRE Automóviles. Para desarrollarlo se parte de un triple análisis de la FORMA, la FUNCIÓN y la IMPLANTACIÓN del Centro. La **FORMA** la da el **sistema Squalo** que propone estrategias escenográficas para diferenciar el Centro para MAPFRE Automóviles, singularizándolo y haciéndolo reconocible por sí mismo. Como motivo generador se toma la sección matriz del *Supersqualo* y se relea el significado de las líneas de su contorno. La sección exterior da el lenguaje para construir una escenografía exterior: **adaptabilidad, prefabricación, singularidad**. Una pieza tecnológica de aluminio construida en taller en tres tamaños distintos da la imagen singular y a su vez la flexibilidad para cumplir diferentes cometidos: banderola, altura de nave, transiciones. La sección interior remite a la adecuación perfecta de los interiores de los vehículos al cuerpo humano: **comodidad, eficiencia, singularidad**. Ésta construye escenografías interiores para adaptar la dimensión del contenedor a las actividades específicas de las personas, aportando materiales a la escala humana: cuero, madera, plástico, inoxidable.

La **FUNCIÓN** la da el **sistema Ypsilon** que construye una estructura industrial modular de pórticos y vigas ypsilon para conseguir un edificio contenedor flexible y que puede ser ejecutado con rapidez. Se consigue un espacio abierto en el que distribuir el programa con libertad permitiendo variantes dependiendo de las características de cada Centro.

La **IMPLANTACIÓN** en un lugar concreto se realiza a partir de combinar el **sistema Ypsilon** con el **sistema Squalo**. El primero da el contenedor modular de ejecución rápida. El segundo llega construido de taller y tiene encomendada la misión de dar la cara por fuera, escenografía exterior, y dar el ambiente a las actividades bajo cubierta, adaptando la escala de contenedor del edificio a las personas: escenografía interior.



0 1 2 3 4 5 6 FEET





**AR6060BI-BINJIANG2. Nou centre urbà a Hangzhou 01GANG  
BEI! EL FACTOR HUMANO cas. Data 040907.**

Una comida, una cena, un... En un restaurante chino, en China. Ni nos acordamos del menú. De lo que no nos olvidamos es de las veces que se brinda en cualquier comida china que se precie. La palabra clave es *gang bei*, que no es otra cosa que el equivalente a chinchín, *cheers* o *prost!* Salud. Como es de imaginar, después de practicar abundantemente la tan socializante costumbre del *gang bei*, la locuacidad aumenta y la sensación de agudeza y pertinencia aparente llega a sus cotas más elevadas. En ese momento, el discurso sobre el proyecto para dos torres y edificios anexos en la ribera del Qiantang en Hangzhou alcanza su cenit orquestal. A las frases que se intercambian sin solución de continuidad los interlocutores, se les ajustan con una precisa coreografía giros de las manos acompañados de un jaleo de brazos que parecen saludar a alguien en la distancia. Nada más lejos de la realidad, porque el precioso sujeto y centro de las miradas y comentarios son unos dibujos y unas maquetas para las susodichas torres, que gracias a encontrarse a escala y pese a sus 220 metros de altura, caben cómodamente en la mesa, rodeados de indicios claros de una opípara comida. Uno de los interlocutores repite con una sonrisa de oreja a oreja cuánto le gusta, muchísimo, el contorno de las torres, esa forma escurridiza que tienen de relacionarse la una con la otra. Acompaña sus palabras de un caracoleo incesante de sus manos que provoca que a uno de los comensales le asalte la idea de un baile que le es familiar. De pronto, de la punta de la lengua donde ha estado agazapada salta la palabra FLAMENCO, eso, que es como el flamenco. Lo demás viene con la mayor naturalidad, es decir, que se quedan como las FLAMENCO TOWERS.

El factor humano, la relación personal, paralela al desarrollo técnico y estudio de las necesidades del proyecto, resultó fundamental para bautizar la propuesta y a partir de ahí el propio nombre, FLAMENCO TOWERS, se erigió en motor de un nuevo impulso y nueva referencia, fresca y energética, del propio proyecto. Quedó así establecida una imagen clara y potente que iluminaba tanto a los que se acercaban por primera vez al proyecto, mensaje directo, como a los que lo tenían que seguir desarrollando, una referencia que daba una guía.

El lugar elegido es el delta del río Yangzi, que con una población total de más de 80 millones de personas es una de las áreas urbanizadas más grandes del mundo. La zona incluye municipios de dos de las provincias con un PIB más alto del país: Jiangsu, Zhejiang y la municipalidad de Shanghai, que es

principal ciudad de la zona. Le siguen en importancia Nanjing, Hangzhou y a cierta distancia Ningbo.

En total el área urbana está constituida por 14 municipios con un elevado grado de autonomía. Es reconocida la supremacía de Shanghái, mientras que el resto de municipios compiten entre ellos para atraer capital y crecer con celeridad. Las FLAMENCO TOWERS se encuentran en Hangzhou, uno de ellos.

Hangzhou y Shanghái están separados por 180 kilómetros que se pueden cubrir por carretera, autopista y ferrocarril de alta velocidad. Existe el proyecto de una línea de tren magnético que reducirá a 28 minutos la distancia entre las dos ciudades, acercando Hangzhou al aeropuerto internacional Pudong.

Esta proximidad ha posibilitado que tradicionalmente Shanghái y Hangzhou sean ciudades complementarias: la primera como ejemplo de congestión urbana y la segunda como ejemplo de conservación del paisaje, la cultura y la historia.

En esta dirección, Hangzhou está apostando por un crecimiento urbano que reconozca los valores de paisaje e historia que la han caracterizado, especialmente en relación al famoso Lago del Oeste. Para descongestionar el actual centro de la ciudad, que ha crecido alrededor del lago, se han buscado nuevos territorios en la ribera del río Qiantang. El lema oficial es *hacia el este expansión urbana, hacia el oeste expansión turística*. De esta manera se quieren conservar los valores que atraen a más de 12 millones de visitantes cada año, concentrando el crecimiento en la margen del río en la que se encuentran los distritos de Binjiang y Xiaoshan, fuera del casco antiguo. El crecimiento de Xiaoshan, distrito en el que se encuentra el aeropuerto internacional, está provocando que Binjiang vaya asumiendo el papel de nuevo centro, un puente entre Xiaoshan y la ciudad que creció alrededor del Lago del Oeste. Esta es la posición estratégica de las FLAMENCO TOWERS.

Concretamente sobre una ribera de Binjiang es donde se proyectan edificar las FLAMENCO TOWERS, 220 metros de altura distribuidos en 55 plantas, más 4 bajo rasante que suman a los anteriores 12 metros más. El proyecto se desarrollará en dos fases que sumarán aproximadamente 125.000 m<sup>2</sup>. El programa funcional para una de las torres incluye un hotel y spa de 35.000 m<sup>2</sup>, mientras que para la otra se trabaja con un programa mixto de viviendas y oficinas, aproximadamente 25.000 m<sup>2</sup>. El zócalo que las unirá estará ocupado por una zona comercial de más de 15.000 m<sup>2</sup>. En una segunda fase se ejecutarán cuatro torres de vivienda, más de 48.000 m<sup>2</sup>, con alturas variables y que formarán un conjunto alrededor de las torres a las que se conectarán a través del aparcamiento y de la zona comercial.

Pero el proyecto sigue vivo. Y entonces aparecen los globos, y volvemos al factor humano en la forma del alcalde de Hangzhou. Celosos de conservar su entorno edilicio, los responsables del gobierno de la ciudad están pensando en evitar que desde el

Lago del Oeste se puedan observar edificios altos. Para ello han ingeniado una estrategia que consiste en elevar globos sobre las zonas a edificar que son alzados hasta que alcanzan la altura de las torres proyectadas. Si remando con toda la parsimonia del mundo veo el globo desde el lago, pues a quitar plantas, si no veo nada, pues adelante. Y de esta manera quedamos pendientes de que escampe la niebla, que en Hangzhou acostumbra a restringir la visibilidad a menos de 200 metros, para que alguna autoridad remera vea o no vea el globo que simboliza a las FLAMENCO TOWERS. Esperemos que tengan duende.



**AR6060BI-BINJIANG2. Scalae** **03ENTORNO,**  
**ESTRUCTURA, FACHADA cas. Data 120308.CENSURAT.**

Pues mira por donde nos piden rellenar una ficha para mejor etiquetar estas tan etéreas por aéreas Flamenco que son Towers. Todo el mundo sabe ya que se construyen, pues no solo la ciencia sino también la inteligencia avanza una barbaridad.

**Este texto tendrá un total de 1.440 caracteres, espacios incluidos. Será una descripción del edificio, haciendo un buen énfasis en los aspectos que el autor considere oportunos.**

Sí, se trata de dos torres y edificios anexos en Hangzhou, pero si se les añade una precisa coreografía de giros de manos y se acompañan de un no menos sorprendente jaleo de brazos alguien, tarde o temprano, repetirá con una sonrisa de oreja a oreja cuánto le gusta, muchísimo, el contorno de las torres, esa forma escurridiza que tienen de relacionarse la una con la otra. Porque hay que sumar a las palabras un caracoleo incesante de manos para conseguir que a aquel que esté escuchando sea asaltado por la idea de un baile que le es familiar. De pronto, de la punta de la lengua donde ha estado agazapada saltará la palabra FLAMENCO.

Hangzhou es una ciudad próxima a Shanghái, gracias a lo que han funcionando tradicionalmente como dos ciudades complementarias: ejemplo de conservación del patrimonio la primera, de congestión urbana la segunda. Actualmente, Hangzhou está apostando por un crecimiento urbano que reconozca los valores de paisaje e historia que la han caracterizado, especialmente con relación al famoso Lago del Oeste. Para descongestionar el actual centro de la ciudad, que ha crecido alrededor del lago, se han buscado nuevos territorios en la ribera del río Qiantang. Y es ahí, entre las dos zonas, como nuevo centro, que se contornean las

Flamenco Towers como edificios de 220 metros de altura de 55 plantas. Para una de las torres un hotel y spa, mientras que para la otra un programa mixto de viviendas y oficinas.

**Este texto tendrá un total de 2.150 caracteres, espacios incluidos. Deberá tratarse única y exclusivamente cada uno de estos tres temas: entorno, estructura y fachada, sin andarse por las ramas ni echarse flores. Si bien la longitud de cada uno de ellos no tiene por qué ser igual se han de respetar siempre el número de caracteres totales.**

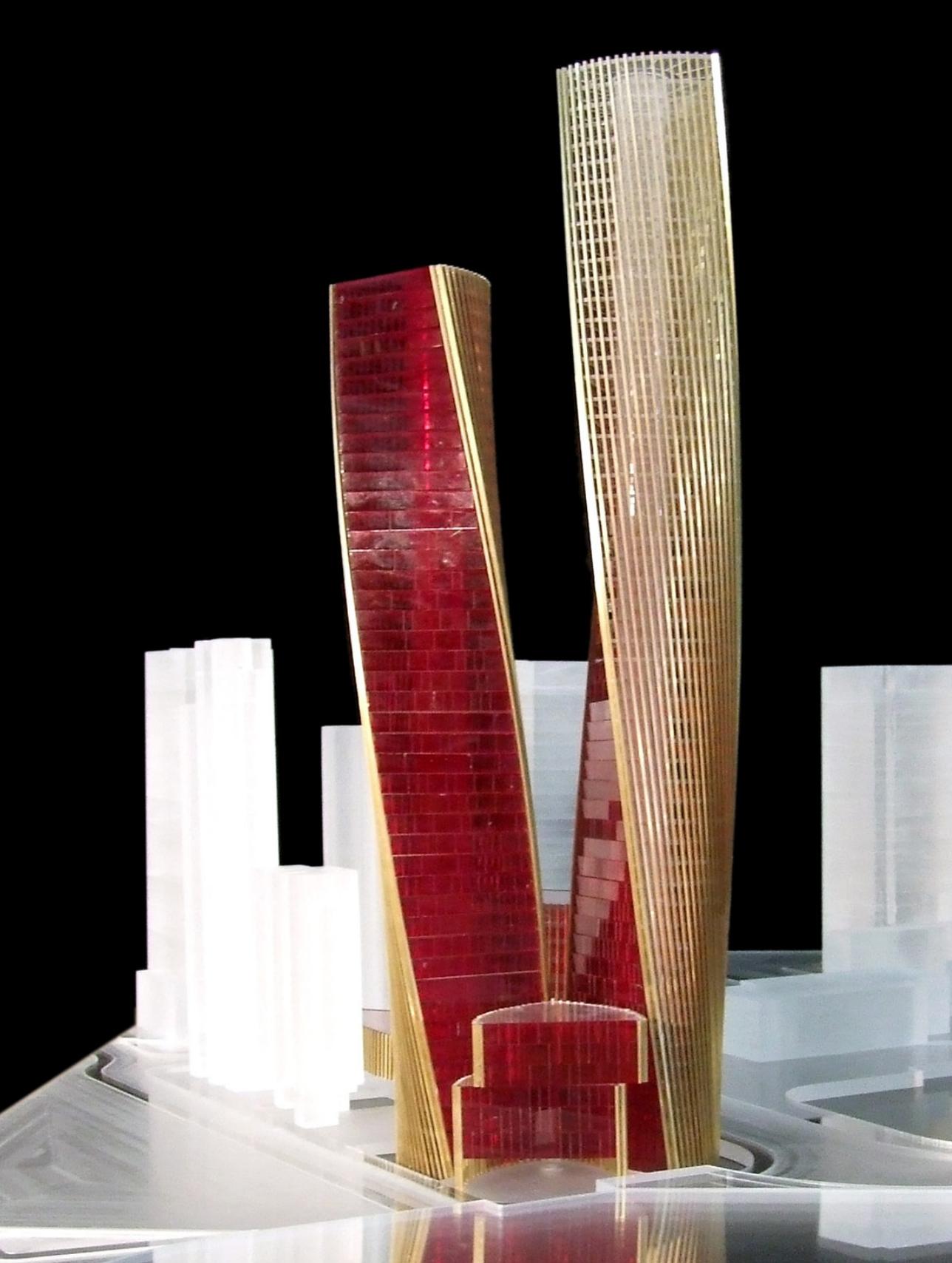
Cuidado con el **entorno**. Nos encontramos en el delta del río Yangzi, que con una población total de más de 80 millones de personas es una de las áreas urbanizadas más grandes del mundo. Las FLAMENCO TOWERS se encuentran en la ciudad de Hangzhou, a 180 kilómetros de Shanghái, aunque un proyecto para una línea de tren magnético reducirá a 28 minutos la distancia entre las dos ciudades, acercando Hangzhou al aeropuerto internacional Pudong.

El solar se encuentra en el distrito de Binjiang, sobre la ribera del río Qiantang, justo entre el preservado centro histórico y Xiaoshan, distrito en crecimiento en el que se encuentra el aeropuerto internacional. Esta es la posición estratégica de las FLAMENCO TOWERS, un icono para el nuevo centro de Hangzhou.

Entre la pena y la nada elegí el dolor. Y entonces pensamos la **estructura**. Después de ser analizadas las solicitudes y las condiciones económicas, se llegó a la conclusión de que para tener un edificio estable a las solicitudes consideradas y a la vez una estructura ligera, la mejor opción era construir un núcleo central de hormigón armado, una fachada estructural a partir de perfiles de acero y un composite tipo *deck* de acero para los forjados. Los perfiles de acero son estándar IPE, HEB y HEM. El núcleo estructural central acoge las comunicaciones verticales y los servicios.

Todo edificio tiene una **fachada**, algunas personas también. Las Flamenco Towers tienen una fachada que acentúa la contorsión de toda la estructura. Cada una de las torres tiene dos tipos de fachada, una de configuración curvada y otra de configuración recta. Para la tipología curva la estructura se sitúa en el exterior, para la tipología recta la estructura se sitúa en el interior, ambas formando una superestructura en forma de gran malla que da la imagen a los edificios. Las diferencias de comportamiento de la estructura de fachada debidas a la temperatura, a causa de su naturaleza de interior-exterior son absorbidas por el núcleo central.

Todos los elementos estructurales de la envolvente se han dimensionado y distribuido de manera que ofrecieran el menor obstáculo a la transparencia de la fachada.





AR7001AR-HOTUSA ARC. Un hotel  
eng. Data 300107.

\*03LOS 4 HUMORES cas/

**QUIN TIPUS D'EDIFICI?**  
TIPOLOGIES EDIFICATÒRIES

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt

**LOS EDIFICIOS Y SUS HUMORES**

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt

**LOS 4 HUMORES**  
ELS QUATRE HUMORS  
THE FOUR HUMOURS

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt

La **Teoría de los cuatro humores** fue una teoría de la época clásica creada por **Hipócrates de Cos**.

Se basa en las cosmogonías generadoras del Universo:

el **Sol**, la **Tierra**, las **Aguas** y el **Aire**.

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt

Según su teoría,

la **salud** consiste en el **equilibrio de los cuatro humores**  
y la **enfermedad** es el **desequilibrio**.

Fue dogma de aceptación universal que dominó la ciencia durante siglos.

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt

Su interpretación enseña que  
**todas las cosas están compuestas de cuatro elementos**,

**los humores:**  
la sangre, la flema o pituita, la cólera o bilis y, por último, la bilis negra, también llamada melancolía o atrabilis.

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt

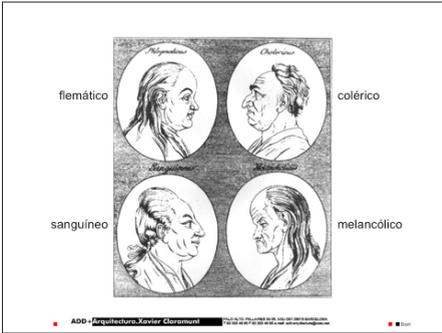
**la sangre**  
**la flema o pituita**  
**la cólera o bilis**  
**la bilis negra, melancolía o**  
**atrabilis.**

| Humor          | Estación  | Elemento | Órgano          | Cualidad        | Temperamento | Características                   |
|----------------|-----------|----------|-----------------|-----------------|--------------|-----------------------------------|
| Sangre         | primavera | aire     | hígado          | calor y húmedo  | sanguíneo    | valiente, optimista, romántico    |
| Bilema         | invierno  | agua     | vesícula biliar | fío y húmedo    | flemático    | calmado, indiferente              |
| bilis amarilla | verano    | fuego    | vesícula biliar | caliente y seco | colérico     | fácil de enojar, mal temperamento |
| bilis negra    | otoño     | tierra   | bazo            | fío y seco      | melancólico  | abatido, soñoliento, irritable    |

Cuadro de humores y equivalencias

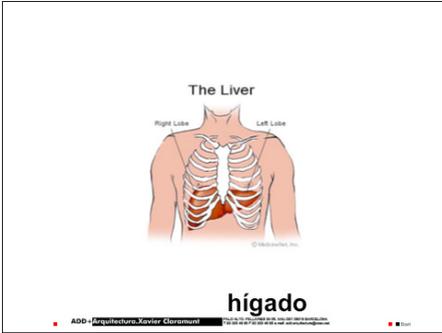
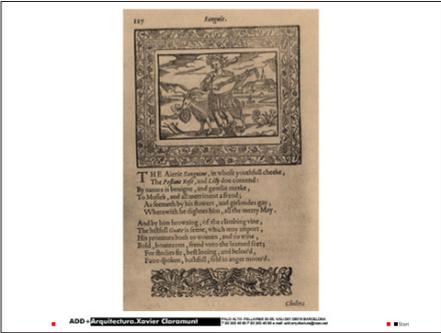
| Humor       | Element | Organ       | Qualities      | Temperament | Characteristics             |
|-------------|---------|-------------|----------------|-------------|-----------------------------|
| Sanguis     | spring  | liver       | hot and moist  | Sanguine    | brave, optimistic, romantic |
| Phlegma     | winter  | gallbladder | cold and moist | Phlegmatic  | calm, indifferent           |
| Cholerica   | summer  | gallbladder | hot and dry    | Choleric    | easily angered, bad temper  |
| Melancholic | autumn  | spleen      | cold and dry   | Melancholic | depressed, sad, irritable   |

Cuadro de humores y equivalencias



**SANGRE**  
 sanguíneo  
**BLOOD**

**Primavera**  
**Aire**  
**Hígado**  
**Calor y húmedo**  
**Sanguíneo**  
**Valiente, optimista, romántico**





**romántico**

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt

**FLEMA**

flemático

**PHLEGM**

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt

**Invierno  
Agua  
Cerebro/pulmón  
Frío y húmedo  
Flemático  
Calmado, indiferente**

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt



ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt



**cerebro**

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt



Le Flegmatique

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt

**BILIS AMARILLA**

colérico

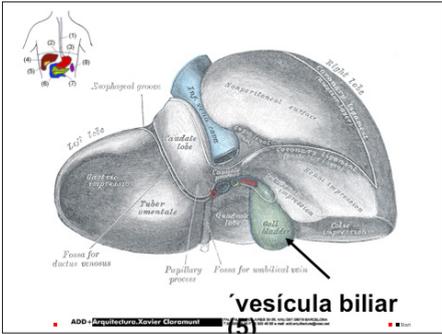
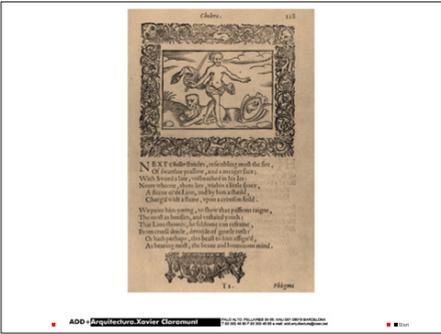
**YELLOW BILE**

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt

**Verano  
Fuego  
Vesícula biliar  
Caliente y seco  
Colérico**

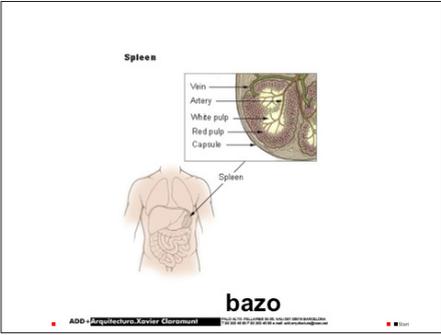
**Enojadizo, mal temperamento**

ADD - Arquitectura.Xavier Claramunt



**BILIS NEGRA**  
 melancólico  
**BLACK BILE**

Otoño  
 Tierra  
 Bazo  
 Frío y seco  
 Melancólico  
 Abatido, soñoliento, irritable



# DESEQUILIBRIO enfermedad

ADD - Arquitectura\_Xavier Claramunt

## DON QUIJOTE

"este enfermo presentaba una **alteración de dos humores**, cólera (bilis amarilla, cólera flava o roja) de naturaleza seca y caliente, y de la bilis negra o melancolía, a su vez fría y seca"

ADD - Arquitectura\_Xavier Claramunt



ADD - Arquitectura\_Xavier Claramunt



ADD - Arquitectura\_Xavier Claramunt



ADD - Arquitectura\_Xavier Claramunt

## LOS 5 TEMPERAMENTOS FIVE TEMPERAMENTS

ADD - Arquitectura\_Xavier Claramunt

La **TEORÍA DE LOS CINCO (5) TEMPERAMENTOS** es una nueva teoría de la psicometría que se funda en los 4 (cuatro) **HUMORES** de la medicina antigua. La **Psicometría** es la disciplina que se encarga de la medición en psicología. Medir es asignar número a cualidades psicológicas, es usada esta función pues es más fácil trabajar y comparar los atributos intra e interpersonales con números.

