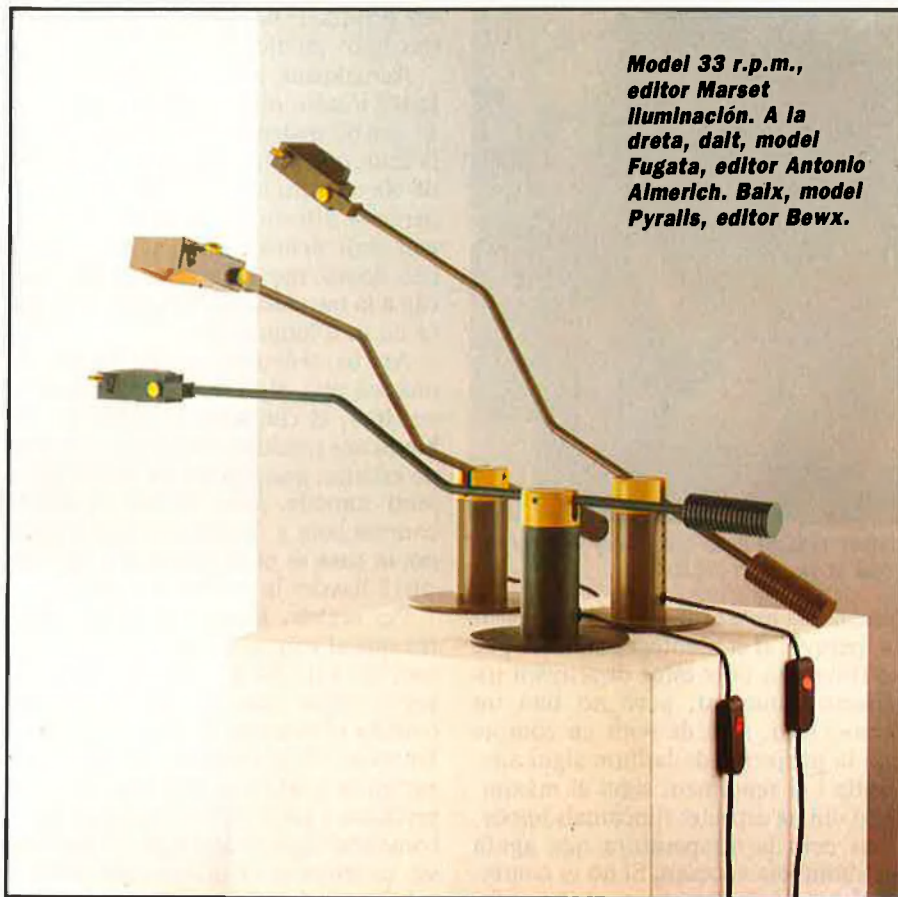


**Model 33 r.p.m.,
editor Maset
Iluminación. A la
dreta, dalt, model
Fugata, editor Antonio
Almerich. Baix, model
Pyrails, editor Bewx.**



EL DISSENY, PROTAGONISTA DE FIAM'89

Idees Iluminoses

Autor de l'estand on s'ha celebrat el Concurs Internacional d'Il·luminació, emmarcat en la XXIV Fira Internacional d'Il·luminació celebrada els passats dies a València, Josep Ma. Magem analitza les tendències actuals del disseny d'aquest sector. Els seus treballs per a les firmes Antonio Almerich, Renelux i Maset Iluminación avalen la seua opinió.

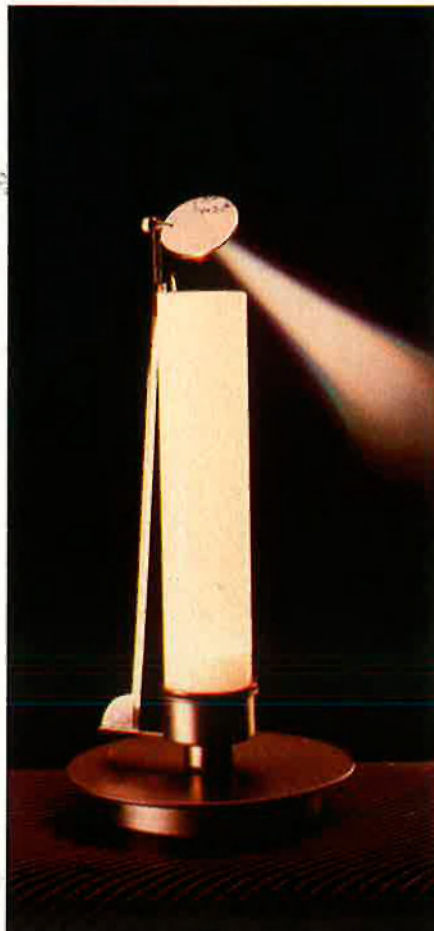
Sílvia Monfort Fradera

Per a Josep Ma. Magem, «no hi ha una línia de producte bàsicament espanyola. El que hi ha són línies més o menys personalistes per part de determinats professionals». Tot i així, està d'acord en el fet que, si bé fa uns anys s'anava més a remolc d'un disseny italià, «ara s'està fent un disseny més propi».

