



“De un Anillo a un Hotel en el Espacio”

Xavier Claramunt domenech



INDICE

1. Introducción: ¿Por qué te metes en todo esto, Xavier?	3
2. La forma de trabajar: It's the attitude, stupid!	5
3. Innovación por Hibridación: De un anillo a un hotel espacial	7
4. Internacionalización: We are glad to see you back, Mr.Claramunt	11
5. Conclusión: ¿Alguien ha entendido algo?	12
6. Algunos productos	13
7. Algo de prensa	18
8. Amigos	27
9. INDICE General.	33



1. Introducción: ¿Por qué te metes en todo esto, Xavier?

Entrar en el oasis de la Fundación Palo Alto, en el Poble Nou, es un placer para los sentidos. Esta antigua fábrica textil de la calle Pellaires, en Barcelona, es un espacio industrial ahora reconvertido en reducto creativo rodeado de naturaleza, que le da un aire mágico al conjunto. En ese entorno ideal se encuentra el estudio de Xavier Claramunt.

Xavier Claramunt (Igualada, 1965) lidera un equipo multidisciplinar de arquitectura que ha trabajado en joyería, diseño industrial, arquitectura y aeroespacial, entre otros ámbitos. En 1990, Xavier Claramunt fundó la empresa junto a otros colegas bajo el nombre de ADD+ Arquitectura. En paralelo constituía Duch Claramunt, firma de joyería con la que ganó muchos reconocimientos. Desde 2006 pasó a llamarse EQUIP Xavier Claramunt.

Desde el inicio, la práctica de la Arquitectura y el Diseño de Interiores le ha dado el conocimiento espacial necesario, el Diseño Industrial la posibilidad de estar siempre en contacto con industriales comprobando la viabilidad de lo pensado y desarrollando técnicas innovadoras; mientras que la joyería le acercó al conocimiento de los materiales para su manipulación y uso adecuado.

La polivalencia de Xavier Claramunt le ha llevado a diseñar un hotel espacial, a construir torres comerciales en China, o a diseñar cubiertos para Ferrán Adrià. Para llegar a ello, o simplemente como consecuencia de su actitud siempre curiosa, Claramunt cursó dos carreras: Ingeniería Aeronáutica y Arquitectura. Según él, la arquitectura con su mirada global e imaginativa ayuda a definir y generar problemas; mientras que la ingeniería aporta habilidades para resolverlos.

Xavier cree que lo que diferencia su arquitectura es “*la ausencia de estilo*”. Su Estudio no tiene un estilo físico que sea identificable en la obra producida, sino que se acerca a los proyectos a través de procesos y estrategias que definen la forma final.

Claramunt se inició en el mundo del diseño a partir de la joyería que terminó influyéndole en su faceta como arquitecto y diseñador de productos por el uso del material, el ingenio y la inmediatez. Lo explica así:

“La velocidad con la que se pasa de una propuesta a un objeto construido es un placer. Es el placer del artesano, que ve como su producto coge forma, y al final del día, tiene algo que le enorgullece”.

Confiesa tener una especial facilidad para mezclar actividades y cruzar métodos y procesos porque “*en cada actividad se aprende algo que se puede aplicar en otra muy diferente*”. Quizás por eso Xavier se mostró sorprendido por el hecho de que quisiéramos proponerle a los Premios Nacionales de Innovación y Diseño por su **aportación al diseño desde la hibridación o mezcla de disciplinas y escalas**, ya que él la ve como “una obviedad”, algo totalmente natural. Para Claramunt, la cultura de la mezcla y la innovación multidisciplinar no es una opción, ni nada que haya que explicar, sino una cuestión de sentido común.



Entre sus clientes destaca Ferrán Adrià que le encargó una colección de cubiertos. En una entrevista a Xavier Claramunt le preguntaban ¿qué aporta un arquitecto a la alta gastronomía? Su respuesta arroja luz sobre su concepción de la profesión:

“Si se considera al arquitecto como el que construye edificios... ¡pues entonces no se entiende nada! Pero si se ve como la persona curiosa que se pregunta constantemente el porqué de las actitudes de las personas, del uso de las cosas, de las cualidades de los materiales, en definitiva un pesadísimo preguntón que solo parece invocar a las dudas, entonces ya se puede entender algo más. Lo que aporta es pensar en la periferia del comer como fisiología, para añadir al acto de la comida experiencias ya sea vía el tacto, nuevas texturas para unos cubiertos, o vía el olfato, una pequeña incisión para añadir una planta aromática a la cuchara con la que pretendes tomar una sopa”.

En un diálogo con su colega Josep Bohigas, añadía más argumentos en la misma dirección:

“Gracias a nuestra formación, los arquitectos estamos muy bien entrenados para tener visiones globales estratégicas, porque tenemos una doble mirada humanística y mecánica. El problema es que aún hay muchos arquitectos que desconocen esa capacidad, porque siguen empeñados en trabajar como antes. Yo lo he descubierto al entrar en otros sectores ajenos a la arquitectura: ahí es donde uno se da cuenta de lo que sabe hacer bien en contraposición a los demás”.

Y añadía:

“El problema fundamental de los arquitectos de hoy radica en la formación: los estudiantes tienen que aprender a extraer la formación técnico-humanística de su contexto para traspasarla a otros sectores, porque si no lo hacemos, la desaparición de los despachos de arquitectura será inevitable (...) Como arquitectos puros, estamos acabados. Por eso apuesto por el arquitecto multimarca: el arquitecto-carpintero, el arquitecto-herrero, el arquitecto-político...”.



2. La forma de trabajar: It's the attitude, stupid!

Un principio ineludible en la actitud de Xavier Claramunt y su equipo es **trabajar sin prejuicios** y liberarse de las ideas preconcebidas para **trabajar para las personas** mejorar su calidad de vida y sus experiencias. **Escapar de la rutina y de las etiquetas**. Y para conseguirlo tienen claro que deben priorizar la **búsqueda de sinergias entre disciplinas**. Él lo explica con estas palabras:

“Un proyecto sin prejuicios suele requerir la participación de profesionales fuera del ámbito de la arquitectura. Y esto pasa en cualquier gremio. La arquitectura es una disciplina de integración, cada vez más compleja. El profesional que todo lo sabe, una actitud que tradicionalmente ha tenido el arquitecto, no puede dar la respuesta compleja que ahora se necesita. Existe el profesional que es capaz de integrar y dirigir un grupo complejo, éste sí es el arquitecto que necesitamos”.

Porque el trabajo de Xavier Claramunt, en todas sus facetas, requiere de un equipo diverso, pluridisciplinar, multitarea, organizado a su imagen y semejanza, con toda su complejidad y flexibilidad, un equipo estructurado en tres ejes de actividad:

- **AGENCIA**: donde se realiza el trabajo del día a día, de proveer servicios a los clientes, y generar ingresos a partir de proyectos en marcha, en su mayor parte de arquitectura y diseño industrial.
- **LAB**: el laboratorio que desarrolla las visiones de futuro. No hay todavía un cliente que haya hecho el encargo. Aborda oportunidades y prepara las condiciones para convertirlas en posibles proyectos.
- **RESPUESTAS**: el destilado de todo el conocimiento generado en las dos áreas anteriores, y transferencia de ese *know-how* en forma de consultoría estratégica a clientes.

La imaginación es arriesgada, porque consiste en una actitud de no tener complejos para buscar respuestas alejadas de lo convencional. Por lo tanto, en Equip cultivan la **tolerancia al error**. Para ellos es evidente que una mirada disruptiva de la realidad implica riesgos, y que muchas de las ideas que salgan del laboratorio pueden ser fallidas. Pero este proceso se asume con naturalidad porque es parte de la búsqueda de soluciones realmente creativas.

Eso explica que hoy no sientan la necesidad de cambiar drásticamente alguna decisión estratégica que hayan tomado porque, en palabras de Claramunt, *“Lo que no nos gusta, lo cambiamos, no lo dejamos ahí. Nos equivocamos, y lo arreglamos lo más pronto que podemos, sin dilaciones, ni comeduras de coco. No hay una actitud de queja, ni dramatismos”*, y ese hábito forma parte de la vocación de hacedores que se aprecia en la cultura de la empresa.