ADD - Arquitectura\_Xavier Claramunt



ADD - Arquitectura\_Xavier Claramunt



AR7001AR-HOTUSA ARC. Un hotel cas. Data 250308. **01EL EDIFICIO SALUDABLE**

Los cuatro humores, o el edificio saludable

*Todos los errores humanos son fruto de la impaciencia, interrupción prematura de un proceso ordenado, obstáculo artificial levantado alrededor de una realidad artificial. A partir de cierto punto no hay retorno. Este es el punto que hay que alcanzar.*

Proverbio de Martín Ezquerro usurpado a Franz Kafka

Partamos de una observación básica: estamos en un lugar que presenta una especial reunión de elementos y usos dispares. A partir de ahí quizá no estará de más encontrar un punto de equilibrio, aunque sea dinámico, y conseguir situar a nuestro edificio en ese preciso punto de alta tecnología funambular. Equilibrio, mmm... Repasemos alguna tradición al respecto. A ver, la medicina. Según una tradición de la medicina clásica, las cosas se componen de 4 (cuatro) elementos y el equilibrio de esos cuatro (4) elementos se corresponde con la salud. Una ubicación como la nuestra, que presenta una amalgama importante de elementos, requerirá una actuación en la que se dé el equilibrio de, al menos, los 4 (cuatro) elementos. Estos 4 (cuatro) elementos se basan en las cosmogonías generadoras del universo: el Sol, la Tierra, el Agua i el Aire. Y las 4 (cuatro) cosmogonías se manifiestan en el ser humano en 4 (cuatro) humores: el Aire en la Sangre, el Agua en la flema, el Sol en la cólera, la Tierra en la melancolía.

En nuestro contexto *amalgámico*, al final del Passeig de Sant Joan, al principio del de Lluís Companys, atravesados por la calle Trafalgar y perforado por una alianza entre el tren y el metro, podríamos decir que la sangre, llamemosla 01, la podemos relacionar con el alimento vital, la gente, el movimiento, los jardines, el metro... La flema, llamemosla 02, la podemos maridar con la tranquilidad, la retícula, la regularidad, el ensanche, la antigua Fecsa... La cólera, llamémosla 03, puede venir representada por el poder, el temperamento, la Barcelona de las Exposiciones Universales, la ostentación, el Palacio de Justicia... Y la melancolía, el 04, intima con la languidez, la ligereza, la transparencia, la arquitectura del XIX, la estación del Nord, el mercado del Born, la Estación de França... Bien, tenemos un lugar complejo, una teoría clásica y una

particular y un tanto disparatada equivalencia entre los dos mundos. De la misma manera, nos damos cuenta de la presencia de un elemento arquitectónico complejo, que abre y recibe, que pasa y deja pasar, y además trae un claro componente metafórico, es decir, está capacitado para trasladarnos más allá de su presencia material. Se trata del Arc de Triomf, un arco de triunfo que decidimos usar como pauta. A este arco lo puedes rodear, ladear o cruzar, pero de lo que no hay duda es de que es un elemento de escala urbana que delimita, marca y enfatiza, pero que ni obtura, ni corta, ni cierra.

Recordemos: tenemos 4 (cuatro) elementos, 4 (cuatro) humores a colocar en equilibrio, y nos proponemos hacerlo siguiendo la pauta que nos da un elemento que se encuentra en el lugar: el Arc de Triomf.

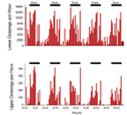
Los 4 elementos son la sangre de los movimientos y caminos de la ciudad, la flema de todos los urbanismos imaginables, la cólera de las instituciones que la parieron, la melancolía de las estructuras que casi se las lleva el viento. Si estos 4 (cuatro) elementos son colocados en equilibrio según la pauta de un arco de triunfo puedes acabar teniendo una base sanguínea que empapa la tierra hasta profundidades conocidas, un primer cuerpo flemático de inapelable rigor, un saludo colérico sobre el Passeig de Sant Joan y un alzamiento melancólico que pretende fundirse con el cielo. De triunfo.

Pero todo este camino alegórico tiene que ir de la mano de un programa de necesidades y de una viabilidad económica en aras de una formalización que puede ser más literal o más sutil. Siempre más. Si usamos nuestros humores (4) de forma altamente literal podemos tener una sangre rojo brillante, aséptica, en el fondo cerámica esmaltada o vitrificada, una flema de ladrillo, una cólera de piedra y molduras, una melancolía de acero y vidrio. Si queremos ir por el camino de la sutilidad podemos acabar teniendo un edificio dispuesto sobre el movimiento de la gente, que es sangre, con una estructura que cambia de humor... Que está tranquila, monta en cólera y finalmente cae en la más profunda melancolía. Pero al final, de lo que se trata es de conseguir un edificio que hable de la unión de complejos y distintos elementos, un edificio que armonice, un edificio saludable.





**IN7022CD-CASA DECOR 2007. Cerámica en movimiento**  
**03CUARTETO DE MOTORES EN 3,5-1 m Op. 1 cas. Data 091107.**



La cerámica no se mueve. La música no se ve. Nuestras ilusiones no se hacen realidad. El *Cuarteto de motores en 3,5-1 m, opus 1* es una propuesta para facilitar la salida al mundo de un espacio mental imaginario en forma de una superficie cerámica interpretada por 4 motores de 1.000 w cada uno que la mueven al ritmo de 1 m cada 30 segundos. Los dos motores delanteros se mueven a lo largo de un intervalo de 3,5 m, mientras que los dos motores traseros lo hacen a lo largo de uno de 1 m. Se inicia entonces una coreografía cíclica, suave, pero en los límites del material, en el que los motores juegan a esperarse, adelantarse y encontrarse para demostrar que tampoco la cerámica tiene puntos fijos en el espacio. Es entonces que la cerámica se mueve, la música se hace visible y un espacio mental se materializa ante nuestros ojos. E pur si muove!



**IN7022CD-CASA DECOR 2007. Cerámica en movimiento**  
**04CERÁMICA EN MOVIMIENTO PARA ASCER cas. Data 231107.**

Cuando nos llamaron y nos propusieron trabajar con cerámica la primera pregunta que nos asaltó fue ¿qué es lo que no se puede hacer con cerámica? Seguramente es una pregunta excéntrica. Es lo que pensamos. Bueno, de hecho ahí empezó una reflexión sobre lo que significa un material, el que sea, que nos ha llevado a estar casi seguros de que los materiales son unas entidades bastante reales y muy reacias a ser consumidas por las modas, es decir, que no hay materiales antiguos, pasados o vanguardista. Lo que sí hay son usos del material vanguardistas, pasados o atorrantes. Es como con las personas, seguramente no hay malas personas pero actos, acciones, actitudes horribles haberlas haylas.

Yendo al grano, la cerámica no se mueve. La música no se ve. Nuestras ilusiones no se hacen realidad. Lloremos un segundo... Se acabó. El *Cuarteto de motores en 3,5-1 m, opus 1*, alias *Cerámica en movimiento*, es una propuesta para hacer realidad física un espacio mental imaginario en forma de una superficie cerámica interpretada por 4 motores de 1.000 w cada uno que la mueven al ritmo de 1 m cada 30 segundos. Los dos motores

delanteros se mueven a lo largo de un intervalo de 3,5 m, mientras que los dos motores traseros lo hacen a lo largo de uno de 1 m. Se inicia entonces una coreografía cíclica, suave, pero en los límites del material, en el que los motores juegan a esperarse, adelantarse y encontrarse para demostrar que tampoco la cerámica tiene puntos fijos en el espacio. Es entonces que la cerámica se mueve, la música se hace visible y un espacio mental se materializa ante nuestros ojos. E pur si muove!

DÓNDE ESTÁ: Casa Decor 2007. Antigua fábrica Fabra i Coats, Segre 30, 08030 Barcelona.

QUÉ ES: pabellón de representación de ASCER

Y COMO ES ÉL: Superficie de teselas de cerámica que se eleva y pliega sobre sí misma mediante 4 motores que amenazan movimiento.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA:

Pues mira, son siete partes principales de 92 x 10000 cm formadas cada una por subpartes de 92x92 cm en una secuencia de 4+2+4. Sobre cada una de estas subpartes se han fijado teselas en 9 láminas de 30,5x30,5 cm. La subestructura de todas estas partes principales y subpartes está formada por malla de 5x5 cm a base de varillas de 4 mm electrosoldadas. A esta malla se han soldado pasamanos de 8x40 mm para fijar transversalmente las siete partes principales.

Esta malla cuelga de 4 polipastos con una capacidad de 1.500 kg cada uno, lo que da un total de 6.000 kg. Los polipastos están gobernados por un autómatas y tienen un recorrido que oscila entre los 3,5 y 1 m. Están ubicados a 4,40 m sobre el suelo, elevados mediante un caballete de acero formado por 4 pilares HEB-300 y 4 jácenas IPE-300. Para disipar cualquier atisbo de duda.

Todo este entramado forma una estructura de 22.680 teselas, a la que se suman 13.608 teselas más fijadas directamente al suelo, lo que hace un total de 36.288 teselas. Cada una de ellas tiene una dimensión de 50x50 mm, es de color blanco MC-19, se llama *Logos* y está fabricada por Equipe.



**IN7022CD-CASA DECOR 2007. Cerámica en movimiento**  
**01ENTREVISTA A PROPÓSITO DE CASADecor cas. 191007. CENSURAT.**

Entrevista memoria: Crecerse ante el NO!

1. Como arquitecto de vanguardia, ¿qué reto ha supuesto el diseño de un espacio creado únicamente con cerámica?

Yo no leo, tampoco periódicos, o sea que no sé de donde pueda

venir lo de arquitecto de vanguardia. Tampoco entiendo lo de reto, que siempre lo he relacionado con una subida al Tourmalet en agosto. Para no hablar de la desvergüenza que demuestra el hablar de creación para un trabajo de alicatado con ínfulas artísticas.

2. Cerámica en movimiento es el nombre que ha elegido para el rompedor proyecto cerámico de Casa Décor Barcelona 2007, ¿Por qué?

Por cierto, ya que dice lo de rompedor, estaría bien que pusiéramos unos cristales fijos en las puertas de acceso, o una cintilla de esas para las colas del aeropuerto, porque no está muy claro que no se vayan a precipitar pocas teselas sobre las cabezas de los visitantes.

3. ¿Por qué cree que Cerámica en movimiento representa la estética y personalidad de Xavier Claramunt?

Primero, espere que consigamos teselas doradas, de lo contrario representará un poquito menos la estética de Xavier Claramunt, un servidor. Me gusta lo dorado, y me gusta más que guste lo dorado. La parte de personalidad viene representada por el hecho de que nadie sabía cómo construir semejante barbaridad, los miembros del propio Equip se confabulaban a bombo y platillo contra mis desvaríos y los industriales encargados de construirlo llevan días sin dormir y no creo que concilien el sueño hasta que no halla pasado toda la fiesta esta que es Casa Décor. ¡Viva Casa Décor!

4. ¿Qué ha intentado reflejar con Cerámica en movimiento?

Que la cerámica se mueve. Como no hay inquisición, se puede decir.

5 ¿De dónde surgió la idea de darle movimiento a la cerámica?

Desde Casa Décor nos propusieron trabajar con cerámica, entonces nosotros pensamos ¿qué es lo que no se puede hacer con cerámica? Luego alguien dijo no sé qué de Eladio Dieste y de Rafael Guastavino, pero entonces ya era demasiado tarde. Por suerte.

6. ¿Siempre ha apostado por la cerámica española?

La española cuando besa, besa de verdad.

7. ¿Cree usted que la cerámica de hoy en día es un material de vanguardia? ¿Por qué?

Un material puede considerarse de vanguardia o bien porque acaba de salir, o bien porque es utilizado para realizar proyectos de

vanguardia. No hay ni materiales de vanguardia ni antiguos, hay materiales adecuados o inadecuados. Y también hay experimentos, desvaríos, bravuconadas. Que no tienen por que estar mal.

8. ¿Qué ofrece la cerámica que no ofrezcan otros materiales?

En nuestro caso ofrece rigidez y fragilidad, características ambas que la hacen altamente desaconsejable para lo que pretendemos hacer. Nos crecemos ante el no.

9. Cerámica en movimiento ha supuesto un antes y un después en la arquitectura y el diseño de interiores, ¿qué cree que la cerámica ha aportado a este ambicioso proyecto?

Bueno, yo no diría tanto. En cuanto a lo aportado, podemos destacar el saco de problemas que como almas en pena arrastran los que han participado en el proyecto.

10. La cerámica está presente en muchos de sus trabajos, como el rompedor proyecto Galactic Suite, ¿cómo le ha ayudado la cerámica en la puesta en escena de su creatividad?

Por Dios, deje de usar lo de rompedor, y mucho menos en relación a Galactic Suite. ¿O es que pretende que alguien se rompa la crisma de verdad? Lo que hay que oír. ¿Duerme con tranquilidad usted? ¿O quizá le asaltan los fantasmas de las personas rompidas, que no rotas, por su incontinencia adjetivadora?

11. Tras su experiencia como arquitecto, ¿qué nuevas posibilidades ha descubierto con la cerámica?

El brillo y la sensación de pureza.

12. ¿Qué papel juega la cerámica en sus creaciones arquitectónicas?

Uno que se puede mojar sin perder sus cualidades mecánicas, aunque dependiendo de las sustancias humedecedoras cambian más o cambian menos sus propiedades organolépticas.

13. ¿Cuál es su valor añadido?

Ya lo consignaré en el modelo 300.







TE9219CO-COMPANYIA, PRODUCTE, ACTITUD. El Resum.  
01COMPANYIA cat. Data 241109.

## **Companyia**

### LA DEFINICIÓ

Companyia multidisciplinària d'arquitectura

Companyia que dona **respostes a situacions de confusió**

## UNA ESTRUCTURA

**LAB:** La **pretemporada constant** per estar preparat a les futures preguntes d'un client.

**AGÈNCIA:** la producció d'una **resposta determinada** a una **pregunta concreta**.

**RESPOSTES:** donar una resposta a un client que no sap posar la pregunta: **detecta, busca i implanta**.

## UN PROCÉS

(generar situacions inèdites, sorprenents, incòmodes per a obtenir solucions superiors)

**PREGUNTAR:** Saber posar les preguntes per **revisar els bàsics** i proposar constantment.

**INFECTAR:** Aprendre **què saps fer**, extreure'n una **qualitat** i generar un **producte**.

**PARTICIPAR:** **Compromís** amb tots els estadis del projecte, parlant directament amb l'**amo**, sent **socis** o promovent **aliances** estratègiques.

## UNA ACTITUD

**SENSE COMPLEXOS:** no tenir por al **ridícul**, no tenir por al **fracàs**, si t'ho creus acaba passant.

SENSE PREJUDICIS: no donar res per conegut, **qüestionar-se** constantment i utilitzar estratègies d'altres àmbits.

VISIONARIS: veure el que ningú s'atreveix a **veure** i **explicar-ho**. Globalitat de la resposta.

## UN OBJECTIU

ENTUSIASME: Transmetre entusiasme als que volen fer.

PRODUCTES I EXPERIÈNCIES: Contestar les preguntes dels nostres clients vol dir **fer productes** i també vol dir **proposar experiències**.

LES PERSONES: **Treballar per** a la gent, fer realitat els **somnis** de la gent per millorar el món. Canvia les persones i **les persones canviaran el món**.



TE9219CO-**COMPANYIA, PRODUCTE, ACTITUD**. El Resum.  
**02PRODUCTE** cat. Data 241109.

### *El producte*

#### *LA DEFINICIÓ*

La resposta a una **necessitat** pot ser un **producte** o una **experiència**.

PRODUCTES I EXPERIÈNCIES: Satisfer les necessitats dels nostres clients vol dir **fer productes** i també vol dir **proposar experiències**.

PRODUCTES A DIFERENTS ESCALES: **El producte depèn de les necessitats**: la joieria, el disseny industrial, l'arquitectura no són finals, són instruments per a satisfer les necessitats de les persones.

PRODUCTES SENSE ESCALA: Els productes sense escala són **estratègies**,

**accions** o **direccions**, són les respostes que sorgeixen de contestar les preguntes dels nostres clients.

PRODUCTES QUE INCITIN A L'ACTIVITAT: Si **les persones són protagonistes** d'una acció hauran de **prendre decisions** que els faran **canviar**. Incitar a les persones a interactuar amb el producte o amb altres persones (Chic & Basic).

INVENTAR NOMÉS QUAN ÉS NECESSARI: **Observar, preguntar i combinar**. Observar les qualitats excel·lents de productes existents i aplicar-hi un procés de síntesi i combinació per a obtenir una nova solució (FACES).

ELS PRODUCTES SÓN RESPOSTES: els productes són les respostes que s'ha posat davant d'una necessitat o sol·licitació concreta.

ELS PRODUCTES SÓN INESPERATS: la resposta no es coneguda i només sortirà després d'haver fet la pregunta correcta. El procés té 1001 resultats inesperats, el seu èxit dependrà de l'encert de la pregunta.



TE9219CO-**COMPANYIA, PRODUCTE, ACTITUD**. El Resum.  
**03ACTITUD** cat. Data 241109.

### **Actitud**

#### **LA DEFINICIÓ**

Dóna'm una actitud i et **mouré el món**.

## **SENSE COMPLEXOS**

SENSE COMPLEXOS: no tenir por al **ridícul**, no tenir por al **fracàs**.

TRANSMETRE ENTUSIASME: **incitar** a fer, **animar** a proposar.

SI TU CREUS PASSA: No tenir por a equivocar-se, **insisteix, aprèn** dels teus errors i **continua**.

FIJAR-SE EN EMBOLICS: quan vols **obrir una nova via** el **normal** és ficar-se en **embolics**. Per a canviar una inèrcia s'ha d'aplicar una força en una nova direcció.

## SENSE PREJUDICIS

SENSE PREJUDICIS: no donar res per conegut, **qüestionar-se** constantment i utilitzar estratègies d'altres àmbits.

SEMPRE SUMAR: fer només **el que un sap fer** i saber **envoltar-se dels que saben fer la resta**.

FER I DESPRÉS PENSAR: en cas de dubte, **acció!**

TOTS ELS CANVIS SÓN PROBLEMÀTICS: canviar vol dir **revisar allò establert**, posar-ho en dubte i obrir la porta a les incerteses. A ningú li agrada **tenir dubtes**, però per lluir s'ha de patir.

## VISIONARIS

VISIONARIS: veure el que ningú s'atreveix a **veure i explicar-ho**. Globalitat de la resposta.

ACOSTAR-SE A LA GENT: proposar i fer **productes i experiències** que siguin **útils** per a la gent.

DESCOBRIR QUÈ SAPS FER: identificar el **millor de cadascú** i sumar-ho als processos, que cadascú faci només que millor sàpiga fer.

ACTIVAR PER CANVIAR: fer i no explicar, proposar una activitat per incitar a **canviar**. Canvia les persones i elles canviaran **el món**.

# En línea

## AGRICULTURA

Acuerdo entre tres cooperativas

La Cooperativa Agrária de Sabadell i Comarca (Coagsa), la Agropecuaria de Caldes de Montbui i de la Moia han firmado un convenio para mejorar el asesoramiento técnico, de salud vegetal y animal, así como las fórmulas de promoción, la comercialización e intercambio de sus productos en sus respectivas sedes. El producto estrella de la Coagsa es la *mongieta del ganxet*; en Moia se han especializado en carne ecológica de ternera y de pollo, y en Caldes, en piensos ecológicos. - P. Arenós

## URBAN LAND INSITUTE

Pere Viñolas, nuevo presidente del District Council del ULI

Pere Viñolas, consejero-director general del Grupo Financiero Riva y García, ha sido nombrado presidente del Barcelona District Council del Urban Land Institute (ULI). Sin ánimo de lucro, el ULI es una organización fundada en Estados Unidos en 1936 cuyo principal objetivo es fomentar el uso y el desarrollo responsable del suelo. Presente en los cinco continentes, cuenta con más de 37.000 miembros y aglutina a profesionales del sector inmobiliario. - Redacción

## TRIBUNAL DE CUENTAS

Daniel Faura, presidente de la comisión de auditoría

Daniel Faura ha sido elegido nuevo presidente de la Comisión de Auditoría del sector público del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE). Esta comisión reúne tanto auditores externos como auditores del Tribunal de Cuentas, así como de los tribunales de cuentas autonómicos y de la propia Intervención General del Estado (IGAE). Daniel Faura es vicepresidente del colegio de Censores Jurados de Cuentas de Catalunya. - Redacción

## COPCA

Los exportadores defienden la propiedad industrial

Según una encuesta elaborada por la dirección general de Comerç, el Copca i el Idescat a 600 empresas exportadoras catalanas, el 34,3% de éstas cree que la protección de la propiedad industrial es muy importante, mientras que el 36,8% opina que es bastante importante para las ventas en el extranjero y un 12,7% no le otorga ninguna importancia. Un 40% de los exportadores considera que los mecanismos de protección de la propiedad industrial son efectivos. - Redacción

## LOS NOMBRES Y LAS COSAS

XAVIER CLARAMUNT, ARQUITECTO, DIRIGE EL EQUIP

# La arquitectura sin complejos

RAMON AYMERICH  
Barcelona

Si crees en algo, acabará pasando". Dicho en frío, es como no decir nada. En boca de Xavier Claramunt, explica mucho de la personalidad de este emprendedor de 40 años nacido en Igualada, capaz de utilizar la filosofía del diseño industrial para concebir edificios, aplicar la arquitectura a la elaboración de joyas o reconvertir una empresa tomando como base los materiales que utiliza... Los teóricos de la innovación exaltan esa facilidad para mezclar actividades, cruzar métodos y procesos. Los más ortodoxos, sin embargo, critican su actitud gamberra hacia la academia. "En cada actividad se aprende algo que se puede aplicar en otra. Estar en un sector que no es el tuyo, llegar desde fuera, siempre te da ventajas".

