

VENTURA PORTAVELLA , DISEÑADOR DE PRODUCTO EN GRIFERÍA CLEVER

“Funcionalidad, diseño y eficiencia son las principales funciones que representan el espacio de baño”



El minimalismo, la funcionalidad y la ecología son claves para Ventura Portavella, diseñador de producto en Grifería Clever, en la empresa Standard Hidráulica.

Graduado en ingeniería de diseño industrial y con una amplia experiencia en diseño de producto y packaging, **Ventura Portavella** es actualmente diseñador de producto en Grifería Clever en la empresa Standard Hidráulica. Hablamos con él sobre las tendencias actuales del diseño de baño.

A lo largo de los años, el baño ha pasado de ser un sitio meramente funcional a ser

un espacio de relax y disfrute personal. Para Portavella *“funcionalidad, diseño y eficiencia son las principales funciones que representan hoy en día el espacio del baño.*

Todos los productos generan el conjunto del baño, no hay un elemento central, desde el grifo hasta los accesorios de baño”.

A la hora de afrontar un reforma de un baño, para este diseñador *“todos los as-*

pectos son importantes, no tener en cuenta uno puede hacer que un diseño pase desapercibido”. Aunque sí destaca uno por encima de los demás. *“Sin dejar de pensar en los otros aspectos, los más importantes pueden ser: la innovación (sin ello un producto va directamente al grupo de los productos antiguos), el elemento social, y la aceptación del usuario final.”* asegura.

Para Portavella, ahora se tiende a hacer diseños más funcionales, *“pero con detalles de spa, de esta manera podemos hacer que un baño de diseño esté al alcance de todos, juntando así la gran separación que hay actualmente entre un baño funcional y un baño tipo ‘spa’”*. Además señala que están trabajando con varios proyectos a la vez, *“en diferentes direcciones en cuanto a diseño, aplicando a todos estos proyectos los últimos avances en tecnología”*.

Cuestión de preferencias

Cuestionado por si ahora reinan en los baños las duchas o las bañeras, el diseñador de Clever es claro y rotundo: ¡Ducha!. *“Antes la bañera era un producto primordial en un baño, pero todo cambia; quieres más espacio, más facilidad a la hora de interactuar, y cambias la bañera, algo voluminoso y robusto, por un plato de ducha, eliminas la cortina opaca por cristal, dando así la sensación de mayor espacio. Y esto repercute directamente en la grifería, del baño-ducha, a la termostática, un producto perfectamente acorde en cuanto a diseño con las duchas”*.

Cada vez más los españoles somos conscientes de lo importante que es ahorrar agua, algo que sin duda no pasa desapercibido para un diseñador de baños. *“El agua es un bien escaso para muchos y excesivos para otros. Desde el departamento técnico implementamos medidas para ahorrar agua y a la vez, no privar las acciones del cliente. Hemos incorporado dos tecnologías en los cartuchos, econature y termolimit, y a la vez damos la opción de cambiar el aireador para reducir el caudal (hasta 2l/min). El diseño se adapta a la mayoría de estos cambios, incluso creo que lo ayuda a estar en continua evolución”*, comenta.

También le preguntamos si el minimalismo en el baño sigue estando “de moda” entre los españoles. *“El minimalismo, para mí siempre ha tenido un diseño vigente, el buen diseño es tan poco diseño como sea posible. Actualmente cuantas más cosas añadas a un producto más lo vistes de robustez, cargado,... adjetivos relacionados directamente con diseños antiguos”*. Según nos comenta el diseñador, actualmente el estilo que predomina es,



“la sencillez de los componentes que forman un baño, y los colores claros, que transforman un pequeño baño en un espacio aprovechable y cómodo”, asegura.

¿Cómo se imagina que evolucionará el baño en los próximos años? Portavella comenta que actualmente las formas minimalistas se han establecido, *“están madurando, sin evolucionar a otro estilo rápidamente, pero cada vez más se están apartando de esas curvas orgánicas tan buscadas hace pocos años, y acercándose a formas más agresivas, modificando esos suaves radios por aristas y cantos vivos. Todo esto viene dado ya que cada día evolucionamos y mejoramos los procesos de fabricación, dándonos más libertad en formas y determinación en los detalles”*.

Un sector afectado por la crisis

El baño tampoco ha sido un sector que haya podido escaparse de la voraz crisis, de hecho ha sido uno de los que ha notado más sus consecuencias, y esto también se refleja en el bolsillo de los consumidores. Para Portavella, la filosofía de la gente es la de *“porque comprar un grifo más caro si cumple la misma función que el más barato”*. Para él, ese es el pensamiento que ha creado la crisis. *“Esta nueva manera de pensar afecta directamente al di-*

“Cada vez más se están apartando de esas curvas orgánicas tan buscadas hace pocos años, y a formas más agresivas”

Ventura Portavella

seño, ya que tienes que potenciar la creación de nuevos grifos funcionales y dejar aparcados los grifos totalmente de diseño. También es verdad que la crisis ha creado otro fenómeno: ‘o reinvento o muero’, compensando así, el primer pensamiento. Te reinventas creando grifería funcional aplicando pinceladas de diseño, innovación y tecnología”.

Con ello también las exigencias del consumidor han cambiado. *“En poco tiempo, desde no hace muchos años, se han potenciado las exigencias en la adquisición de cualquier producto, tenerlo ya y a buen precio. Hay un tercer factor que no se ha potenciado tanto pero siempre está ahí que es la calidad del producto. A la hora de reformar tu baño, nosotros entramos con otro factor que es el diseño, mejor dicho, la concordancia del diseño con su entorno. De esta manera, tenemos que estar siempre en continua investigación sobre el diseño vigente del baño, en general, para poder diseñar nuestra grifería acorde”*. ■