La tolerancia al error es también tolerancia a la ambigüedad, porque muchos de los proyectos que se trabajan desde el LAB no saben bien qué resultado final tendrán. Son itinerarios abiertos, a veces cargados de incertidumbre, con muchos desafíos técnicos y comerciales por superar, pero se llevan hacia adelante desde el convencimiento que la naturaleza de la innovación disruptiva implica moverse en lo desconocido; y esto exige una actitud que asuma lo incierto como una fuente de curiosidad, y no de estrés.



Ese dinamismo también se aprecia en el modo en que Claramunt gestiona las ideas emergentes que tienen algún viso de ser atractivas. Apenas se constata que alguna tiene recorrido, y responde a una oportunidad de innovación, crea una nueva compañía que funciona como contenedor creativo/financiero del proyecto. Si no funciona, entonces la desactivan.

Equip es un laboratorio de ideas, y lo explican así: *“Lo único que sabemos hacer bien es mirar con una visión desacomplejada. Hacernos preguntas sobre lo que estamos viendo y ayudamos a responderlas”*. Pero para hacer buenas preguntas y encontrar respuestas se necesita un método, que funciona a cualquier escala, ya sea para crear una compañía o para desarrollar un nuevo producto.

El modo de trabajar de Xavier Claramunt y su equipo podría resumirse en este conjunto de principios y valores, que intentan seguir a rajatablas en los proyectos con sus clientes:

- Trabajar para la gente
- Mirar sin prejuicios
- Preguntar sin complejos
- Encontrar las cualidades propias de las cosas: el alma
- Desarrollar un sistema de trabajo nuevo
- Crear en el proceso y seguirlo de manera rigurosa
- No imponer el resultado final al empezar un proyecto
- Ser intuitivo y no tener miedo a equivocarse
- Ser consciente de lo que se sabe y perder el miedo a no saber
- Generar inicios sugerentes para motivar que se avance en una dirección
- Descubrir una característica interesante y hacerla real: innovar
- Concretar siempre en un producto o una estrategia: Somos gente de acción
- Evitar los procesos especulativos
- Aprender de los errores: evolucionar constantemente
- Xavier apunta que otra ventaja de moverse en sectores extraños, donde uno no tiene todavía una reputación ganada, es que puede asumir más riesgos porque hay menos que perder: *“puedes permitirte fallar porque nadie espera nada de ti”*.



3. Innovación por Hibridación: De un anillo a un hotel espacial

Un arquitecto que explora habitualmente los límites de la arquitectura, y que lo hace sin complejos, no quiere restringir su oficio a la ejecución de obras, ni a la construcción pura y dura. Por eso Xavier Claramunt habla de “*innovación global*” para echar mano de estrategias que funcionan en otros ámbitos profesionales como son la economía, la gastronomía o la joyería.

La lógica de Claramunt parece funcionar así: “Se empieza pensando en lo que se necesita, en lo que quiere la gente y después se busca la manera de hacerlo realidad. Pero el primer paso es aguantar las críticas de los que aseguran que es imposible”. También ocurre, como Claramunt explicaba en una entrevista publicada en la **Revista Innobai**, que “*cuando se mira en una dirección diferente de la habitual es más que natural que los ojos tengan que ajustar el enfoque. Lo que sucede es que hasta que se logra percibir lo que se enfoca con claridad, se ve borroso*”.

De esa cualidad de saber mirar de forma distinta y de su innata curiosidad e inquietud por lo que hace el de al lado, se puede caracterizar la Innovación que desarrolla Xavier Claramunt en todos sus trabajos. Esto es la **hibridación o mezcla de disciplinas y escalas**, que permite trabajar en paralelo en la resolución de un anillo para Tous o en la concepción de un hotel en el espacio con Galactic Suite. El punto en común es **la experiencia** que se busca ofrecer con ambos, una experiencia única del usuario en su interacción con el objeto. Para buscar estas relaciones, previo a cualquier desarrollo, hay que hacerse preguntas.

Claramunt busca constantemente preguntas que se tienen que contestar. El LAB nació de esta tendencia visionaria y actitud propositiva, que trabaja sobre necesidades detectadas, independientemente de si les han contratado para darles respuesta, contraposición con la AGENCIA o RESPOSTES. Así pues, mientras en una nave que acomoda el estudio donde se desarrollan los proyectos del día a día, en otro hay un grupo de personas trabajando sin un encargo concreto y que insisten tanto en proyectos realizados, para mejorar una posible respuesta futura en un contexto similar, como en trabajos sustentados en intuiciones. “*Pueden ser proyectos que tienen cliente pero, por decirlo de alguna manera, que aún no sabe que estamos trabajando para él*”.

Allí se trabaja tanto sobre hipótesis de futuras solicitudes como en el establecimiento de modelos de clientes que aun no conocen: “*Trabajamos una línea de actuación antes de que aparezca un cliente concreto. Preparamos aquello que se desconoce, y funciona como una especie de ‘pretemporada’ donde se proyectan nuevas ideas que ya tendrán (o no) su momento de concretarse*”.

Podría decirse que el LAB es, a los efectos prácticos, una prolífica incubadora de proyectos. El diseño se entiende no solo como la concepción del producto y su formalización sino también todos sus estadios hasta que llega al consumidor final. Las mismas estrategias que llevan a pensarlo y a fabricarlo, se aplican en su comercialización. Un diseño en sí mismo no tiene valor, tiene que convertirse en producto y para eso tiene que llegar al usuario final, mediante su venta.



Es esta estructura de relación producto-cliente, más que la disciplina de diseño o la escala la que nos permite clasificar los proyectos de Claramunt. De ese modo en la [AGENCIA](#) (proyectos del día a día con cliente y necesidades fijadas) podemos destacar:

[Duch Claramunt](#) nace del punto de unión entre la arquitectura y la joyería, eliminando todo esquema formal previo y partiendo de una revisión constante de la manera de entender la joya. Los puntos de partida pueden provenir de cualquier campo cuyas cualidades, una vez revisadas y definidas, pueden sugerir nuevas ideas. Las piezas se alejan de la tradicional definición de la joya como objeto decorativo y como producto de un diseño que la predetermina. Esto constituye un método creativo en el que el usuario interviene en la joya, que se convierte en una herramienta para que ese usuario la haga distinta y propia.

Faces crea productos alrededor para el galardonado chef Ferrán Adrià. Junto con Miquel de Mas, Claramunt diseña Frankie, así se llama la cubertería, que nace de reinterpretar las cualidades de las herramientas que han acompañado el comer desde hace siglos, atendiendo a las necesidades de la cocina de Adrià.

Chic&Basic es una compañía de gestión hotelera pionera en el modelo de hotel low-cost. Claramunt y su equipo propusieron para este proyecto una experiencia de actividad en el hotel que potencie la interacción entre las personas que se alojan en el establecimiento, a partir de la luz y de una distribución innovadora de la habitación. Claramunt cree en la búsqueda constante de experiencias, ofreciendo oportunidades al cliente, al usuario, para actuar, porque “seguro que no defrauda”, solo hay que facilitar el camino, dándole las herramientas. En el hotel Chic&Basic del Born, se ofrece a los clientes un par de mandos para contralar la intensidad y el color de la luz. Ellos ya sabrán decidir si se ponen de acuerdo, juegan o discuten. Final feliz seguro.

[SmartLiving](#) es una promotora de nueva generación que integra toda la cadena de negocio, desde el solar a la venta final, eliminando intermediarios. Claramunt planteó para ellos el objetivo de una “vivienda asequible”, de calidad, y adaptable a distintos clientes y ubicaciones, con un precio de venta final inferior al existente en el Mercado mediante una vivienda prefabricada, que se construye con gran rapidez. En este caso la estrategia es construir una vivienda con acabados básicos que el usuario pueda decidir completar.

En el [LAB](#), en cambio, no hay cliente a priori: se identifica una oportunidad, se define el argumento que permita venderlo, se crean el equipo y la empresa que lo va a hacer realidad, y se acompañan hasta que sale al Mercado.

Así por ejemplo nació el **Catálogo de Arquitectura prêt-à-porter**, que se plantea para dar respuesta rápida a las necesidades urgentes de edificios emblemáticos de gran dimensión en la estrategia de internacionalización del trabajo. Según explica Claramunt “el reciclaje de trabajos no construidos, en un catálogo de tipologías con implantación genérica, reduce los plazos de realización del proyecto y permite al cliente escoger que la imagen que quiere proyectar de sí mismo”.

Otro de las líneas principales del LAB ha sido la investigación de asentamientos límite, que persigue sentar las bases para conocer los desafíos que implica colonizar zonas a priori inhóspitas.