Claramunt es formalmente arquitecto. Hijo de arquitecto que antes de estudiar el oficio se dio un rodéo por los estudios de aeronáutica. Ya en la facultad, se agarró como pudo a la expresión es suya - a Enric Miralles y Carne Piñós. "Para mí, el más ambicioso y mejor equipo de arquitectos con que me he topado". En 1990 fundó ADD+Arquitectura junto a otros

*Claramunt reparte su tiempo entre el diseño industrial, la joyería y proyectos arriesgados. El último, un hotel espacial*

colegas. En paralelo, constituía Duch Claramunt, firma de joyería que se ganó toda clase de reconocimientos. "Para nosotros, aquello era un negocio puro. Diseñabas, fabricabas y vendías". Se aventuraron en las joyas orgánicas, emularon la técnica de las *punteiras* y probaron con joyas interactivas... Les fue más que bien, hasta el día que un proveedor erró en el material suministrado y los clientes le devolvie-

ron los pedidos. Claramunt salió como pudo de aquel bache y todavía hoy defiende el color del fracaso. "Equivocarse es importante. De lo contrario, no avanzas".

Xavier Claramunt ha hecho hoteles para Hospes y Chic+Basic: "Lo que me gusta de verdad es trabajar las habitaciones, pensar en la relación de pareja y en las situaciones que puedes provocar"; también ha hecho interiorismo para Bath Time, Tag Heuer y Frederic Homs, cuberterías para Ferran Adrià -de quien descom-  
bró que "lo importante es perder los comple-

jos"- y diseños de grifería para Cosmic, de cafeteras para Bra o de taquillas para Altimiras, entre otros...

Un día del 2004, Claramunt desplazó parte de su equipo a Asia. Empezó a proyectar edificios comerciales en Pekín y, en un gesto poco comprendido por su gremio, a pasear por el continente un catálogo de torres diseñadas por su equipo. China le cambió la visión de las cosas. Por tamaño. "Allí te puedes plantear levantar grandes edificios. Aquí cada día es más difícil". Pero también por contraste. "Trabajar en la distancia te hace valorar lo que tienes a tu alrededor. Cuando regresas y ves que todavía hay gente que fabrica, que produce algo material, piensas que es increíble. Porque, no nos engañemos, cuando un europeo va a China a explicar cómo se fabrica un producto, lo que está haciendo es regalarle el mercado".

China le reconcilió además con su peculiar ética del trabajo. "Si algo se hace es trabajar. Proponer cosas y llevarlas adelante en equipo". Es la filosofía que aplica en el Equip, un colectivo de treinta personas que trabajan en un almacén de Palo Alto, el oasis del diseño que Javier Mariscal creó hace unos años en el Poble Nou.

El Equip es la continuación de ADD+Arquitectura. El taller está muy lejos de otros despachos de arquitectos, en los que domina el diseño asistido por ordenador. En el Equip trabajan rodeados de maquetas, de madera, de cartón, de fibra. Se huele la cola y se oye el rugir del *blackanddecker*. "No todo lo que hacemos tiene una aplicación inmediata. La mayor parte de los trabajos es el resultado de proyectos de investigación que tienen un resultado final incierto".

De uno de esos trabajos de investigación surgió, en agosto del 2006, el Galactie Suite, un proyecto de hotel espacial. "Empezamos a desarrollar la idea a partir de un racimo de uvas. Se trataba de aplicar la lógica de los viajes espaciales a la idea de residencia en el espacio". El proyecto hizo ruido y levantó algún que otro comentario escéptico. Pero Claramunt es tozudo. Calcula que el montaje del hotel -incluida su puesta en órbita- puede costar unos 1.500 millones de euros. Ha hablado con gente de la NASA y se ha dejado aconsejar por BAIE (Asociación Barcelonesa Aeronáutica y del Espacio) y el CTAE (Centre Tecnològic per a la Indústria Aeronàutica i de l'Espai).

Puede parecer una quimera, pero en el mundo en el que los viajes aeroespaciales son ya una realidad para muchas fortunas, el proyecto de Claramunt no anda desencaminado. "Lo importante, para mí, es todo lo que rodea la estancia en el hotel. Estar allí arriba son 24 horas. Pero serán necesarios unos ocho meses de preparación para ello". Para Claramunt, ya lo advertimos, lo importante es que ocurran cosas.●

## La facturación de Serhs crece un 23% en el primer trimestre

BARCELONA. (Redacción.) - El grupo de hostelería Serhs ha anunciado un aumento del 23% en su cifra de negocio durante los tres primeros meses del año. La facturación ha pasado de los 53 millones registrados en los tres primeros meses del 2006 a los 65 del presente ejercicio. Estas cifras permiten a la compañía mantener la previsión de cerrar el 2007 con una facturación de 465 millones (un 15% más que en 2006) y unos beneficios antes de impuestos superiores a los 10,5 millones (un 50% más).

En consecuencia, el dividendo que pagar a los accionistas de 0,85 euros por acción será de 0,85 euros por acción y no de 0,80 euros (un 6,25% más). Asimismo aumentará de una por cada 40 a una por cada 32 el reparto de acciones liberadas (un 25% más).●

## Antoni Grau, director general financiero de Vueling

BARCELONA. (Efc.) - La compañía aérea Vueling ha nombrado a Antoni Grau nuevo director general financiero-corporativo en sustitución de Javier Carrasco. Este abandona el cargo tras "haber aceptado nuevos retos profesionales", según explicó la compañía. Abandonando el cargo apenas siete meses después de haberse incorporado al equipo directivo. De los tres responsables de las nuevas direcciones que Vueling creó en noviembre del 2006, sólo queda el director comercial, Vicenç Martí.

Antoni Grau -licenciado en Derecho y Ciencias Empresariales y máster en dirección financiera por ESADE- ha dirigido hasta ahora las divisiones internas de Vueling. Antes trabajó en el grupo Celsa y en la división de auditorías de KPMG.●



## Vol vendre el seu edifici?

Nosaltres li comprem

- Valoració sense compromís
- Màxima discreció
- Compra immediata

Barcelona i Madrid  
Edificis d'Habitatges i solars

93 201 66 88

Màx. C/da 124 (Parral·g. J. B. 124)



Euro Habitat

GRUPO LUX HABITAT



JO7013UN-UNA. El producte dels 20 milions. Peça única  
**01UNA PEÇA AMB HISTÒRIA** cat. Data 220207.



Una peça descoberta, una peça misteriosa, una peça sobre la que algú ha parlat però que ningú no ha vist.

Una peça vista, però de la que ningú no ha parlat. En un quadre, en una fotografia... potser és només un reflex del Sol, o una engruna de l'últim menjar mal espolsat, però que la nostra imaginació hi provocarà l'aparició de qui sap què però preciós.



*Què amaga la Mona Lisa?*

Una història que té com a últim estadi el propi client, que marca un final o un punt i seguit.

Una peça de tradició familiar, són peces amb una història sovint oblidada, aquells moments en que va ser lluïda, quines situacions va presenciar o quines decisions va acompanyar, com l'han vista els seus successius usuaris, els seus successius propietaris.

Una peça amb usuari, la joia com a peça que pot tenir més usuaris que propietaris. És una peça preciosa, única, que es pot compartir. Bé, això és molt maco però a la nostra societat la propietat és massa important i forta com per a no tenir-ho en compte... És a dir, que hi hagi un propietari, una propietària, bé, però que convidi a altres persones a lluir la peça.



UR7025CI-CIUTATS. Pensar ciutats  
ACTORS & THE CITY cat. Data 191007.

02THE THREE

Hola a todos, veamos.  
Trabajo para la próxima semana.

Para no perder comba y a la vez ver por donde podemos empezar estos trabajos sobre las ciudades, proponemos una reflexión alrededor de unas preguntas que relacionan personas y ciudades.

Para las personas vamos a utilizar lo que Rosabeth M. Kanter, allá por el 1995, consideró que eran las que una ciudad necesitaba para tener éxito. A saber:

Good thinkers (los que generan los conceptos)

Good makers (los que saben hacer las cosas)

Good traders (los que tienen conexiones)

Que ella adereza con la apreciación de que, citando con cierta libertad pero sin alejarnos del espíritu, *cities are not planned, but managed.*

Para las ciudades vamos a utilizar los materiales de nuestra primera reunión, a saber también: la clasificación de ciudades en muertas, decadentes y nuevas.

De esta manera proponemos que cada uno de nosotros responda, sin voluntad historicista ni académica, a las siguientes preguntas:

## A. sobre CIUDADES MUERTAS

A.1 **En qué** se pusieron a pensar los thinkers?

A.2 **Qué hacían** los makers?

A.3 **A dónde** se fueron los traders?

A.€ I això com ho **hauríem** **facturat**?

## B. sobre CIUDADES DECADENTES

B.1 **En qué** piensan los thinkers?

B.2 **Qué hacen** los makers?

B.3 **Con quién** se **conectan** los traders?

B.€ I això com **ho** **facturem**?

# C. sobre CIUDADES NUEVAS

C.1 **Donde están** los thinkers?

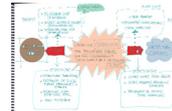
C.2 **Qué** tienen que hacer los makers?

C.3 **Con quién** tienen que **hablar** los traders?

C.€ I això com **ho facturarem?**

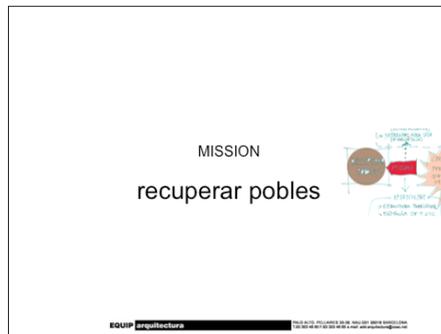
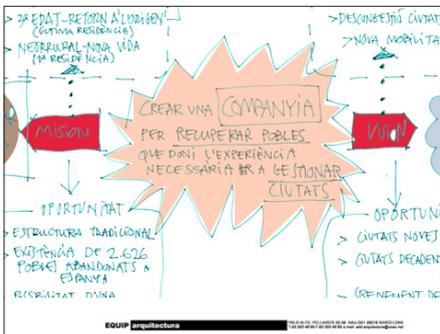
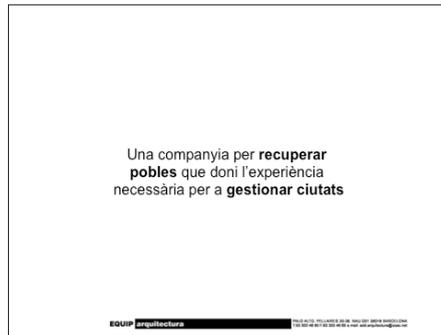
Tenemos una semana para responder. Os emplazamos a poner en común las respuestas vía mail el lunes día 29 de octubre y comida al día siguiente, 30 de octubre, para comentarlas.

Y luego ya veremos, como dijo Pla al llegar a un puerto de Nueva York atardeciendo y quedar positivamente impresionado por la imagen de Manhattan iluminada, *i això... qui ho paga?*



**UR7025CI-CIUTATS. Establiment d'objectius**  
**ZERO PRIMA A CENT ABSOLUT** cat. Data 131107.

**\*02DE**

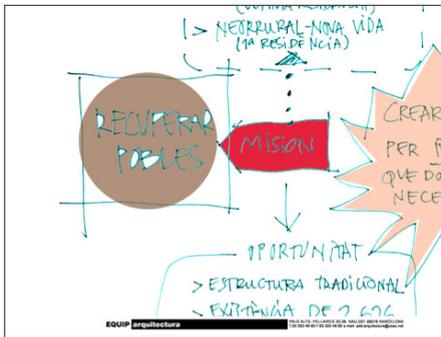
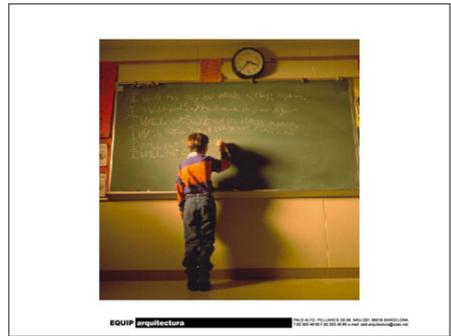


Si piensas antes de empezar puede que no salgas el primero pero si el más rápido



VISION  
gestionar ciutats

EQUIP arquitectura



de 0'

EQUIP arquitectura

recuperar pobles

EQUIP arquitectura



OPORTUNITAT

**Estructura tradicional desitjada: a l'imaginari col·lectiu**

**Existència a Espanya: 2.626 pobles**

**Adquisició total possible**

**Preu assequible**

EQUIP arquitectura



Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid

PRESENT

Oci-escapada de la ciutat (2a residència)  
**Tercera edat**-retorn a l'origen (última residència)  
 Neorural-nova vida (1a residència)

EQUIP arquitectura

a **100**

EQUIP arquitectura

gestionar ciutats

EQUIP arquitectura



OPORTUNITAT

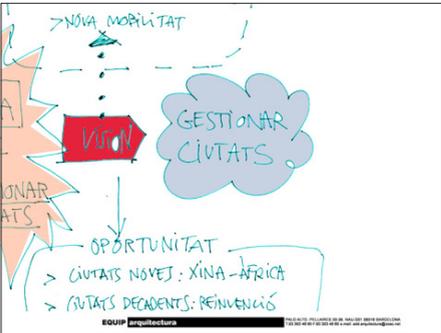
Ciutats **noves**: Creixement a Xina i Àfrica  
 Ciutats **decadents**: Reinvençió d'Europa  
**Creixement** de ciutats: fluxos migratoris

EQUIP arquitectura

FUTUR

**Nova urbanitat**  
**Descongestió** ciutats actuals  
**Nova mobilitat**

EQUIP arquitectura





**TE7213CO-CATÀLEG DE TORRES. CONCEPTE**  
**02READY TO BUILD cat. Data 060707.**

Al món de la moda ja fa temps que el sastre va donar pas al prêt-à-porter, per a no parlar de l'àmbit gastronòmic i alimentari a on encara en fa més de temps que vam deixar de sortir a collir l'enciam a l'hort de casa per anar a la Boqueria a sentir allò del *què et poso maco!* Llavors, per acabar-ho d'adobar, arriba el món del còmic i introdueix les càpsules hoy-poy que són la manera de saltar l'espai entre la set i la satisfacció plena sense ni obrir la boca per demanar aire, que de moment encara és gratis.

I clar, també es podria introduir al món de l'arquitectura, a veure si és un camí que tingui sentit recórrer. De moment ho llancem a veure què passa. A veure què diuen. A veure com respira l'*asunto*.

El catàleg de torres és un conjunt d'edificis ready to build. Sortits d'un treball continuat del nostre taller LAB sobre edificis en alçada, apareixen una sèrie de torres definides fins a un determinat estadi i llestes per a desenvolupar-se en la direcció que una ubicació i unes necessitats concretes demanin. Les torres del catàleg ja han passat un primer estadi de definició formal i estudi estructural que possibiliten que la seva construcció pugui iniciar-se amb major celeritat. Només caldran definir aspectes directament relacionats amb l'ús final que se li vol donar a l'edifici i amb la implantació a un lloc determinat, amb les seves peculiaritats climàtiques, estilístiques i urbanístiques.

Les Flamenco Towers són el primer exemple de posada en pràctica d'un estudi sobre edificis en alçada desenvolupat al nostre taller LAB. Originades en uns treballs que volien investigar els tipus de relacions que es podien establir entre agrupacions de diverses torres, la seva forma definitiva, així com la manera d'accedir-hi, s'han acabat de desenvolupar ara que apareix un client que vol un edifici amb unes característiques que s'ajusten a les potencialitats de les... bé, el que primer es va fer, d'acord amb les primeres reunions amb el client, va ser tornar-les a batejar con les FLAMENCO TOWERS. Pilles?

TE7213CO-CATÀLEG DE TORRES. Concepte  
TORRES cat. Data 100707.



03CATÀLEG DE

El Catàleg de Torres neix d'una situació concreta per a desenvolupar-se a un nivell general que deixi el producte llest per a ser executat en una situació física determinada. Surt d'una observació concreta i real que assoleix un estadi de potencialitat que vindrà a desenvolupar-se segons les característiques del lloc on es vulgui aplicar.

1

#### **OBSERVACIÓ**

#### **INTERÉS**

#### **CURIOSITAT**

#### **NECESSITAT**

Tot comença en la forma d'una observació amb intenció d'un fet identificat al mig de la realitat que ens envolta, fruit del nostre interès professional i que té com a idees motrius la nostra curiositat i les necessitats dels que ens envolten.

2

#### **INVESTIGACIÓ**

#### **ESTUDI**

#### **ASSAIG**

#### **PREPARACIÓ**

Una vegada la nostra curiositat ens ha fet observar un fet concret, iniciem una investigació que ens porta a estudiar unes situacions donades-provocades amb l'objectiu de produir uns resultats amb entitat suficient per a que es puguin realitzar assajos en forma de dibuixos tècnics, maquetes, models estructurals, etc. Es tracta d'una investigació que mitjançant estudis de situacions pugui donar lloc a uns assajos suficientment reals per a ser considerats com una preparació del que ens podríem trobar a la realitat.

3

#### **COMUNICACIÓ**

#### **PRESENTACIÓ**

#### **MITJANS DE COMUNICACIÓ**

#### **PUBLICITAT**

Una vegada es té el producte base del catàleg, les torres, es passa a l'estadi de comunicar aquestes investigacions mitjançant presentacions en diversos formats i a diferents tipus d'interlocutors: possibles clients, professió, públic general, etc. El canal més important per a comunicar amb hipotètics clients i dotar de credibilitat a la proposta passa per la col·laboració dels mitjans de comunicació, ells són els únics capacitats per a donar una publicitat global al catàleg.

4

#### **CLIENT**

#### **DESENVOLUPAMENT**

#### **ADAPTACIÓ**

#### **LOCALITZACIÓ**

Una vegada apareix el client, algú disposat a aixecar una de les torres, s'inicia un procés de desenvolupament de les capacitats latents a les característiques de la torre del catàleg. L'objectiu és adaptar el projecte potencial a les necessitats funcionals, capacitats tecnològiques, imaginari estilístic que aporta el client. Un resultat final satisfactori passa per aconseguir una localització adequada de la torre, que experimentant les evolucions necessàries trobi el seu lloc en el sentit ampli del terme.

5

#### **CONSTRUCCIÓ**

#### **PROJECT MANAGER**

#### **UTILITZACIÓ**

#### **MANTENIMENT**

Quan el projecte arriba a un grau suficient de definició ja pot iniciar-se la construcció, moment en el que apareix un altre agent fonamental del procés: el project manager, encarregat de ser uns ulls i una veu qualificada que el client utilitza per a relacionar-se amb el constructor i l'arquitecte. L'objectiu aquí és arribar a un edifici que pugui utilitzar-se amb èxit per a la funció que se li ha donat, però alhora que pugui anar evolucionant a través d'un manteniment constant i poder adaptar-se als canvis que la dinàmica d'utilització demani. Per aquest manteniment l'equip de project manager-constructor-arquitecte s'ha de mantenir actiu durant tota la vida útil de l'edifici.

6

#### **UN EXEMPLE REAL: Les Flamenco Towers**



**TE7213CO-CATÀLEG DE TORRES. Concepte 01CIRIL RUFETE, CAP DE CATÀLEGS cat. Data 270607.**

De catàlegs. Hola, sóc en Ciril Rufete i dins de l'EQUIP tinc el rar honor d'haver estat investit cap de la divisió encarregada de vendre't una torre. Com ja diu el meu nom, Ciril, tinc autoritat per a tancar qualsevol tracte amb la persona interessada en fer l'adquisició. També puc gestionar els treballs per a desenvolupar els documents necessaris per a que una empresa constructora sigui capaç d'aixecar la torre. Sóc religiós, devot de la Mare

de Déu dels Perpetus Socors, patrona de la seguretat social i del cos de sanitat. Tot un punt a favor si ets religió, si no ho ets o practiques qualsevol altra religió et pregaria que obviessis, per completament inútil, aquesta nota sobre la meva devoció.

Bé, com que aquí sempre hem de partir de zero i ens hem d'acostar a les coses amb una certa mirada innocent, començaré dient que si ens hem de posar rigorosament normatiu hauríem de dir que un catàleg és una llista descriptiva de coses agrupades per un nexa comú i redactada, l'esmentada llista, segons unes regles establertes, i aquí és on hi ha una certa llibertat, es a dir que depèn d'aquestes regles. Més detalladament, un catàleg raonat n'és un, en realitat només d'obres d'art, que, ultra contenir les dades essencials, descriu les peces, les comenta, les critica, etc. Si ens posem siderals, un catàleg astronòmic ve a ser una relació de cossos celestes acompanyada de diversa informació relativa a cadascun d'ells. Bien, Ciril, estoy de acuerdo, pero añado que un catálogo es una relación ordenada en la que se incluyen o describen de forma individual libros, documentos, personas, objetos, etc., que están relacionados entre sí. Claro que también se puede usar también en sentido figurado. Molt ben apuntat, sí senyor. And last but not least, if, dear Ciril, I can introduce a humble comment, one could say that a so called catalog is a complete enumeration of items arranged systematically with descriptive details. Humm... also a pamphlet or book that contains such a list... and going on: material in such a list. Interesting etimological note: from *katalegein*, greek for 'to list', from *kata-* + *legein* to gather. Eso, y en griego escrito como **κατάλογος**. En català des del 1653. Com podeu veure, tot un treball en equip.

Però el catàleg que porto és, de fet, una altra cosa. En realitat es tracta d'un recull de les torres que hem estat investigant els últims 4 anys a casa nostra. Unes són evolucions desenvolupades després de frenètics concursos, que gràcies a que indefectiblement s'han perdut, i es perden, sempre hem tingut, i tenim, l'oportunitat de seguir treballant amb elles, les torres, i millorar-les. Altres provenen de propostes per a llocs on creïem que hi hauria d'haver un edifici en alçada, ja fos per qüestions arquitectòniques, urbanístiques o especulativo-econòmiques. Força interessants aquestes últimes. Altres, les menys, són insinuacions d'encàrrecs per part de primíssim clients que nosaltres vam veure clar que s'havien de començar abans de firmar res. I en aquests casos mai s'acaba firmant.

