

# dúplex #04

marzo 2017

Revista  
de diseño y  
cultura visual



PVP: 4 euros

Ilustración de  
Javier Sáez Castán.  
Premio Nacional de  
Ilustración 2016,  
entrevistado en páginas  
interiores.

FESTIVAL DE  
**L'HORTA**  
TURIA

**ALQUERIA DEL PI**  
CAMÍ VELL DE GODELLA 55, VALÈNCIA

**09.04.2017**  
DE 11:00h A 20:00h



MÚSICA EN VIU:

**GEOGRAFIES** 12:30h

**BADLANDS** 13:30h

**CHLÖE'S CLUE** 17:00h

**BAMBIKINA** 18:00h

**PRODUCTES DE PROXIMITAT**

**ESPAI GASTRONÒMIC**

**TALLERS ARTESANALS**

MÉS INFORMACIÓ EN:

**WWW.HORTATURIA.ES**

PEPE GIMENO  
DISEÑADOR GRÁFICO

## MASOQUISMO Y CREATIVIDAD

¿Cómo se ve un profesional como yo después de estar tantos años trabajando como diseñador gráfico?

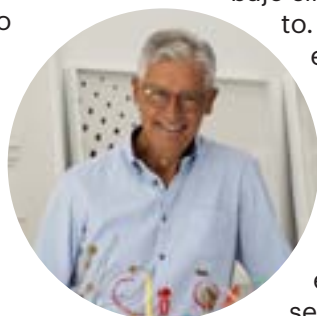
Esta es la pregunta que me hicieron recientemente unos estudiantes en una charla.

Lo primero que me vino a la cabeza fue una frase de Charles Chaplin con la que me encuentro absolutamente identificado: "Todos somos amateurs. La vida es tan corta que no da para más."

En mi caso siento esta frase con especial intensidad porque mi formación académica ha sido muy escasa. No soy el único de mi generación que se encuentra en estas circunstancias. Somos varios los que hemos tenido que atravesar ese desierto como hemos podido, considerándonos unos amateurs, como dice Chaplin, y supliendo nuestras carencias con dedicación y esfuerzo.

Y es que la palabra amateur viene de amar, de estimar una profesión. Este amor a la profesión es lo que nos ha empujado a seguir adelante, a investigar, y a descubrir lo que a veces ya estaba descubierto, a estudiar, a aprender y a absorber como esponjas la escasa información que nos llegaba desde fuera.

Esta actitud amateur a la larga ha aportado a nuestra trayectoria valores muy positivos, pero desgraciadamente también ha traído alguna consecuencia no tan beneficiosa para la profesión. Y es que si volvemos a la definición que hace el diccionario de la lengua de la palabra amateur, encontraremos una coletilla que completa la definición y en la que radica la causa de nuestros males:



"Amateur"... Que practica por placer una actividad, generalmente deportiva o artística, sin recibir habitualmente dinero a cambio.

Y es que este amor por la profesión, por el buen hacer, ha estado siempre detrás de la actitud que nos ha llevado a dar el máximo en cada trabajo sin importarnos el presupuesto. Nuestro propósito, al menos el mío, ha sido presentar el mejor proyecto al margen del presupuesto. Siempre he acabado dando más de lo que me estaban pidiendo. Pensábamos que era una forma de invertir y que ese esfuerzo más adelante se nos compensaría de una u otra forma.

Los años nos han demostrado que no ha sido una buena estrategia. Sobre todo cuando esta estrategia es compartida por la mayoría de tus colegas. Porque ocurre que después de haber invertido, uno espera que la inversión realizada revierta en sus beneficios. Ese es el momento que nunca acaba de llegar, porque el mercado encuentra a otros profesionales que están "invirtiendo" en ese momento y naturalmente aprovecha la ocasión.

El resultado es la progresiva pérdida de valor de nuestro trabajo y el deterioro del prestigio profesional, a mi modo de entender, a niveles muy peligrosos.

Lo peor de todo es que esta situación viene para quedarse. Es muy difícil de revertir en circunstancias normales y prácticamente imposible en tiempos de crisis.

Con la creatividad estamos llegando a lo que decía Perrier, el propietario del agua que lleva su nombre, con respecto al precio de su agua: "El agua es gratis, sólo cobramos el envase y la marca". En nuestro caso: "La creatividad es gratis, sólo cobramos las adaptaciones y la mensajería".

De todas maneras no es para tanto. Porque como dicen mis amigos: "Pero a ti te gusta, ¿no? ¿Pues entonces, de qué te quejas?". Si te gusta tu trabajo... no importa que te tomen el pelo... El pago lo tienes en el propio acto de trabajar... Y lo peor de todo es que tienen bastante razón. Hay un fondo masoquista en los que desarrollamos tareas creativas. Y es que nos va la marcha...

### DÚPLEX 04 (marzo 2017)

**Portada:** Proyecto de diseño de interior. Villa en área residencial de Valencia, por NC Estudio-Vicente Navarro.

**Portada alternativa:** ilustración de Javier Sáez Castán.

Edición y coordinación de contenidos: **Paco Ballester**

Edición, diseño y maquetación: **Tomás Gorria**

Colaboradores: **Alejandro Serrano, Mayte Píera,**

**Susana Monteagudo, Chele Esteve, Rafa Rodríguez,**

**Boris Strzclczyk**

Publicidad: **Revista Dúplex**

Imprime: **La Imprenta CG**

Tipografías utilizadas: **Graphik, de Christian**

**Schwartz,**

**Miso, de Mårten Nettelblatt**

Edita: Eina Cultural, SL

einacultural.com

Ángel Guimerá, 8, pta. 2- 46005 Valencia

NIF: B97970339

Depósito Legal: V-297-2016

ISSN: 97-72530604003

revistaduplex.es

Contacto: einacultural@gmail.com

revistaduplex@gmail.com

Tienda virtual

einacultural.bigcartel.com

### Índice

- 03.** Firma invitada: Pepe Gimeno
- 06.** Pechakucha Night Valencia XXIV
- 08.** Entrevista a Isabel López Vilalta
- 10.** Entrevista a Carolina Ferrer y Encarna Sepúlveda
- 12.** Miguel Milá, por Chele Esteve
- 16.** Facundo Martínez, por Boris Strzclczyk
- 20.** Vivienda en Altea, por RGB Arquitectos
- 22.** Fotografía, arquitectura y diseño de interior
- 28.** Villa en área residencial de Valencia, por NC Estudio-Vicente Navarro
- 32.** Restaurante El Bouet, por Ramón Esteve
- 36.** Entrevista a Javier Sáez Castán
- 38.** Entrevista a Pablo Auladell
- 42.** Viaje alrededor del fanzine, por Rafa Rodríguez
- 46.** Entrevista con Vicente Berbegal
- 48.** Colección Pure (Yonoh), de Porcelanosa Grupo
- 50.** Innovación y confort en espacios hoteleros
- 52.** Diseño: herramienta de transmisión del valor empresarial
- 54.** A la Contra: Carlos Martín y Fran Penalba (Mouet)

SHOWROOM

PROYECTOS

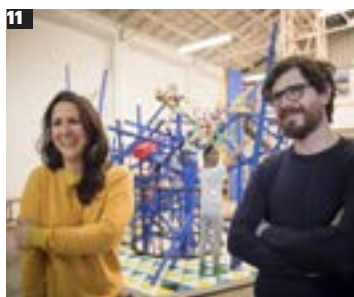
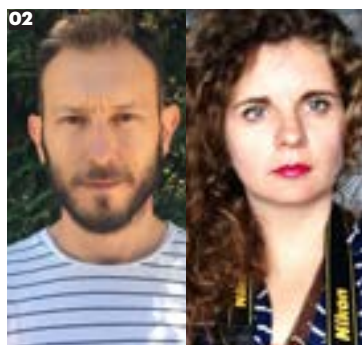




VICENTE NAVARRO

muebles  
decoración  
showroom  
estudio  
tienda online

cirilo amorós 83, 85  
46004 valencia, españa  
tel. 963 73 62 93. fax. 963 95 03 35  
info@vicentenavarro.es  
www.vicentenavarro.es



**01. BOKE BAZÁN.** Ni nihilista ni eternalista, moreno, progresista, transversal, optimista, vegetariano, hetero, motero, soltero, gestáltico y de inspiración budista. 182 cm y 90 k. Diseñador profesional desde 1991. Docente en los Master de Diseño e Ilustración (UPV/BBAA) y Diseño y Comunicación Gráfica (ESET/CEU-UCH). Fundador, junto a Toni Soriano y José Gimeno, de la agencia de creatividad Nociounidas.

**02 JUANMA MARTÍNEZ Y MERXE NAVARRO.** Juanma Martínez es ilustrador y e gusta la fotografía, la caligrafía y cualquier cosa creativa.. Por su parte, Merxe Navarro es arquitecta conocida por (en redes sociales bajo el hashtag #brutalment valencià) Martínez y Navarro han colaborado juntos en el proyecto "A la lluna", un recorrido por los puentes que jalonan en antiguo cauce del río Turia.

**03 VICENTE GALLEGA.** El diseñador Vicente Gallega comanda el estudio valenciano Gallega Design. Desde este despacho se realizan proyectos de diseño gráfico y comunicación, diseño industrial, diseño web o diseño de interior. Vicente Gallega forma parte de la Junta Directiva de ADCV y es en la actualidad Presidente de READ.

**04 ELCASC.** elCASC (Certamen de Activación Socio-Cultural) es un festival organizado por la oficina el fabricante de esferas, el Ayuntamiento de Villena y la Universidad de Alicante celebrado en verano en el centro histórico de Villena.

**05 LARA RIPOLL** Lara Ripoll es periodista, fotógrafa y cooperante internacional especializada en África, donde lleva una década desarrollando proyectos educativos con niños y mujeres, centrados sobre todo en la recuperación y registro de la cultura oral africana.

**06 UJI ELECTRIC RACING TEAM.** UJI Electric Racing Team es el equipo que representó a la Universitat Jaume I de Castellón, en la IV Edición de la Competición Internacional Motostudent. Motostudent es una competición entre universidades, donde estudiantes de todo el mundo luchan contrarreloj, para poder diseñar y fabricar una motocicleta eléctrica de competición en 18 meses.

**07 CÉSAR GÓMEZ-MORA.** Desde FourthWall ayuda a los oradores a preparar, diseñar y ejecutar una presentación memorable. Desde València Vibrant e Ignite Valencia intenta crear espacios desde los que aportar a una ciudad mejor en la que vivir.

