

15

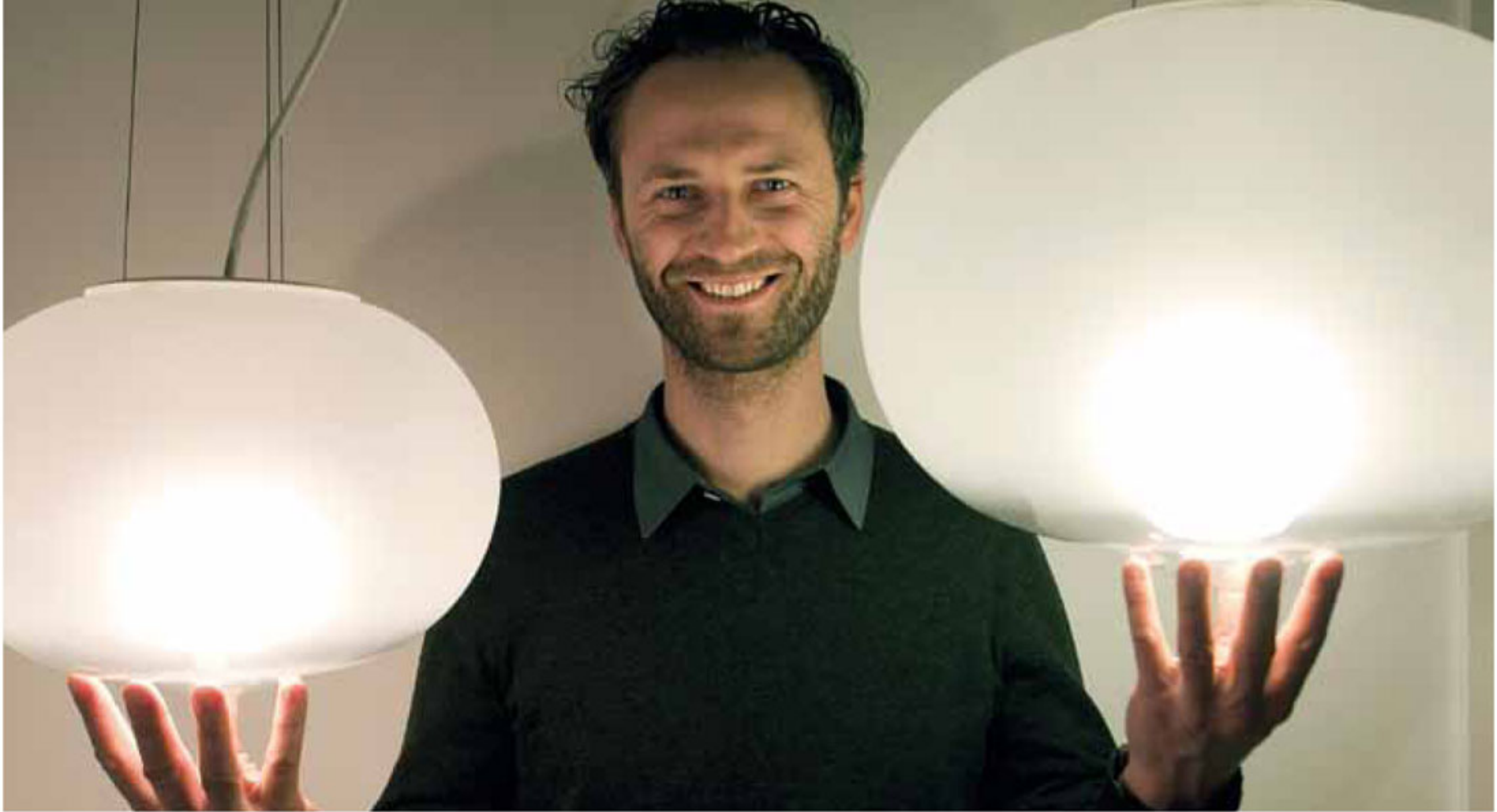
lightecture
LIGHT MAGAZINE

www.lightecture.com



LA DIMENSIÓN SOCIAL DE LA LUZ

Ricardo Noriegga • Memorial Víctimas Violencia • Museo Jumex • Melpignano • Ítaca



TERRITORIO CREATIVO

Hazy Day. Uli Budde

Neblina matinal

Inspirada en ese momento del día cuando el sol todavía no ha salido y la luz del cielo llega filtrada por la neblina, Hazy Day es una delicada luminaria que más allá del sentido funcional establece una relación emocional con el usuario.

¿En qué se ha inspirado para el diseño de la lámpara Hazy Day?

Quería hacer un modelo de suspensión tipo globo. Pero sobre todo perseguía trasladar al producto una imagen que tenía en la cabeza. Esa luz que trae la neblina muchas veces por la mañana antes de que salga el sol, cuando poco a poco amanece. Quien ve la lámpara no lo sabe. Pero de alguna manera la pieza lo transmite. Puede sentir ese efecto de luz. Experimentar la sensación o tener un recuerdo al verla. La dificultad residía en como trasladarlo a un producto real. Finalmente me lo dio el chorro de arena manual sobre el vidrio, que permite controlar la ligera gradación que buscaba. Además procura una cualidad mate en la superficie translúcida. Y la gradación incluye la suave curva de remate inferior que es transparente y brillante.

¿Cuánto más simple es un objeto más cuesta innovar?

Me interesa trabajar con cosas, situaciones, productos que son familiares para las personas. Reconocibles de inmediato. Y a la vez llevarlos hasta una sensación o un recuerdo. La posición de la fuente de luz dentro del globo también es distinta, más baja. Esto, junto a la curvatura inferior, crea un efecto óptico parecido a esa vibración cuando miras el horizonte en un día de mucho calor.

¿Por qué aboga por un diseño no intrusivo?

Supongo que tiene que ver también con mi carácter discreto. No me gusta nada, por ejemplo, hablar en voz alta. Como diseñador creo que los objetos deben establecer una relación tranquila con las personas dentro de un espacio. Un diseño funciona bien cuando la gente reconoce lo que estás comunicando, entiende la función. Por eso el objeto no debe ser complicado. La aportación es más sutil. Me gusta que los productos hablen en voz baja y suave, no que chillen.

¿El diseño es también curiosidad, una excusa para investigar los objetos, desentrañar su esencia?

Intento investigar su significado e historia. Cómo pueden ser mejores, más fuertes. O si es posible hacer algo con ellos y las emociones. Al final debes sentir que quieres ese objeto y durante mucho tiempo. No se trata de un placer pasajero. Si yo establezco esta relación con el producto, cuando tú lo elijas seguramente también podrás sentirlo. Hay que darle un sentido a los objetos, más allá del funcional, que es importante pero no suficiente. En cada producto tienes que explorar qué capas tiene, cuál es la relevancia de cada una. Siempre cambia.