El resultat de tot aquest seguit d'aparents despropòsits és el nostre catàleg de torres, que és en realitat un recull d'investigacions sobre el fet de viure, treballar i construir en alçada, i com aquesta voluntat d'anar cap amunt es pot localitzar tant a la ciutat de Barcelona com a Beijing, Qatar o Igualada. Compres?



T02

T04

T05

T06

T07

T08

T09

T10

T11

T12

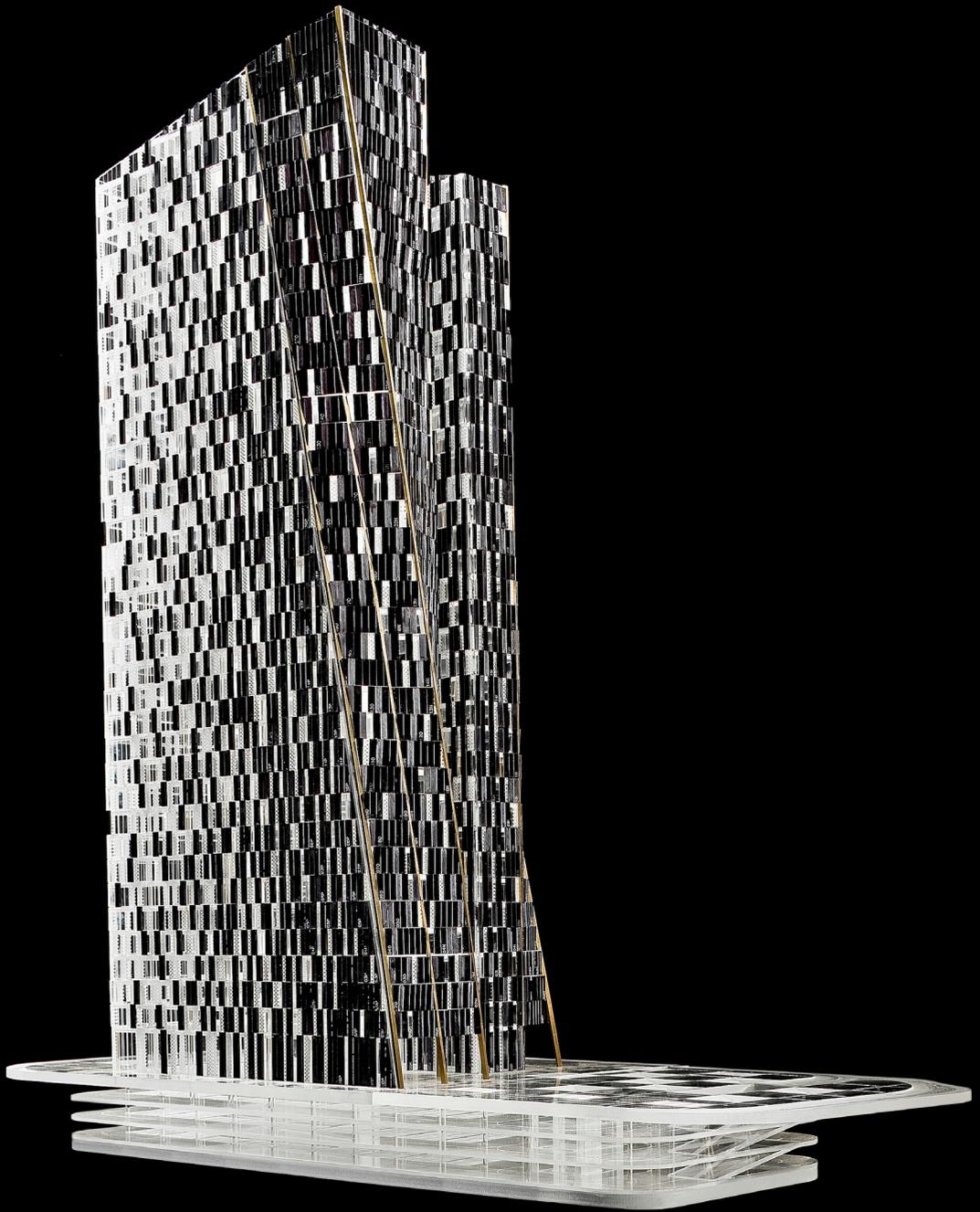
T13

T14

T15

T16

T17





**AR8044BI-SHANGHAI 1. Catàleg de Torres: tocar i reaccionar**  
**01SHANGAI 1: LES PESSIGOLLES SIBERIÀNES** cat. Data 101208.

Som a Shanghai, segurament la ciutat xinesa més poblada. El 1930 era un centre de finances i comerç internacional, a partir del 1990 a iniciat el camí per a tornar a ser-ho. Si es te la suficient paciència s'hi poden arribar a comptar uns 4.300 gratacels. I també hi bufa el vent que ve de Sibèria.

Shanghai 1 és un exercici per a estudiar les possibilitats formals d'un edifici si se l'equipara amb un jonc que prefereix vinclar-se davant la força del vent que suportar impassible els seus efectes. Un vent fred actua com si és tractés d'un dit que s'acostés intencionadament cap a un cos altament sensitiu i la simple aproximació d'aquest aire provoqués un moviment de repulsió amable que alterés per sempre la forma original.

Es pot considerar que es parteix d'un prisma amb les cares que facin falta i que aprofita la més lleugera brisa per a lluitar contra el paral·lelogram que l'angoixa, el quadrilàter que li han encolomat, perquè el que realment vol és convertir-se en un cos sensual. S'hi posa bé i es deixa estimar pel vent que fa que la faixa d'estructura destinada a sostenir la seva integritat, i dibuixar un cossatge que no li sembla suficientment suggerent, comenci a intimar amb alguns moviments que semblen elàstics però que a la mínima que es despista agafen una plasticitat manifesta. I finalment, com si una pressió elàstica el cenyís per una cintura imaginària i ara li amagués ara li fes sortir un ventre deliciós, aconsegueix un aire d'elegant salutació al vent.

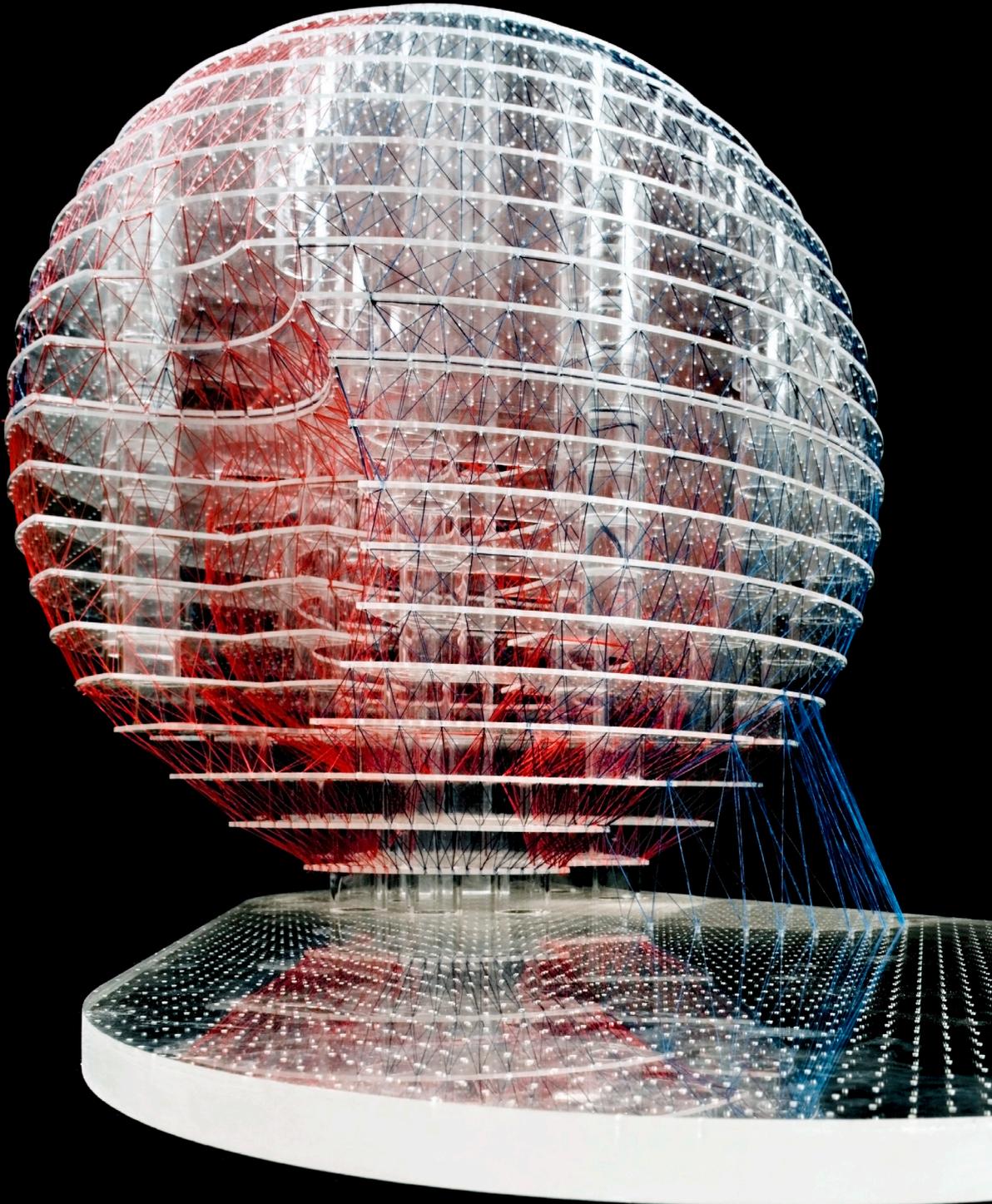




**AR8045BI-SHANGHAI 2. Catàleg de Torres: tocar i reaccionar**  
**01SHANGAI 2: ON ÉS EL MEU COMPANYY DE BALL? cat. Data 101208.**

Som a Shanghai, segurament la ciutat xinesa més poblada. El 1930 era un centre de finances i comerç internacional, a partir del 1990 a iniciat el camí per a tornar a ser-ho. Si es te la suficient paciència s'hi poden arribar a comptar uns 4.300 gratacels. Hi ha uns 20 milions d'habitants i no tots tenen parella.

La teva germana balla molt bé. Però hi ha algú que executa sol el que li agradaria fer acompanyat, perquè no és el mateix deixar caure aquella successió regulada de passos, saltirons o posicions decidides que normalment defineixen el ball. Però se sent la música. Un so poderós excita una construcció imperfectament desenvolupada, de memòria degenerada que vol convertir la seva present superfície delimitada en un vestigi de difícil record. Es descalça i trasvesteix els rígids pilars de la seva estructura en mocadors i túniques d'una estretor elegantíssima que volen desmuntar el que alguna ment excessivament rígida ha volgut erigir. La música provoca un sisme d'improvisació que revincla les estranyes normes que han dirigit tota la seva postura i definit el seu posat. Situació un tant contra natura. Però tot queda congelat quan es fa evident que aquesta frenesia necessita d'un company que doni sentit al moviment inacabat. Aturat en un moment dinàmic però acomodat a les circumstàncies, l'edifici queda a l'expectativa de que torni a sonar la música i amb una mica de sort aparegui aquell a qui s'ha d'abraçar. Hi ha més de 4.000 pretendents.





AR8003RR-TORRES 50-100. Glamour, please!

02THE CLOSEST PLANET ON EARTH eng. Data 111109.

### **Sphere Building: the closest planet on earth**

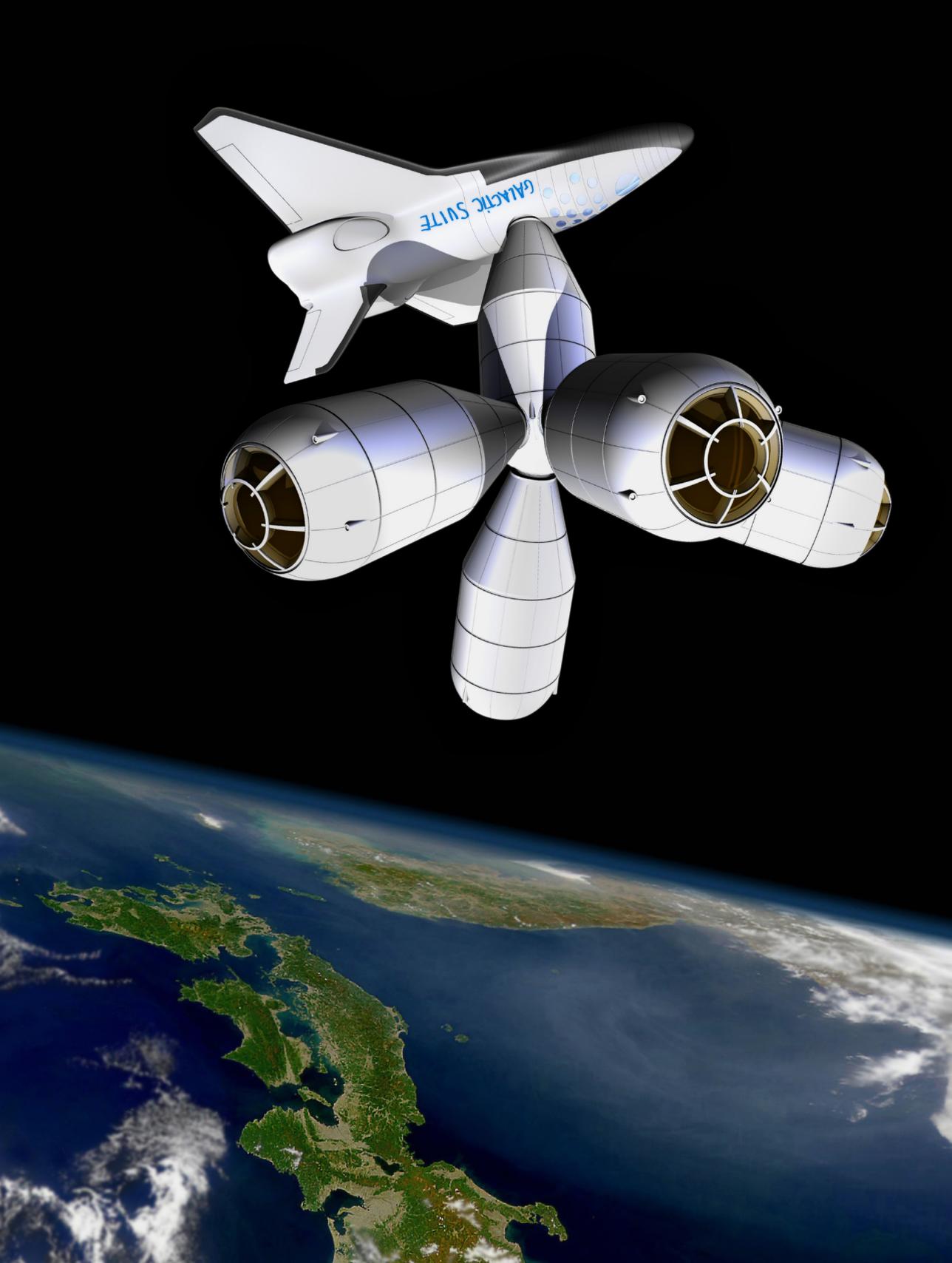
One could say that the Sphere Building is rooted on a distinguished tradition that says that the Earth was a tiny sphere suspended stationary at the geometric centre of a much larger rotating one which carried the stars. In other words, the planet Earth was the centre of the universe. It's a start. The origin of such idea has to be found among Greek astronomers and philosophers. For some of them, the sun moved in the vast space between the earth and the sphere of the stars. Outside of the outer sphere there was nothing at all. No space, no matter, nothing! Frightening and at the same time exciting idea.

These two spheres (earthly and celestial) draw to the idea of the 'two-sphere universe', a theory that lasted with some strength for at least two thousand years, guiding the thoughts of most astronomers and not just a few philosophers.

But the origin of the Sphere Building could be better found in a contemporary tradition of misleading innocence, expansive audaciousness, and a clear tendency to integrate the complex inputs of our past memories. And with the aim to fulfil our more deep dreams, we can say that the moon up there it is a balloon that flew away. All our effort will be to bring our beloved moon back to earth.

The Sphere Building can be described as a nested ball where the first balloon, which is a sphere, distributes a mixed-use scheme along its perimeter: offices, greenery and leisure facilities. A second sphere, which contains the first one, fulfils its built perimeter again with a mixed-use scheme, this time adding housing. The open space in between the two spheres grows an oasis, a green area protected from the hostile exterior. The whole nested ball is pass back and forth through and over by four gigantic cones that allow the light gentle winds and breezes to flow into the Sphere Building. Also the sunlight uses the paths open by the cones to access the interior areas of the spheres. Both techniques are fundamental to create a controlled microclimate for the comfort of its inhabitants.

Finally we recover the moon, the balloon that once flew away. The Sphere building is the closest to an outer planet that one can be on earth. The Sphere building aims to fulfil the dreams of being closer to the moon.



TE4031PL-27PASAJES. MEMORIA PASAJES

02EL LAB Y LOS ASENTAMIENTOS LÍMITE cas. Data 311006.



El LAB y los asentamiento en lugares límite. Estamos trabajando en un hotel espacial, Galactic Suite, y también en un hotel en el fondo del mar, Sea Suite. ¿Cómo se explica? ¿Quién es el cliente?

Tanto las Galactic Suite como las Sea Suite son fruto de los trabajos que llevamos a cabo en nuestro LAB, que es a la vez un lugar y una estrategia de trabajo. En una nave anexa al estudio en el que se desarrollan los proyectos del día a día tenemos a un grupo de 7 personas trabajando sin un encargo concreto y que insisten tanto en proyectos realizados, para mejorar una posible respuesta futura en un contexto similar, como inician trabajos sustentados en intuiciones y posibilidades ya abiertas. Son proyectos que tienen cliente pero, por decirlo de alguna manera, que aun no sabe que estamos trabajando para él. Los trabajos sobre el hotel en el espacio y en el fondo del mar pertenecen al grupo de investigaciones sobre asentamientos límite. Persiguen sentar las bases para conocer las necesidades para colonizar zonas a priori inhóspitas. El objetivo es generar la suficiente información y la estructura de análisis que nos permita atraer tanto a técnicos especializados en áreas concretas como a grupos capaces de financiar el desarrollo y puesta en práctica de nuestras investigaciones.

### Galactic Suite

Se trata de una propuesta de hotel espacial. La configuración del hotel se pensó teniendo en cuenta la tecnología actual referente a los viajes espaciales y a su capacidad de carga. De esta manera se optó por una serie de elementos que se subirían al espacio ya bien utilizando la tecnología actual del proyecto Shuttle o la futura del proyecto Constellation, ambos de la NASA. Todas estas unidades se ensamblarían en órbita. La habitación es la unidad mínima, tanto en lo que hace referencia a la función como en lo que respecta al montaje de todo el conjunto. Son suites, Galactic Suites, en el sentido que son autosuficientes. También los espacios comunes se configurarían con la adición de la misma unidad.

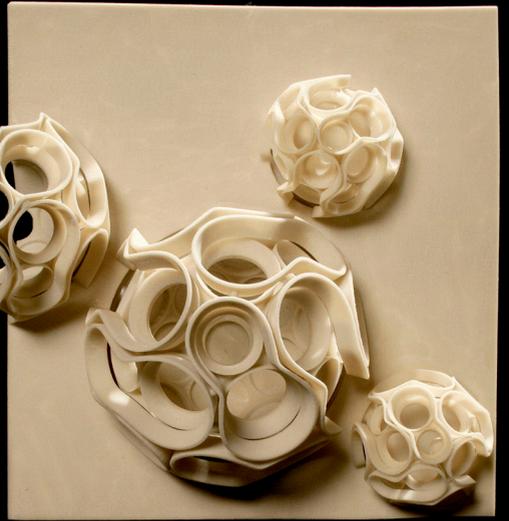
Añadido a lo anterior corre una investigación acerca de cómo se viviría dentro de estas unidades. En esta dirección hemos estado trabajando tanto con tecnologías conocidas, como las

sujeciones tipo velcro (hook-and-loop) como con paisajes interiores dinámicos, como por ejemplo las pistas de skate.

### Sea Suite

Es una propuesta para un hotel bajo las aguas del mar. Se propone como un asentamiento para aguas poco profundas que incluso podría jugar con las mareas para combinar períodos de inmersión con otros de superficie. La pista la dieron las colonias de coral, tanto por su posición de semiprofundidad como por su estructura. De esta manera una envolvente estructural porosa, en configuración de icosaedro, permite la inserción de cristales de dimensiones acotadas pero que consiguen una gran transparencia para el interior gracias a su número. Igual que las Galactic Suite, las Sea Suite se piensan a partir de sumar unidades-habitación, aunque aquí, gracias a que el transporte es más versátil, las unidades para actividades comunes se proponen directamente de mayor dimensión.

Las unidades serían preconstruídas en tierra para luego ser llevadas al mar donde serían ancladas al suelo marino. El acceso podría realizarse desde tierra a través de un túnel, o, en el caso de las Sea Suite que tuvieran en cuenta las mareas, desde embarcaciones y a determinadas horas del día.



## MI HISTORIA

## Xavier Claramunt

- Dirige Equip, un estudio de arquitectura, diseño e interiorismo
- Proyecta desde edificios en China hasta cubiertos para Ferran Adrià
- Tiene 42 años y estudió Arquitectura y Aeronáutica

Tenía una firma de joyería, con clientes como Tiffany's, que se hundió por un problema con proveedores. **El fracaso, señala, puede ser enriquecedor** y enseña, al menos, a volver a empezar

## “El fracaso no te afecta si aprendes por el camino”

Josep Ramon Torné

**T**eníamos una empresa de joyería con casi una veintena de trabajadores que vendía a todo el mundo, pero uno de nuestros productos salió mal. Se rompió la relación con los puntos de venta y perdimos nuestra imagen de marca, por no hablar de los clientes que dejaron de pagarnos”. Duch Claramunt, la compañía joyera que Xavier Claramunt había fundado pasó de comercializar sus piezas en Tiffany's a perder la confianza del mercado. La experiencia podría haber torcido la voluntad de muchos empresarios, pero no el espíritu positivo de Claramunt. “Obviamente, te puede saber mal en un primer momento, pero en realidad te estás enriqueciendo mucho porque has aprendido con la experiencia”.