**02 LINA VILA.** Diseñadora e ilustradora. Ha realizado proyectos para firmas como Gandía Blasco, Eroski o Consum. Sus creaciones han tenido como destino en múltiples ocasiones el ámbito musical. Un ejemplo son sus proyectos para el Instituto Valenciano de la Música o el festival Xàbia Jazz. En estos momentos tiene en marcha StockLina, proyecto dirigido al universo infantil.

**09 LA MAMBA.** En el 2008 Raúl Durá, Ommar Uribe y Pedro Rivera fundan La Mamba Studio ofreciendo servicio a empresas del sector del mueble y la iluminación, desarrollando proyectos de diseño de producto y branding, así como la dirección de arte y asesoramiento de empresas.

**10 ENRIQUE CASP Y ANTONIO BALLESTEROS.** Tras trabajar conjuntamente en el estudio Establiment, Casp y Ballesteros (estudio Formo) han colaborado en proyectos comunes como la reciente identidad corporativa de la Marina de València. Casp y Ballesteros, junto con Ibán Ramón, Dídac Ballester, Alejandro Benavent y Sebastián Alós conforman el colectivo Aplec de Disseny.

**11 ANNA RUIZ Y GIOVANNI NARDIN.** Ruiz y Nardin cuentan con una amplia experiencia en el ámbito de las fallas, habiendo diseñado monumentos alejados de la concepción tradicional.

**12 FUNDACIÓ PER AMOR A L'ART-BOMBAS GENS CENTRE D'ART.** Susana Lloret es Diplomada en Magisterio y Doctora en Psicología. Actualmente dirige la Fundació Per Amor a l'Art. Nuria Enguita es Licenciada en Historia y Teoría del Arte. Actualmente dirige Bombas Gens Centre d'Art. Anteriormente fue directora de la Fundació Antoni Tàpies de Barcelona, y conservadora del IVAM, entre otros.

# ARCHA NUCHA NIGHT XXIV



**31M**  
20:30H

**С31700 031**  
**САРМ3И**

ERNE BASÁN  
LINA VILA  
LA MAMBA  
STUDIO  
ENRIQUE CASO  
Y ANTONIO  
BALLESTERRA  
ANNA DUIS  
Y GIOVANNI  
NAPPIN  
LABA DIBAL

JUANMA MARTÍNEZ  
Y MERCHE  
NAVARRO  
UJI ELECTRIC  
RACING TEAM  
VICENTE GALLIGA  
BOMBAS GENS  
CENTRE D'ART  
ELCASC  
CESAR  
GOMEZ-MORA

ORGANIZA: **disseny**® **dúplex**

GENERALITAT  
VALENCIANA

COCCO  
Cultura de Ciutat

COLABORA: **LA IMPRENTA**

**TURIA**

DJ JOSEP LLOP  
DJ MIGUEL ROSS

31/07/2010



## Isabel López Vilalta:

“En el diseño de interior hace falta oficio”

Aprovechamos su reciente paso por EASD València para interrogar a la diseñadora catalana sobre el estado de la profesión.

ALEJANDRO SERRANO  
FOTOGRAFÍAS: D.R.

**Tu perspectiva del diseño es muy social, y al hilo del diseño entendido como una forma de potenciar los vínculos sociales, ¿piensas que el diseño imperante aísla más que conecta o pone en relación?**

Creo que el diseño en cuanto a espa-

cios interiores, conecta, acoge. Lo que pasa es que quizá no acoge de una manera interesante o de una manera conceptual o profunda, sino de una forma más superficial, efímera y veloz. Pero también es verdad que el mundo de las nuevas tecnologías es nuevo y aún tenemos que aprender cómo usarlo bien, consiguiendo que esté a nuestro servicio y no al revés. Estamos en un momento muy interesante, de cambio importantísimo, que lo podemos encontrar en el avance de la inteligencia artificial, que está cambiando la vida de la sociedad.

**En ese sentido, ¿crees que de un tiempo a esta parte ha cambiado la perspectiva y la metodología de abordar los proyectos de diseño? Por ejemplo, ahora se tienen en cuenta aspectos que hace unas décadas no se le daban tanta relevancia, como el emocional.**

No sé si el aspecto emocional recibió ese peso, pero las nuevas tecnologías aplicadas a la construcción han hecho que se puedan abordar los proyectos de manera diferente, tanto los de vivienda como los de negocios, como restaurantes y tiendas. En ese sentido, creo que sí, y es una gran aportación para controlar el consumo y seguramente para interactuar con el usuario. Yo creo que en ese sentido, es interesante, y estamos ante un nuevo camino.

**¿Cuál es tu criterio a la hora de en-**

**frentarte a tu proyecto? ¿Hay algo recurrente en cada proyecto que empiezas?**

El recurrente sería la honestidad con la cual me enfrento a un nuevo proyecto y cliente. Ese es el abecé de mi trabajo. Me gusta ser honesta con mi trabajo, el proyecto, el usuario y el empresario que me lo encarga. La honestidad es un valor que no está muy presente en la actitud de muchos diseñadores. Como profesional en mi campo, tengo que resolver problemas y dar forma a unos deseos. A mí me contratan para que les ayude a resolver algo que los clientes no pueden, o creen que yo puedo hacer mejor que ellos u otros profesionales, y eso es algo que me gusta hacer. Siempre desde mi perspectiva y conocimiento, sin ponerme a merced de nadie, y siendo muy consciente de lo que puedo aportar en tal o cual negocio o vivienda, para aportar soluciones y mejoras en su vida personal y profesional.

**¿Crees que falta pragmatismo en muchas de estas soluciones que abordan los diseñadores?**

Más que pragmatismo lo que creo que hace falta es oficio. Cada vez la arquitectura de interior, el interiorismo, está más alejado del mundo de la construcción y se están acercando más al de la decoración. O al menos, lo que yo tengo entendido que es la arquitectura de interior, que es una disciplina ligada a la construcción y la rehabilitación, ligadas a sistemas constructivos. Creo



Fotografías del proyecto realizado para la compañía Frigicoll

que hay que saber detectar las patologías a las que uno se enfrenta a la hora de abordar un nuevo proyecto, y resolverlas, dando una respuesta formal y lo más bella posible.

**La concepción popular que se tiene del diseño es de mero atrezzo. Supongo que esta idea la tendrán arraigada muchos clientes.**

Sí, por eso a muchos les sorprende que nuestras respuestas sean más técnicas y profesionales, sin perder de vista la parte estética, que es fundamental. Porque en el confort está la estética, y creo que las cosas deben ser bonitas. Lo decían ya los griegos, que la belleza hacía más inteligentes a los hombres. Pues bien, si puedo ayudar a que los hombres sean más inteligentes, ¿por qué no hacerlo?

**¿Qué es lo esencial en el encargo de una vivienda?**

Cuando ayudo a resolver una casa, para mí lo más importante es conocer a la gente que la habitará, es decir: qué tipo de familia es, si es monoparental, cuántos miembros hay en la familia, cómo se relacionan entre ellos, cómo se produce la vida o cómo les gustaría que se produjera la vida, a quién le gusta cocinar en la casa, si comen fast food, quién se ocupa de los hijos, si se turnan, qué edad tienen los hijos si es que tienen... En definitiva, trato de escuchar al interlocutor que tengo, para después observar el lugar en el que

tengo que actuar. Y una vez obtenidos estos datos, empiezo el proceso proyectual para dar soluciones creativas después.

**¿Es la vivienda uno de los trabajos que exigen más responsabilidad?**

Sí, porque creo que en un local público ocurre todo lo contrario que en una vivienda, donde ahí uno no puede asentar cátedra. Cada vivienda es un mundo particular. Frente a otros encargos, en el de la vivienda tengo que escuchar más y hacer un esfuerzo para meterme más en la vida de cada uno de los usuarios que la habitarán.

**¿Cómo abordar una vivienda en una época que tiende al nomadismo?**

Si realmente se tiende al nomadismo, hay que actuar en consecuencia. Por lo tanto, hay que tomar determinadas decisiones de elegir un piso para sólo amueblarlo. En definitiva, se trata de saber qué es lo que quieren que transmita, si paz, serenidad, alegría o jolgorio. Depende de lo que quieras en la vida. Porque la vida es muy larga y hay momentos para todo. Uno no quiere lo mismo a los veinte años que a los cuarenta. Así que, si se tiende al nomadismo, recomendaría casas pequeñas y poco comprometidas en barrios donde gustase vivir y donde se cociera más el mundo local.

**¿Cuáles son los deseos más comunes de tus clientes en el caso de la vivienda?**

Cuando un cliente se pone en manos de un interiorista es porque pretenden hacer las cosas bien, o al menos, mejor de lo que podrían hacerlo ellos mismos.

**¿Qué has querido transmitir a los alumnos de la EASD Valencia en tu jornada de Diálogos 2017?**

Lo que he querido ha sido coger varios ejemplos, a modo de excusa, para explicar algunas experiencias, y poder explicarles cómo me enfrento a la profesión, para así generar algunas preguntas y establecer un diálogo, ya que estaba invitada a eso: a dialogar. Y creo que se ha mantenido un buen diálogo. Es muy placentero sentirse útil.

**¿Cuáles son tus proyectos actuales?**

Acabamos de terminar un proyecto interesante por poco habitual en Madrid, que ha sido para la empresa Frigicoll, que es una empresa que tiene marcas representadas y son expertos en el mejor frío, cocción y extracción. Y han invertido en Madrid en un local estupendo para poder darlo a conocer al público en general, y en este caso, al público doméstico. Este es un proyecto que también estamos haciendo en Barcelona, que se encuentra más ligado a la sede central, y que es mucho más ambicioso, puesto que hay una zona de exposición, no sólo en el ámbito doméstico sino también en el profesional, porque Frigicoll están especializados, por ejemplo, en el frío de automoción, en proyectos de refrigeración, cocinas industriales o instalaciones de aire acondicionado como la T1 del aeropuerto de Madrid... Acabamos de terminar un centro médico en Barcelona destinado a un público de habla inglesa. También estamos haciendo en Marbella un chiringuito en la playa para el Hotel El Fuerte y rehabilitando un hotel en Mallorca para el grupo Inturotel. En fin, estamos en diferentes proyectos por todo el territorio español con un equipo estupendo de arquitectos, aparejadores e interioristas. Así que estamos muy contentos.