El proyecto **Sea Suite** se propone como un asentamiento en el mar, para aguas poco profundas cercanas a la costa. Es también un buen ejemplo de biomimética, porque la pista la dieron las colonias de coral, tanto por su posición como por su estructura especial porosa en icosaedro. El proyecto está ahora en fase de estudio para su implantación en los Emiratos Árabes Unidos, previa construcción de los módulos en tierra para ser llevados luego al mar donde se anclarán al suelo marino.

En esta línea del LAB probablemente sea [Galactic Suite](#) la propuesta que más proyección mediática ha dado a su trabajo. El proyecto nace en 2006 para diseñar un hotel espacial en órbita baja alrededor de la Tierra. Eso implica no sólo pensar en la arquitectura de la cápsula sino también en toda la experiencia que acompaña un viaje único en la vida, que la cambia para siempre.

Es precisamente el “Overview Effect” que cuentan los astronautas cuando se encuentran ante la visión del planeta la que inspira el proyecto “*el efecto producido por la visión del planeta como frágil milagro en el espacio, hará que esa persona vuelva a la Tierra convencida de querer transformarla*”. Es esta idea la que impulsa el diseño de toda la experiencia para el turista espacial.

Una vez más, Claramunt no está sólo en este proyecto, sino que reúne la capacidad y la experiencia de la industria aeroespacial europea liderada por la multinacional EADS ASTRIUM, para reutilizar tecnologías existentes pero transformando radicalmente su uso y, por tanto, la manera de entender también la interface con el hombre.

Claramunt insiste: “*Ha sido la inocencia y el total desconocimiento de los problemas que tiene un proyecto de estas características lo que nos ha dado la fuerza y la visión fresca y desacomplejada que hemos introducido en las dinámicas de nuestros colaboradores tecnológicos. Hay propuestas que solo se le pueden ocurrir a alguien que venga de fuera. Y esto vale para todos los ámbitos profesionales. Unos le llamarán intrusismo, nosotros preferimos hablar de aire fresco*”.

También en el espacio, Claramunt lidera otro proyecto para la búsqueda de la interacción multidisciplinar, no sólo con la ingeniería aeroespacial sino también con el marketing, definitivo para el diseño de un proyecto global.

Efectivamente, el [Barcelona Moon Team](#) es un reto enorme en muchísimos campos, donde lo más importante es convencer al cliente, ya no de un producto, sino de una experiencia de la que podrá hacer partícipes a todo un público.

Así pues el Barcelona Moon Team, liderado por Xavier Claramunt, emprendió en 2010 su viaje a la Luna como único equipo español en el Google Lunar X PRIZE, una competición tecnológica internacional para mandar un robot a la Luna donde se desplazará y realizará fotografías, demostrando además la viabilidad de este tipo de misiones, que la luna continua siendo una fuente de inspiración única para las personas. El consorcio industrial incluye las más importantes empresas del sector espacial español incluyendo la consultoría ALTRAN, EADS CASA Espacio, GMV o instituciones públicas como el Instituto Nacional de Tecnología Espacial, el Centro de Tecnología Aeroespacial, la Universidad Politécnica de Catalunya, la Universidad de Alcalá en Madrid y la China Great Wall Industry Corporation.



Finalmente, en [RESPOSTES](#) es el cliente quien busca a Claramunt para asesoramiento estratégico. **Respostes** (“Respuestas”, en catalán) nació como herramienta de uso propio, en el LAB, para sistematizar el proceso de aprender qué sabe hacer el cliente, extraer de ello una cualidad, y generar un producto. En RESPOSTES, Claramunt analiza el cliente y conjuntamente con ella encuentra la pregunta que ha de ser respondida para encontrar una solución. No da respuestas sino que incita a que la propia compañía las genere a partir de un trabajo interno con sus propios equipos. Provoca que los profesionales del cliente se pregunten el por qué de sus dinámicas, añadiendo una distancia crítica que les abra los ojos a una visión renovada y fresca sobre los más diversos temas, desde su producto a su forma de presentarlo o venderlo.

Esto es precisamente lo que Xavier Claramunt desarrolla desde hace ya tres años en la multinacional de joyería TOUS, donde está ayudando a diseñar protocolos de trabajo y estrategias de diseño que den respuesta a las necesidades de una producción industrial para el gran consumo, que les permita a la vez renovarse desde dentro.



4. Internacionalización: We are glad to see you back, Mr.Claramunt

Pero todo ese producto, todo ese diseño no sirve para nada si se queda en un cajón y ya en los años anteriores a la crisis, Xavier Claramunt emprendió un camino que se antojaba prometedor, no sólo para conseguir trabajos, sino también, para enriquecer los procesos.

La tecnología ha hecho el mundo más pequeño pero la creatividad y el diseño permiten ampliarlo abordando problemáticas parecidas de modos muy dispares, mezclando procesos, reinventando formas de trabajar, aprendiendo.

La hoy necesaria internacionalización ha permitido a Xavier Claramunt desarrollar centros de trabajo en China, Emiratos Árabes Unidos, República Dominicana y Marruecos, donde trabaja en múltiples proyectos, sobretodo de arquitectura, pero siempre desde las mismas premisas de pluridisciplinariedad, integrando servicios de asesoría de diseño, arquitectura e ingeniería y la realización de proyectos.

Ahora bien, del mismo modo que cuando uno viaja muchas veces a la misma ciudad acaba deseando llegar a su habitación de hotel, esperando que el recepcionista le reconozca y le diga “Bienvenido de vuelta, Sr.Claramunt”, también el bagaje que uno lleva a la hora de proyectar en otra cultura, en otro país es el propio, el que le es conocido, destilado de todas las experiencias vividas.

Lejos de ofrecer una mirada reduccionista de las distintas realidades que el mundo nos ofrece en su apertura, el bagaje mediterráneo y latino de Claramunt le permite ser medido en su exageración, ser respetuoso en su visión nueva y fresca de esa cultura donde se va a sumar.

Eso sí, con cierta ironía, cosa que le permite realizar un catálogo de torres, edificios públicos y elementos singulares “prediseñados”. Esta “aberración” como podría ser entendida dentro del colectivo de los arquitectos, obsesionado por la novedad permanente, por la singularidad de sus obras, es una fina ironía como respuesta a la realidad de la homogenización de las ciudades en todo el mundo, una *“crítica a la uniformización del urbanismo y de las tipologías edificatorias que pueblan las ciudades ya de todo el mundo”*, según dice Claramunt.

Ironía o no, la realidad obliga y la internacionalización de nuestro diseño no es ya una oportunidad sino una obligación. La marca de nuestros diseñadores en el extranjero es una garantía de reconocimiento del trabajo realizado en nuestro país y un legado para las nuevas generaciones. Y Claramunt está ahí fuera, dando la lata.



5. Conclusión: ¿Alguien ha entendido algo?

Xavier Claramunt tiene, podríamos decir, algo de perfil renacentista. Se formó en dos carreras (Ingeniería y Arquitectura), y desarrolló su carrera profesional con una fuerte polivalencia, trabajando en entornos sectoriales tan diversos como el de la joyería, el diseño industrial, la arquitectura o el negocio aeroespacial. Tanto la formación como la experiencia profesional han tenido que favorecer necesariamente una mirada transversal de las fuentes de oportunidades.

La vocación innovadora en el diseño y la empresa de Claramunt aflora de un perfil de hibridador, de mezclador, que no quiere ser constreñido por los prejuicios de su profesión, y juega constantemente en los límites del oficio, buscando combinaciones transgresoras que reinventen el lugar del arquitecto en su relación con el mundo. Rescata el papel de un tipo de arquitecto sistémico, con una visión global y humanista, que entiende su oficio más allá de hacer edificios reinventando asimismo el diseño o, al menos, su manera de hacer. En la base de esta actitud está la curiosidad y una vivencia anterior de haberse movido en la intersección entre sectores.

Asimismo, el caso de Xavier Claramunt revela cómo la diversificación disruptiva responde a veces a una intención deliberada, impulsada por motivaciones intrínsecas, *“por ilusión y la búsqueda de un sentido”*, y no por exigencias del entorno o del mercado. Forma parte de este enfoque, una fortaleza para superar las críticas y defender los proyectos contra corriente, cuando se mueven por ámbitos que la opinión general no entiende.