Claramunt considera que su tenacidad proviene de su personalidad y de su formación en Ingeniería Aeronáutica y Arquitectura. “Los que hemos estudiado carreras así estamos muy acostumbrados a reinventar continuamente para llegar a nuestra meta, a empezar de cero una y otra vez. Es la idea del proyectista, de ensayo y error constantes para avanzar”. Esta visión proactiva la ha aplicado con éxito Claramunt al mundo de la empresa.

“No hay que tener una actitud de espera ante las cosas. Hay que ir a buscarlas uno mismo”.

Este emprendedor, nacido en Igualada en 1965, supo sacar partido de aquella vivencia empresarial y aplicó sus conocimientos a Equip Xavier Claramunt, la compañía matriz que dirige y de la que han salido decenas de proyectos rompedores. “Desde crear un ca-

tálogo hasta planificar una estrategia de financiación, todo sirve para potenciar la experiencia de la empresa madre. Sin embargo, lo más importante es el concepto: el no tener miedo a equivocarse otra vez, a volver a intentarlo de nuevo”. Con todo, Claramunt no renuncia al negocio de la joyería. “Fue un intento de reinversión de un artículo de lujo, de que aportara algo al individuo

**“Lo más importante es no tener miedo a errar otra vez, a intentarlo de nuevo; el miedo al riesgo provoca apatía”**



que llevara la joya. Era una aventura que ha quedado en *stand-by*. Si las ideas no mueren, se conserva la esencia de una empresa”.

La compañía de Claramunt imagina sus proyectos desde un despacho taller de Palo Alto, un centro creado por Javier Mariscal que acoge varias empresas de arquitectura, fotografía y diseño en el barcelonés barrio del Poblenou. Su último atrevimiento ha sido Galactic Suite, un proyecto de hotel espacial, pero también plantea torres comerciales en China o diseños cubiertos para Ferran Adrià. “Muchas de nuestras ideas sobreviven y muchas mueren. Son visionarias y a veces están fuera del mercado. Son planes abiertos, por esto si fracasan no suponen trauma. Si algo no funciona, se aparcá y se vuelve a empezar. El fracaso no te afecta si aprendes por el camino”.

El enfoque positivo de Claramunt no siempre encuentra eco en el entorno, ya que no siempre es fácil convencer a clientes, bancos o inversores. “El miedo al riesgo y a equivocarse provoca apatía. En Estados Unidos no ocurre lo mismo que aquí. Se valora de otra forma el fracaso. No contratan a nadie que no se haya equivocado al menos dos veces, porque eso significa que lo habrá intentado”.

Hace poco, por ejemplo, mandamos a una parte de nuestro equipo a trabajar en proyectos de arquitectura a Asia. Aunque no funciona, el hecho de tener gente allí es bueno para la empresa y crea sinergias positivas”.

Xavier Claramunt imprime la misma fuerza a sus sueños de futuro, como Galactic Suite. “Hay que trabajar sin complejos ni límites preconcebidos. En estas empresas nos ayuda a avanzar y nos da fuerza nuestra propia inocencia”.

## CONSULTORIO LABORAL

empleo@lavanguardia.es

Por  
Carolina Gómez  
IOR CONSULTING



## ¿Intento negociar con mi empresa mi jubilación anticipada?

José Luis  
BARCELONA

Voy a cumplir 62 años, veintitrés de ellos en mi actual empresa, en el área de proveedores, llevándolo la gestión de uno de nuestros principales suministradores. En diciembre, sin ninguna justificación, me trasladaron al área de ventas, sin darme ningún cargo, y me asignaron tareas casi de auxiliar administrativo. No sé si denunciarlos por *mobbing*, llamar y esperar la jubilación o dirigirme a la dirección para negociar una prejubilación (que quizás es lo que andan buscando).

## LOS E-MAILS DE LOS LECTORES

Trini  
BARCELONA

Me hicieron lo mismo después de 20 años trabajando en una prestigiosa editorial catalana. Tres consejos: 1. Acepta que tu empresa ni te quiere, ni va a respetar tus derechos laborales; 2. Prepárate. Consulta a un sindicato y afiliate. Puede que acabes necesitando sus servicios jurídicos; 3. Espera. Tómate la situación con humor y piensa que cada día que pasa coñza para tu jubilación. Mi caso acabó en despido improcedente con indemnización completa más de dos años después.

Eugeni  
SANT CUGAT

Es cuestión de números. Si te dan una buena indemnización y te compensan el perjuicio de prejubilarte, vete a disfrutar de la vida.

Artur

¿23 años en el mismo puesto, y tú crees que es *mobbing*? Yo lo llamaría obsolescencia

Miguel  
CORNELLA

Busca un abogado. Si es *mobbing*, con una denuncia quizás consigas que te dejen en paz. O al menos el juez te puede dar una buena indemnización

Iu  
BARCELONA

Haz lo que te digan, relájate y cuando vean que no te vas ya vendrán a negociar.

## RESPONDE

Tras 23 años en la empresa, entendemos que la mejor postura no es realizar una *declaración de guerra*, y menos con una cuestión tan resbaladiza como un posible *mobbing*. Piense que las armas las carga el diablo y se disparan sin querer. Aunque esté en plenitud de facultades y con interés por seguir trabajando, no parece motivador ni conveniente hacerlo en un puesto que no le satisface. Por tanto, le recomendamos que no prolongue esta situación en exceso y que la afronte abiertamente iniciando una negociación. Probablemente un planteamiento de prejubilación, por su edad y bases de cotización, le permita alcanzar un acuerdo satisfactorio. Estamos seguros de que por su profesionalidad y larga trayectoria en la empresa, ésta tratará de resolver la situación de la mejor forma posible.

## LA PRÓXIMA SEMANA

¿Qué he de hacer si mi jefe me abronca en público? Me han hecho responsable de venta de un producto y ya he tenido dos encontronazos con mi nuevo jefe: cuando surge algún problema me abronca, delante de mis colegas. El primer día callé, pero la segunda vez le dije que su tono me parecía inaceptable y dejé la reunión. Ahora la situación es muy tensa. Martina. (Manlleu)

Envíe sus consultas para esta sección a [empleo@lavanguardia.es](mailto:empleo@lavanguardia.es)

Participe con su opinión en: [www.lavanguardia.es](http://www.lavanguardia.es)



**TE8400PA-VA DE PREMSA. Innobai pregunta 16ENTREVISTA INNOBAI cas. Data 100209.**

¿Cuáles son los rasgos de innovación propios de su forma de trabajo?

Nosotros trabajamos evitando los prejuicios y revisando los conceptos básicos, por muy conocidos que sean, para conseguir encontrar la respuesta única que todo proyecto, todos con sus peculiaridades, necesita. Pero el rasgo de innovación más singular que aportamos es la globalidad de nuestras respuestas. El cliente viene con unas necesidades, a veces con una solución ya preconcebida, pero nuestro trabajo consiste en estudiar a fondo las solicitudes del cliente y darle una respuesta global. Normalmente el cliente se sorprende al descubrir que el ámbito de la respuesta que se identifica como necesario es muy superior al que él esperaba.

Evitar prejuicios

Revisión constante de conceptos conocidos

Globalidad de la respuesta

¿Cuál es el valor diferencial que aporta EQUIP Xavier Claramunt frente a otros estudios de arquitectura más tradicionales?

La característica fundamental de Equip Xavier Claramunt es la ausencia de complejos. Nosotros seguimos siendo un estudio de arquitectura pero ya no solamente. Nuestra estrategia de trabajar sin complejos y sin miedo a los fracasos, que acumulamos y estudiamos, nos ha llevado a estar abiertos a la utilización de estrategias de otros ámbitos profesionales (joyería, economía, gastronomía...). Esta actitud desacomplejada y sin atender a recetas o usos restringidos a un gremio es la que nos diferencia.

Sin complejos

Sin miedo al fracaso

Estrategias de otros ámbitos

La anticipación es un factor clave en su forma de trabajo, tal y como demuestra su nueva línea de trabajo 'Respuestas' o la creación del LAB. ¿Cuál es, a su juicio, la relación entre la anticipación, la innovación y la creatividad? ¿Diría usted que se requiere algo de visionario para ser innovador?

Vuelvo a repetir, es fundamental el trabajar sin complejos, empezar sin conocer la solución para así trabajar realmente

desde y por aquello que realmente se necesita. Si uno consigue liberarse de los prejuicios será mucho más fácil estar atento a las necesidades reales de las personas, incluso antes que sean necesidades conscientes, o tener los oídos atentos a las innovaciones (técnicas, organizativas, de productos...) de otros ámbitos paralelos: industrias, profesiones, deportes, rumores...

Sin duda para ser innovador hay que ser visionario, hay que ser capaz de intuir y ver ahí donde nadie más puede ver. A veces es simplemente una aberración óptica que marea lo justo para que cuando volvamos a ver claro ya nada sea igual.

Sin complejos

Necesidades de las personas

Atención a todos los ámbitos paralelos

¿Se puede sistematizar la búsqueda de inspiración o de ideas innovadoras en las empresas? ¿De qué modo busca la inspiración o las nuevas ideas su EQUIP?

Sistematizar suena mal, incluso, en el mundo de la creatividad, está mal visto. Otro prejuicio. Es necesario tener un sistema, una estrategia de trabajo que dé una guía en los momentos en que nos encontramos completamente perdidos. A partir de ahí, para estar efectivamente en la línea de la innovación hay que escapar de la rutina, evitar la respuesta conocida, expulsar las etiquetas. Nuestras estrategias de creatividad pasan por no tener ningún reparo en volver a preguntarse por la sopa de ajo y sus ingredientes o por la rueda. Si así lo haces será muy difícil que acabes inventando la misma sopa de ajo o descubras la rueda.

Evitar los prejuicios

Evitar caminos conocidos

Preguntarse los básicos

Otra de las directrices que marcan su forma de trabajo es la colaboración y la multidisciplinariedad, que se traducen en una empresa que se llama EQUIP y en una variedad de campos de trabajo casi impredecible. ¿Por qué la cooperación es tan importante para ser una empresa innovadora y creativa?

Nosotros creemos que cada uno tiene que dedicarse a aquello que mejor sabe hacer. Si juntas el hecho de que nosotros solo sabemos hacer bien una cosa (¡secreta!) al hecho que las respuestas globales necesitan de muchos ámbitos de especialización, entonces ya tienes servido el plato de la cooperación. Siguiendo esta forma de trabajar se consigue que las soluciones estén auténticamente ligadas a las necesidades del cliente: cada solicitud pide una

respuesta distinta que tiene que ser construida utilizando unos colaboradores específicos.

Cuando de lo que se trata es de dar respuestas a solicitudes que muchas veces tienen puntos inciertos, se hace necesario no tener complejos para moverse e intentar mirar desde muchas perspectivas distintas. Y a veces hay que mirar con los ojos de otros.

Zapatero a tus zapatos

Una necesidad, una solución, unos colaboradores

Mirar con otros ojos

¿Qué podrían hacer las empresas para introducir la innovación abierta, entendida como la colaboración y la suma de ideas, en el trabajo como parte de la rutina de las organizaciones?

Lo primero evitar la rutina, entendida ésta como aquello que ya sabemos como empieza y como acaba. Hay que tener un sistema que sirva de guía de mareantes, pero ni un paso más. A partir de ahí, ¡zancadillas al que no es consciente que caminar es dar un paso tras otro! Se tiene que perder el miedo a introducir una cierta incertidumbre, contra la que inmediatamente se debe lanzar toda la capacidad de concretar de la que se pueda disponer. Hay que liberarse de los complejos que impiden escuchar a según quien o utilizar vete tú a saber qué idea descabellada. Lo importante es que se generen inicios sugerentes, que den fuerza para avanzar, en cualquier dirección. A partir de ahí, la motivación de las personas y la necesidad de concretar hará que aparezca la innovación.

Evitar la rutina

Introducir incertidumbre

Inicio sugerente

¿Qué relación existe entre aprendizaje innovación?

El aprendizaje nunca termina. Si lo que se pretende es innovar hay que estar abierto a todo aquello que aun no se conoce y que habrá de ser asimilado, digámosle aprendido. Toda la tradición que nos precede es fundamental para interpretar lo que continuamente aparece, pero debe servir para identificarlo y entenderlo, no para etiquetarlo y asimilarlo. Y aunque seamos conscientes de que el conocimiento ocupa lugar, y mucho, la dinámica que defendemos es la de la suma constante. Resumiendo, si no quieres aprender no vas a innovar.

Aprendizaje continuo

La tradición y la innovación

Suma constante

¿Qué valor aporta la imaginación al mundo de los negocios?  
¿Cómo deberían las empresas potenciar la imaginación para ser creativos? Además de aplicarse en el diseño de los productos, ¿se puede emplear la imaginación a otras facetas de una empresa? Imaginación e innovación son dos amigas que muchas tardes toman café, y hablan. Imaginación se relaciona con la actitud de no tener complejos y de ver ahí donde otros no ven, quizá porque no hay o quizá por que no miran con los ojos adecuados. Acostumbra a ser arriesgado. Pero las empresas deberían actuar sin miedo al fracaso e interiorizar que cualquier cambio, incluso el que sea para mejorar, es traumático, o que como mínimo requiere una adaptación. Cuando miras en otra dirección es más que natural que tengas que ajustar los ojos, enfocar que se dice. Y claro, mientras tanto ves borroso.

Sin complejos

Sin miedo al fracaso

El cambio requiere adaptación

En su opinión, ¿qué papel juega la tradición en un mundo que apuesta por la innovación?

La tradición es fundamental. Todo lo que se ha hecho, pensado, disfrutado y sufrido con anterioridad a nuestra llegada a este mundo es un tesoro. Pero este tesoro no hay que enterrarlo o guardarlo, práctica de piratas, sino que hay que utilizarlo para que la vida continúe. Al iniciar cualquier proyecto nosotros analizamos y revisamos las aportaciones anteriores o los clásicos contrastados, desde una obra excelente a la definición básica de qué lo es una silla o lo que puede significar dar la mano. En la misma línea, nosotros tenemos una estrategia de recuperar a los senior, aquellos técnicos o especialistas que por discutibles normativas y viciadas políticas empresariales son jubilados o apartados de los cargos que aun les son propios por una razón tan poco consistente como la edad. Acumulan un conocimiento y una experiencia que no podemos permitirnos perder. Es de esta manera que hemos conseguido reunir equipos excelentes para proyectos como Galactic Suite, o para formar nuestra sección de Respuestas.

Tradición vital

Revisión de los clásicos

Recuperar a los senior

TE8400PA-VA DE PREMSA. Unknown sender  
MIL·LENARISTES cat. Data 280510.



17ELS

Entrevista

A. El nom del seu estudi EQUIP diu molt de la seva filosofia de treball. Com són d'important per a vostè les sinèrgies entre diferents professionals?

Si no sumes no avances. Som un EQUIP de diferents professionals però no som sempre els mateixos, cada projecte necessita de la participació d'un nou professional. S'ha de repartir joc i saber sumar a la gent que es necessita en cada moment. La nostra filosofia es deixar que el que en sàpiga faci, i si no som nosaltres els que en sabem més l'hem de trobar.

B. Això té molt a veure amb que EQUIP es divideixi en les seves funcions d'agència i de laboratori. Com se'ls hi va ocórrer crear un departament per a l'experimentació? Es retroalimenten ambdós? Els preocupa que molts dels seus projectes que creen sense ser encarregats no trobin mai promotors?

El Lab i l'Agència va sortir de la voluntat de trobar un lloc al món, d'una situació d'intranquil·litat sobre el futur professional i alhora de l'observació d'unes necessitats de la gent que ningú tractava. Hi ha preguntes que existeixen i que s'han de contestar. Potser encara no a aparegut els clients que t'encarreguin contestar-les, però la situació ja hi és. D'aquesta tendència visionària i d'una actitud propositiva va néixer el Lab, que treballa en necessitats detectades independentment de que algú ens hagi contractat per donar-lis resposta.

Per exemple, ara el Lab està desenvolupant el que anomenem SmartLiving o la manera de construir habitatges assequibles però de qualitat.

C. Hi ha límits en arquitectura? Hi ha avui dia arquitectes de fronteres?

Els límits no els entenem com una frontera estable. El desenvolupament de les necessitats d'un client a través de les nostres propostes és el que marca el punt fins al que es pot o es vol arribar, i aquest estadi és sempre variable.

D. Les empreses de l'estat espanyol tenen molta o poca capacitat d'inversió en disseny i de risc en general.

En aquest país hi ha una certa tendència a pensar que  $2+2 = 4$  i s'acostuma a actuar per aconseguir que  $2+2 = 73$ . Però no és ni una cosa ni l'altre. Nosaltres pensem que en tot allò en el que hi participen persones es necessiten d'estratègies de molta cintura i difícils d'explicar com un tot, a vegades  $2+2 =$  verd llimona. La manca d'una actitud arriscada es fruit d'una peresa estructural de la manera de pensar d'aquest país i una gran quantitat de complexos perfectament assentats. El 'que inventen ells' segueix tenint una gran vigència.

E. I parlant de riscos assumits i superats. Al principi el seu projecte Galactic Suite sonava a utopia i ja s'ha materialitzat. Com va sorgir la idea de fer un hotel a l'espai? A l'estat espanyol no hi ha cap tradició aeronàutica, com va resultar la recerca de patrocinador?

La idea va sorgir de la constatació d'un fet bàsic: hi ha molta gent interessada a anar a l'espai. A partir d'aquí el més important es buscar les persones, els mitjans i preparar el context per a que l'objectiu que t'has marcat passi. Galactic Suite va néixer des del Lab pensant amb una gran innocència tecnològica i una absoluta falta de complexos. Una vegada posats a treballar hi va haver una sorpresa doble. Per un costat, descobrir que hi havia una voluntat de desenvolupar una indústria aeroespacial a Catalunya i Espanya. I segon, descobrir que al món existia la tecnologia per a fer possible el projecte. A partir d'aquí la cerca de l'inversor s'ha complicat per la situació econòmica mundial, però està en marxa.

Es comença pensant en el que es necessita, en el que la gent vol, i després es busca la manera de fer-ho realitat. El primer estadi es aguantar les crítiques dels que diuen que es impossible, que callen quan algú diu que sí, que efectivament és possible. Si insisteixes, acaba passant.

F. Quin és el seu funcionament? Sis setmanes d'entrenament per passar 3 dies a l'espai. Com és d'important el factor experiència en arquitectura?

Necessites una preparació física que també és psicològica, després tens l'experiència única, i el resultat hauria de ser una persona que té una altra visió sobre el nostre planeta i la seva fragilitat. Adonar-se de l'evident a vegades requereix d'un gran esforç. Quan tornin, els turistes, hauran d'ajudar a transmetre el que han descobert sobre ells i sobre el planeta allà dalt.

Treballem per a les persones, i en qualsevol projecte, ja sigui de disseny industrial, de joieria o d'arquitectura, l'objectiu principal es convidar a l'usuari a realitzar alguna activitat, a participar, a actuar per a fer-se seu el producte, la joia o l'espai. Cada vegada més els nostres projectes són la proposta d'una experiència possible per a la gent.

G. Parli'ns dels interiors d'aquest hotel orbital? Quines altres instal·lacions espacials han creat?

A partir de l'hotel orbital es va crear Galactic Suite Design, que és una companyia que promou experiències aeroespacials. La voluntat es aconseguir que a qualsevol alçada, des del fons del mar fins a un futur viatge de colonització a Mart, hi pugui existir una experiència lúdica per a les persones. Galactic Suite forma part d'aquesta línia, però també hi ha un globus suborbital, un dirigible, un refugi a l'Himàlaia...

H. No té por de que l'èxit mediàtic del projecte desllueixi la resta dels seus projectes?

No s'ha de tenir por de res! Els projectes busquen solucions a necessitats, no busquen notorietat. Però hi ha projectes de gran ambició que necessiten molta notorietat per atraure el major nombre de persones per a desenvolupar-lo i per a finançar-lo. D'aquí que Galactic Suite necessiti de molta notorietat, necessiti ser popular. Primer perquè és un dels seus objectius: comunicar l'espai a la gent, i segon perquè necessita ser conegut per a generar la confiança dels inversors i dels possibles participants industrials. A vegades fer soroll és fonamental.

I. Com somnia Xavier Claramunt la ciutat del futur? Se sent un mil·lenarista, creu que acabarem colonitzant la resta de planetes?

Sí, acabarem colonitzant planetes. Ja hi ha projectes sobre Mart, en algun dels quals Galactic Suite Design també ha participat. I tornem a tenir aquí la moda i la necessitat de trepitjar la superfície de la Lluna, que és la part festiva i popular d'aprofitar el satèl·lit com a banc de proves científiques i tècniques per a la colonització de l'espai i la recerca d'alternatives energètiques per a la Terra. Sense oblidar la part més intangible de la reflexió sobre el que som com a espècie i la raó de la nostra existència.

En aquest moviment també hi són presents mitjançant el Google Lunar X-Prize a on hi participem formant part del Barcelona Moon Team.

J. El seu estudi va aixecar polèmica cap al 2007 amb el catàleg de gratacels a l'estil de les vivendes prefabricades dels Estats Units. Té mercat una proposta com aquesta en un món que tendeix a la individualització?

Sí, i especialment per això, per la necessitat de la gent de fer-se un espai propi. En aquests moments estem desenvolupament el que anomenem SmartLiving, una proposta d'habitatge assequible i de qualitat. L'estratègia es construeix una habitatge amb uns acabats bàsics que l'usuari pot decidir completar. SmartLiving aconsegueix un preu ultracompetitiu eliminant intermediaris gràcies a ser una empresa que integra equip de disseny, constructora i finançament en una única companyia.

K. Per què els estudis d'EQUIP a l'estranger estan instal·lats a Hangzhou i la Xina. Un pot pensar que països com aquest últim no destaquen precisament per la seva creativitat.

Xina és creativa! És veritat que copien, però després aprenen i en un termini molt curt proposen. I això no ho fan només en àmbits del disseny, en qualsevol disciplina tenen una actitud molt desacomplexada que els possibilita donar respostes sorprenents. Moltes vegades no ens agraden, moltes vegades són desequilibrants per a les dinàmiques establertes, però són creatives! Recordeu quan alguns anuncis mostraven japonesos fotografiant frenèticament un producte europeu per a copiar-lo? Algú ara pensa que els japonesos només copien?

L. No li preguntaré si EQUIP pot treballar a diferents escales, perquè és evident que ho fa i molt bé. Ha pensat en crear sinèrgies no només amb dissenyadors i arquitectes, sinó amb altres disciplines?