**Para terminar, ¿qué te ha dado la experiencia de los años?**

Me ha dado un poco más de paciencia y de generosidad. Pero eso forma parte de la vida, porque cuando eres joven tienes más ímpetu, pero menos experiencia. Y como comentaba en la conferencia, uno tiende a ser más individualista, porque tampoco tiene mucho que compartir. Pero cuando empiezas a intuir quién eres, y tienes más seguridad en ti mismo, puedes ser más generoso. Escuchas más a los demás, porque te das cuenta de que te aportan mucho. La edad te brinda también el poder disfrutar más de las pequeñas cosas. ←

## Carolina Ferrer / Encarna Sepúlveda:

"Toda exposición supone una conquista del espacio"

Tras un cuarto de siglo de trayectoria en paralelo las dos artistas encontraron en el Centre del Carme un espacio común.

TEXTO: PACO BALLESTER  
FOTOGRAFÍA FERRER / SEPÚLVEDA:  
MAYTE PIERA

**En referencia a *Ángulos del Vacío*, ¿qué os impulsó a exponer conjuntamente? Entiendo que se han dado unas condiciones que antes no se daban. ¿Cuáles?**

La propuesta expositiva conjunta surgió de Isabel Justo, la comisaria de la exposición. Nos lo sugirió hace unos tres años y medio aproximadamente, pero hemos de confesar que en un primer momento nosotras no veíamos la pertinencia del encuentro. Llevábamos muchos años desarrollando cada una su carrera en solitario y nunca nos habíamos detenido a pensar en esos términos. Quizá estuviéramos muy enfrascadas en trazar cada una su camino en los inicios, en definir nuestro lenguaje y discurso plástico después, y, en los últimos tiempos, en consolidarlo y ahondar en nuestras respectivas propuestas y profundizar en lo que habíamos ido enunciando a lo largo de los años.

La comisaria partía de las semejanzas entre nuestras poéticas, ella observaba que había múltiples confluencias entre nuestros lenguajes, por eso le resultaba tan interesante esta "confrontación", esta muestra conjunta. La cuarta persona involucrada en el proyecto, la poeta Lola Andrés, convino completamente con la tesis de Isabel Justo, suscribiendo a pie juntillas su planteamiento. Y siendo que son buenas amigas y poseen ambas muy buen criterio, nos dejamos embargar

por su propuesta, nos pusimos a pensar seriamente en ello durante mucho tiempo... y, finalmente, nos dispusimos a buscar lo que ignorábamos...

Siempre sospechamos que teníamos un "aire de familia", pero no que nuestro parecido fuera tan asombroso.

Y, efectivamente, después de largo recorrido en solitario (más de veinticinco años) y con lenguajes propios muy definidos, ha resultado ser el momento propicio para acometer este proyecto conjunto, este feliz encuentro. Pero, insistentemente, han tenido que darnos el empujón.

**¿Qué peso ha tenido el espacio en la propuesta incluida en *Ángulos del Vacío*?**

Todas las exposiciones que hemos realizado ambas han sido ejecutadas ex profeso -excepto las itinerancias de las mismas, por razones obvias- para los distintos espacios expositivos donde se han exhibido, ya fueran museos, galerías de arte, etc., con el propósito de adecuar de forma óptima el contenido al continente y obtener una feliz convivencia entre ambos. En cualquier caso, toda exposición supone una conquista del espacio donde van a mostrarse las obras, hay que ir apropiándose poco a poco del mismo, manteniendo un gran pulso con la sala. El Centro del Carmen es un caso especial por su singular arquitectura, dado que en su origen fue un convento. Pero todas las supuestas

"ERA NECESARIO REALIZAR UNA INSTALACIÓN SITE-SPECIFIC QUE TUVIERA TAL ROTUNDIDAD, FUERZA E IMPACTO"

trabas o dificultades iniciales que nos presenta cualquier edificio (El Carmen en grado máximo) no dejan de ser un gran acicate para nosotras, supone un gran reto ir conquistando lentamente las salas museísticas. La Sala Refectorio del Carmen con su gran altura de techos, sus arcos góticos ojivales... y, en definitiva, con su enorme belleza y majestuosidad, era el paradigma de "sala fagocitante", por eso tuvimos claro desde el primer momento que había que realizar una instalación





site-specific que tuviera tal rotundidad, fuerza e impacto visual que no entrara en colisión con la idiosincrasia de la sala ni fuera absorbida por ella. Había que servirse, pues, de su majestuosidad y aprovecharla al máximo. El azar nos condujo, por ejemplo, a encontrarnos con el reflejo de los arcos ojivales en el suelo de la pieza (para quien no la vio diremos que eran espejos) y eso supuso un gran hallazgo que enriqueció la obra extraordinariamente. Creemos que, finalmente, han convivido felizmente el pasado de la Sala Gótica con la atmósfera irreal, onírica y de tintes incluso "futuristas" de una obra actual como nuestra instalación "Ángulos del vacío". La sala contigua a Refectorio, la Sala Contrafuertes, en la que mostramos obra pictórica, presentaba sus propias dificultades, pero de índole diversa. Precisamente los contrafuertes son unos elementos arquitectónicos con mucho peso visual, por ello optamos por colgar obra de formato pequeño en esas pequeñas salas que se creaban entre dichos elementos, para aligerar esa sensación.

**Compartís estudio, pero defendéis una individualidad intrínseca a la pintura. ¿Es imposible en vuestro caso "contaminarse" con influencias mutuas?**

No sólo no es imposible, sino que es un hecho contrastado que nos "contaminamos" o influenciamos mutuamente. Ha quedado más que demostrado en esta exposición que precisamente versaba sobre ello y trataba de resaltar y poner en valor las afinidades plásticas y los elementos comunes que subyacen en nuestros lenguajes, a pesar de partir de planteamientos supuestamente alejados entre sí, puesto que una trabaja en el ámbito de la abstracción (E.S.) y la otra en el de la figuración (C.F.). Pero entendemos que es una consecuencia lógica, compartimos estudio y vida desde hace muchos años, aunque esto no es óbice para que cada una defienda su propia individualidad y la cultive, y nuestro discurso sea personal al propio tiempo.

**Es la primera vez que habéis pasado del lienzo a una instalación. ¿Se ha tratado de un paso natural y consensuado? ¿Se trata de una dinámica que queréis seguir explorando en el futuro?**

En mi caso concreto es la segunda vez (Carolina Ferrer). Realicé mi primera instalación para el Palau de Valeriola, en la exposición de 2008 en la Fundación Chirivella Soriano de Valencia. En el caso de Encarna, es la primera vez. En el caso que nos ocupa, el reto para

nosotras ha sido doble:

En primer lugar, había que ser capaces de aunar nuestras poéticas, realizar un ejercicio de síntesis, una intersección entre ambas que diera como resultado una única pieza que fue la que mostramos en la Sala Refectorio, la instalación "Ángulos del vacío", de título homónimo a la exposición. Y, en segundo lugar, tal y como hemos enunciado anteriormente, apropiarnos del espacio del antiguo refectorio del convento y lograr que la obra no fuera fagocitada por él.

La instalación fue concebida conjuntamente, y, desde luego, su concepción se produjo de forma natural. Nuestra colaboración en este proyecto no sólo ha sido fluida y fructífera, sino ilusionante y el resultado, más que satisfactorio.

Volver a lo que denominas el "refugio" que supone para cada una de nosotras nuestra pintura es inevitable, ineludible y necesario. En primer lugar, efectivamente, porque el arte es un excelente refugio, *un consuelo de primera magnitud* –dice el escritor R. Menéndez Salmón– frente a las agresiones de la vida.

Y, en segundo lugar, porque sabemos ambas que el arte es un proceso de inmersión en los pliegues interiores del ser, por tanto, absolutamente personal. Los pliegues de cada una son diferentes y así también han de ser las obras que nazcan a raíz de ellos. El mundo de cada artista es propio y sus demonios también. La experiencia estética es una revelación personal. En cuanto a lo que haremos en el futuro... no podríamos aventurar nada. En el arte no hay propósitos, sino descubrimientos. Pero, desde luego, se nos ha abierto el apetito de la colaboración y de la concepción conjunta. Seguiremos explorando nuevos caminos, el arte es una posibilidad infinita...

**Habéis integrado en Ángulos del Vacío textos de Lola Andrés. ¿Ha resultado sencilla y natural esa imbricación?**

"Ángulos del vacío" es el título que nos sugirió la poeta Lola Andrés, y en él se pretendía aunar la geometría de una (E. S.) con la poética del vacío de la otra (C. F.). Como ya sabéis, la exposición proponía un diálogo entre las dos poéticas. Lola Andrés fue la que, con toda generosidad, creó un poemario ex profeso para la exposición a partir del conocimiento que posee de nuestra obra. Nosotras lo hemos integrado en la exposición como una obra más. Barajábamos varias posibilidades, pero, finalmente, se impuso poderosamente la forma en la que lo mostramos: un gran lienzo de pared pintado de negro, enfrentado a nues-

tra instalación. En él discurría el texto de los poemas con letras de vinilo verde fluorescente (color característico no sólo de la instalación, sino de nuestras propias pinturas). Nos interesaba que fueran las propias letras las que despidieran luz y fueran alumbrando el texto como los dieciséis módulos angulares que conformaban la pieza.

**¿La individualidad de vuestra pintura se trasladó a la instalación de la Sala Refectorio? Pasada la sorpresa inicial, surge la necesidad de recorrer la obra solo. ¿**

Salvo contadas excepciones en las que la obra, por alguna razón, requiera la intervención colectiva de los espectadores, las obras de arte requieren tiempo, sosiego, silencio y soledad para ser contempladas. El acto contemplativo es por definición un acto pausado, exige tiempo, ha de ser realizado con calma, requiere un ritmo lento, libre de los corsés que imponen las prisas. Las prisas nos llevan a ver, incluso a leer, sin atención y sin el debido recreo. Hay que situarse frente a las obras con los sentidos muy despiertos, con clara vocación de dejarse embargar por ellas, incluso embriagarse, con la voluntad de querer profundizar; los museos deberían ser lugares de reflexión, incluso de recogimiento. La única aspiración que tenemos como artistas es provocar algún tipo de emoción en el espectador. Y, en última instancia, suscitar la reflexión. Ojalá tuvieran nuestras obras el poder de sugerir, evocar, formular preguntas, emocionar y hacer sentir, en definitiva.

