

**G**ijs Bakker (Amersfoort, 1942) estudió diseño industrial y joyería en la Academia Gerrit Rietveld de Ámsterdam, y en la Konstfack Skolen de Estocolmo. Sus piezas, revolucionarias para su época, son un clásico y un referente del mobiliario de diseño internacional. Conocido por sus experimentos con materiales nuevos y por un diseño siempre conceptual, Bakker ha colaborado con empresas como Polaroid, Artifort, HEMA y Van Kempen & Begeer.

En 1993, fundó, junto con la crítica e historiadora del diseño Renny Ramakers, la afamada compañía *Droog Design*, un símbolo del diseño holandés que más que un estudio al uso era un punto de encuentro para el intercambio de ideas entre diseñadores y artistas vinculados al ‘espíritu de Droog’, que ideaban productos funcionales –y divertidos– que fusionaban sencillez, tradición e innovación.

El *Espacio Roomservice*, ubicado en pleno corazón del Raval de Barcelona, le dedica una ambiciosa exposición en la que pone a la venta una admirable selección de piezas del diseñador con quien tuvimos la oportunidad de charlar.

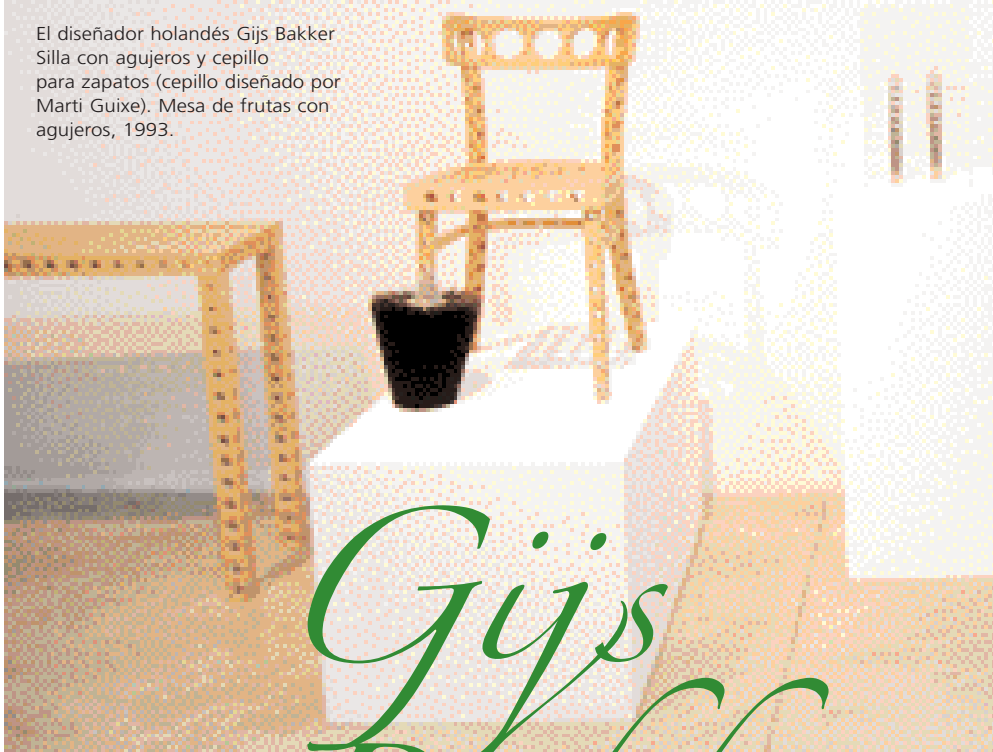
*¿Cómo ha sido el proceso creativo de su obra reciente?*

Empiezo observando la vida cotidiana, las actitudes y los deseos de las personas y luego reflexiono sobre lo que veo. Si concibo una forma, cada medida debe tener una justificación o una razón de ser. No elijo las formas de manera arbitraria, sino que siempre obedecen al concepto. Un concepto o una idea es un pensamiento, una opinión particular sobre un tema cultural, social, económico o político. El envoltorio sirve para visualizar la idea y depende de la inteligencia y de la pericia del fabricante para que se lleve a cabo con éxito. Es curioso que la término neerlandés para “diseño” sea “la forma que se da”: eso es lo que pienso sobre el diseño, la manera en que lo siento...

Vase duet, Gijs Bakker

“Cada medida debe estar justificada, tener una razón de ser”

El diseñador holandés Gijs Bakker Silla con agujeros y cepillo para zapatos (cepillo diseñado por Marti Guixe). Mesa de frutas con agujeros, 1993.



# “Sólo *Gijs Bakker* hago lo que quiero”

*¿Cuál considera que ha sido su mayor logro como diseñador?*

Mi libertad. Sólo me involucro en lo que me interesa realmente. Cada diseño tiene que emocionar, al menos a mí. Ahora mismo estoy trabajando con 16 diseñadores taiwaneses en colaboración con industrias artesanas de Taiwán para crear una identidad específica para el diseño de esta parte del mundo.

*Usted experimenta con nuevos materiales. ¿Cómo ve su futuro?*

La crisis financiera nos puede ayudar mucho a repensar el uso de los materiales que nos inspiran. Para realizar la tabla de goteo azul (*the Drip Blue table*), por ejemplo, recurrí a una construcción de acero perforado sumergida en un baño de pvc líquido. Esta idea se me ocurrió mientras visitaba una industria especializada en rejillas de metal para agricultores. Los cerdos tienen que ser alojados en su-

perficie esponjosas y fáciles de limpiar, y bueno ... ¿no nos parecemos un poco a los cerdos cuando estamos en la mesa? Además, es una tecnología muy duradera, ¡más que una vida humana!, y el pvc no es tóxico, reúne las condiciones de higiene ideales y resiste los rayos solares. El color azul, al menos en Holanda, está ligado a los procedimientos de higiene en la industria agrícola.