Galactic Suite ja ha hagut de buscar professionals de disciplines diferents. De fet, un projecte afrontat sense prejudicis acostuma a demanar la participació de professionals fora de l'àmbit de l'arquitectura. I això per a qualsevol gremi. L'arquitectura és una disciplina d'integració, cada vegada més complexa, que necessita que el que sàpiga fer faci. El professional que ho sap fer tot, una actitud que tradicionalment ha tingut l'arquitecte, no pot donar la resposta complexa que ara es necessita. Existeix el professional que es capaç d'integrar i dirigir un grup complex, aquest sí és arquitecte que necessitem.

M. En quan al disseny industrial, esmenti'ns un dels productes dels que es sent orgullós.

El packaging per a una empresa de joieria, DuchClaramunt. Més que un lloc on desar la peça és la preparació del moment màgic

en que un regal es dóna. Convida l'usuari a allargar el moment de l'entrega per a convertir-ho en una experiència que augmenta l'expectativa i converteix el moment final en una explosió.

N. Quins són els seus arquitectes de referència? Hi ha que parlen de sinergia, digui'm un personatge de qualsevol àmbit que hagi estat per a vostè una clara referència?

La veritat és que hi ha molta gent que ho fa bé. Quan era més jove sí que tenia arquitectes de referència, ara el que admiro es gent que fa coses, que proposa, vingui de la disciplina que vingui.

NY. Es va introduir en el món del disseny a partir de la joieria. Com ha influït aquest àmbit en la seva faceta com arquitecte i dissenyador de producte?

El material, l'enginy i la immediatesa. La velocitat amb la que es passa d'una proposta a un objecte construït és una font de plaer. És el plaer de l'artesa, que va veient com el seu producte es va fent segon a segon, i al final del dia té alguna cosa de la que sentir-se orgullós. És un plaer tan bàsic com necessari.

O. Va dir un cop que els productes són instruments per donar resposta a les preguntes de la gent. Ara que es potencia el concepte de 'univers propi', com sap que està contestant a les preguntes adequades?

L'important és saber col·locar la pregunta adequada. De fet hi ha molta gent capaç de donar respostes brillants, però no tants són capaços de fer la pregunta.

P. Equip té una nova manera de concebre les idees i el treball. Ha pensat en fer escola?

La millor escola és que cada un et copiï com vulgui, en allò que consideri que li va bé per a seguir avançant i donant respostes adequades. Crear una escola es obrir la porta del cementiri. La transmissió s'ha de realitzar des de l'oferiment, des de la generositat, i no des de l'explicació. Self service!

Q. Vostè que és un home d'idees. Doni'ns un bon consell per fer fluir la creativitat.

No tingui complexos i actuï!





TE9217CO-RESPOSTES. Raiders of the good company!  
07IMAGINATION & VISION & ACTION-01 complet eng. Data  
231110.

## IMAGINATION, VISION & ACTION

If you don't ask  
questions you'll  
never get any  
answers!

We find the inherent qualities in things  
We are a think tank

0. WE ONLY KNOW HOW TO DO ONE THING: look & ask

1. THE QUESTION. Call **your imagination!**

2. THE METHOD. Have vision!

3. THE IMPLEMENTATION. The action begins!

4. EXAMPLES. STRATEGIES for companies

4.1 EQUIP RESPONSES & TOUS

5. EXAMPLES. PRODUCTS for companies

5.1 EQUIP RESPONSES & FACES

6. **EQUIPRESPONSES** in 3 words and one question

## 0. WE ONLY KNOW HOW TO DO ONE THING: look & ask

The only thing we do well is to look with a no-hang-ups vision, without prejudices, ask ourselves questions about what we are seeing and help to answer them.

Provide a response to any request calls for looking without prejudices and asking without hang-ups.

Looking and asking helps you to find the strong points of companies or products. Find their soul.

1. **Look** without any prejudices.
2. **Ask** without hang-ups.

## 1. THE QUESTION. Call your imagination!

In order to find the unique answer to the question that any project asks we get rid of any preconceived idea about what the client wants or expects, we avoid prejudices based on accumulated experience and we review basic concepts from scratch.

Every problem, every request, has characteristics that make it unique and call for new answers. Any answer with new components wants to be imaginative, which tends to go hand in hand with risk. Imagination is related to the attitude of having no hang-ups in offering answers that steer clear of the same old solutions, from the routine.

1. **Get rid of** preconceived ideas.
2. **Look** from another point of view, in a way that nobody else can.
3. **Act** without prejudice or hang-ups.
4. **Go over** the basic concepts and on any scale.
5. **Find** the inherent qualities in things: the soul.
6. **Work** for people.

## 2. THE METHOD. Have **vision!**

A method is need to develop the question and find the answer. A method that seeks to yield an unexpected answer must be partially visionary, it must be capable of sensing and seeing where nobody sees anything, either because they are incapable of looking in the right direction or because they are looking with the wrong eyes.

A new system, a work strategy that acts as a guide needs to be established for when you are lost and to push through a process that does away with routine, avoids the clichéd answers and does away with restrictive labels.

1. **Develop** a new system of work.
2. **Believe** in the process and follow it rigorously.
3. **Not impose** a final result on beginning a project.
4. **Be intuitive** and not be frightened of making a mistake.
5. **Be aware** of what is known and lose the fear of not knowing.
6. The method works **on a large scale**: a product or a company.

### 3. THE IMPLEMENTATION. The **action** begins!

Achieving a new product or strategy for a company is the goal of all work. We are not looking for speculative results.

Once the answer has been found it must be put into practice. Once the strong points have been identified they must be defined in a product or a strategy. Our own experience preceded the exportation of the model. The whole system has evolved since the creation of the Agency inside the company, entrusted with delivering solutions to clients, and the Lab, in charge of developing forward-looking visions, to reach answers, which outsources the method to other companies.

Implementation calls for adding a certain dose of uncertainty to immediately release all the definition capacity possible. Uncertainty helps us to shake off complexes that prevent us from listening to certain voices or from using some ideas regarded as unsuitable, force of definition drives away speculative results.

What matters most is that we generate suggestive beginnings that give us the strength to move forward, in any direction. As of then, the motivation of people and the need to define actions will give rise to innovation.

Once an interesting product or strategy has been conceived, it must enter into the production stage, be implemented, for innovation to take place: we are people of action.

1. **Provoke** to arouse people skills.
2. **Begin** suggestively to provide motivation to make progress in a given direction.
3. **Discover** an interesting characteristic and make it come true: innovate.
4. Always **define** a product or strategy.
5. **Avoid** speculative processes.
6. **Learn** from mistakes: evolve constantly.

## 4. EXAMPLES. STRATEGIES for companies

### EQUIRESPONSES & TOUS

Tous is a jewellery multinational that has evolved from a craft-based production made for single clients to industrial production for mass consumption.

**Identification of the design team's strong points and the establishment of a working protocol to boost them.**

EQUIRESPONSES works with the company's own teams to establish protocols and a design strategy that cater to the multiple needs of the new mass customer.

- 1. ORGANISATION** of the design department: establishment of a working strategy with a stable structure.
- 2. SPECIAL WORK:** detect the needs of the different departments of the company and establish the bases and the strategy for the actual in-house teams to provide a response to them.

### EQUIRESPONSES & SMARTLIVING

SmartLiving is a latest-generation property developer that covers the whole business chain, from land to final sale.

**Identification of the strong points of existing building dynamics and proposal of a system to achieve affordable housing.**

EQUIRESPONSES identified both the need for affordable housing and the possibility of restructuring existing tools in the building sector to achieve a final selling price below the market price.

- 1. NEED.** Need for affordable, quality housing adaptable to different clients and locations.
- 2. PRE-MANUFACTURING.** Development of a prefabricated group housing unit: speed of execution.
- 3. COMPANY.** New business model: integration company-elimination of intermediaries.
- 4. PUBLICITY.** Press release and web site.

## EQUIPRESPONSES & GALACTIC SUITE

Galactic Suite is a company that proposes and develops aerospace tourism experiences.

**Identification of the strong points of existing aerospace technology and the proposal of an orbital hotel without the need to develop new technology.**

EQUIPRESPONSES identified the existing technology necessary to build an orbital hotel and defined an associated value chain based on a recreational aerospace experience.

### GALACTIC SUITE SPACE RESORT

1. **NEED.** People's interest in space, an expanding economic sector.
2. **ESTABLISHMENT.** White paper on mission requirements and partnership with an aerospace technology centre.
3. **PUBLICITY.** Issue of press releases and participation at congresses.
4. **COMPANY.** Agreement with EADS-ASTRIUM. Creation of Galactic Suite Design.

### GOOGLE LUNAR X-PRIZE

1. **NEED.** Lack of a single project for the Spanish aerospace industry.
2. **ESTABLISHMENT.** Creation of a multidisciplinary team and registration of a Foundation to manage the project.
3. **PUBLICITY.** Issue of press releases and promotion of educational and dissemination acts.
4. **COMPANY.** Agreement with aerospace companies: ALTRAN, DEIMOS. Agreement with other companies (on course: DAMM, ENDESA, GAS NATURAL).

## EQUIPRESPONSES & LANDCOME

Landcome is a company that integrates engineering and architecture services targeting the needs of the Arab world.

**Identification of the strong points of design dynamics and proposal of an architecture catalogue ready to be adapted and built without having to begin the design process from scratch.**

EQUIPRESPONSES proposed the use of a prêt-à-porter architecture catalogue to provide a rapid response to the urgent needs of large-sized emblematic buildings.

1. **RECOVERY.** Recycling of uncompleted work: reduction in execution deadlines.
2. **CATALOGUE.** Compilation of a catalogue of typologies with generic implementation of buildings with different uses.
3. **PUBLICITY.** Issue of press release.
4. **COMPANY.** Agreement with LANDCOM, engineering company with a building licence in Dubai, and opening of trading offices in Mexico and China.

## EQUIRESPONSES & ROCA

Roca is a multinational and a world leader in the bathroom and wellness spaces.

**Identification of the company's historic evolution and proposal of a horizon towards which research lines are targeted.**

EQUIRESPONSES analysed the company's strategic record and provided a forward-looking vision to serve as a guide for its R&D team. The proposal focuses on investigating water in weightlessness conditions in space.

## EQUIRESPONSES & CUNILL

Cunill is a gold-smithing company that combines master craftsmen with modern production technologies.

**Identification of the strong points of the distribution strategy and proposal of a product for creating loyalty that leverages the system's characteristics.**

EQUIRESPONSES defined a new product and its sale and distribution strategy. A unique part for conveying exclusivity and creating loyalty.

## EQUIRESPONSES & CHIC&BASIC

Chic&Basic is a pioneering hotel management company in the low cost hotel model.

**Identification of the interests of tourists in Barcelona and proposal of an activity experience that makes the guest the star.**

EQUIRESPONSES defined a hotel concept based on a new experience of interaction between the people staying at the hotel and the city based on light and an innovative distribution of the room.

## 4.1 EQUIPRESPONSES & TOUS

### 1.LEARN BY ASKING

Learn **what you know how to do**, draw **quality** from it and generate a **product**. This is what **EQUIPRESPONSES** does with the **TOUS** team.

### 2.INTRODUCE POSITIVE DYNAMICS

#### A HUNCH IS THE FIRST STEP TOWARDS ACTION

**EQUIPRESPONSES** seeks to introduce positive dynamics as an antidote for negative, albeit as yet unidentified, trends detected.

#### IF YOU WANT AN ANSWER, YOU HAVE TO ASK A QUESTION

**EQUIPRESPONSES** analyses the company first and together with the latter finds the question that has to be answered to find a solution.

### 3.USE TOUS RESOURCES

THE SOLUTION IS ALWAYS TO BE FOUND AT HOME

#### ENCOURAGE ACTION: DO, DO AND DO

**EQUIPRESPONSES** does not give answers, but rather it encourages **TOUS** to generate answers itself through in-house work with its own teams.

#### ANOTHER POINT OF VIEW: THE EARTH IS NOT ROUND

**EQUIPREPUESTAS** gets the team members of **TOUS** to think about their dynamics, adding a critical distance that opens the eyes of the stakeholders and guides them towards a fresher and revamped vision.

#### ANALYSE BY PRODUCING: LOOK, THINK AND ACT

**EQUIP RESPONSES** explores **TOUS** internal structures with a specific programme of action directly related to production. Working with **TOUS** own teams, trying out new work dynamics, in order to accomplish similar objectives to those established by **TOUS**.

## THE COMPANY EVALUATES THE COMPANY: THE MIRROR OF THE SOUL

**EQUIP** RESPONSES leads the work of **TOUS's** teams so that the analysis and evaluation of any situation or problem will be made by its members.

## INTERNAL MULTIDEPARTMENTAL WORK: EVERYTHING STAYS AT HOME

**EQUIP**RESPONSES builds an interdepartmental team that has to include members from the areas where **TOUS** is engaged in (from management to suppliers, via end clients and owners), without bringing in external agents.

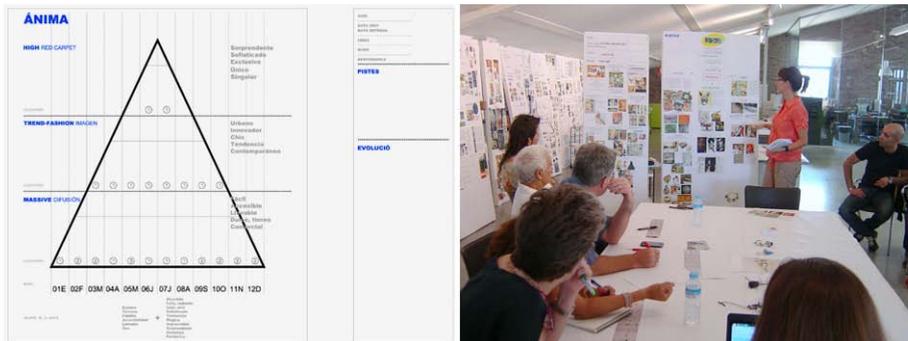
## 4. KNOW YOURSELF

### COMMUNICATION REINFORCES IDENTITY

**EQUIP**RESPONSES bases the success of the analysis and the proposal of new dynamics on uniting the actual company, TOUS, getting the members of all the departments to establish fluent communication.

### UN POUR TOUS! TOUS POUR UN!

**EQUIP**RESPONSES seeks to get the actual company to act as an articulated whole.



# 5. EXAMPLES. PRODUCTS for companies

## EQUIP RESPONSES & FACES

Faces markets the products that make the new concepts and uses proposed by Ferran Adrià possible.

**Identification of the strong points of the best existing cutlery sets and proposal of a new cutlery set comprising the qualities identified.**

EQUIP RESPONSES analysed the best existing cutlery sets to detect their main characteristics and generate a cutlery set including them all.

## EQUIP RESPONSES & COSMIC

Cosmic proposes cutting-edge concepts and products with a view to establishing a new bathroom culture.

**Identification of the strong points of existing products and proposal of a new bathroom layout system.**

EQUIP RESPONSES analysed bathroom needs from a functional point of view and, without changing production technology conditions, a new way of arranging the small objects in a bathroom was proposed.

## EQUIP RESPONSES & EQUIP

EQUIP is a multidisciplinary architecture company that works in jewellery, industrial design and architecture.

**Identification of the basic needs and initial starting ideas for architecture projects.**

EQUIP RESPONSES identifies the basic needs behind every commission and develops the road map to generate the project that meets the client's needs.

## EQUIP RESPONSES & DAMM

ESTRELLA DAMM is a company that manufactures and distributes drinks with a strong image projection.

**Identification of the strong points of a difficult location and proposal of an image facade that is not directly related to advertising.**

EQUIP RESPONSES proposed the message to be transmitted by the new building in a building in a location with a major publicity impact.

## EQUIRESPONSES & HOSPES

HOSPES is a company that delivers exclusive housing experiences.

**Identification of the strong points of an extreme location and proposal of an **adventure experience** of varying degrees.**

EQUIRESPONSES analysed the island of Tabarca to propose a travel concept with different degrees of sea adventure.

## EQUIRESPONSES & ACTA

ACTA is a company specialising in the management and marketing of independent hotels.

**Identification of the strong points of the cultural offer and connections in Barcelona to propose a **musical experience** that serves as a guide to get to know the city.**

EQUIRESPONSES sourced the potential client for the new ACTAMIMIC hotel and following the analysis of what the city of Barcelona had to offer, an experience based on the music season and its international transport connections was proposed.

## EQUIRESPONSES & TOWN COUNCIL OF ALFAFAR

ALFAFAR is a town in the sphere of influence of the Natural Park of the Albufera of Valencia.

**Identification of the strong points of a location and a tradition to propose a **united action** for a cultural building with a multiple programme.**

EQUIRESPONSES provided a united response in content and architecture for the new auditorium and house of culture of the town of Alfafar.

## 5.1 EQUIPRESPONSES & **FACES**

### 1.A COMMISSION

**FACES** aimed to create a cutlery set under the assessment of Ferran Adrià. The objective was to achieve a unique and surprising cutlery set, the challenge was to overcome the time-honoured tradition of cutlery set design, or what were once regarded merely as tools for eating.

### 2.THE STRATEGY: DO NOT DESIGN!

Instead of initiating a classic design process to generate a new product, **EQUIPRESPONSES**, together with Ferran Adrià, chose, analyzed and recovered the unique characteristics of a selection of cutlery sets regarded as optimal for different reasons: function, suggestive capacity or image.

### 3.CHOOSE

#### CHOOSE!

A list of the cutlery sets which, for functional reasons, suggestive capacity or image, are particularly successful.

### 4.ANALYSE

#### ANALYSE!

The cutlery sets chosen were analysed to identify the unique characteristics that make them optimal and successful.

### 5.RECOVER

#### RECOVER!

These unique characteristics identified in different cutleries were chosen and applied to the different areas of the same cutlery set: ergonomics, function, image... without losing the unconscious reference to the original part.

## 6.RESULT

### THE OPTIMAL CUTLERY SET

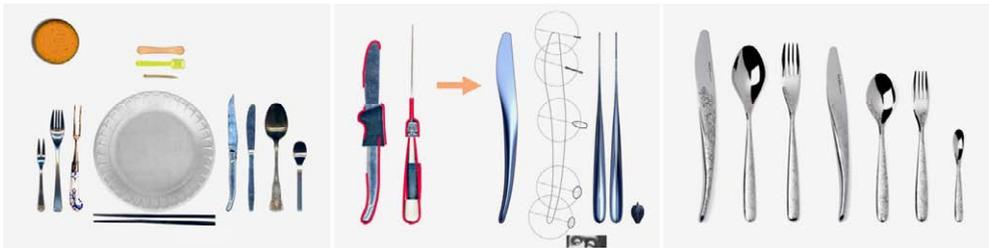
My ideal cutlery set is a COLLECTION OF DIFFERENT PARTS, without taking order, form, material or colour too much into account, but rather tapping into EXCELLENCE OF USE ... or their capacity to EVOKE SOMETHING PLEASANT. Regardless of the collection they belong to, when I discover an optimal piece I sign it up and put it into my ideal cutlery team. The only thing they have in common is that they are eating accessories, and moreover are optimal. Each one begotten by their mother and God knows what father.

## 7.THE NAME: FRANKI

### FRANKI

**[from *Frankenstein*, 'be formed from parts that come from others of the same species']**

FOOD. Noun. As applicable. Since a great deal of thought has gone into the cutlery, some classic parts were studied for Franki to make the most of them. Once isolated, these peculiarities were united and harmonised, with care taken to ensure that the outcome did not lose that reference to its multiple origin. The result was a Franki, a piece that would hardly seem to have a mother, and much less a father, but in which everyone sees a bit of themselves.



## 6. EQUIPRESPONSES in 3 words and one question

### 01.

#### **WHO WE ARE** A COMPANY THAT ANSWERS YOUR QUESTIONS (ANSWER!)

**EQUIPRESPONSES** is a company which, though its desire to give **people new experiences**, helps **companies** to ANSWER THE QUESTIONS they have never asked in order to find and produce new **products** or new **strategic directions**.

### 02.

#### **WHAT WE DO** FIND THE SOUL AND BRING IT INTO PRODUCTION (INNOVATE!)

**WE IDENTIFY** the qualities of a product or a company that have the greatest potential to achieve a specific objective: their soul.

**WE TRANSFORM** these qualities, this soul, into a new product or a new strategy that makes this specific objective come true.

**WE INCITE** the internal organisations to change their culture to adapt to the new strategy and the new products that have to be generated.

### 03.

#### **HOW WE DO IT** REACTIVATE THE PRIDE IN BEING A COMPANY (WAKE UP!)

**WE WORK JOINTLY** with existing company structures, joining the established teams.

**WE ACT SPECIFICALLY**, proposing a programme based on new work dynamics directly related to the creation of new products and strategies.

**WE POSITIVELY PROVOKE** company team members to question their dynamics and find their own way to achieve a renewed vision.

**SHALL  
WE  
COME?**





TE9217CO-RESPOSTES. Raiders of the good company!  
07IMAGINACIÓ & VISIÓ & ACCIÓ-01 complet cat. Data 231110.

# IMAGINACIÓ, VISIÓ & ACCIÓ

**Qui no es faci  
preguntes  
no podrà  
obtenir  
respostes!**

**sabem trobar les qualitats pròpies de les coses  
som un laboratori d'idees**

0. NOMÉS SABEM FER UNA COSA: mirar & preguntar

1. LA PREGUNTA. Cridar la **imaginació!**

2. EL MÈTODE. Tenir **visió!**

3. LA IMPLEMENTACIÓ. Comença l'**acció!**

4. EXEMPLES. ESTRATÈGIES per a companyies

4.1 EQUIP RESPOSTES & TOUS

5. EXEMPLES. PRODUCTES per a companyies

5.1 EQUIP RESPOSTES & FACES

6. **EQUIPRESPOSTES** en 3 paraules i una pregunta

## 0. NOMÉS SABEM FER UNA COSA: mirar & preguntar

L'únic que sabem fer bé és mirar amb una visió desacomplexada, sense prejudicis, fer-nos preguntes sobre el que estem veient i ajudar a respondre-les.

Donar una resposta a qualsevol sol·licitació passa per aconseguir mirar sense prejudicis i preguntar sense complexos.

Mirar i preguntar dóna com a resultat el trobar els punts forts de les companyies o dels productes. Trobar la seva ànima.

**1. Mirar sense prejudicis.**

**2. Preguntar sense complexos.**

## 1. LA PREGUNTA. Cridar la imaginació!

Per trobar la resposta única a la pregunta que tot projecte demana, eliminem tota idea preconcebuda sobre el que el client vol o espera, evitem els prejudicis de l'experiència acumulada i revisem els conceptes bàsics des de zero.