**La semana en la que fui a ver vuestra exposición "programé" y reservé un espacio en el fin de semana. ¿Creéis que el arte puede funcionar en tiempos actuales como una pausa necesaria?**

Nos parece que es la condición indispensable y necesaria no sólo para visitar nuestra exposición, sino cualquiera. Desde luego, podemos afirmar que el ritmo apresurado de dudosas consecuencias que caracteriza nuestra sociedad, impide el pensamiento. Y, por supuesto, el arte podría ser un buen bálsamo y el contrapunto óptimo, incluso terapéutico, frente a todo ello. A veces nos preguntamos qué papel puede desempeñar una disciplina como la pintura en el mundo actual, pero nos contestamos de inmediato: La utilidad de lo "inútil" es la esencial. O como dijo Heidegger: "Quien quiera respuestas que guarde silencio, y quien busque preguntas que lea poseía". Permítenos añadir: o que visite exposiciones. ←

Miguel Milà y  
Fernando Amat,  
sosteniendo la  
lámpara Cesta  
Foto: RED-AEDE



La historia en general se escribe con referencias culturales, biografías y efemérides, pero la historia del diseño industrial entre otros, se define con objetos. Si un poeta compone rimas y recita versos, Miguel Milà (Barcelona, 1931), crea desde la mitad del siglo pasado piezas útiles y poéticas de factura sencilla, cargadas en ocasiones de delicado humor e ironía. Este diseñador que se define como preindustrial, apuesta siempre que puede por las técnicas tradicionales y los materiales nobles que envejecen con el usuario para escribir una historia entrelazada.

TEXTO: DRA. CHELE ESTEVE SENDRA  
FOTOS: D.R

**M**ilà nació en una familia aristocrática con gran sensibilidad por el mundo artístico, sus tíos Pere Milà i Camps y Roser Segimon i Artells encargaron a **Antoni Gaudí** (Reus, 1852-1926) la célebre **Casa Milà** popularmente conocida como **La Pedrera** (cantera en catalán). Tras abandonar la carrera de arquitectura, comienza a trabajar como interiorista en el estudio de arquitectura que su hermano **Alfonso** (Barcelona, 1924-2009) funda junto a **Federico Correa** (Barcelona, 1924) y así comienza su relación con el diseño.

Más tarde crea la Empresa Tramo (*Trabajos Molestos*), junto a dos amigos, para producir sus propios muebles y lámparas. Una firma de autoedición, muy a la vanguardia de lo que hoy se convierte en tendencia de mercado, para buscar soluciones a la inexistencia de productos y

# Miguel Milà, un *bricoleur* entre dos siglos



precarios medios de la época. Así nace la lámpara **TN**, (Tía Nuria) y de esta la lámpara **TMC** (Tramo Móvil Cromado) como variación de TN, empieza a definirse su perfil *bricoleur*, del que **Miguel Milá** se siente orgulloso. En la obra **El Pensamiento Salvaje** (1962), el antropólogo y etnólogo francés **Claude Lévi-Strauss** (1908-2009), cuestionaba el modo de pensar de los *primitivos* y el de los *civilizados*, deteniéndose en el primer capítulo en la metáfora del bricolaje con las nociones antropológicas y su conexión. En este sentido el término *bricoleur*, para

**Milá** responde a lo importante que es para él trabajar con las manos, con materiales sencillos u otros objetos o sobrantes de los que pueda disponer, metodología que emplea desde que comenzó a diseñar. Este modo de trabajar y su personalidad se observa en el documental del fotógrafo, cineasta y publicista Poldo Pomés Leiz (Barcelona, 1964) titulado: **Miguel Milá. Diseñador industrial e interiorista. Inventor y bricoleur**, estrenado en Enero de 2017.

Recordemos que las míticas lámparas **Cesta** (1962) y **TCM** (1960), hoy por

hoy continúan siendo un clásico internacional, iconos del diseño español, y esta última le valió su primer Premio Delta en 1961. La empresa catalana dedicada a la edición desde 1985 **Santa & Cole**, "que vive para el diseño industrial", reedita la **TCM** aun hoy con mejoras trabajadas por el propio autor, que en 2011 aseguró que esa era: "la última y definitiva edición".

Volvamos a su histotia, su hermano Leopoldo (Barcelona, 1921-2006), diseñador de la mítica moto Montesa Impala y fundador de las empresas Polinax y DAE también editó algunas de sus piezas. Más tarde **Miguel** abre su estudio propio, donde realiza trabajos de interiorismo para clientes como el Museo Reina Sofía de Madrid o el Metro de Barcelona, sin descuidar su faceta de diseñador industrial destacando en el campo del mobiliario urbano, pero sobre todo tratando de mejorar la calidad de vida de las personas con su trabajo, condición que repite a lo largo de toda su prolifera trayectoria. **Milá**, es el único diseñador español galardonado con el premio de Diseño Industrial originado en Italia en 1954 por la empresa La Rinascente a partir de una idea original de Gio Ponti y Alberto Rosselli, el Compasso d'Oro. Se le otorgó en 2008 en reconocimiento a su trayectoria profesional, además posee doce Deltas, los Oscar del diseño español, fue reconocido con la primera edición del Premio Nacional de Diseño (1987).

Con tan extensa e interesante producción **Miguel Milá** decide en 2016 donar al **Museu del Disseny de Barcelona** su archivo profesional. Desde este momento el Centre de Documentació del Museo cuenta con más de 2.000 documentos entre planos, fotos, maquetas y esbozos de gran parte de los proyectos de interiorismo y diseño de producto realizados a lo largo de su carrera profesional desde finales de los años 50 hasta la primera década del siglo XXI, todo ello sin catálogo.

El profesor y diseñador industrial, **Dr. Francisco Gaspar Quevedo** (Valencia,1979), presentó en Marzo de 2017 su trabajo de investigación para la Tesis Doctoral, donde aborda en sus palabras: "los antecedentes en el campo del diseño industrial en España, así como la situación de la España de la posguerra, tanto en el sentido de industria, cultura del diseño, como la escasa comunicación con el extranjero y las limitaciones y oportunidades que ello supuso para Miguel Milá y otros diseñadores".



coetáneos. Se abordaron los antecedentes al trabajo de Miguel Milá, así como sus maestros e influencias”.

El **Dr. Gaspar**, ha trabajado para la recuperación de toda la producción como diseñador industrial y datación y catalogación de la obra de **Miguel Milá** y añade: “Con este estudio se pretende poner en valor la figura de Milá y demostrar que el diseño industrial es una profesión deudora del siglo XX y de hombres como él; y que, tendencias tan actuales como la auto-edición tienen antecedentes en los ‘50 y en quienes, como él, quisieron crear y poner al alcance de todos lo que no existía, así como mejorar y optimizar todo tipo de objetos de la vida cotidiana. Miguel Milá colaboró en gran medida, no solo en dar nombre a una profesión, sino en la creación de asociaciones de valorización de esta y difundirla como maestro; por lo que se le puede considerar como co-creador de la figura del diseñador industrial en España, tal y como se conoce hoy en día”.

Sin duda este trabajo ha puesto, aún más si cabe en valor la figura de **Miguel Milá** como diseñador, “plasmando, de manera estructurada e ilustrada, tanto su producción como los reconocimientos obtenidos, mostrando también su implicación en la difusión, institucionalización y docencia del diseño. En lo que respecta a la catalogación de su obra, se ha podido glosar un total de 247 referencias, cuando hasta la fecha, solo estaban documentadas 112 entre las tres principales publicaciones que



Lámpara Cesta  
(1962)

catalogan su obra”, según señala el profesor **Francisco Gaspar**.

Este dato numérico es un indicador de la fecunda producción de **Milá** como diseñador industrial, y junto a los datos concretos aportados en el estudio evidenciar la repercusión y reconocimiento de su obra. El **Dr. Francisco Gaspar** consigue compilar una investigación donde tras su posterior análisis permite hacer una lectura cualitativa sobre los diseños de este padre del diseño en España, “al poder estudiar la trayectoria de los mismos y el impacto dentro de la globalidad de su carrera”. Así mismo reafirmar la figura de **Milá** como un emprendedor ya en el siglo pasado, por su labor en su empresa Tramo y gracias al estudio en profundidad de sus primeros años de profesión, y a la posibilidad de poder analizar su repercusión a lo largo de toda su carrera, se ha podido demostrar la efectividad de la auto-edición como estrategia de promoción del trabajo de un diseñador en sus primeros años. ←

#### NOTAS

La mayoría de los datos están basados en las 4 principales fuentes más fiables. Estas son:

- 1- El libro “Miguel Milá” de Corredor-Matheos editado por Santa & Cole y la UPC.
- 2- El catálogo de la exposición monográfica “Miguel Milá”, promovida en 2003 en el Palau Robert, realizado por el comisario de la exposición Pedro Azara, junto al diseñador Quim Pintó.
- 3- Las fichas de los productos de Miguel Milá que forman parte de la colección del museo del diseño de Barcelona todas ellas redactadas por Anna Calvera, salvo las de las lámparas WT de pie y Max Bill que fueron redactadas por Rossend Casanova.
- 4- El catálogo de la exposición “Miguel Milá, la Sabiduría de Vivir”, realizada en 2007 y comisariada por Anna Calvera.

Sin duda un excelente trabajo que contribuye a preservar y divulgar la vasta producción de uno de los padres del diseño industrial en España.

**MOUET**

*The Extraordinary of Normal*



**Diseñado en Valencia, hecho en España.**

[moueteyewear.com](http://moueteyewear.com)

[#moueteyewear](https://twitter.com/moueteyewear)



A pesar de contar con una veintena de edificios en Valencia, la figura del constructor y promotor Facundo Martínez continúa sin recibir la atención merecida.



**TEXTO: BORIS STRZELCZYK, ARQUITECTO (WWW.GA-VALENCIA.ES)**

**FOTOS: MAYTE PIERA, ANGELA SORBAIOLI, MILENA VILLALBA**

**A**rmando cuida una joya desconocida. Desde hace más de 30 años saluda a diario a todo aquel que pasa junto a la mesa de su portería en una finca de la Gran Vía Germanías. El edificio ha sobrevivido al afán modernizador y su decoración apenas difiere de cómo se concibió en 1967. Con la emoción de haber descubierto y estar presenciando una obra original apenas intervenida, le preguntamos a Armando si vienen muchas personas a verla. “Sí, al principio, cuando empecé a trabajar aquí pasó un señor que decía haber colaborado con el decorador; luego unos estudiantes de arquitectura; hace unos años un profesor que estaba trabajando sobre el arquitecto; y ahora vosotros”, contesta sin sorprenderse demasiado.

