

“Nuestro trabajo consiste en dotar a los productos de identidad, de conseguir un equilibrio adecuado entre función y emoción”



*Desde el nacimiento de Artefakt Industriekultur en 1989, Alemania ha visto como una nueva marca convertía el país en uno de los estandartes mundiales del diseño. Con un sello basado en la simplicidad y la sensualidad, numerosos han sido los galardones internacionales que han avalado más de dos décadas de éxitos, de la que son ejemplo gamas como Attitude, creada para Ideal Standard.*

Para el equipo de Artefakt, la filosofía de lo que se considera el ‘buen diseño’ es reducir todo a su identidad, despojar el producto de todo cuanto no sea su esencia, presentándolo con una personalidad delimitada que lo haga claramente reconocible para el consumidor final.

### **Un trabajo de artesano**

Mirar al producto desde la perspectiva de simplificarlo y aumentar su calidad y uso

es lo que hace “*amar*” este trabajo. Así lo asegura **Achím Pohl**, CEO y diseñador de Artefakt, a lo que añade que incluso los momentos más punzantes de la crisis económica han servido “*no sólo para tomarnos nuestra profesión como un reto, sino como una posibilidad de redefinir lo que implica ser un profesional*”.

“*Considero que nuestro trabajo –continúa Pohl– consiste en dotar a los productos de identidad, de conseguir un equi-*

*brio adecuado entre función y emoción. Por otro lado, para mí es evidente que el confort idóneo sólo puede conseguirse a través de la tecnología y funcionalidad más precisa*”.

El principal objetivo para el producto del día a día es conseguir un 100% de fiabilidad y un 100% de diseño a un coste razonable. ¿Tarea fácil? La gente busca un diseño contemporáneo pero no está dispuesta a poner en peligro la

funcionalidad esencial, como espacios para almacenar y esconder los utensilios del baño, junto con una facilidad de limpieza y una garantía de poder amoldarlo a los gustos de cada uno. El diseñador se muestra tajante con respecto a ello: *“Como es comprensible, sólo un baño que pueda conseguir esto será querido por parte de su propietario día tras día y año tras año”*.

### **Todo se rinde a la flexibilidad**

Artefakt trabaja pensando en un mundo en el que ya no existe el ‘elemento clave’ en el baño. Con nuevas gafas o quizá nuevos ojos, los creativos de la firma alemana ven el baño convertido en una solución integrada cada vez más personalizable que representa cada estilo y demanda personal.

*“En realidad, sólo hay un elemento importante para las soluciones del baño contemporáneo, y ése es la flexibilidad. No hay ni un usuario específico y no hay una única arquitectura de baño que pueda adaptarse a un grupo, sino una variedad de diferentes demandas”*, considera Pohl, además del hecho de que sólo las soluciones totalmente flexibles e inteligentes sobrevivirán al futuro. El éxito radica en expandir la sensación de sala de estar al cuarto de baño, de una manera que complemente *“mi personalidad”*.

Insistiendo de nuevo en la que es la idea básica para el diseño del cuarto de baño, desde Artefakt consideran cada producto como una solución integrada, capaz de complementar parte de la arquitectura dada y el estilo de vida individual de cada usuario. Esto cambia notablemente el concepto tradicional de producto asociado a una función específica, lejos de ser pensado como una solución y mucho menos como un elemento integrado dentro de un compendio de soluciones integradas, que trabajan sibilinamente para multiplicar las opciones de este espacio tan íntimo.

### **Diseño, sencillez y ecología**

Sin ninguna duda, un baño de diseño está al alcance de todo el mundo, afirma tajante Pohl, quien prefiere la ducha a la bañera, ya que es un sistema más sencillo y ahorra espacio y recursos. Además, hay una increíble oferta en productos sofisticados gracias a los que el área de ducha

*“En realidad, sólo hay un elemento importante para las soluciones del baño contemporáneo, y ése es la flexibilidad”*

**Achím Pohl**



puede ser hoy un verdadero espacio de lujo, con todas las comodidades. En cualquier caso, reconoce también que una bañera no tiene competidor en cuanto a la relajación personal y, para muchos, una bañera o un jacuzzi siempre será la mejor solución.

De cara a unos cuartos de baño más ecológicos, Artefakt apuesta por las tecnologías, materiales y superficies inteligentes, ya que *“son el primer paso para construir una verdadera red de inteligencia electrónica”*, señala el diseñador, que en este campo se ha centrado en desarrollar una variedad de sistemas que se comunican los unos con los otros, lo que permite controlar los sistemas desde un punto central, prevenir daños, ajustar la temperatura o el flujo del agua, evitar la contaminación por bacterias y, por supuesto, ahorrar recursos naturales.

### **¿Qué pasará mañana?**

Después de unos 15 años en el mercado, la tendencia del minimalismo ya ha llegado a los niveles del mercado más económico en cuanto a espacios de baño, en un segmento que cuenta con

una oferta especialmente alta. Mientras tanto, la gente está en general saturada por esta moda purista y racional. En un mundo excesivamente lleno de todo, que no ofrece descanso, la gente busca algo con personalidad, armonía y calma, explica Pohl.

*Estoy convencido de que el cuarto de baño avanza hacia una tendencia más emocional, lo que se verá dibujado por la armonía y la suavidad. El próximo gran hit en el diseño de baño serán las superficies levemente flotantes y orgánicas, pero con un look sencillo y ordenado”*. En cuanto a los materiales, estos serán no solo naturales sino cómodos, una dirección muy emocionante y, sobre todo, muy humana, afirma con buenos augurios el diseñador alemán.

Además, en este diseño más integrado orgánicamente, los detalles técnicos se convertirán en parte de la arquitectura del producto, escondidos como el drenaje en una ducha. Artefakt recoge esta senda apostando por un diseño imbricado con la tecnología que lo dibuja, y por una tecnología que nace de la necesidad de espacios funcionales e íntimos al mismo nivel. ■