Otro aspecto reseñable es su fuerte dinamismo creativo, junto al de su equipo, que combinado con una alta tolerancia al error y a la incertidumbre, le hace capaz de moverse sin complejos por territorios desconocidos, y con plena confianza de que desde el aprendizaje va a ser capaz de conseguir lo que se proponga, incluso aunque el resultado a corto plazo no sea el esperado.

Llama la atención que Claramunt ha sabido combinar creación y empresa con culturas y lógicas diferentes que se auto-refuerzan y complementan. Por un lado, el trabajo de arquitectura en mercados externos donde hay un fuerte acento en la calidad del servicio y en el aprovechamiento de soluciones preconcebidas; y por el otro, la exploración de territorios totalmente nuevos con un nivel de riesgo mucho más alto. Esta estrategia combinada es viable solo si se es capaz de gestionar bien el “equilibrio inestable” que genera la atención simultánea de dos lógicas de innovación que parecen contradecirse.

Bien al contrario, Claramunt se siente cómodo en esa aparente contradicción, que le permite el aprovechamiento de sinergias entre áreas de conocimiento de los equipos pluridisciplinarios, mostrando así una habilidad especial para sentirse cómodo en los espacios de intersección, funcionando como una “incubadora de proyectos”, creando, activando y desactivando procesos con rapidez, en función de las oportunidades que se van detectando.

Esta naturaleza dinámica, hibridadora y sin complejos es, quizás, la innovación de Claramunt al diseño en todos estos años de andadura.¹

¹ Los textos son extractos de una entrevista de Xavier Claramunt con Amalio Rey.



6. Algunos productos

+INFO

www.duchclaramunt.com www.equip.com.es www.smartliving.cat www.galacticsuite.com

No están todos, sería imposible. Seguramente tampoco están los mejores, quien puede saber cuáles son de todo lo que Claramunt ha pensado, diseñado o producido.

Es una galería de arte en un pasaje lateral a la rambla de la ciudad de Igualada que, gracias a un ingenioso sistema de cerramientos, se abre para transformar la calle en su propio escaparate. No queda más remedio que pasearse entre las obras de arte.

**GALERÍA DEL
PASSATGE**
Igualada, España
1989

Galería del Passatge
[+info](#)

28 M²



Es una joya que se inspira en el clip de papelería. Más que una joya es un mecanismo para que el usuario pueda ornamentarse con lo que desee, un pétalo, un cabello cogido al vuelo. La decisión sobre aquello que debe ser considerado precioso y digno de ser exhibido es radicalmente personal.

REDUNDANT
1990

DuchClaramunt
[+info](#)

0,00045M²



Es un envoltorio para convertir el acto de desenvolver una joya en una experiencia inolvidable. Es un contenedor que transmite temperatura a la pieza preciosa que contiene. Es un momento efímero pero memorable. ¿Un primer contacto cálido? ¿Un primer contacto fresco?

TERMPACK
1992

DuchClaramunt
[+info](#)

0,0225M²





Es una joya que evita la trivialización que supone el enseñar constantemente. Una serie de brillantes esperan agazapados entre tres arandelas de oro que tú puedes hacer girar a voluntad. Tú decides el momento en el que compartir el interior precioso.

ARANDELA
1992

DuchClaramunt
[+info](#)

0,000314M²



Es una serie de contenedores para conseguir un lugar siempre ordenado. Cajones de distintas dimensiones que puedes colocar en distintos lugares, solo tienes que acertar a introducir con total libertad tus cosas en su interior. Todo es más bonito si dibujas un círculo a su alrededor.

BAÑO MODORI
Igualeda, España
1992

Domènech
[+info](#)

10,5M²



Es una pila de cerámica y a la vez gran contenedor. Construida con diferentes niveles y unas paredes rectas que marcan un orden y dan un lugar para depositar objetos para que queden automáticamente ordenados. Gran amiga de Juan Palomo, ella se lo guisa, yo me lo como.

CONTAINER
1995

Industrias Cosmic
[+info](#)

0,36M²



Es... Su ambigüedad provoca curiosidad. Un cruce entre superficie aboyada, cama con marejada y sofá para compartir. No sabes dónde ponerlo. No sabes como usarlo. No hay una función clara pero si una invitación a intentar casi cualquier postura.

EN L'INTENT
1995

EQUIP RDi
[+info](#)

3,24M²





Es un foco compacto de sección cilíndrica continua, o casi. No necesita plafón de contacto. Una rótula divide el cilindro en dos partes, una queda fijada al techo, la otra oscila para dirigir el haz de luz. Sin solución de continuidad, colgado del techo, por encima de nuestras cabezas.

STAGE
2000

Vibia
[+info](#)
0,034M²



Es un interior para las tiendas Bath Time que se fija en la estrategia del camaleón para ir cambiando paulatinamente sus propiedades lumínicas y conseguir que a pesar de estar lejos de la luz del Sol poder experimentar el paso del día. Mañanas frescas, tardes cálidas.

BATH TIME
Barcelona, España
2000

Industrias Cosmic
[+info](#)
50M²



Es una casa unifamiliar en una población extrañamente orientada a norte. Inusualmente, la cubierta es pared, la fachada a la calle es trasera, las plantas son escaleras... todo para poder disfrutar de un jardín, de un bosque y del sur, que también existe.

CASA MUNTANER
Sta Margarida de M.,
España
2004

J. Muntaner, E. Ramón
[+info](#)
400M²



Una fachada que te chilla para que te gires al pasar veloz a su lado. Un reclamo. Una cerramiento para un concesionario de vehículos que se cierra y quiere deslumbrarte cuando estás lejos, y que se abre y te deja mirar cuando estás cerca. Entonces te guiña el ojo.

**BMW MOTOR
MUNICH**
Sabadell, España
2005

Comercial Alari
[+info](#)
6.280M²





Es la ampliación de un hotel construido en un palacio. Una ampliación que de día pasa desapercibida para no restar protagonismo al palacio que es su hermano antiguo, y que de noche se convierte en una fuente de luz que lo ilumina. El valor de su presencia es su anonimato.

**HOTEL HOSPES
GRANADA**

Granada, España
2005

Hospes Hoteles
[+info](#)

7.100M²



Es una experiencia de relación entre las personas. Sí, también es un hotel en el que el huésped es invitado a interactuar con su pareja y con los otros huéspedes. La actividad privada dentro de la habitación es difundida sutilmente al exterior. No se sabe qué pasa, pero se presiente.

**HOTEL CHIC&BASIC
BORN**

Barcelona, España
2006

Chic&Basic
[+info](#)

1.540M²



Es una pieza de ornamentación que presenta oro pero que otorga el máximo protagonismo a un material contemporáneo y prosaico, el plástico. La consistencia la da el plástico. El color lo da el plástico. La contemporaneidad la da el plástico. El metal precioso da el precio.

ENROSCATS PLANS
2006

DuchClaramunt
[+info](#)

0,0006M²



Es una cubertería que suena a muchas otras pero que es diferente. Un *dub* de cuberterías que trae al hijo que todas habrían querido, pero siempre será un poco Frankie. Lo podrás tatuar, grabar o vestir de seda, pero desengáñate, siempre será un Frankie.

FRANKIE
2006

FACES Ferran Adrià
[+info](#)

0,006M²





Es un hotel en el fondo del mar. Bajo las aguas del mar, siguiendo la secuencia de las mareas que vienen a añadirse al paso del día marcado por el Sol y por la Luna. Un asentamiento en el último límite del hombre en la tierra, el mar.

SEA SUITE
2006

Galactic Suite SL
[+info](#)
700M²



Es un hotel en órbita alrededor de la Tierra. El primer hotel espacial. Se aprovecha toda la tecnología existente para ensamblar las piezas necesarias y conseguir abrir el espacio al viajero. Todo el mundo puede ser astronauta. Un asentamiento más allá de los límites tradicionales del hombre.

GALACTIC SUITE
OBT 450Kms
2006

Galactic Suite SL
[+info](#)
103M³



Es un catálogo de edificios en altura. Son el compendio de los estudios sobre torres realizados por interés, para concursos o por encargo. Evita empezar de cero un encargo complejo, aprovechando cada descubrimiento realizado con anterioridad.

CATÁLOGO DE TORRES
2007

EQUIP.RDi
[+info](#)



Las Flamenco Towers son un par de torres. En el nuevo centro en expansión de la ciudad china de Hangzhou, nuevo compañero del centro histórico sobreprotegido, se levanta un complejo que son dos torres que se resisten a mirar solo hacia un lado y giran en todas direcciones.