Fins fa uns anys, «FIAM era una mica el reflex d'una fabricació de producte clàssic, conservador o tradicional», i, fins i tot «es considerava que la Fira de València FIAM era una mica de llums clàssics i que tot quedava radicada en aquest camp».

Però el mateix fabricant valencià ha vist que era necessari incorporar nous productes i noves maneres i «ha aportat a la fira un moviment interessant. No es pot perdre de vista que és l'única fira d'il·luminació internacional que hi ha a l'estat». Últimament hi ha hagut certa inquietud i ganes de fer coses. Així, «l'any passat es va començar una acció, el DNI (Disseny Nacional d'Il·luminació), que va servir de presentació d'una sèrie de dissenyadors nous o no gaire coneguts dins el certamen» i que no tenia un caràcter comercial sinó únicament cultural.

En l'edició d'enguany han participat més de 210 firmes estatals i estrangeres, «la qual cosa vol dir que la fira s'està despertant».



Pel que fa al Concurs Internacional d'Il·luminació, enguany han estat 25 professionals de la venda els que han fet de jurat, «que al cap i a la fi són els intermediaris entre el fabricant i el consumidor i moltes vegades no se'l té en compte». Com que, en definitiva, aquests són els primers que han de consumir el producte que s'està exposant, «és lògic que siguin els que votin el producte que els sembli més interessant quant a qualitat, disseny i aspecte comercial».

Les tendències del disseny

Si bé Catalunya s'ha despertat abans pel que fa a les tendències del disseny en la il·luminació i hi ha hagut més institucions i agrupacions professionals que s'han ocupat d'aquesta labor, a València hi ha hagut molt més potencial de fàbriques i d'elaboració del producte, «encara que, potser, una mica estancades en la seva manera de fer, treballant per un mercat que els funcionava molt bé, però que no ha evolucionat com ho havia d'haver fet». Tot i així, «actualment els fabricants valencians tenen noves gammes de productes i es decanten més per una línia avantguardista o del moment».

A l'hora de dissenyar un llum, «la



DOMÈNEC UMBERT

«Sovint l'última cosa que es compra per decorar la casa són els llums».

funció a la qual està destinada és bàsica, perquè, si et plantejes un llum que no il·lumini, pots estar dissenyant un objecte il·luminat, però no serà un llum». Així, s'ha de tenir en compte que la projecció de la llum sigui adequada i el rendiment sigui el màxim. Però «hi ha aspectes funcionals importants com la temperatura que agafa una bombeta encesa». Si no es combina la funció-forma, «pots arribar a fer

un producte bo industrialment però llastimós estèticament».

Actualment, «l'època freda està passant i s'estan reconsiderant conceptes. El que no podem perdre de vista és que la llum que proporciona una bombeta de 60 wats filtrada per una pantalla de pergami difícilment la podem aconseguir amb qualsevol llum al·logen. Sembla, doncs, que «la tendència pot anar cap a la recuperació d'un sentit intimista de la il·luminació».

Ara bé, si és cert que «en l'àmbit comercial està molt clar que la llum fa vendre», el consumidor particular no busca uns resultats tècnics de la llum sinó estètics, poder crear un entorn on se senti còmode, però «sovint, el que es compra com a última cosa per a decorar la casa és el producte d'il·luminació, i llavors ja no queden diners».

Per acabar, Josep Ma. Magem afirma que «l'empresari que vulgui fer disseny no s'ho ha de plantejar d'un dia per a l'altre sinó que ha de tenir en compte el disseny, però, a més, ha de fer un estudi de màrqueting i ha de pensar en la publicitat que donarà al seu producte i ha de preveure que la xarxa comercial sigui l'adequada. Hi ha d'haver un canvi de mentalitat, per part del fabricant, si vol fer disseny». □

Novetat

Sant Jordi 89

Diccionari Barcanova d'Història de Catalunya

El Diccionari Barcanova d'Història de Catalunya ofereix un conjunt de dades i informacions actualitzades i rigorosament científiques que permeten una primera aproximació a la història de Catalunya.

La història d'un país mil·lenari a l'abast dels estudiants i de tothom que estigui interessat a conèixer-la.

Enquadernació en cartó. 450 pàgines. 16 x 23 cm. 2.250 articles, 200 il·lustracions, 15 mapes històrics, 7 quadres genealògics, 8 taules i 11 gràfics electorals.

Editorial **BARCANOVA**
La Renovació Pedagògica en marxa