Cada problema, cada sol·licitació, té característiques que la fan única i demanen respostes noves. Tota resposta amb components nous demana ser imaginatiu, que acostuma a anar de la mà del risc. La imaginació es relaciona amb l'actitud de no tenir complexos per oferir respostes allunyades del que s'espera, de la rutina.

1. **Eliminar** les idees preconcebudes.
2. **Mirar** des d'un altre punt de vista, com ningú més pot mirar.
3. **Actuar** sense prejudicis ni complexos.
4. **Revisar** conceptes bàsics i a qualsevol escala.
5. **Trobar** les qualitats pròpies de les coses: l'ànima.
6. **Treballar** per a la gent.

## 2. EL MÈTODE. Tenir visió!

Per desenvolupar la pregunta i trobar la resposta es necessita un mètode. Un mètode que vulgui donar una resposta no esperada ha de ser en part visionari, ha de ser capaç d'intuir i veure allà on ningú més hi pot veure res, ja sigui perquè no saben mirar en la direcció correcta o perquè no saben mirar amb els ulls adequats.

S'ha d'establir un sistema nou, una estratègia de treball que serveixi com a guia en els moments en els que un es troba perdut i propulsar un procés que escapi de la rutina, eviti les respostes conegudes i expulsi les etiquetes restrictives.

1. **Desenvolupar un sistema de treball nou.**
2. **Creure en el procés i seguir-lo de manera rigorosa.**
3. **No imposar el resultat final al començar un projecte.**
4. **Ser intuïtiu i no tenir por a equivocar-se.**
5. **Ser conscient del que se sap i perdre la por a no saber.**
6. **A tota escala funciona el mètode: un producte o una companyia.**

### 3. LA IMPLEMENTACIÓ. Comença l'acció!

Aconseguir un producte o una nova estratègia per a una companyia és l'objectiu de tots els treballs. No es busquen resultats especulatius.

Una vegada s'ha trobat la resposta s'ha de posar en pràctica. Una vegada s'han identificat els punts forts s'han de concretar en un producte o una estratègia. L'experiència pròpia ha estat el pas previ a l'exportació del model. Tot el sistema ha evolucionat des de la creació, dins de la pròpia companyia, de l'Agència, encarregada de proveir de solucions als clients, i el Lab, encarregat de desenvolupar visions de futur, fins arribar a Respostes, que externalitza el mètode a noves companyies.

La implementació demana introduir una certa dosi d'incertesa per a immediatament llançar-hi tota la capacitat de concreció possible. La incertesa ajuda a alliberar-se dels complexos que impedeixen escoltar determinades veus o utilitzar algunes idees considerades inadequades, la força de concreció allunya els resultats especulatius.

El més important és que es generin inicis suggerents, que donin força per avançar, en qualsevol direcció. A partir d'aleshores, la motivació de les persones y la necessitat de concretar les accions faran que es produeixi la innovació.

Un cop que s'ha concebut algun producte o estratègia interessant, per a que es produeixi la innovació és necessari que entri en producció, portar-la a pràctica: nosaltres som gent d'acció.

1. **Provocar** per despertar les capacitats de la gent.
2. **Començar** de manera suggerent per motivar que s'avanci en una direcció.
3. **Descobrir** una característica interessant i portar-la a la realitat: innovar.
4. **Concretar** sempre en un producte o estratègia.
5. **Evitar** els processos especulatius.
6. **Aprendre** dels errors: evolucionar constantment.

## 4. EXEMPLES. ESTRATÈGIES per a companyies

### EQUIPRESPOSTES & TOUS

Tous és una multinacional de la joieria que ha evolucionat des d'una producció artesanal per a clients únics a una producció industrial per al gran consum.

**Identificació dels punts forts de l'equip de disseny i establiment d'un protocol de treball que els potencia.**

EQUIPRESPOSTES treballa amb els equips de la pròpia companyia per establir protocols i estratègies de disseny que donin resposta a les necessitats múltiples del nou client massiu.

**1. ORGANITZACIÓ** del departament de disseny: establiment d'una estratègia de treball amb una estructura estable.

**2. TREBALLS ESPECIALS:** detectar necessitats dels diferents departaments de la companyia i establir les bases i estratègia per a que els propis equips interns hi donin resposta.

### EQUIPRESPOSTES & SMARTLIVING

SmartLiving és una promotora de nova generació que integra tota la cadena denogoci, des del solar a la venda final.

**Identificació dels punts forts de les dinàmiques constructives existents i proposta d'un sistema per aconseguir habitatge assequible.**

EQUIPRESPOSTES va identificar tant la necessitat d'habitatge assequible com la possibilitat de reestructurar les eines existents en el sector de la construcció per aconseguir un preu de venda final molt inferior al de mercat.

**1. NECESSITAT.** Necessitat d'habitatge assequible, de qualitat, i adaptable a clients i ubicacions.

**2. PREFABRICACIÓ.** Desenvolupament d'una unitat d'habitatge col·lectiu prefabricat: velocitat d'execució.

**3. COMPANYIA.** Establiment d'un nou model empresarial: companyia d'integració-eliminació dels intermediaris.

**4. PUBLICITACIÓ.** Nota de premsa i lloc web.

## EQUIPRESPOSTES & GALACTIC SUITE

Galactic Suite és una companyia que proposa i desenvolupa experiències de turisme aeroespacial.

**Identificació dels punts forts de la tecnologia aeroespacial existent i proposta d'un hotel orbital sense generar nova tecnologia.**

EQUIPRESPOSTES va identificar la tecnologia existent necessària per a la construcció d'un hotel orbital i es va proposar tota una cadena de valor associada al voltant de l'experiència aeroespacial.

### GALACTIC SUITE SPACE RESORT

1. **NECESSITAT.** Interès de la gent per l'espai, àrea econòmica en expansió.
2. **ESTABLIMENT.** Llibre blanc de les necessitats de la missió i associació amb centre tecnològic aeroespacial.
3. **PUBLICITACIÓ.** Llançament de notes de premsa i participació en congressos.
4. **COMPANYIA.** Acord amb EADS-ASTRIUM. Creació de Galactic Suite Design.

### GOOGLE LUNAR X-PRIZE

1. **NECESSITAT.** Manca d'un projecte unitari en la indústria aeroespacial espanyola.
2. **ESTABLIMENT.** Creació d'un equip pluridisciplinari i registre d'una fundació per gestionar el projecte.
3. **PUBLICITACIÓ.** Llançament de notes de premsa i promoció d'actes educatius i divulgatius.
4. **COMPANYIA.** Acord amb empreses aeroespacials: ALTRAN, SENER, DEIMOS. Acord amb altres empreses (en procés: DAMM, ENDESA, GAS NATURAL,...)

## EQUIPRESPOSTES & LANDCOME

Landcome és una companyia que integra serveis d'enginyeria i arquitectura dirigits a les necessitats del món àrab.

**Identificació dels punts forts de les dinàmiques de disseny i proposta d'un catàleg d'arquitectura llesta per a ser adaptada i construïda sense iniciar des de zero el procés de disseny.**

EQUIPRESPOSTES va proposar la utilització d'un catàleg d'arquitectura prêt-à-porter per a donar resposta ràpida a necessitats urgents d'edificis emblemàtics de gran dimensió.

1. **RECUPERACIÓ.** Aprofitar treballs que no s'acaben construint: escurçar terminis de construcció.
2. **CATÀLEG.** Recull d'un catàleg de tipologies amb implantació genèrica d'edificis amb diferents usos.
3. **PUBLICITACIÓ.** Llançament d'una nota de premsa.
4. **COMPANYIA.** Acord amb LANDCOM, companyia d'enginyeria amb llicència per a construir a Dubai, i obertura d'oficines comercials a Mèxic i Xina.

## EQUIPRESPOSTES & **ROCA**

Roca és una multinacional i líder mundial en l'àmbit del bany i dels espais de benestar.

**Identificació de la línia d'evolució històrica de la companyia i proposta d'horitzó cap a on dirigir les línies d'investigació.**

EQUIPRESPOSTES va analitzar la trajectòria estratègica de la companyia i va donar una visió de futur que servís de guia per al seus equips de I+D. Es proposa investigar al voltant de l'aigua i les seves condicions sense gravetat a l'espai.

## EQUIPRESPOSTES & **CUNILL**

Cunill és una empresa d'orfebreria que combina mestres artesans amb tecnologies modernes de producció.

**Identificació dels punts forts de l'estratègia de distribució i proposta d'un producte de fidelització que aprofita les característiques del sistema.**

EQUIPRESPOSTES va definir un nou producte i la seva estratègia de venda i distribució. Una peça única per a transmetre exclusivitat i aconseguir fidelització.

## EQUIPRESPOSTES & **CHIC&BASIC**

Chic&Basic és una companyia de gestió hotelera pionera en el model d'hotel *Low Cost*.

**Identificació dels interessos dels turistes de Barcelona i proposta d'una experiència d'activitat que potencia el protagonisme de l'hoste.**

EQUIPRESPOSTES va definir un concepte d'hotel basat en una nova experiència d'interacció entre les persones que s'allotgen a l'hotel i la ciutat a partir de la llum i d'una distribució innovadora de l'habitació.

## 4.1 EQUIPRESPOSTES & TOUS

### 1. APRENDRE PREGUNTANT

Aprendre **què saps fer**, extreure'n una **qualitat** i generar un **producte**. Això és el que fa **EQUIPRESPOSTES** amb l'equip de **TOUS**.

### 2. INTRODUIR DINÀMIQUES POSITIVES

#### UNA INTUICIÓ ÉS EL PRIMER ESTADI DE L'ACCIÓ

**EQUIPRESPOSTES** vol introduir dinàmiques positives com a antídote de tendències negatives detectades encara que no identificades.

#### PER TENIR UNA RESPOSTA S'HA DE POSAR UNA PREGUNTA

**EQUIPRESPOSTES** primer analitza la companyia i conjuntament amb ella troba la pregunta que ha de ser resposta per a trobar una solució.

### 3. UTILITZAR ELS RECURSOS DE TOUS

LA SOLUCIÓ SEMPRES ÉS A CASA

#### INCITAR A L'ACCIÓ: FER, FER I FER

**EQUIPRESPOSTES** no dóna respostes sinó que incita a que la pròpia **TOUS** les generi a partir d'un treball intern amb els seus propis equips.

#### UN ALTRE PUNT DE VISTA: LA TERRA NO ÉS RODONA

**EQUIPRESPOSTES** provoca que els membres dels equips de **TOUS** es preguntin el perquè de les seves dinàmiques, afegint una distància crítica que obri els ulls dels propis implicats a una visió renovada i fresca.

#### ANALITZAR PRODUINT: MIRAR, PENSAR I FER

**EQUIPRESPOSTES** s'introdueix dins de les estructures internes de **TOUS** amb un programa d'actuació concret relacionat amb la producció. Treballant amb els equips propis de **TOUS**, assajant dinàmiques de treball noves, per aconseguir objectius similars als marcats per l'estratègia de **TOUS**.

#### LA COMPANYIA AVALUA LA COMPANYIA: EL MIRALL DE L'ÀNIMA

**EQUIPRESPOSTES** dirigeix els treballs dels equips de **TOUS** amb l'objectiu que l'anàlisi i avaluació de qualsevol situació o problema sigui realitzada pels seus membres.

## TREBALL MULTIDEPARTAMENTAL INTERN: TOT QUEDA A CASA

**EQUIPRESPOSTES** construeix un equip interdepartamental que ha d'incloure membres de tots els àmbits en els que treballa **TOUS** (des de la gerència als proveïdors, passant pels clients finals i la propietat), sense introduir agents externs.

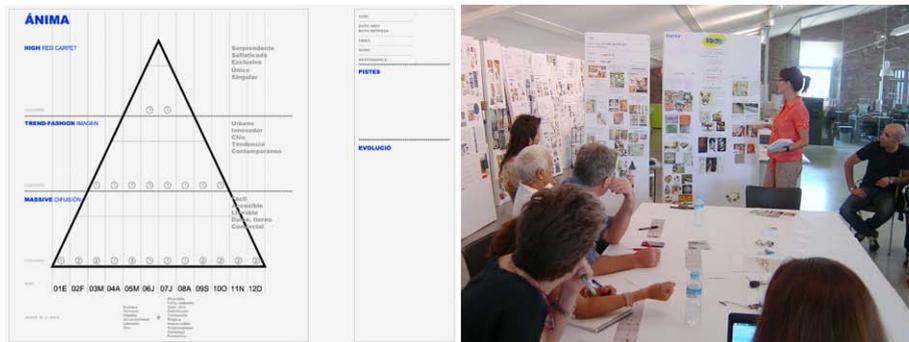
## 4. CONEIX-TE A TU MATEIX

### LA COMUNICACIÓ REFORÇA LA IDENTITAT

**EQUIPRESPOSTES** basa l'èxit de l'anàlisi i la proposta de noves dinàmiques en el fet de conglomerar la pròpia companyia, **TOUS**, aconseguint que membres de tots els departaments estableixin una comunicació fluida.

### UN POUR TOUS ! TOUS POUR UN !

**EQUIPRESPOSTES** persegueix aconseguir que la pròpia companyia acabi actuant com un tot articulat.



## 5. EXEMPLES. PRODUCTES per a companyies

### EQUIPRESPOSTES & **FACES**

Faces comercialitza els productes que fan possibles els nous conceptes i usos que proposa en Ferran Adrià.

**Identificació dels punts forts de les millors coberteries existents i proposta d'una nova coberteria** que n'integra les característiques identificades.

EQUIPRESPOSTES va analitzar les millors coberteries existents per a detectar-ne les característiques principals i generar una coberteria que les integrés.

### EQUIPRESPOSTES & **COSMIC**

Cosmic proposa conceptes i productes capdavaners amb l'objectiu d'establir una nova cultura del bany.

**Identificació dels punts forts dels productes existents i proposta d'un nou sistema d'ordenar** el bany.

EQUIPRESPOSTES va analitzar les necessitats del bany des d'un punt de vista funcional i, sense variar les condicions de tecnologia de producció, es va proposar una nova manera d'ordenar els petits objectes d'un bany.

### EQUIPRESPOSTES & **EQUIP**

Equip és una companyia multidisciplinària d'arquitectura que treballa en joieria, disseny industrial i arquitectura.

**Identificació de les necessitats bàsiques i primeres idees de partida** per a projectes d'arquitectura.

EQUIPRESPOSTES identifica les necessitats bàsiques que hi ha al darrera d'un encàrrec i en desenvolupa el full de ruta per a generar el projecte que doni resposta al client.

### EQUIPRESPOSTES & **DAMM**

Estrella Damm és una companyia que fabrica i distribueix begudes amb una forta projecció d'imatge.

**Identificació dels punts forts d'una ubicació difícil i proposta d'una façana d'imatge** que no es relaciona directament amb la publicitat.

EQUIPRESPOSTES va proposar el missatge passiu que havia de transmetre un nou edifici en una ubicació de fort impacte publicitari.

## EQUIPRESPOSTES & HOSPES

HOSPES és una companyia que ofereix experiències d'allotjament exclusives.

**Identificació dels punts forts d'una ubicació extrema i proposta d'una experiència d'aventura de graus variables.**

EQUIPRESPOSTES va analitzar l'illa de Tabarca per proposar un concepte de viatge amb diferents graus d'aventura marina.

## EQUIPRESPOSTES & ACTA

ACTA és una companyia especialitzada en la gestió i comercialització d'hotels independents.

**Identificació dels punts forts de l'oferta cultura i connexions de Barcelona i proposta d'una experiència musical que serveixi de guia per a conèixer la ciutat.**

EQUIPRESPOSTES va buscar el client potencial per al nou hotel ACTAMIMIC i a partir del que podia oferir la ciutat de Barcelona va proposar una experiència basada en la temporada musical i les seves connexions internacionals.

## EQUIPRESPOSTES & AJUNTAMENT D'ALFAFAR

ALFAFAR és una població dins de l'àmbit d'influència del Parc Natural de l'Albufera de València.

**Identificació dels punts forts d'una ubicació i una tradició i proposta d'una actuació unitària per a un programa múltiple.**

EQUIPRESPOSTES va donar una resposta unitària de contingut i arquitectura per al nou auditori i casa de cultura de la població d'Alfafar.

## 5.1 EQUIPRESPOSTES & **FACES**

### 1.UN ENCÀRREC

**FACES** volia crear una coberteria sota l'assessorament de Ferran Adrià. L'objectiu era aconseguir una coberteria única i sorprenent, el repte era superar la tradició immemorial de disseny de coberts o eines per a menjar.

### 2.L'ESTRATÈGIA: NO DISSENYIS !

En comptes d'iniciar un procés de disseny clàssic per a generar un nou producte, **EQUIPRESPOSTES** juntament amb Ferran Adrià ha escollit, analitzat i recuperat les característiques úniques d'una selecció de coberteries que s'han considerat òptimes per diferents motius: funció, capacitat de suggerir o imatge.

### 3.ESCULL

#### ESCOLLIR!

S'ha elaborat una relació de les coberteries que per raons funcionals, capacitat de suggerir o d'imatge tinguin un especial èxit.

### 4.ANALITZA

#### ANALITZAR!

S'han analitzat les coberteries escollides per identificar-ne les característiques úniques que els hi donen la seva qualitat d'òptimes, i el seu èxit.

### 5.RECUPERA

#### RECUPERAR!

S'han recollit aquestes característiques úniques identificades en diverses coberteries i s'han aplicat en els diferents àmbits d'una mateixa coberteria: ergonomia, funció, imatge... sense perdre una referència inconscient a la peça origen.

## 6.RESULTAT

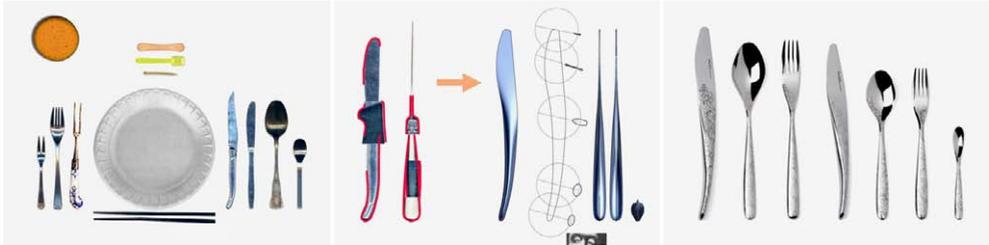
### LA COBERTERIA ÒPTIMA

La meva cobreteria ideal és una REUNIÓ DE PECES VARIADES, sense tenir massa en compte ni l'ordre, ni la forma, material o color, sinó simplement agafant alguna EXCEL·LÈNCIA EN EL SEU ÚS... o la seva capacitat per a alguna EVOCACIÓ AGRADABLE. Independentment de la col·lecció a la que pertanyin, quan descobreixo una peça òptima la fitxo i la poso a jugar en el meu equip de coberts. L'únic que tenen en comú és que són adminicles per a menjar i a més són òptims. Cada un de la seva mare i ves a saber de quin pare.

## 7.EL NOM: FRANKI

### FRANKI

[de *Frankenstein*, 'esser fet de peces provinents d'altres de la mateixa espècie']  
ALIM *m. i/o f.* Segons convingui. Donat que al llarg de la història ja s'ha pensat molt sobre els coberts, a *Franki* s'estudien peces ja clàssiques per a extreure'n les seves característiques millors. Una vegada aïllades, aquestes peculiaritats, s'ajunten i s'harmonitzen, mirant de no perdre la referència al seu origen múltiple. El resultat és un *Franki*, una peça a la que difícilment li trobareu mare, ni parlar del pare però a la que tothom li sap veure un cosinet.



## 6. EQUIPRESPOSTES en 3 paraules i una pregunta

### 01.

#### **QUI SOM** UNA COMPANYIA QUE RESPON LES TEVES PREGUNTES (RESPONDRE!)

**EQUIPRESPOSTES** és una companyia que des de la voluntat de donar **noves experiències** a les **persones** ajuda a les **companyies** a RESPONDRE LES PREGUNTES que mai s'han fet amb la finalitat de trobar i posar en producció nous **productes** o noves **direccions estratègiques**.

### 02.

#### **QUÈ FEM** TROBAR L'ÀNIMA I POSAR-LA EN PRODUCCIÓ (INNOVAR!)

**IDENTIFIQUEM** les qualitats d'un producte o companyia que més potencial tenen per aconseguir un objectiu concret: la seva ànima.

**TRANSFORMEM** aquestes qualitats, aquesta ànima, en un nou producte o una nova estratègia que faci realitat aquest objectiu concret.

**INCITEM** a que les organitzacions internes de la companyia canviïn la seva cultura per adequar-se a la nova estratègia i als nous productes que han de generar.

### 03.

#### **COM HO FEM** REACTIVAR L'ORGULL DE SER UNA COMPANYIA (DESPERTAR!)

**TREBALLEM CONJUNTAMENT** amb les estructures existents de les companyies, introduint-nos en els equips establerts.

**ACTUEM CONCRETAMENT** proposant un programa a partir de dinàmiques de treball noves i directament relacionades amb la creació de nous productes i estratègies.

**PROVOQUEM POSITIVAMENT** que els membres dels equips de la pròpia companyia es preguntin el perquè de les seves dinàmiques i trobin el seu propi camí per aconseguir una visió renovada.

# VENIM?

Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid



TE9217CO-RESPOSTES. Raiders of the good company!  
07IMAGINACIÓN & VISIÓN & ACCIÓN-01 complet cas. Data 231110.



# IMAGINACIÓN, VISIÓN & ACCIÓN

¡Quien no se  
haga  
preguntas  
no podrá  
obtener  
respuestas!

Encontramos las cualidades propias de las  
cosas

Somos un laboratorio de ideas

0. SOLO SABEMOS HACER UNA COSA: mirar & preguntar

1. LA PREGUNTA. ¡Llamar a la **imaginación!**

2. EL MÉTODO. ¡Tener **visión!**

3. LA IMPLEMENTACIÓN. ¡Comienza la **acción!**

4. EJEMPLOS. ESTRATEGIAS para compañías

4.1 EQUIP RESPUESTAS & TOUS

5. EJEMPLOS. PRODUCTOS para compañías

5.1 EQUIP RESPUESTAS & FACES

6. **EQUIPRESUESTAS** en 3 palabras y una pregunta

## 0. SOLO SABEMOS HACER UNA COSA: mirar & preguntar

Lo único que sabemos hacer bien es mirar con una visión desacomplejada, sin prejuicios, hacernos preguntas sobre lo que estamos viendo y ayudar a responderlas.

Dar una respuesta a cualquier solicitud pasa por conseguir mirar sin prejuicios y preguntar sin complejos.