FLAMENCO TOWERS
Binjiang, China
2007-2010

NeoInvest
[+info](#)
125.000M²





Torre Beijing es una torre para un hotel en Pekín. Es un objeto indefinido, sin una fachada clara, sin una altura única, sin querer dar su nombre, que emerge geológico para ir evolucionando hacia las formas prismáticas. Un inicio amable para un desarrollo simbólico.

TORRE BEIJING

Beijing, China
2007-2010

NeolInvest
[+info](#)

21.000M²



Es una joya, es ornamento. Un tubo de plástico permite que las materias preciosas se presenten puras, sin procesar, sin maquillar, sin nombre, simplemente oro, simplemente plata. Si nos dice con quién va, entonces sabremos quién es.

TUBPLASTIC

2007

DuchClaramunt
[+info](#)

0,0005M²



Es un pabellón de representación para Ascer, la asociación de fabricantes de cerámica españoles. ¿Qué no puede hacer la cerámica? ¡Movimiento! Pues eso es lo que vamos a hacer, y de paso hacer visible la música de 4 motores que ondulan una superficie de teselas cerámicas.

CERÁMICA EN MOVIMIENTO

Barcelona, España
2007

ASCKER
[+info](#)

69M²



Es la ampliación urbana de un hotel en primera línea de mar. Se excava un valle, se construyen muros de piedra para contener las tierras y levantar los pabellones de un hotel que quiere ser de bosque porque sabe que encaramarse ahí arriba es la única manera de poder ver el mar.

HOTEL HOSPES PALMA

Palma de M., España
2008

Hospes Hoteles
[+info](#)

5.500M²





Surge de pensar que el dormir y el lavarse son las actividades principales para un turista en un hotel. Una vez decidido esto, se lleva la ducha a fachada, dándole la mayor cantidad de luz y aprovechando la necesidad de intimidad para generar una secuencia de transparencias.

HOTEL ACTA MIMIC
Barcelona, España
2011

Acta Hotels
[+info](#)

4.700M²



Smart Living es la primera compañía que integra todo el proceso de diseño, construcción, venta y financiación con el objetivo de promover viviendas de calidad a un precio ultra competitivo. La IKEA de la vivienda.

SMART LIVING
Barcelona, España
2010

Smart Living
[+info](#)





7. Algo de prensa

+INFO

www.equip.com.es/blogs/News_EQUIP/.es

www.galacticsuiteprocess.com/news/

Se ha escrito mucho sobre los trabajos de Xavier Claramunt. La mayoría en positivo. Las páginas siguientes destacan algunos de esos artículos, bien porque fueron de los primeros (¡jovenzuelo!), bien porque la liaron parda, o porque llenaban toda una página de periódico y daba gusto de ver.

Así pues, lo dicho: algo de prensa.



2004.03.28

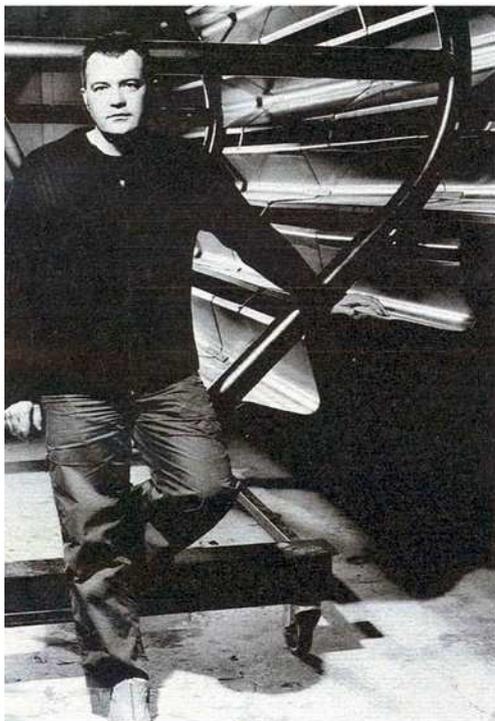
El País

Claramunt desayuna en Tiffany's

CREADOR

Claramunt desayuna en Tiffany's

Ingeniero, arquitecto, interiorista, diseñador, joyero y empresario, los trabajos de este catalán demuestran que la creatividad no entiende de especialidades ni de límites. Mientras él proyecta tiendas, sillas, lavabos o viviendas, la joyería Tiffany's de Nueva York ha comenzado a vender sus collares. Por **Anatxu Zabalbeascoa**.



CON SORPRESA.

Ése es el objetivo que persigue Xavier Claramunt (a la izquierda) con sus diseños. En el resto de las fotografías, algunas de las joyas, objetos y espacios industriales o comerciales que han surgido de su polifacético e inquieto trabajo.



Xavier Claramunt (Igualada, 1965) habla siempre en plural –“creo que los problemas empiezan cuando comienzas a hablar en primera persona”–, y lo cierto es que su trabajo como arquitecto, orfebre o interiorista siempre ha estado arropado por las ideas y el hacer de otros. “Hoy día, yo sólo hago preguntas, y luego toco las narices y pongo pegas; pero es un equipo de 15 personas el que desarrolla los proyectos”. Polifacético y desafortunadamente

inquieto, Claramunt estudió cinco años de ingeniería aeronáutica, para elegir más tarde los altos vuelos de la arquitectura. La suya fue una carrera fulgurante en la que la rapidez con que aprobó los estudios y la precocidad con la que ideó su primer negocio de joyas contrastó con la extraña calma que emanaban algunos de sus primeros diseños. Con la también arquitecta Se Duch lanzó, a principios de los noventa, una colección tan sutil como

inesperada. Un collar con pequeñas pinzas en el que las piedras preciosas se sustitúan por pétalos de flores, una gargantilla tejida como encaje de bolillos... En poco más de una década, la firma –que iniciara su andadura con un millón de pesetas– se ha profesionalizado y ha visto multiplicado su capital por 200. “Estamos entrenados. Hemos aprendido a hacer de todo”. Con el aplauso y los premios de la crítica, y el respaldo de una clientela pequeña pero volcada, el sello Duch Claramunt recibe ahora el reconocimiento de los profesionales: la joyería Tiffany's de Nueva York ha comenzado a vender sus joyas. Que la mitica tienda se interesara por su trabajo, lejos de asentar a Claramunt, le ha incitado a correr más riesgos. Así, algunos de sus últimos diseños han recuperado la fuerza del collar de pétalos con que se inició y han trascendido la idea ornamental de la joyería. Un anillo de compromiso esconde los brillantes en su parte interior y habla de un compromiso más secreto desde el roce de las piedras preciosas. También una serie de pulseras y anillos envuelve en tubos de plástico flexible y transparente los brillantes, esmeraldas o gramos de oro molido que compendrían una pieza. Desde sus nuevos diseños, Claramunt busca sorprender y provocar en lugar de simplemente complacer. “Con todo, el abrazo es el objetivo de nuestros diseños”, que, para explotar todos los sentidos, llegan al usuario sensualmente envueltos en seda gris y drásticamente encapsulados en un embalaje de plástico.

“Lo que más me interesa es hacer preguntas, llegar a la gente a través de una idea que en lugar de solucionar cuestiona; aportar algo que proponga, pero que no zanje”. Así, al igual que sus joyas termina el usuario, que decide cómo lucirlas, sus proyectos arquitectónicos reinventan tipologías. La casa muro o la casa tubo responden a ese mismo cuestionamiento. Como interiorista también siembra inquietud, convirtiendo una cristalería en una sala de espejos o una tienda de baño en un espacio camaleónico que cambia de aspecto, como uno cambia desde que entra hasta que abandona el cuarto de aseo. El ingenio, las ideas y la revisión de los conceptos son la raíz mental de sus trabajos; el entusiasmo y la profesionalidad, la receta de su éxito. Por eso, Claramunt insiste en separarse de la figura del *arquitecto artista*. Él trata de ser un profesional que después de duros años de entrenamiento empieza a recoger ahora los inesperados frutos de su singular trabajo. ●



2007.05.06

La Vanguardia

La arquitectura sin complejos

ECONOMÍA

DOMINGO, 6 MAYO 2007

LA VANGUARDIA 79

En línea

AGRICULTURA

Acuerdo entre tres cooperativas

La Cooperativa Agrària de Sabadell i Comarca (Coagsa), la Agropsecuària de Caldes de Montbui y la de Mojà 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 *mongeta del ganxet*; en Mojà 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 Garcia, 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 Comercio, 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 y 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 rodeo por los estudios de aeronáutica. Ya en la facultad, se agarró como pudo -la expresión es suya- a Enric Miralles y Carme Pinos. "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 *puntaires* 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 valor del fracaso. "Equivocarse es importante. De lo contrario, no avanzas".