El arquitecto al que se refiere el portero era en realidad constructor y promotor: Facundo Martínez, fallecido en 2005 a los 69 años. Su empresa: Construcciones Facundo Martínez, como indican las delicadas letras de forja presentes en los zaguanes de la mayoría de los aproximadamente veinte edificios que levantó durante su vida en la capital del Turia. La mayor parte se idearon entre finales de los años 50 y mediados de los 70 como bloques de viviendas ideadas y realizadas en los años centrales del desarrollismo; junto a la mayor parte de los edificios no

## En busca de Facundo Martínez



podía faltar un garaje, tipología con la que Facundo también se atrevió.

#calatrava versus #facundomartinez. El arquitecto valenciano por excelencia devuelve miles de resultados en Instagram mientras que sobre el peculiar constructor apenas encontramos una pocos. Si probamos suerte en Internet daremos con un futbolista del mismo nombre y algunos propietarios que anuncian sus casas en venta, orgullosos de poseer una vivienda en un edificio del aparentemente afamado constructor. En los buscadores de la prensa local, nada; en las páginas de arquitectura contemporánea, nada; ni siquiera en la global Wikipedia. Aquí se acaba la búsqueda en la moderna nube del saber.

El tradicional boca a boca y puerta por puerta desvela noticias a cuentagotas que a veces no dejan de ser rumores. Algunos le conocen por su nombre; uno de sus edificios; un rumor sobre su carismático estilo; no mucho más. Finalmente dimos con un arquitecto que se planteó realizar un doctorado sobre Facundo, pero desistió cuando se enteró del derribo de una de sus obras en la que se ubicaba su oficina. Era demasiado tarde: las excavadoras se llevaron por delante no sólo el magnífico edificio, sino también su archivo. Una vivencia comparable a la tuvimos hace poco al visitar uno de sus portales que a diario trasladan a los vecinos en el tiempo. Lo único que desentonaba en aquella cuidada decoración sesentera eran unos miserables buzones de melamina imitación madera. El portero, orgulloso de su nueva

adquisición, nos confesó: "Sí, los viejos se los llevaron esta mañana, estaban hechos polvo".

Aunque la obra de Facundo Martínez es conocida por pocos, importó el diseño europeo a través de revistas extranjeras y lo incorporó a sus edifi-

cios dotándoles de una calidad decorativa poco frecuente en los edificios contemporáneos. Como constructor se supo rodear de arquitectos, aparejadores, decoradores y sobre todo de magníficos artesanos locales capaces de ejecutar sus caprichos con una calidad constructiva sorprendente. La



falta de reconocimiento quizás se deba a que su aportación se limitó al ámbito de lo decorativo sin interferir demasiado en la espacialidad arquitectónica. Experimentó con el uso de los materiales hasta la saciedad y desarrolló un lenguaje ecléctico muy reconocible: si has visto un edificio de Facundo te resultará fácil descubrir los demás. Tuvo la mala suerte de desarrollar su obra en una época cuya arquitectura hoy en día es popularmente rechazada. Los edificios a menudo no dialogaban con la trama urbana existente. Pensemos en la volumetría de la finca de hierro: compite en altura con el propio Micalet.

Te invitamos a visitar la obra de este desconocido profesional, a sentir el placer de descubrir un peculiar estilo arquitectónico y contribuir con ello a la puesta en valor de su interesante legado. Entre todos podemos evitar la desaparición de algunas de las pequeñas joyas que esconde en nuestra ciudad. ←



En las imágenes, distintas fotografías de fachadas e interior de edificios promovidos por Facundo Martínez.

Comparte tus fotos de la obra de Facundo en Instagram #facundomartinez  
Si tienes información sobre Facundo Martínez, sus colaboradores o su obra ponte en contacto con: [info@ga-valencia.es](mailto:info@ga-valencia.es)



# GANTES

Matalafers / 1944

VALENCIA

[www.gantes.es](http://www.gantes.es)

“BUENAS CAMAS”





# Geometría frente al Mediterráneo

Emplazada frente a la Olla de Altea, encontramos esta vivienda de RGB arquitectos. Su diseño facetado combina la tradición mediterránea con cierto aire de rebeldía. Una arquitectura poliédrica que emerge del suelo dando como resultado un interesante juego de formas.

TEXTO Y FOTOGRAFÍA: MAYTE PIERA





**E**l privilegio de tener una casa con vistas al mar se puede ver en ocasiones truncado por alguna vivienda contigua que se interpone en nuestro recorrido visual y que crea interferencias. Esta interrupción queda resuelta cuando se eleva la altura, cambiando así el punto de vista, lo que nos permite gozar de las vistas plenamente. Dos alturas, dos perspectivas, dos maneras distintas de poder ver el mar dieron como resultado esta vivienda.

La solución ideada por el equipo de arquitectura del estudio RGB arquitectos, dos cuerpos girados que en su

eje liberan una doble altura interior. Además de conseguir un propósito visual, el resultado es una interesante fragmentación de volúmenes. Si la fragmentación en el arte expresa una manera de entender la realidad, en este proyecto se convierte en una manera de vivirla. Esa fragmentación, diseñada por una necesidad visual, se convierte finalmente en el discurso sobre el que se basa el resto del diseño de la vivienda.

Desde el acceso a la parcela sorprende el inquietante juego de volúmenes, piezas que se ensamblan entre sí, que

se articulan como parte de un todo coherente. De la misma manera, el resto de fachadas que no dan al mar se van componiendo a base de formas poliédricas, juego que se traduce en una descomposición volumétrica que dota de dinamismo al conjunto.

Rgbarquitectos  
Ramón Gandía Brull  
José Valls  
Anastasia Khlimanova

# Cuando la cámara sale al

Cinco destacados profesionales de la fotografía responden a un cuestionario conciso y directo sobre su relación con la arquitectura y el diseño de interior.



## CUESTIONARIO:

1. ¿Cómo llegaste a la fotografía de arquitectura y diseño de interior?
2. ¿Cuál crees que es el mayor reto en esta especialidad?
3. ¿Cómo te enfrentas al espacio a la hora de plantear un trabajo?
4. ¿Crees que es una rama de la fotografía suficientemente valorada?
5. Después de un tiempo de parón, la fotografía de arquitectura parece que resurge y que se está poniendo de moda, ¿cuál es tu opinión sobre el panorama actual?
6. ¿En qué tipo de proyectos trabajas con mayor comodidad?
7. ¿Trabajas algún otro tipo de fotografía? ¿Cuáles son tus motivos para hacerlo?

## HÉCTOR RUBIO

**1** Todo surge al empezar a trabajar con el Colegio de Diseñadores de Interior de la Comunidad Valenciana (CDICV). Tras los primeros encargos para CDICV, entro en contacto con algunos de sus colegiados y comienzo a fotografiar sus proyectos. De esta manera me introduzco definitivamente en la disciplina.

**2** El principal reto reside en aportar tu impronta personal a una disciplina bastante objetiva en la que es difícil sorprender. En ocasiones el proyecto del arquitecto/interiorista enmascara un tanto el trabajo del fotógrafo.

**3** Como un rompecabezas donde todas las partes del reportaje consigan mostrar el todo. Que el trabajo del cliente no quede cojo visualmente y se entienda en conjunto.

**4** Creo que no solo la rama, la fotografía en general se ha banalizado. Es paradójico que siendo la imagen lo que prima actualmente, con ese bombardeo constante de fotografías, se dé tan poca importancia al oficio que hay detrás de ella. Es posible que confundamos *amateurismo* con profesionalidad.

**5** Normalmente detrás de aquello que está de moda suele existir, muchas veces, un interés comercial, por lo que hay que intentar que resurja sin frivolar el trabajo de los profesionales.

**6** Supongo, que como la mayoría, en aquellos que tienes mayor libertad para hacer lo que quieres, aunque en esta especialidad es un tanto complicado salirse del guión.

**7** Junto con la fotografía de interiorismo, la de producto forma parte del mayor porcentaje de mi trabajo. Actualmente intento reconducir la fotografía que nace de lo personal, aquella que haces por gusto, hacia un mercado que la rentabilice. ←

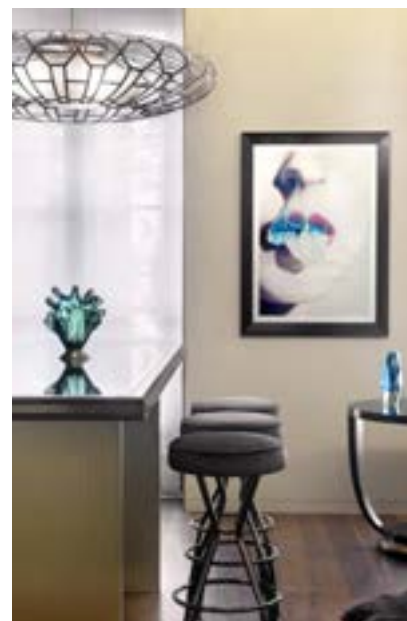


Foto principal: vivienda de Emece2 Arquitectos.  
Foto inferior: Vivienda proyectada por Cota Cero Interiorismo.

# rescate del *genius loci*



Izquierda: "Casa Mediterráneo", de Manuel Ocaña.

Bajo: Proyecto de ERRE Arquitectura



Vivienda en Torre del Rame, de Ad-Hoc Arquitectura.

## DAVID FRUTOS

**1** Desde que a los seis años mi padre me regaló una cámara fotográfica no he parado de fotografiar. Con el tiempo, mi obra se fue haciendo más abstracta y curiosamente más arquitectónica.

En mis dos últimos años de carrera (mientras estudiaba Ciencias de la Información en Madrid), conviví con varios estudiantes de arquitectura que necesitaron que les fotografiara sus maquetas, también a sus amigos y estos se convirtieron en arquitectos a los que más tarde fotografié sus edificios y de esta manera me encontré con mi profesión.

**2** Gestionar adecuadamente la enorme responsabilidad que tiene que nuestras imágenes tengan la suficiente calidad técnica, estética y descriptiva para que sea válido como único documento que el arquitecto podrá utilizar posteriormente para promocionar su obra.

**3** Intento estudiar las fotos, planos y memoria que me envía el arquitecto, posteriormente converso con el arquitecto y hablamos sobre sus necesidades. Con esta información procuro llegar al edificio con la máxima información posible.



Previamente suelo estudiar la orientación del edificio y planeo los puntos de vista. En general mis puntos de vista son muy clásicos, intento que el protagonismo lo tenga la arquitectura y no una toma rebuscada.

**4** Desde un punto de vista de la estética, no. Su complejidad técnica (supresión de convergencias, foco absoluto, altura de la cámara...) y las arbitrariedades estéticas hacen que la fotografía de arquitectura se mueva en el mundo de los matices, sutilezas y pequeños detalles sólo al alcance devunos pocos que no estén relacionados con la fotografía técnica. Nuestra labor divulgativa hacia nuestros clientes es fundamental para que puedan valorar lo que hacemos.

