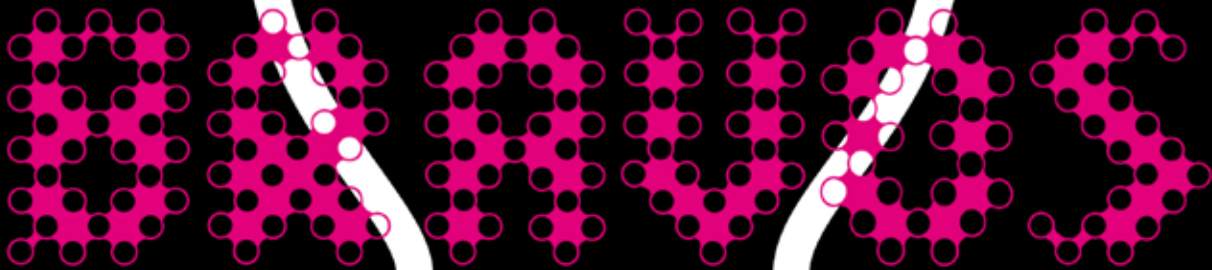




**groundbreaking spanish design
diseño español de vanguardia**



juli capella

Déjà vu (o la magdalena de Proust) (2008)
Prod.: diez+diez diseño

Déjà vu es una magdalena en cerámica, cuya misión es la de albergar en su interior lo que uno elija (arena de una playa, los pétalos de una flor, el algodón en la colonia del ser amado, etc.), de tal manera que al acercarla y olerla, nos evocará imágenes y recuerdos asociados a dicha fragancia, como Proust explica en un pasaje de «Por el camino de Swann» en su libro «En busca del tiempo perdido». Lo que Proust dice en el texto es que un aroma puede evocar imágenes y recuerdos de una manera más potente que otros sentidos como la vista o el oído. Lo que hemos creado de alguna manera es una magdalena «con memoria interna».

Déjà vu is a ceramic magdalen, which is used for holding whatever one chooses in its interior (sand from a beach, petals of a flower, cotton with the cologne of a loved one, etc.) in such a way that approaching it and smelling it, it evokes images and memories associated with the fragrance, as Proust explains in a passage from "Swann's Way" in his novel "In Search of Lost Time". What Proust says in the text is that an aroma can evoke images and memories more powerfully than other senses like sight and hearing. In some way, what we have created is a magdalen "with internal memory".



«nuestro trabajo pretende ser esencial, sincero y sencillo»

Somos compradores y usuarios antes que diseñadores. Lo importante es el resultado de nuestro trabajo, no nosotros mismos.

Vemos a la gente como contenedores de sentimientos, ideas, sueños, sensaciones..., no como potenciales compradores y consumidores.

No nos gusta gritar, preferimos charlar; en todo caso preferimos que nuestros diseños sólo susurren.

Entendemos el diseño como una excusa para entender el mundo.

No nos gustan las prisas, ni las modas, ni las tendencias; pretendemos la atemporalidad para nuestros diseños.

No somos artistas, dejamos el arte para los días festivos; preferimos los días cotidianos.

Consideramos los objetos como transmisores de sensaciones e ideas.

Ver, oír, sentir, pensar, vivir..., después diseñar.

Trabajamos para un presente que perdure en el tiempo.

No estamos interesados en predecir un futuro que pronto quede obsoleto.

No pretendemos tener un estilo; cada uno de nuestros trabajos tiene su estilo.

Buscamos la idea, el concepto del proyecto, antes que la imagen del objeto.

No somos minimalistas, somos esenciales.

Diseñamos desde la experiencia, no desde la fórmula. Objetos sencillos para un mundo complejo, objetos lentos para un mundo cambiante.

Trabajamos para la gente, no diseñamos para las portadas de las revistas, ni para los museos, ni las exposiciones, ni los premios.

Preferimos vender un millón de objetos de un euro, que un objeto de un millón de euros.