Xavier Claramunt ha hecho hoteles para Hoesp y Chic&Basi: "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 descubrió 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 sé hacer 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 *hackandecker*. "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 Galactic 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 el próximo mes de septiembre 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. Abandona 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 auditorías internas de Vueling. Antes trabajó en el grupo Celsa y en la división de auditorías de KPMG.●



2007.12.24
El Periódico
 Arquitectura 'pret à porter'

INICIATIVA PIONERA PARA PROMOCIONAR PROYECTOS

Arquitectura 'prêt à porter'

Xavier Claramunt crea un catálogo de 21 rascacielos para que sus clientes elijan

ROSARIO FONTOVA
 BARCELONA

Si la alta costura coexiste con Zara, ¿por qué no aplicar el sistema a la arquitectura? Con esa premisa, el arquitecto Xavier Claramunt ofrece un catálogo con 21 rascacielos -ampliados a 41- que facilitan a sus clientes la elección. Claramunt predice que con el desplome del negocio inmobiliario el futuro será incierto y que solo con audacia y nuevas ideas se sobrevivirá. Con el título de *Ready to built*, el catálogo ofrece una selección de torres de distintas formas y materiales que pueden adecuarse a un emplazamiento concreto.

Claramunt pertenece a una nueva hornada de profesionales que no rinden excesiva pletiesia a los maestros. Incluso no considera indispensable seguir una de las máximas clásicas del urbanismo, que dice que los edificios tienen que construirse teniendo en cuenta el lugar donde se ubican. «Nos crucificarán», predice el arquitecto con estudio en Barcelona, una ciudad donde la arquitectura es sagrada.

«Hacer un catálogo no es popular. Hay un punto de provocación y estará mal visto», sospecha. Pero, aun así, considera que el taller-laboratorio que dirige lleva años proyectando edificios que se presentan a concurso, no logran un contrato o se diseñan por afán de innovación y que por lo tanto sería una lástima que se perdiera el esfuerzo.

En su taller de Palo Alto, en Poble Nou, se fraguan encargos diversos, desde interiorismo hasta joyería pasando por la experimentación en materiales como la cerámica en movimiento o el vidrio. Proyectos que se suman a la construcción de hoteles, su especialidad hasta el momento. Con ese bagaje asegura que su equipo está más que cualificado para afrontar proyectos en altura.

El mercado asiático

El gran objetivo del arquitecto es levantar rascacielos. «Y en España nadie nos los encarga», constata. Así que animado por la construcción de una torre en Shanghái, ahora en proceso de cimentación, bautizada como Flamenco Tower a causa de que los promotores chinos identificaron su forma torneada con el gesto de las manos al bailar, agrupó todos los edificios en altura en un catálogo.

El repertorio de torres, explica, está pensado para el mercado asiático. «donde hay suelo disponible, se construyen nuevas ciudades y hay gran demanda tanto de viviendas como de oficinas». «Nos gustaría ser de los equipos puente con Asia y especializados en altura», resume. La tipología de los edificios que propone el catálogo es variada y ofrece desde el equipamiento hasta el complejo de oficina, hotel y viviendas. Las torres tienen de 35 a 65 pisos y la más alta mide 220 metros.



► La oferta ► El arquitecto sostiene el catálogo con los modelos.

EL RECONOCIMIENTO

«Lo que hago no es popular. Hay un punto de provocación y estará mal visto», admite

LA ESPERANZA

Su aspiración es poder trabajar en Asia, donde hay suelo y mucha demanda

Poco partidario del historicismo, de los maestros de la arquitectura moderna de estilo más contenido que excesivo, los referentes de Claramunt se inspiran en las magnitudes macro. Así, explica que su interés se dirige a Qatar, donde se está construyendo la Dubai Tower, de 439 metros de altura y 80 pisos. Una desmesura que encabeza un ranking de rascacielos que van desbancándose unos a otros y que desde hace años ya solo se bate en Oriente. ■

RELIGIÓN

Los católicos practicantes ganan a los anglicanos en Inglaterra

El cardenal O'Connor pide que los sacerdotes puedan estar casados

EL PERIÓDICO
 LONDRES

La conversión al catolicismo de ex-primer ministro británico Tony Blair, que se hizo efectiva el viernes, ha sido la penúltima buena noticia que ha recibido el Vaticano del Reino Unido. La última se produjo el sábado, cuando se dieron a conocer las cifras de feligreses que frecuentaron los lugares del culto en el 2006. Por primera vez, en Inglaterra el número de católicos practicantes ya supera al de anglicanos.

Los datos, difundidos ayer por *The Sunday Telegraph*, señalan que una

media de 861.000 católicos acudió regularmente a misa aquel año, frente a los 852.000 anglicanos que participaron en los oficios de su confesión. En Gales y Escocia los anglicanos todavía les sacan ventaja, pero andan pisándoles los talones, de forma que en todo el Reino Unido la Iglesia de Inglaterra, que se separó de la Iglesia católica romana en 1534, solo cuenta con 50.000 feligreses practicantes más que su rival. Y ello en un país donde, solo entre Inglaterra y Gales, hay 25 millones de anglicanos censados, frente a 4,2 millones sometidos a la obediencia del Papa.

La llegada de inmigrantes procedentes de África y Europa del Este engorda las filas católicas y hace que el descenso de la práctica confesio-

El arzobispo ya cuestionó el celibato con Juan Pablo II

► Nada más llegar a Westminster, en el 2000, Cormac Murphy O'Connor ya levantó una polvareda al afirmar que la norma eclesial que regula el celibato sacerdotal podría modificarse y dar a entender que su permanencia era solo una mera cuestión de tiempo. Entonces gobernaba la Iglesia católica Juan Pablo II, pero la ascensión de Joseph Ratzinger a la silla de san Pedro ha alejado todavía más el horizonte del que hablaba el cardenal arzobispo.

nal, que afecta tanto a una como a otra confesión, tenga menor repercusión que en las filas anglicanas, coinciden los expertos.

REIVINDICACIÓN # No todo son alegrías para el Vaticano. Al lado de las buenas noticias, el arzobispo de Westminster y presidente de los obispos católicos de Inglaterra y Gales, el cardenal Cormac Murphy O'Connor, desempolvaba ayer una vieja reivindicación en una entrevista del *Financial Times* en la que volvía a pedir que el Papa revise la doctrina que impide que los casados puedan convertirse en sacerdotes.

Murphy O'Connor habla en la entrevista de Benedicto XVI en comparación con Juan Pablo II y dice que, a diferencia de lo ocurrido durante anterior papado, cuando Wojtyła cautivaba a los creyentes «con sus gestos y su proximidad», ahora «la gente va a Roma, no tanto a ver el Papa como a escucharle». Ratzinger se gana a la gente «por lo que enseña y predica», asegura. ■



10 detenidos en Lleida por tráfico de drogas

LOS MOSSOS realizaron el jueves y el viernes varias entradas en domicilios y dos almacenes de la calle de Juneda y de Sant Isidre, donde encontraron 900 gramos de cocaína, entre 600 y 700 de marihuana, 40.000 euros, una pistola y un revólver, munición, joyas y una báscula y herramientas de corte para la droga. EFE

Ola de robos con violencia en Madrid

EL ATRACO a una boutique de Chanel por cuatro encapuchados armados que se llevaron relojes por valor de 300.000 euros es el octavo que sufre la comunidad en 10 días, tras los asaltos de la tienda Ikea en Vallecas, el centro comercial Plenium, el homicidio de un comerciante en Parla y el ataque a José Luis Moreno.



23 muertos durante la operación salida

LOS 19 ACCIDENTES que se produjeron en las carreteras españolas a lo largo del fin de semana también han dejado 12 heridos graves. La operación navideña de tráfico se ha saldado con una víctima en Catalunya. En Gran Canaria murieron ayer dos jóvenes tras perder el control de su coche (en la foto). EFE

Asesinada por su hermano en Lugo

EL AGRESOR sufre problemas psicológicos, según fuentes familiares, por lo que el ataque podría deberse a que el hombre no se había tomado su medicación. El suceso ocurrió ayer en el mismo domicilio familiar donde la víctima y su hermano convivían. La mujer falleció tras ser apuñalada con un cuchillo de cocina. EP

Cae un negocio de falsos adelgazantes

LA EMPRESA Nutra Life International, desmantelada por la Guardia Civil en Sevilla, vendía al menos 30 variedades de productos que prometían 'adelgazar milagrosamente' gracias a una «fórmula secreta». Contienen hormonas peligrosas para la salud. Han sido imputadas cuatro personas.