Mirar y preguntar da como resultado encontrar los puntos fuertes de las compañías o de los productos. Encontrar su alma.

1. **Mirar** sin prejuicios.
2. **Preguntar** sin complejos.

# 1. LA PREGUNTA. ¡Llamar a la imaginación!

Para encontrar la respuesta única a la pregunta que todo proyecto pide eliminamos toda idea preconcebido sobre lo que el cliente quiere o espera, evitamos los prejuicios de la experiencia acumulada y revisamos los conceptos básicos desde cero.

Cada problema, cada solicitud, tiene características que la hacen única y piden respuestas nuevas. Toda respuesta con componentes nuevos pide ser imaginativo, que acostumbra a ir de la mano del riesgo. La imaginación se relaciona con la actitud de no tener complejos para ofrecer respuestas alejadas de aquello que se espera, de la rutina.

1. **Eliminar** las ideas preconcebidas.
2. **Mirar** desde otro punto de vista, como nadie más pueda mirar.
3. **Actuar** sin prejuicios ni complejos.
4. **Revisar** conceptos básicos y a cualquier escala.
5. **Encontrar** las cualidades propias de las cosas: el alma.
6. **Trabajar** para la gente.

## 2. EL MÉTODO. ¡Tener visión!

Para desarrollar la pregunta y encontrar la respuesta se necesita un método. Un método que quiera dar una respuesta no esperada ha de ser en parte visionario, ha de ser capaz de intuir y ver ahí donde nadie puede ver nada, ya sea porque no sabe mirar en la dirección correcta o porque no sabe mirar con los ojos adecuados.

Se ha de establecer un sistema nuevo, una estrategia de trabajo que sirva como guía en los momentos en que uno se encuentra perdido y propulse un proceso que escape de la rutina, evite las respuestas conocidas y expulse las etiquetas restrictivas.

1. **Desarrollar** un sistema de trabajo nuevo.
2. **Crear** en el proceso y seguirlo de manera rigurosa.
3. **No imponer** el resultado final al empezar un proyecto.
4. **Ser intuitivo** y no tener miedo a equivocarse.
5. **Ser consciente** de lo que se sabe y perder el miedo a no saber.
6. **A toda escala** funciona el método: un producto o una compañía.

### 3. LA IMPLEMENTACIÓN. ¡Empieza la acción!

Conseguir un producto o una nueva estrategia para una compañía es el objetivo de todos los trabajos. No se buscan resultados especulativos.

Una vez se ha encontrado la respuesta se ha de poner en práctica. Una vez se han identificado los puntos fuertes se han de concretar en un producto o en una estrategia. La experiencia propia ha sido el paso previo a la exportación del modelo. Todo el sistema ha evolucionado desde la creación, dentro de la propia compañía, de la Agencia, encargada de proveer de soluciones a los clientes, y el Lab, encargado de desarrollar visiones de futuro, hasta llegar a Respuestas, que externaliza el método a otras compañías.

La implementación pide introducir una cierta dosis de incertidumbre para inmediatamente lanzar toda la capacidad de concreción posible. La incertidumbre ayuda a sacudirse los complejos que impiden escuchar determinadas voces o utilizar algunas ideas consideradas inadecuadas, la fuerza de concreción aleja los resultados especulativos.

Lo más importante es que se generen inicios sugerentes, que den fuerza para avanzar, en cualquier dirección. A partir de entonces, la motivación de las personas y la necesidad de concretar las acciones harán que se produzca la innovación.

Una vez se ha concebido algún producto o estrategia interesante, para que se produzca la innovación es necesario que entre en producción, llevarlo a la práctica: nosotros somos gente de acción.

1. **Provocar** para despertar las capacidades de la gente.
2. **Empezar** de manera sugerente para motivar que se avance en una dirección.
3. **Descubrir** una característica interesante y hacerla real: innovar.
4. **Concretar** siempre en un producto o estrategia.
5. **Evitar** los procesos especulativos.
6. **Aprender** de los errores: evolucionar constantemente.

## 4. EJEMPLOS. ESTRATEGÍAS para compañías

### EQUIRESPUESTAS & TOUS

Tous es una multinacional de la joyería que ha evolucionado desde una producción artesanal para clientes únicos a una producción industrial para el gran consumo.

**Identificación de los puntos fuertes del equipo de diseño y establecimiento de un protocolo de trabajo que los potencie.**

EQUIRESPUESTAS trabaja con los equipos de la propia compañía para establecer protocolos y estrategia de diseño que den respuesta a las necesidades múltiples del nuevo cliente masivo.

**1. ORGANIZACIÓN** del departamento de diseño: establecimiento de una estrategia de trabajo con una estructura estable.

**2. TRABAJOS ESPECIALES:** detectar necesidades de los diferentes departamentos de la compañía y establecer las bases y estrategia para que los propios equipos internos les den una respuesta.

### EQUIRESPUESTAS & SMARTLIVING

SmartLiving es una promotora de nueva generación que integra toda la cadena de negocio, desde el solar a la venta final.

**Identificación de los puntos fuertes de las dinámicas constructivas existentes y propuesta de un sistema para conseguir vivienda asequible.**

EQUIRESPUESTAS identificó tanto la necesidad de vivienda asequible como la posibilidad de reestructurar las herramientas existentes en el sector de la construcción para conseguir un precio de venta final inferior al existente en el mercado.

**1. NECESIDAD.** Necesidad de una vivienda asequible, de calidad, y adaptable a distintos clientes y ubicaciones.

**2. PREFABRICACIÓN.** Desarrollo de una unidad de vivienda colectiva prefabricada: velocidad de ejecución.

**3. COMPAÑÍA.** Nuevo modelo empresarial: compañía de integración-eliminación de los intermediarios.

**4. PUBLICIDAD.** Nota de prensa y sitio web.

## EQUIRESPUESTAS & GALACTIC SUITE

Galactic Suite es una compañía que propone y desarrolla experiencias de turismo aeroespacial.

**Identificación de los puntos fuertes de la tecnología aeroespacial existente y propuesta de un hotel orbital sin la necesidad de desarrollar nueva tecnología.**

EQUIRESPUESTAS identificó la tecnología existente necesaria para la construcción de un hotel orbital y definió una cadena de valor asociada basada en una experiencia lúdica aeroespacial.

### GALACTIC SUITE SPACE RESORT

- 1. NECESIDAD.** Interés de la gente por el espacio, sector económico en expansión.
- 2. ESTABLECIMIENTO.** Libro blanco de necesidades de misión y asociación con centro tecnológico aeroespacial.
- 3. PUBLICIDAD.** Lanzamiento de notas de prensa y participación en congresos.
- 4. COMPAÑÍA.** Acuerdo con EADS-ASTRIUM. Creación de Galactic Suite Design.

### GOOGLE LUNAR X-PRIZE

- 1. NECESIDAD.** Falta de un proyecto unitario para la industria aeroespacial española.
- 2. ESTABLECIMIENTO.** Creación de equipo pluridisciplinar y registro de una fundación para gestionar el proyecto.
- 3. PUBLICIDAD.** Lanzamiento de notas de prensa y promoción de actos educativos y divulgativos.
- 4. COMPAÑÍA.** Acuerdo con empresas aeroespaciales: ALTRAN, DEIMOS. Acuerdo con otras empresas (en proceso: DAMM, ENDESA, GAS NATURAL)

## EQUIRESPUESTAS & LANDCOME

Landcome es una compañía que integra servicios de ingeniería y arquitectura dirigidos a las necesidades del mundo árabe.

**Identificación de los puntos fuertes de las dinámicas de diseño y propuesta de un catálogo de arquitectura lista para ser adaptada y construida sin iniciar de cero el proceso de diseño.**

EQUIRESPUESTAS propuso la utilización de un catálogo de arquitectura prêt-à-porter para dar respuesta rápida a las necesidades urgentes de edificios emblemáticos de gran dimensión.

- 1. RECUPERACIÓN.** Reciclaje de trabajos no construidos: reducción de los plazos de ejecución.
- 2. CATÁLOGO.** Recopilación de catálogo de tipologías con implantación genérica de edificios con diferentes usos.
- 3. PUBLICIDAD.** Lanzamiento de una nota de prensa.
- 4. COMPAÑÍA.** Acuerdo con LANDCOM, compañía de ingeniería con licencia para construir en Dubai, y obertura de oficinas comerciales en México y China.

## EQUIRESPUESTAS & ROCA

Roca es una multinacional y líder mundial en el ámbito del baño y de los espacios de bienestar.

**Identificación de la línea de evolución histórica de la compañía y propuesta de horizonte hacia donde dirigir las líneas de investigación.**

EQUIRESPUESTAS analizó la trayectoria estratégica de la compañía y dio una visión de futuro que sirviera de guía para sus equipos de I+D. La propuesta se centra en investigar alrededor del agua en condiciones de ingravidez en el espacio.

## EQUIRESPUESTAS & CUNILL

Cunill es una empresa de orfebrería que combina maestros artesanos con tecnologías modernas de producción.

**Identificación de los puntos fuertes de la estrategia de distribución y propuesta de un producto de fidelización que aproveche las características del sistema.**

EQUIRESPUESTAS definió un nuevo producto y su estrategia de venta y distribución. Una pieza única para transmitir exclusividad y conseguir fidelización.

## EQUIRESPUESTAS & CHIC&BASIC

Chic&Basic es una compañía de gestión hotelera pionera en el modelo de hotel *Low Cost*.

**Identificación de los intereses de los turistas de Barcelona y propuesta de una experiencia de actividad que potencie el protagonismo del huésped.**

EQUIRESPUESTAS definió un concepto de hotel basado en una nueva experiencia de interacción entre las personas que se alojan en el hotel y la ciudad a partir de la luz y de una distribución innovadora de la habitación.

## 4.1 EQUIRESPUESTAS & TOUS

### 1. APRENDER PREGUNTANDO

Aprender **qué sabes hacer**, extraer una **cualidad** y generar un **producto**. Esto es lo que hace **EQUIRESPUESTAS** con el equipo de **TOUS**.

### 2. INTRODUCIR DINÁMICAS POSITIVAS

#### UNA INTUICIÓN ES EL PRIMER ESTADIO DE LA ACCIÓN

**EQUIRESPUESTAS** quiere introducir dinámicas positivas como antídoto de tendencias negativas detectadas aunque aun no identificadas.

#### PARA OBTENER UNA RESPUESTA SE HA DE HACER UNA PREGUNTA

**EQUIRESPUESTAS** primero analiza la compañía y conjuntamente con ella encuentra la pregunta que ha de ser respondida para encontrar una solución.

### 3. UTILIZAR LOS RECURSOS DE TOUS

LA SOLUCIÓN SIEMPRE ESTÁ EN CASA

#### INCITAR A LA ACCIÓN: HACER, HACER Y HACER

**EQUIRESPUESTAS** no da respuestas sino que incita a que la propia **TOUS** las genere a partir de un trabajo interno con sus propios equipos.

#### OTRO PUNTO DE VISTA: LA TIERRA NO ES REDONDA

**EQUIRESPUESTAS** provoca que los miembros de los equipos de **TOUS** se pregunten el porqué de sus dinámicas, añadiendo una distancia crítica que abra los ojos de los protagonistas a una visión renovada y fresca.

#### ANALIZAR PRODUCIENDO: MIRAR, PENSAR Y HACER

**EQUIRESPUESTAS** se introduce dentro de las estructuras internas de **TOUS** con un programa de actuación concreto directamente relacionado con la producción. Trabajando con los equipos propios de **TOUS**, ensayando dinámicas de trabajo nuevas, para conseguir objetivos similares a los marcados por la estrategia de **TOUS**.

## LA COMPAÑÍA EVALUA LA COMPAÑÍA: EL ESPEJO DEL ALMA

**EQUIRESPUESTAS** dirige los trabajos de los equipos de **TOUS** con el objetivo de que el análisis y la evaluación de cualquier situación o problema sean realizados por sus miembros.

## TRABAJO MULTIDEPARTAMENTAL INTERNO: TODO QUEDA EN CASA

**EQUIRESPUESTAS** construye un equipo interdepartamental que ha de incluir miembros de todos los ámbitos en lo que trabaja **TOUS** (des de la gerencia a los proveedores, pasando por los clientes finales y la propiedad), sin introducir agentes externos.

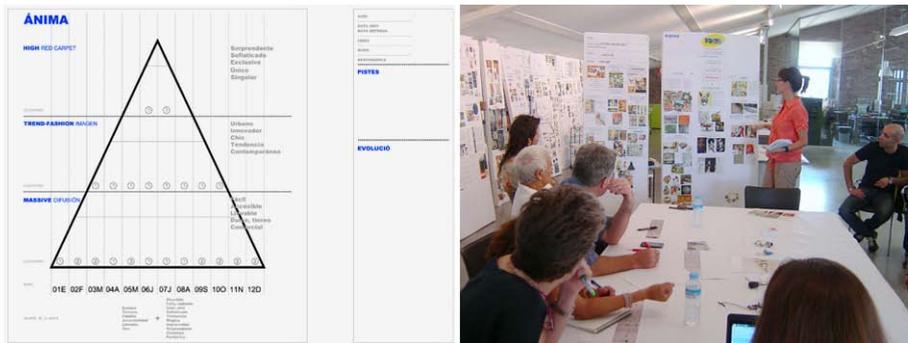
## 4. CONÓCETE A TI MISMO

### LA COMUNICACIÓN REFUERZA LA IDENTIDAD

**EQUIRESPUESTAS** basa el éxito del análisis y de la propuesta de nuevas dinámicas en el hecho de conglomerar a la propia compañía, **TOUS**, consiguiendo que miembros de todos los departamentos establezcan una comunicación fluida.

### UN POUR TOUS ! TOUS POUR UN !

**EQUIRESPUESTAS** persigue conseguir que la propia compañía acabe actuando como un todo articulado.



## 5. EJEMPLOS. PRODUCTOS para compañías

### EQUIRESPUESTAS & **FACES**

Faces comercializa los productos que hacen posibles los nuevos conceptos y usos que propone Ferran Adrià.

**Identificación de los puntos fuertes de las mejores cuberterías existentes y propuesta de una nueva cubertería que integra las cualidades identificadas.**

EQUIRESPUESTAS analizó las mejores cuberterías existentes para detectar sus características principales y generar una cubertería que las integrara.

### EQUIRESPUESTAS & **COSMIC**

Cosmic propone conceptos y productos punteros con el objetivo de establecer una nueva cultura del baño.

**Identificación de los puntos fuertes de los productos existentes y propuesta de un nuevo sistema de ordenar el baño.**

EQUIRESPUESTAS analizó las necesidades del baño desde un punto de vista funcional y, sin variar las condiciones de tecnología de producción, se propuso una nueva manera de ordenar los pequeños objetos que se encuentran en un baño.

### EQUIRESPUESTAS & **EQUIP**

Equip es una compañía multidisciplinar de arquitectura que trabaja en joyería, diseño industrial y arquitectura.

**Identificación de las necesidades básicas y primeras ideas de partida para proyectos de arquitectura.**

EQUIRESPUESTAS identifica las necesidades básicas que hay detrás de cada encargo y desarrolla la hoja de ruta para generar el proyecto que de respuesta a las necesidades del cliente.

### EQUIRESPUESTAS & **DAMM**

Estrella Damm es una compañía que fabrica y distribuye bebidas con una fuerte proyección de imagen.

**Identificación de los puntos fuertes de una ubicación difícil y propuesta de una fachada de imagen que no se relacione directamente con la publicidad.**

EQUIRESPUESTAS propuso el mensaje que tenía que transmitir el nuevo edificio en un edificio en una ubicación de fuerte impacto publicitario.

## **EQUIRESPUESTAS & HOSPES**

HOSPES es una compañía que ofrece experiencias de alojamiento exclusivas.

**Identificación de los puntos fuertes de una ubicación extrema y propuesta de una experiencia de aventura de grados variables.**

EQUIRESPUESTAS analizó la isla de Tabarca para proponer un concepto de viaje con diferentes grados de aventura marina.

## **EQUIRESPUESTAS & ACTA**

ACTA es una compañía especializada en la gestión y comercialización de hoteles independientes.

**Identificación de los puntos fuertes de la oferta cultural y conexiones de Barcelona para proponer una experiencia musical que sirva de guía para conocer la ciudad.**

EQUIRESPUESTAS buscó el cliente potencial para el nuevo hotel ACTAMIMIC y a partir del análisis de lo que podría ofrecer la ciudad de Barcelona se propuso una experiencia basada en la temporada musical y sus conexiones de transporte internacionales.

## **EQUIRESPUESTAS & AYUNTAMIENTO DE ALFAFAR**

ALFAFAR es una población dentro del ámbito de influencia del Parque Natural de la Albufera de Valencia.

**Identificación de los puntos fuertes de una ubicación y de una tradición para proponer una actuación unitaria para un edificio cultural con un programa múltiple.**

EQUIRESPUESTAS dio una respuesta unitaria de contenido y arquitectura para el nuevo auditorio y casa de cultura de la población de Alfafar.

## 5.1 EQUIPRESPUESTAS & **FACES**

### 1.UN ENCARGO

**FACES** quería crear una cubertería bajo el asesoramiento de Ferran Adrià. El objetivo era conseguir una cubertería única y sorprendente, el reto era superar la tradición inmemorial de diseño de cubiertos o antes herramientas para comer.

### 2.LA ESTRATEGIA: ¡NO DISEÑES!

En vez de iniciar un proceso de diseño clásico para generar un nuevo producto, **EQUIPRESPUESTAS** conjuntamente con Ferran Adrià ha escogido, analizado y recuperado las características únicas de una selección de cuberterías que se han considerado óptimas por diferentes motivos: función, capacidad de sugerir o imagen.

### 3.ESCOGE

#### ¡ESCOGER!

Se ha elaborado una relación de las cuberterías que por razones funcionales, capacidad de sugerir o de imagen, tengan un éxito especial.

### 4.ANALIZA

#### ¡ANALIZAR!

Se han analizado las cuberterías escogidas para identificar las características únicas que les dan su calidad de óptimas, y su éxito.

### 5.RECUPERA

#### ¡RECUPERAR!

Se han escogido estas características únicas identificadas en diversas cuberterías y se han aplicado en los diferentes ámbitos de una misma cubertería: ergonomía, función, imagen... sin perder una referencia inconsciente a la pieza origen.

## 6.RESULTADO

### LA CUBERTERIA ÓPTIMA

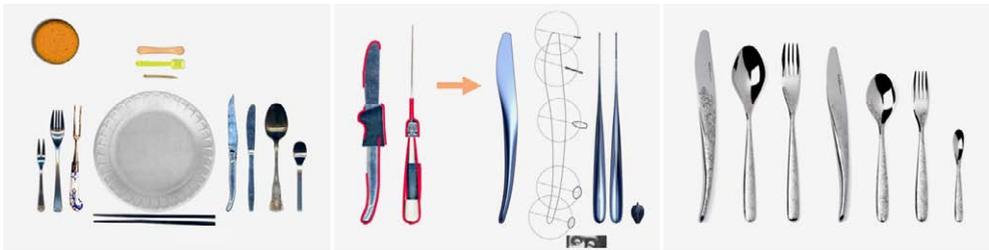
Mi cubertería ideal es una REUNIÓN DE PIEZAS VARIADAS, sin tener demasiado en cuenta ni el orden, ni la forma, material o color, sino simplemente cogiendo alguna EXCELENCIA EN SU USO... o su capacidad para alguna EVOCACIÓN AGRADABLE. Independientemente de la colección a la que pertenezcan, cuando descubro una pieza óptima la ficho y la pongo a jugar en mi equipo ideal de cubiertos. Lo único que tienen en común es que son adminículos para comer y además óptimos. Cada uno de su madre y vete a saber tú de qué padre.

## 7.EL NOMBRE: FRANKI

### FRANKI

[de *Frankenstein*, 'ser formado a partir de piezas que provienen de otros de la misma especie']

ALIM[entación] m. y/o f. Según convenga. Dado que a lo largo de la historia ya se ha pensado mucho sobre los cubiertos, para Franki se estudian algunas piezas clásicas para extraer de ellas sus características mejores. Una vez aisladas, estas peculiaridades se juntan y armonizan, con cuidado de que el resultado no pierda esa referencia a su origen múltiple. El resultado es un Franki, una pieza a la que difícilmente se le identifica madre, mucho menos padre pero a la que cada uno le sabe ver algún primo.



## 6. EQUIPRESUESTAS en 3 palabras y una pregunta

### 01.

#### **QUIENES SOMOS** UNA COMPAÑÍA QUE RESPONDE TUS PREGUNTAS (¡RESPONDER!)

**EQUIPRESUESTAS** es una compañía que desde la voluntad de dar **nuevas experiencias** a las **personas** ayuda a las **compañías** a RESPONDER LAS PREGUNTAS que nunca se hay hecho con la finalidad de encontrar y poner en producción nuevos **productos** o nuevas **direcciones estratégicas**.

### 02.

#### **QUÉ HACEMOS** ENCONTRAR EL ALMA Y PONERLA EN PRODUCCIÓN (¡INNOVAR!)

**IDENTIFICAMOS** las cualidades de un producto o compañía que más potencial tienen para conseguir un objetivo concreto: su alma.

**TRANSFORMAMOS** estas cualidades, este alma, en un producto o una nueva estrategia que haga realidad este objetivo concreto.

**INCITAMOS** a que las organizaciones internas de la compañía cambien su cultura para adecuarse a la nueva estrategia y a los nuevos productos que han de generar.

### 03.

#### **COMO LO HACEMOS** REACTIVAR EL ORGULLO DE SER UNA COMPAÑÍA (¡DESPERTAR!)

**TRABAJAMOS CONJUNTAMENTE** con las estructuras existentes de las compañías, introduciéndonos en los equipos establecidos.

**ACTUAMOS CONCRETAMENTE** proponiendo un programa a partir de dinámicas de trabajo nuevas y directamente relacionadas con la creación de nuevos productos y estrategias.

**PROVOCAMOS POSITIVAMENTE** que los miembros de los equipos de la propia compañía se pregunten el porqué de sus dinámicas y encuentren su propio camino para conseguir una visión renovada.

# ¿VENIMOS?

Si penses abans de començar potser no sortiràs  
el primer  
però sí que sortiràs més ràpid

# **EQUIP**

**xavierclaramunt**

Palo Alto  
Pellaires 30-38  
Nau G01  
08019 Barcelona SPAIN  
tel +34 933 034 660  
fax +34 933 034 665  
[equip@equip.com.es](mailto:equip@equip.com.es)  
[www.equip.com.es](http://www.equip.com.es)