*¿Qué importancia concede a la utilidad de sus diseños?*

Lo esencial para mí es el sentido del objeto, y que esté en consonancia con la idea que visualizo. El aspecto utilitario es sustancial en mis diseños -como la *Strip Chair*, que permite apilar hasta 6 sillas juntas- y siempre surge de un concepto y una visualización previas. Lo que verdaderamente me atrae es el hecho de que no estoy diseñando una forma sino investigando sobre ella. Me gusta dar muchas vueltas a todas las ideas, imaginar diferentes alternativas ... ¡adentrarme en las profundidades de un tema como si fuera ‘carcoma’!



**¿Cuál fue la mejor lección que recibió en la Academia Rietveld?**

La mejor enseñanza fue un mensaje que ahora trato de transmitir a quienes están empezando su carrera como diseñadores: el diseño conceptual debe situarse dentro de un contexto. Quiero que mis estudiantes se conviertan en autores, creadores originales, que mantengan una mirada en contacto con la realidad y las necesidades de las personas. La clave está en explorar adecuadamente las ideas y ahondar en ellas antes de desecharlas.

**¿Puede el diseño cambiar la percepción de un país?**

No sé si es posible transformar su imagen, pero sí que puede relacionarse a un país con una manera específica de pensar y crear y con el nombre de una empresa de diseño, así como identificarlo con un campo específico –por ejemplo, la arquitectura, la gráfica-. Eso es lo que nos ocurrió con la *Droog Company* en Holanda en relación con los productos de diseño.

**¿Puede influir en el diseño en el mundo con sus propuestas?**

El diseño puede responder a las necesidades de los individuos, ya sean conceptuales o materiales, o ambas al mismo tiempo. Nace en la mente de un diseñador, que está sometido a las mismas pulsiones que el resto de las personas, y puede ser experimentado de muchas formas: funcional, conceptual, etc...

**¿Cómo decide cuando una idea se convertirá en una joya o cualquier otro producto?**

Lo voy dilucidando caso por caso. En realidad, siempre empiezo con el concepto y luego busco las técnicas y materiales que mejor se ajustan a esta idea.

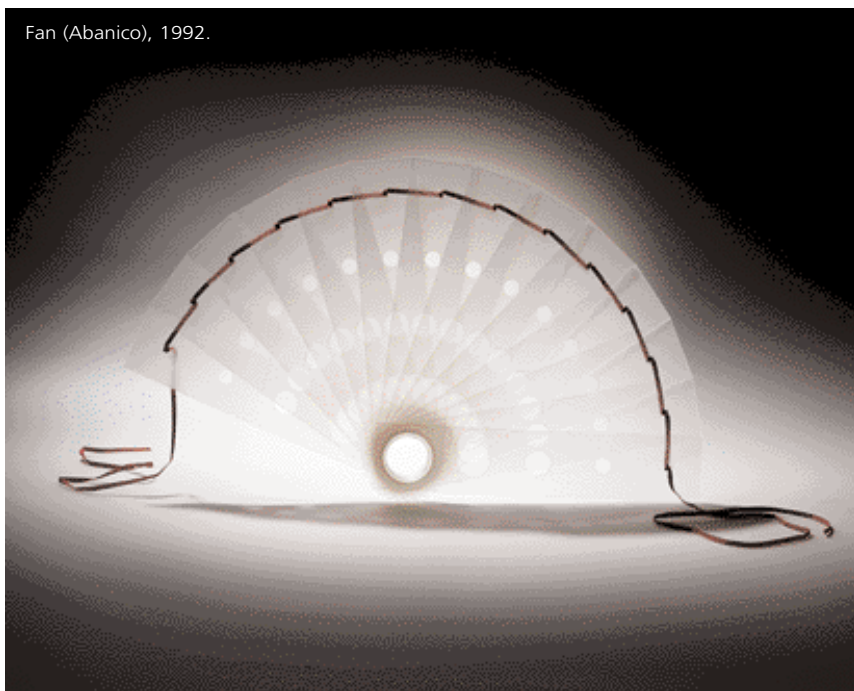
También depende del punto de partida, que suele ser el ser humano, el cuerpo en el espacio, la forma en que la gente utiliza los objetos o la relación entre éstos y el espacio arquitectónico. Seleccionamos un enfoque individual para cada objeto, como por ejemplo, mis candelabros, cuyo efecto óptico evoca el tratamiento del acero y recuerdan algunas de mis creaciones en el campo de la joyería.

**Raquel García-Osuna**

C/ Dels Àngels 16  
08001 Barcelona  
T. 93 302 10 16

[www.roomservicebcn.com](http://www.roomservicebcn.com)

Fan (Abanico), 1992.



**Divertidos ... y accesibles**

*Self-Balancing Serving Tray.* Diseñado por Gijs Bakker en colaboración con Royal Vkb (Acero inoxidable y plástico). 50 euros.

*Peepshow Wallpaper.* 1992, diseñado por Gijs Bakker y fabricado por Droog Design. (Papel pintado). 39 euros

*Fan.* (Abanico) 1992, diseñado por Gijs Bakker, edición limitada, último ejemplar disponible. (Polipropileno). 250 euros

*Vase duet.* 1993, diseñado por Gijs Bakker y producido por Cor Unum. (Cerámica). 600 euros