2009.11.03
The Times
Space Hotel



THE TIMES

Newspaper of the Year Tuesday November 3 2009 timesonline.co.uk No 69783 Printed in Madrid International edition

Karzai is declared poll victor

Run-off scrapped as West seeks power-sharing deal

Jeremy Page, Jerome Starkey Kabul

Almost ten weeks of political paralysis in Afghanistan was brought to a close yesterday when a presidential election run-off was cancelled and President Karzai was declared the winner following the withdrawal of his only rival. Western leaders rushed to endorse the Independent Election Commission's decision and congratulate Mr Karzai, desperate to end a crisis which has undermined their efforts to defeat the Taliban and build democracy in Afghanistan.

Dr Abdullah Abdullah, who pulled out of the race on Sunday in protest at Mr Karzai's failure to tackle electoral fraud, also appeared tacitly to accept the decision after coming under intense pressure from the international community.

But questions remained over the legality of the result which gives Mr Karzai another five-year term in office. The Afghan leader is expected to make a victory speech today and will be inaugurated before world dignitaries later this month.

But his reelection lacks credibility because he did not win the necessary outright majority in the first round on

August 20, after which a UN-backed investigation disqualified a million of his votes because of fraud.

Western officials were also still trying to broker a power-sharing deal between Mr Karzai and Dr Abdullah to prevent a potentially dangerous split between the Tajik-dominated north and the predominantly Pashtun south.

"The point is Karzai's mandate is very, very, tenuous," Nick Horne, a

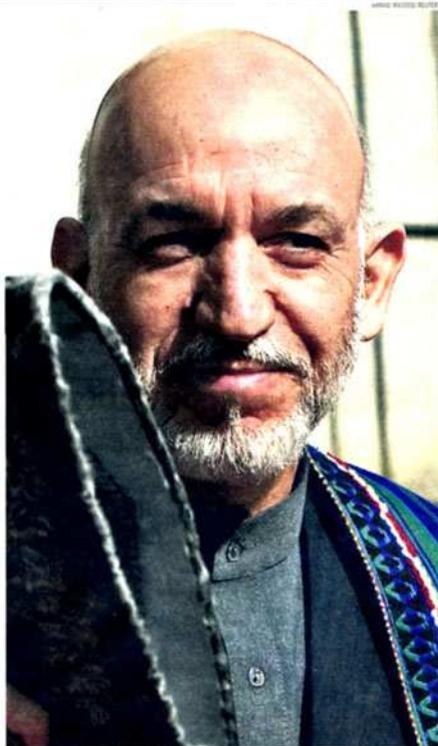
Karzai must now deliver real reform
Leading article, page 2

former UN political officer in Afghanistan who worked on the elections, told The Times.

The IEC, whose top officials were appointed by Mr Karzai, said it made the decision because of the cost and risk of organising Saturday's run-off, and because a one-horse race would compromise the President's legitimacy.

"The Independent Election Commission declares the esteemed Hamid Karzai

Continued on page 4



A contented Hamid Karzai after Afghanistan's election commission declared him President for a second term yesterday

IN THE NEWS

BP secures deal over Iraq's biggest oilfield

British oil giant BP is taking control of Iraq's biggest oilfield in the first major energy deal since the US-led invasion, putting the country on a path to rival Saudi Arabia within a decade. Iraqi lawmakers have condemned the deal as "illegal". Page 8

Karadzic's 'one regret'

Radovan Karadzic's only regret at the 1995 Srebrenica massacre of 8,000 Muslim men and boys was that some got away, a prosecutor told the Bosnian Serb's war crimes trial in The Hague. Page 12

Pakistan bomb kills 34

At least 34 people were killed in a suicide bomb attack close to the Pakistani army's headquarters in Rawalpindi. It was the second attack in the high security zone within a month. Page 6

Fears for pirate couple

Fears rose yesterday for a British couple kidnapped by Somali pirates as reports suggested that Islamist militants are heading for the area where they are held and intend to seize them. Page 3

Litvinenko clouds talks

The ghost of Alexander Litvinenko, the dissident former agent killed in London, loomed large over attempts by Britain's Foreign Secretary David Miliband to thaw relations with Russia. Page 12

Mass sacrifice protest

Plans to sacrifice half a million animals in a two-day Hindu festival in Nepal this month have prompted calls by animal rights activists for the 300-year-old ritual to be banned. Page 9



Twin Towers ship sails in

The USS New York, a battleship built with steel from the World Trade Centre, sailed into New York harbour yesterday on its maiden voyage, with a 21-gun salute near Ground Zero. Page 14



China fixes early snow

Cloud-seeding by Chinese meteorologists led to the earliest blizzard in Beijing for two decades. The 11-hour snowfall brought the capital to a halt. Hundreds of flights were delayed. Page 14



Space hotel for earthlings — but cost is astronomical
Page 5

Inside today



2009.12.17

La Vanguardia

“Verás la Tierra desde tu habitación del hotel espacial”

JUEVES, 17 DICIEMBRE 2009

LA VANGUARDIA

LA CONTRA

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

Dónde 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 circularás la Tierra 16 veces; verás 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 un trasbordador espacial que se aterrizará al hotel Galactic Suite.

¿Cómo será ese hotel?
Parecerá un racimo de uvas. Cada uva –cada módulo– albergará una habitación de 36 m² 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 velcro) 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 cohete 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 el 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 parida 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). Tienen más ideas: Catalunya en la Luna (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 le parecido 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 todos 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 pueda 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 matará! 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! ¡Ya!

¿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



2009.03.24

Innobai

La innovación no conoce prejuicios ni complejos

Iritzia

4 | **innobai** |

Berrikuntzak ez du aurreiritzi ez konplexurik La innovación no conoce prejuicios ni complejos

Enpresa batek tradizioaren bide "seguru"an bikaina izatea izan dezake helburu, baina bikaintasuna eta berrikuntza bateratzen dituzten proiektuak era gara ditzake. Aurretiaz ezarritako bideari jarraitzeak ez du arrakasta ziurtatzen, beraz, zergatik ez bide berriak saiatu? Xavier Claramunt Euskadiko Sormen eta Berrikuntzaren Urteko inaugurazioaren protagonistetariko bat izan da.

Una empresa puede aspirar a ser excelente en el camino "seguro" de la tradición, pero también puede proponerse desarrollar proyectos que aúnen excelencia e innovación. Seguir un rumbo predeterminado no es garantía de éxito, así que, ¿por qué no explorar nuevos caminos? Xavier Claramunt ha sido uno de los protagonistas de la inauguración del Año de la Creatividad y la Innovación en Euskadi.

Xavier Claramunt

Equip Xavier Claramunt enpresako zuzendari eta sortzailea
Galactic Suite proiektuko zuzendaria
Director y fundador de la empresa Equip Xavier Claramunt
Director del proyecto Galactic Suite



Berrikuntzaren aldeko apustua egitea erabaki duten enpresek aurretiaz dituzten ideiak alde batera utzi beharko lituzkete bezeroei zer eskaini behar diotenari dagokionez, aurreiritziak baztertu eta oinarritzko kontzeptuak berrikusi behar dituzte, oso ezagunak izan arren, edozein proiektuk, bakoitzaren berezitasunak gora behera, behar duen erantzun bakarra aurki dezan.

Sormenerako estrategietan ez dago inolako eragozpenik berriro berakatzu soparen osagaiez nahiz gurpilaz galde egiteko. Horrela oso zaila izango da berriro sopa berdina asmatzea edo gurpila aurkitzea. Funtsezkoa da aurreiritzirik gabe lanean hastea, proiektu bati ekitea konponbidea eza-gutu gabe. Aurretiazko ideiak alde batera uztea lortuz gero askoz errazagoa izango da bezeroen benetako beharrezanez erreparatzea — beharizan kontzienteak izan baino lehen ere— edo belarria berrikuntzetarako adi izatea, teknikoak nahiz antolaera, produktu edo beste eremu paralelo batzuetakoak izan.