**5** Es verdad que hay más cursos y veo más fotógrafos haciendo reportajes. La fotografía digital ha dado

más facilidades para hacer fotografías, creo que hemos ganado en calidad técnica pero no estética. Sigue habiendo la misma proporción de buenos y malos fotógrafos de siempre pero todo en más cantidad.

**6** Me gusta mucho la gran arquitectura y la vivienda. Por otro lado disfruto de los microproyectos de los arquitectos que empiezan y hacen milagros con presupuestos de risa.

**7** Actualmente hago algo de publicidad y algún catálogo de muebles pero todo tiene esa impronta "arquitectónica" que rige mi obra. No soy un fotógrafo "navaja suiza" que hace de todo. Creo que la hiper-especialización es fundamental en nuestro trabajo para conseguir la excelencia como fotógrafos y no sólo en el caso de los fotógrafos de arquitectura. ←

Cementerio de Gubbio (Italia), Andrea Dragoni.



Bodega Sasso Dei Luppi (Marsciano, Italia). Fotografía analógica.



## ANGELA SORBAIOLI

**1** Cuando empecé a entender la arquitectura lo que me sorprendió fue ver cómo esta es fruto, influencia y concomitancia de múltiples factores y disciplinas. Son dos cosas que se complementan, la fotografía me ayuda a entender el espacio y creo que no podría fotografiar si no tuviera ciertos conocimientos sobre arquitectura. La arquitectura te incita en cierto modo a explorar, descubrir o involucrarte en otras artes.

**2** Creo que, en primer lugar, la fotografía de arquitectura tiene el deber de representar el espacio arquitectónico de manera "ética", representar la voluntad del proyecto arquitectónico. Hay que buscar, encontrar y ser fieles a las intenciones del arquitecto y a las directrices que caracterizan el edificio. Es esto lo que hace que la fotografía se convierta en documento, archivo, memoria. El reto consiste en captar y transmitir la esencia del proyecto y al mismo tiempo producir algo no sea solo documento, si no que lleve también una intrínseca carga emocional. Ser fotografía y no imagen o documento. En caso contrario, sería simple infografía.

**3** El fundamento de este tipo de fotografía es mirar, observar, analizar. Se trata de una fotografía estática, pensada, meditada. Hay que entender el proyecto, el espacio, ver como este último cambia en relación a la luz a lo largo del día. Cuando me aproximo a fotografiar un nuevo edificio, todo lo percibo como ajeno. Necesito de un tiempo previo de conocimiento. Este "tiempo de la mirada", este observar lleva a una especie de transformación, la mirada se convierte en diálogo.

**4** Podría ser más valorada. Pero creo que depende de su misma naturaleza. Es un tipo de fotografía que se dirige a un público estricto, interesa mayormente a gente del sector, y también en este ámbito, no todos saben ver más allá del simple archivo. En general no hay un conocimiento, ni un interés hacia este tipo de fotografía.

**5** No creo que nos encontremos delante de una nueva conciencia o una valoración de la fotografía de arquitectura, creo que este crecimiento es consecuencia del panorama actual. Entendido como saturación de las imágenes, cambio y protagonismo

de los medios de comunicación, visibilidad como elemento fundamental de cualquier proceso. Este contexto se refleja en la fotografía de arquitectura, se necesitan imágenes para transmitir, documentar, conocer, cualquier proyecto, espacio, reforma, para divulgar y vender, para llegar a aquella visibilidad virtual, que ha devenido indispensable.

**6** Me fascinan las obras, me siento como en un micro-mundo. Hay muchos elementos, y mucha más libertad de composición y expresión, quizá porque todavía no hay nada definido, trabajas en una escena más efímera que construida. Generalmente lo que me hace sentir cómoda o no a la hora de enfrentarme a un proyecto fotográfico es el espacio. Al final la arquitectura es espacio, cómo llega la luz, como se generan sombras, los llenos y vacíos... Si consigo ver esto me enfrento a la fotografía de una manera más íntima. Se trata de una expresión, de un diálogo. Es esto el resultado final.

**7** No. No trabajo en otro tipo de fotografía. ←

Construimos ideas,  
en proyectos reales.



*Peluquería Sandra Soler Design en Valencia*



RUAYA, 26 BAJO 46009 VLC | 963 386 808  
www.estudiosruaya.com  
SÍGUENOS EN FACEBOOK

CONSTRUCCIÓN · FRANQUICIAS · INTERIORISMO · REFORMAS



Izquierda: vivienda en Altea (RGB Arquitectos).

Bajo: interior vivienda Trinitarios, proyectada por Studio Montaña.



## MAYTE PIERA

**1** Yo había estudiado fotografía y como en todo, hubo muchos factores que me llevaron a dedicarme a esta disciplina, desde la casualidad hasta una curiosa necesidad de contar con la cámara cosas acerca de los espacios en los que me encontraba, de los lugares que me hacían sentir bien. Eso me llevó a tratar de mirar esos espacios a través de la cámara y a terminar dedicándome profesionalmente a ello.

**2** Es importante entender que cuando fotografías un proyecto estás dando una visión personal del trabajo de otra persona. Es fundamental entender y respetar al máximo ese espacio que ha proyectado el arquitecto. La fotografía, como documento, debe ser fiel a esas intenciones, debe mostrar de manera honesta ese trabajo. Pero también hay que tener en cuenta que ese espacio va a ser primero interpretado y luego contado por el fotógrafo, lo que supone dotarlo de una carga emocional que se aleja del simple documento. Pasamos de un espacio que se vive en tres dimensiones y que genera sensaciones y emociones a una representación bidimensional donde debes transmitir esa sensación que se tiene cuando uno recorre o habita ese lugar.

Dicen que lo ideal es que al ver las fotografías no necesites estar en el lugar para poder conocerlo. No creo que eso sea posible. El reto es aproximarse lo máximo a ese estado ideal.

**3** Me gusta visitarlo antes de empezar a hacer fotos. Trato de entender el espacio, analizar lo que me transmite. Estudio el recorrido de la luz, los tiros de cámara, los ángulos. Pero sobre todo, lo más importante, procuro que el arquitecto o el interiorista me cuente el espacio. Eso te proporciona mucha más información que cualquier visita que hagas al lugar.

**4** Creo que hoy no hay ninguna rama de la fotografía suficientemente valorada. Hemos llegado a un punto de saturación tal en cuanto a imágenes, que se está perdiendo el sentido y el valor de las mismas. Hablo en términos generales, obviamente, pero concretamente en esta especialidad hay mucha contaminación. No todo lo que se "vende" como fotografía de arquitectura lo es realmente.

**5** Nunca me han gustado las modas. Las veo como tendencias más bien impuestas, no creo que se llegue a ellas como consecuencia de una necesidad natural.

**6** Cualquier espacio que me emocione, ya sea de arquitectura o de interior. Cuando un espacio me sugiere cosas me es más fácil trabajar en él.

**7** Fotografía de paisaje. Para mí es una manera de hablar acerca del mundo y en ese sentido, me interesa tanto la naturaleza en estado puro, como la huella que el hombre va dejando en ella. Creo que la naturaleza en sí misma es un fenómeno capaz de hacer variar nuestro estado anímico, hay un paralelismo importante entre el paisaje interior y el exterior. Por eso mi fotografía de paisaje no documenta nada, sugiere más que describe. Me gustan las condiciones de luz menos ideales para la cámara, condiciones que permiten la experimentación. Suelo fotografiar de noche, con lluvia, con niebla, con exposiciones largas y en condiciones en las que no hay un control total sobre la imagen, dejando a veces que el resultado me sorprenda. ←

# ALFONSO CALZA

**1** Ha sido el punto de encuentro natural entre mi formación (Arquitectura, Universidad Politécnica) y aquello que me apasiona: poder contar cosas con imágenes (fotografía y Vídeo).

**2** En mi opinión, uno de los retos principales consiste en seguir investigando y evolucionando la manera de hacer 25 fotografías por segundo, o dicho de otro modo, el video de arquitectura. Las posibilidades para entender un proyecto, para contarlo con un orden y un ritmo concreto, para recorrer los espacios se multiplican de un modo increíble. El video en nuestro estudio lo entendemos como fotografía de arquitectura en movimiento y ese es nuestro principal reto.

**3** Dependiendo del lugar, del tipo de obra, de la personalidad del arquitecto o del estudio elegimos contar los espacios de una manera u otra. Encuentro interesante involucrar al cliente en la elección de ópticas, encuadres, horas adecuadas y recorridos solares. Que participen conmigo en la toma de decisiones.

**4** No es la rama más interesante desde algunos puntos, como rentabilidad y planificación profesional, pero los que estamos en ella valoramos otras cosas más importantes como el poder disfrutar de la buena arquitectura.

**5** Ahora, con las herramientas de difusión actuales, se han incrementado exponencialmente los estudios que valoran la importancia de comunicar bien su trabajo. Somos cada vez más los que nos dedicamos a ello pero hay cada vez más cosas que contar, así que creo que son buenas noticias.

**6** Estamos muy cómodos con los estudios y los arquitectos que realmente aman su obra, la cuidan y la miran en todas las fases. Desde el proyecto, pasando por la ejecución y su materialización y con el mismo

cariño, la quieren contar y documentar. Esa pasión se contagia y acabas viviendo y disfrutando los proyectos con ellos.

**7** Aunque empecé esta aventura como *freelance* y en solitario, he creado un estudio y ahora somos un equipo que nos permite abordar proyectos en otras áreas muy diversas. Es muy enriquecedor y lo que aprendes en un campo acaba influyendo en los demás. Nuestro *portfolio* tiene dos vertientes principales, la fotografía y el video, y luego continúa ramificándose. Por ejemplo, el trabajo que hacemos con músicos nos ayuda a editar mejor luego la música para nuestros vídeos de arquitectura. Nuestros clientes lo forman un amplio abanico de personas que tienen cosas que contar y nos piden ayuda para ello. ←



Derecha:  
"Urban love".

Bajo: stand de  
Porcelanosa  
Grupo en  
Cersaie 2016.





# La construcción natural del espacio

NC Estudio-Vicente Navarro desarrolla un proyecto de diseño de interior coherente con la tradición constructiva mediterránea.