Eskuarki bezeroa harritu egiten da beharrezkotzat jotzen den erantzunaren eremua espero zuena baino askoz zabalagoa dela ohartzen denean, berrikuntzak ekonomia, gastronomia, harri-bitxigintza eta beste lanbide arlo batzuetako estrategiak baliatzen dituelako. Eskaini ahal dugun

Las empresas que hayan decidido apostar por la innovación deberían eliminar las ideas preconcebidas en lo que se refiere a qué deben ofrecer a los clientes, evitar los prejuicios y revisar los conceptos básicos, por muy conocidos que sean, para conseguir encontrar la respuesta única que todo proyecto, cada uno con sus peculiaridades, necesita.

Las estrategias de creatividad pasan por no tener ningún reparo en volver a preguntarse por los ingredientes de la sopa de ajo o por la rueda. De esta forma será muy difícil acabar inventando la misma sopa de ajo o descubrir la rueda. Es fundamental comenzar a trabajar sin prejuicios, empezar un proyecto sin conocer la solución. Si uno consigue liberarse de las ideas preconcebidas, será mucho más fácil estar atento a las necesidades reales de los clientes, incluso antes de que sean necesidades conscientes, o tener los oídos atentos a las innovaciones, que pueden ser tanto de índole técnica como organizativa o de productos, o incluso de otros ámbitos paralelos.

Normalmente, el cliente se sorprende al descubrir que el ámbito de respuesta que se identifica como necesario es muy superior al que él esperaba, dado que la innovación global aplica estrategias de otros ámbitos profesionales



2009.03.24

Innobai

La innovación no conoce prejuicios ni complejos

innobai | 5

Opinión



berrikuntzarik onena konplexurik ez duen jarrerarena da, errezeta edo mugei jaramonik egin gabe.

Galduta gaudenean sistema bat eduki behar dugu, bidea erakutsiko digun lan estrategia bat; baina, hortik aurrera, benetan berrikuntzaren bidean egoteko, errutinatik alde egin beharra dago, ezaguna den erantzuna saihestu eta etiketak baztertu.

Gure aurreko jakituriatik ikasi

Halaber, tradizioa funtsezkoa da enpresentzat, oso berritzaileak badira ere. Aurretik egin, pentsatu, disfrutatu eta sufritu den guztia erabili behar den altxorra da. Edozein proiekturi ekiterakoan aurreko ekarpenak edo kontrastaturik dauden klasikoak aztertu eta berrikusi behar dira: obra bikain bat, aulki baten oinarritzko definizioa, eguneroko keinua den eskua ematearen esanahia aztertu... Honetaz, komenigarria da ere senior profesionalak berreskuratzeko estrategia izatea; haiek ezin gal daitezkeen jakintza eta eskarmentua dituzte. Honela lantalde bikainak sortzen dira.

Berrikuntzan hazteko aintzat hartu behar da beti ikasteak ez duela amaierarik: oraindik ezagutzen ez den eta bereganatua izan behar duen guztiarekin zabalik egon beharra

como son la economía, la gastronomía, la joyería, etc. Esta actitud desacomplejada y sin atender a recetas o restricciones es el rasgo de innovación más singular que aportamos.

Es necesario tener un sistema, una estrategia de trabajo que sirva como guía en los momentos en que uno se encuentra perdido, pero, a partir de ahí, para estar efectivamente en la línea de la innovación, hay que escapar de la rutina, evitar la respuesta conocida y expulsar las etiquetas.

Aprender de la sabiduría que antecede

Igualmente, la tradición es fundamental para las empresas, por muy innovadoras que sean. Todo lo que se ha hecho, pensado, disfrutado y sufrido con anterioridad es un tesoro que hay que utilizar. Al iniciar cualquier proyecto, se deben analizar y revisar las aportaciones anteriores o los clásicos contrastados, desde una obra excelente hasta la definición básica de qué es una silla o qué puede significar un gesto cotidiano como estrechar la mano. En este sentido, también es conveniente una estrategia de recuperación de los profesionales senior, ellos acumulan un conocimiento y una experiencia que no se puede perder. De esta manera se crean equipos excelentes.



2009.03.24

Innobai

La innovación no conoce prejuicios ni complejos

Iritzia

6 | **innobai** |

ohiko norabidera begiratzen
ez dugunean begiek fokatzea doitu behar
dute. baina fokatzen dena argi ikustea
lortzen den bitartean gauzak lanbrotsu
ikusten dira

cuando uno mira en una dirección
diferente de la habitual es
más que natural que los ojos tengan que
ajustar el enfoque. lo que sucede es que
hasta que uno logra percibir lo que se
enfoca con claridad se ve borroso

dago. Gure aurreko tradizio guztia funtsezkoa da etengabe
agertzen dena interpretatzeko; identifikatzeko eta ulertze-
ko balio behar du, baina ez etiketatze edo mugatzeko.

Irudimena, ikuspegia eta ekintza

Berrikuntzaren prozesua hasteko irudimentsua da, eta hori
arriskutsua izan ohi da. Irudimena ohiko gauzetatik urrun
dauden erantzunak ematearekin lotzen da.

Zalantzarik gabe, nolabait igarlea ere izan beharra dago,
beste inork ezin ikus dezakeena intuitu eta ikusteko gauza
izan, beharbada ez dutelako norabide egokian begiratzen
edo ez dutelako begiratu egokiarekin egiten. Batzuetan
ohartzten dena zorabiatu egiten duen aberrazio optikoa
baino ez da, baina ondorio egokia sortzen du berriro argi
ikusten denean ezer berdina izan ez dadin. Ohiko norabi-
dera begiratzen ez dugunean begiek fokatzea doitu behar
dute. Baina fokatzen dena argi ikustea lortzen den bitar-
tean gauzak lanbrotsu ikusten dira.

Azkenik, interesgarria den zerbait sortu denean, berrikun-
tza gerta dadin gauzatu egin behar da, hau da, ekoitzi:
ekintzaileak izan beharra dago.

Halaber, nolabaiteko ziurgabetasuna sartzeko beldurra
galdu behar da eta horren kontra ahal den gehien zehaztu
behar da. Zenbait ahots entzutea edo burugabeko ideiarene
bat erabiltzea eragozten duten konplexuak alde batera
utzi behar dira. Garrantzitsuena hastapenak iradokitzaileak
izatea da, edozein norabidetan aurrera egiteko indarra
emango dutenak. Hortik aurrera pertsonen motibazioak eta
ekintzak zehaztu beharrak berrikuntza ekarriko dute. Ez da
beti arrakasta berdina lortzen, baina porrotak aztertzea ere
baliagarria da.

Para crecer en innovación es necesario tener en mente que
el aprendizaje nunca termina: hay que estar abierto a todo
aquello que aún no se conoce y que habrá de ser asimila-
do. Toda la tradición que nos precede es fundamental para
interpretar lo que continuamente aparece, debe servir
para identificarlo y entenderlo, pero no para etiquetarlo o
restringirlo.

La imaginación, la visión y la acción

El proceso de innovación empieza por ser imaginativo, lo
cual acostumbra a ser arriesgado. La imaginación se rela-
ciona con la actitud de no tener complejos para ofrecer
respuestas alejadas de lo convencional.

Sin duda, también hay que tener algo de visionario, ser
capaz de intuir y ver ahí donde nadie más puede ver, quizá
porque no miran en la dirección correcta o quizá porque no
lo hacen con los ojos adecuados. A veces lo que se percibe
es simplemente una aberración óptica que marea, pero
produce el efecto adecuado para que, cuando se vuelva a
ver con claridad, ya nada sea igual. Cuando uno mira en una
dirección diferente de la habitual es más que natural que los
ojos tengan que ajustar el enfoque. Lo que sucede es que
hasta que uno logra percibir lo que se enfoca con claridad se
ve borroso.

Por último, una vez que se ha concebido algo interesante,
para que se produzca la innovación es necesario llevarlo a
cabo, es decir, que entre en producción: hay que ser gente
de acción.

Asimismo, se debe perder el miedo a introducir cierta incer-
tidumbre, contra la que se debe lanzar toda la capacidad de
concreción posible. Hay que liberarse de los complejos que
impiden escuchar determinadas voces o utilizar alguna idea
descabellada. Lo importante es que se generen inicios suge-
rentes, que den fuerza para avanzar en cualquier dirección.
A partir de ahí, la motivación de las personas y la necesidad
de concretar las acciones harán que se produzca la innova-
ción. No siempre se obtiene el mismo éxito, pero estudiar los
fracasos también es útil.