**TEXTO: REVISTA DÚPLEX**  
**FOTOGRAFÍAS: DAVID FRUTOS**

**N**C Estudio-Vicente Navarro ha desarrollado el proyecto de diseño de interior de una villa situada en una de las áreas residenciales de mayor prestigio de la provincia de Valencia. La vivienda, de generosas dimensiones y concebida para un uso familiar habitual se ha edificado tomando como base diferentes volúmenes y una única nota disruptiva, el cubo alistonado en madera de cedro que envuelve la cocina.

El diseño de interior responde a una doble filosofía de entendimiento: tanto con la propia arquitectura de la vivienda como con la tradición mediterránea

en cuanto a la creación de espacios basados en el empleo de piedra en exterior y paredes blancas, complementado con la presencia, profusa, de carpintería en roble que podemos ver tanto en celosías como en los alistonados de las librerías y puertas de paso. Su posición variable permite generar escenas de intimidad. Esta misma madera noble es posible encontrarla, blanqueada, en los panelados que recorren pasillos, en las puertas y armariadas.

El acceso principal a la vivienda se sitúa en el centro de dos alas independientes que conforman su distribución en planta. Un sendero de césped y adoquín conduce a este acceso de frente enfoscado y doble altura, con



**Salón-zona de estar:** sofás y mesas de B&B Italia, sillones LC2 de Le Corbusier editados por Cassina.

**Hall-recibidor:** lámpara de sobremesa de Max Ingrand para Fontana Arte. Contenedor de Antonio Citterio para Maxalto. Alfombra de Golran.



Izquierda: zona de estar con vistas al jardín. Mesa de centro de Antonio Citterio para Maxalto. Lámpara de Piero Lissoni para Flos.

Bajo estas líneas: espacio independiente conformado por librería, silla y mesa auxiliar.

Fotografía inferior: patio interior con colección "1966" de Richard Schultz para B&B Italia.



Derecha: zona de porche con colección "Charles" de Antonio Citterio para B&B Italia.

Bajo estas líneas: corredor-distribuidor junto a patio interior.



puerta de madera lacada en color antracita. Una vez en el interior de la vivienda, el hall, dispuesto también en doble altura, permite el paso, en su frente, a la zona de salón-estar y lateralmente a un distribuidor que conecta con la escalera de invitados, cocina y bodega. Este mismo distribuidor cumple otras dos funciones: como comunicador entre cocina y zona de salón-estar y conectando con la galería que proporciona acceso a la zona de noche.

Como no podía ser de otra forma al tratarse de una vivienda enmarcada en el Mediterráneo, la luz es otra de las claves del proyecto, ejemplificada en un amplio patio interior al que mira el salón-estar (que cuenta con doble vista, ya que también mira al jardín exterior), un espacio amplio conformado por un conjunto de sofás de distintos modelos y una gran mesa de centro, espacio de reunión familiar y social, situada frente a la chimenea de doble cara. Salón-estar y comedor gozan de independencia gracias a un muro de piedra seca que penetra desde el exterior y que alberga una estructura de acero que funciona a modo de contenedor de chimenea, leñera, televisión y equipo multimedia. En este salón-estar se ha creado un espacio independiente gracias al posicionamiento de una librería, un mueble frontal y dos butacas LC3.

El comedor, en el que destaca una gran mesa y butacas dispuestas frente a la chimenea, limita con el jardín exterior a través de un ventanal de doble altura que, de forma opcional, permite comunicar este espacio con el

salón de invitados. Desde el comedor y patio interior es posible acceder a la zona de porche, punto desde el que se domina el horizonte. El pasillo-galería que linda con el patio interior comunica y da paso al distribuidor de la zona de noche.

El dormitorio principal cuenta con distribuidor previo, en el que una escalera con gran privacidad proporciona acceso al estudio y gimnasio. Paneles móviles permiten acceder al baño. Distintos detalles permiten adivinar el cuidado por el diseño en el proyecto, caso del frontal de la encimera o espacios laterales que pasan inadvertidos al ojo pero que en su interior albergan el equipamiento necesario. Tocador y vestidor (dispuesto en dos zonas complementarias) preceden al dormitorio principal en el que destaca la chaise-longue y un gran cuadro.

NC Estudio-Vicente Navarro  
Cirilo Amorós 83-85, Valencia  
[www.vicentenavarro.es](http://www.vicentenavarro.es) ←



Cocina: mesa LC6 de Le Corbusier editada por Cassina.  
Sillas "Hola" de Hannes Wettstein para la misma firma.  
Lámpara PH5 de Louis Poulsen



Izquierda: escalera de acceso a zona de invitados.

Bajo estas líneas: baño principal de la vivienda, situado junto al dormitorio principal.

Fotografía inferior: dormitorio principal de la vivienda. Cama y mesita de noche, diseño de Antonio Citterio para Maxalto. Lámpara sobremesa de Paolo Rizzatto para Luceplan. Cuadro de Rafael Armengol.



# CARÁCTER INDUSTRIAL

El nuevo Bouet reivindica la gastronomía como experiencia hedonista y sensorial. Emociones e ideas que no solo se manifiestan a través de la cocina, sino también mediante el espacio y el tratamiento. Un lugar donde la sofisticación y la informalidad conviven de manera natural con un único objeto: el concepto de la gastronomía como cultura y filosofía de vida.

Barra en la entrada del nuevo local, antesala del salón principal.





**TEXTO: RAMÓN ESTEVE ESTUDIO**  
**FOTOGRAFÍAS: MAYTE PIERA**

**E**l fin no es la arquitectura. Generamos espacios donde suceden cosas, donde disfrutar y dejarse envolver por el ambiente, la acústica y la iluminación. En definitiva, un lugar donde ser feliz de la forma más sencilla y tradicional: en torno a una mesa.” Ramón Esteve.

Bouet conecta cocina y comensal mediante un lenguaje que sorprende y emociona, a través de una secuencia de espacios que desvelan poco a poco la magia. La barra de la entrada –donde disfrutar de una copa de cava, un coctel y algún plato frío– nos da la bienvenida y nos acompaña hasta la sala principal. La luz que entra por los grandes ventanales dirige nuestra mirada hacia el patio, visualmente conectado con el interior. Todos los trucos y secretos se pierden en la cocina, totalmente abierta al público, donde el cocinero desvela sus cartas y comparte la experiencia con el comensal.

La mezcla de elementos nuevos con los ya existentes, combinados de forma fresca y adecuada, consiguen

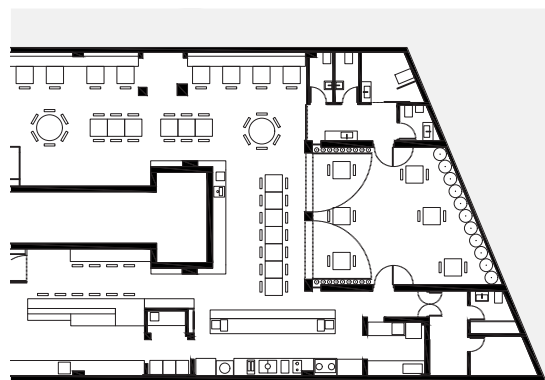


El restaurante disfruta de un espacio al aire libre. La identidad del nuevo local (tipografía Stencil) parece reflejada en muros.





La combinación de material rústico, mármol y cobre confiere al espacio un aire industrial.



ese efecto desenfadado pero de calidad, con alma de ciudades viejas que ahora son muy jóvenes. Las formas facetadas que encontramos en los espejos, las luminarias y el mobiliario –diseñado específicamente para el local- crean reflejos, reflexiones y desdibujan el ambiente. Los materiales rústicos conviven con otros más refinados como el cobre y el mármol, aportando un aparente carácter industrial al espacio. Como si hubiera nacido de forma espontánea, como si las cosas estuvieran dejadas caer.

“Como grandes apasionados y amantes del buen diseño, la arquitectura y la

gastronomía, este excepcional espacio actúa como soporte donde la calidad de la experiencia se multiplica con la buena música, el arte expuesto en la galería, la sensualidad de su luz y la serenidad y nobleza de los materiales”. Tono Pastor y César Lopo, Bouet Restaurant.

La nueva imagen del restaurante debía comunicar la radicalidad del interiorismo. Desafiando las reglas de los manuales de identidad, se ha diseñado un concepto versátil con una tipografía *stencil* que permite una gran variedad de aplicaciones gráficas. ←

Proyecto: Ramón Esteve Estudio  
Diseño interior: Ramon Esteve  
Fotos: Mayte Piera  
Diseño gráfico: Ramón Esteve  
Colaboradores: Silvia Martínez, Isabel Meyer, Nacho Poveda, Isabel Rincón de Arellano, María Martí, María Parra

# yo mezo tú meces\* él mece

**L'Escola d'Art i Superior de Ceràmica de Manises** es un *Centro de Educación Superior en Artes Plásticas* y el título que se obtiene al finalizar los estudios es de nivel 2 (Nivel Grado) en el MECES\*, denominado: **Título Superior en Artes Plásticas. RD96/2014.**

*\*Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior.*



iseaCV  
Instituto superior de  
enseñanzas artísticas  
Comunitat Valenciana



**Javier Sáez Castán:**  
"El estilo depende de cada proyecto y de lo aprendido hasta el momento. Prefiero el salto a la evolución".

Charlamos con el Premio Nacional de Ilustración 2016 sobre la naturaleza del ilustrador y el proceso de creación.

TEXTO: ALEX SERRANO  
FOTOGRAFÍAS: D.R.

**D**espués de concedido el premio, ¿hasta qué punto ves necesaria la institucionalización de la ilustración?

No sé exactamente qué quiere decir institucionalizar la ilustración; si hablamos de la concesión de estos premios o de cualquier clase de ayudas, diría que se trata de balones de oxígeno. A título personal, se agradecen, pero existe el riesgo de que se apunte alguna clase de "arte oficial". Creo que la verdadera aspiración de un ilustrador tiene más que ver con que su trabajo sea conocido y apreciado por algún público. Dicho de otra manera, difícilmente hablaremos de cualquier forma de arte si no consideramos al otro extremo la integridad personal del receptor.

**Cuando empezaste, ¿cuáles fueron tus preocupaciones diarias con respecto a la ilustración? Y ahora mismo, ¿cuáles son tus inquietudes?**

Mis preocupaciones iniciales eran muy básicas; localizar clientes y ganarme la vida como ilustrador especializado en la naturaleza. Después de unos años dedicado sobre todo a hacer álbumes ilustrados, me gustaría enfocar mi trabajo hacia otras formas de narrativa visual, como el cómic. Mi preocupación



es lograr un equilibrio entre lo que pretendo lograr, el tiempo empleado y los beneficios económicos.

**¿Cómo recuerdas tus primeros pasos profesionales?**

Como una serie de palos de ciego o un compromiso entre lo que deseaba hacer y lo que me salía al paso; como un proceso de búsqueda y adaptación en la experiencia.

**¿Varía mucho tu forma de abordar cada encargo?**

Sí, aunque debo decir que los encargos son una parte menor del trabajo; la otra consiste en presentar proyectos.

**¿Se puede decir que has llegado a tener cierto vértigo o presión a la hora de realizar el proyecto?**

Procuro evitarlo; es más, evitarlo es



parte de los saberes que uno puede ir adquiriendo.

**De todos los proyectos que has publicado hasta ahora, ¿cuáles han sido para ti los más importantes?**

Aquellos libros que cuestionan la segmentación por edades a la que tiende el sector; en realidad no estoy muy interesado en hacer "libros para niños". Da la sensación de que sabe-

mos de antemano qué son libros y qué son niños; entonces ¿qué queda por descubrir?

**¿Qué aspectos destacarías de tu trabajo?**

Intento no rellenar una casilla predefinida.

**¿Cuál es el criterio de composición de tus ilustraciones?**

En general, la centralidad, algo tan simple como poner lo más importante en el lugar más visible. A partir de ahí, suelo introducir pequeñas variaciones o desviaciones.

**¿A lo largo de tu carrera tu estilo ha evolucionado mucho?**

Creo que el estilo depende en cada caso del proyecto y de lo que llevo aprendido hasta ese momento. Prefiero pensar en saltos o discontinuidades que en evolución.

**¿Tardaste mucho en descubrir con qué estilo te sentías más cómodo?**

Procuro averiguarlo en cada trabajo.

**¿Crees que es mejor tener un estilo muy definido o al contrario, más versátil?**

El estilo viene condicionado en parte por el trazo o las aptitudes de cada uno, pero más allá de eso no estoy interesado en repetir una fórmula.

**Una de las cosas que últimamente están apareciendo bastante son libros de bocetos, ilustradores que publican su proceso de trabajo. ¿A ti un proyecto de este tipo te resultaría interesante, compartir tus cuadernos con el público?**

Me interesaría como una forma de ficción.

**Me gustaría continuar preguntándote por tus referentes en el arte moderno que han sido importantes para nutrir tu trabajo. ¿Cuáles son tus próximos proyectos y exposiciones?**

No estoy muy interesado en el arte moderno.

**¿Qué les recomendarías a los ilustradores que van a hacer su primera aproximación al mundo editorial?**

Que mantengan un sentido de búsqueda en lo que hacen, que no se acomoden sin más a lo que el editor les demande; si no hay más remedio que ceder a criterios ajenos, puede ser saludable mantener abiertos proyectos propios, por ejemplo de autoedición, o colaboraciones con otros ilustradores, etc.

**¿Qué nos puedes contar de tu paleta gráfica? ¿Qué valor le otorgas al**

**color tanto en esta como en el resto de tus obras?**

En general, procuro no abusar del color. A veces le he dado algún tipo de significado, pero a la larga prefiero acercarme al gris.

**¿Cómo ves tu profesión hoy? ¿Crees que ha cambiado algo en estos últimos años?**

Están cambiando muchas cosas, pero no sólo en la profesión, sino en el mundo en que vivimos. Creo que va a ser difícil reconocerlo en unos pocos años.

**¿Cómo has ido formalizando tu estilo? ¿Crees, como afirma Luis Demano, que un ilustrador debería desprenderse de un estilo determinado, tomando cada obra desde cero, con el estilo que exijan las circunstancias?**

Me remito a respuestas anteriores; hay una adaptación en función de la propuesta, pero no veo posible ni deseable hacerlo desde cero. El ilustrador no es un cero, cuenta con un bagaje e incluso con un pulso o ritmo corporal, como afirma la grafología. Desde ahí sí creo apropiado considerar las circunstancias.

**¿Cómo valoras las obras que están saliendo de las nuevas generaciones?**

No estoy muy al tanto, pero veo cierta endogamia o contagio. Es como si la sobreexposición a la comunicación y la tecnología estuviera creando un patrón multiforme con pequeñas variaciones personales. Esto es una generalización, claro. Sin duda hay artistas muy interesantes que toman en cuenta incluso la despersonalización para hacer algo valioso. Me viene a la cabeza Yuichi Yokoyama.

**¿Qué has aprendido de los ilustradores de tu generación?**

No podría responder. En mi estantería hay libros con ilustraciones de cualquier época. Me interesan mucho las pinturas rupestres. No hay diferencias generacionales entre los muertos.

**¿Qué libro o libros recomendarías leer a todo ilustrador?**

En general, libros que tengan más de 50 años.

**Para concluir, ¿podrías contarnos algo de tus proyectos actuales y futuros? ¿Hacia dónde se dirige Sáez Castán?**

Me gustaría hacer cómics, pero no sé del todo qué aspecto tendrán. Mis próximos proyectos son varios libros en colaboración y una exposición en Ciudad de México. ←



## Pablo Auladell: "Ni cine ni literatura. El cómic no debe ni necesita jugar a lo que no es".

TEXTO: ALEX SERRANO  
FOTOGRAFÍAS: D.R.

**T**e han concedido el Premio Nacional de Cómic 2016 por "El paraíso perdido". ¿Qué ha supuesto para ti dibujar esta obra y recibir este premio?

Hacer este tebeo ha supuesto enfrentarme a una serie de problemas y tratar de resolverlos, igual que en otras obras. También me ha llevado a reflexionar sobre varias cuestiones técnicas. Me he convencido de que al tebeo le van mejor los recorridos cortos y tener como referente el teatro, en lugar del cine. La diferencia con otros trabajos es que, en esta ocasión, la batalla se prolongó extraordinariamente en el tiempo y este libro se ha asegurado una vida, no eterna, pero sí más larga que los del común de su especie.

**¿Hasta qué punto ves necesaria esta institucionalización del cómic?**  
En una sociedad más leída, sería innecesaria.

**¿"La industria del cómic está aún muy, muy lejos de ser un negocio siquiera rentable" (Juan Díaz Canales)? ¿Estás de acuerdo?**

Totalmente. Imagino, además, que se refiere a rentable para los autores, los cuales, ahora mismo, son prácticamente los únicos en los que no repercute demasiado el oro de esta edad dorada tan cacareada.

**¿Por qué Milton? ¿Y por qué decidiste embarcarte en esta obra en concreto del autor? ¿No te pareció demasiado grande? ¿Cuál fue el germen del proyecto?**

Todo partió de una pequeña editorial de Barcelona dedicada a la poesía que en un momento dado decide acometer una colección de novela gráfica con adaptaciones de poemas clásicos. Y me encomiendan la tarea de adaptar "El Paraíso perdido" de Milton porque quieren empezar con esta obra. Al principio, es verdad que el encargo me provocó cierto estupor. Lo conocía y había leído algunos pasajes, aunque no el poema en su totalidad. Es un clásico que en una primera lectura, puede parecer que ha envejecido mal y que tiene algunos escollos difíciles de salvar para un lector moderno. Sin embargo, después de un segundo acercamiento y de haberlo trabajado en profundidad, se revela como un texto de una actualidad sorprendente y plantea abundantes cuestiones sobre las que debatir y reflexionar.

**¿Cuál fue tu proceso creativo?**

Las primeras decisiones que tomo tienen que ver siempre con una búsqueda de la música del texto, de su *tempo*, lo cual me da muchas pistas para decidir el tipo de grafismo más adecuado. Esto implica realizar sucesi-

vas lecturas donde me voy apropiando poco a poco de la voz de la obra.

Como además se trataba de realizar una adaptación, había que decidir dos o tres ideas troncales en que basarla: decidí entregar el peso del libro a Satán (como quizá involuntariamente, hace Milton). Decidí que el tebeo llevaría muy poco texto, el imprescindible para evocar el tono del poema y seguir la peripecia, más una serie de escenas dialogadas que dieran dinamismo y vivacidad al conjunto. Que la carga poética recayera en la imagen. Y como tono general de la historia, decidí interpretar esa sospecha que invade al lector: ¿no será ésta una colosal venganza poética de Milton hacia ese tirano de los Cielos, posible metáfora de la monarquía absoluta, que le ha dejado ciego y derrotado al final de sus días?

**Te voy a hacer una pregunta que no quiero que se entienda mal. ¿A qué público va dirigida esta obra?**

Adaptar un clásico es poner en valor nuevamente algunos de sus mimbres. En eso consiste su atemporalidad, en que siempre se le encuentra un nuevo matiz. El poema de Milton no resulta, como explicaba antes, una lectura apetecible para un lector moderno, pero esta versión, sin que se entienda que es un resumen para holgazanes, puede ser más asequible.

**¿Qué nos puedes contar de la paleta gráfica? ¿Qué valor le otorgas al color tanto en esta como en el resto de tus obras?**

El color es una golosina peligrosa. Ahora mismo estamos en una estética de un color muy pulido, brillante, tridimensional. No me gustan esos acabados y, además, considero que



en un trabajo gráfico el color debe tener una función. El ilustrador no es un pintor, los criterios de color son otros aunque el resultado pueda parecerle muy parecido al profano. Siempre lo utilizo con un sentido narrativo, nunca ornamental.

**¿Crees que vivimos en una época en la que se abusa demasiado del color?**

Sin duda. Yo creo que tiene que ver con esa infantilización general que caracteriza a nuestras sociedades democráticas. También, claro, con la manera de mirar que ha impuesto la tecnología. Ahora tenemos un modo de mirar en acabado 3D.

**¿Por qué tu tendencia a visitar e ilustrar la literatura contemporánea y clásica?**

No es exactamente mi tendencia, sino más bien la del mercado editorial en el que trabajo. Seguramente todo empezó con la eclosión de nuevas editoriales, pequeñas, que necesitaban material libre de derechos para sus catálogos.

**¿Ilustrar un texto, es buscar otra forma de comunicar o de complementar?**

La ilustración ilumina, da una idea, es una lectura. El ilustrador se posiciona en una lectura del texto, de entre las muchas posibles. Si la ilustración es simplemente ornamental o referencial no utiliza todo su potencial y resultará prescindible. Una de las cosas que más me preocupan cuando trabajo un texto es que realmente tenga sentido que dicho texto lleve ilustraciones.

**Si entendemos tus dibujos como un texto paralelo al de Milton, ¿qué nos está narrando el Milton de Auladell?**

Los dibujos, en este caso, deberían transmitir lo que comentaba antes: la idea troncal de mi adaptación, de mi lectura, dar respuesta gráfica a esa pregunta que me formulo. En ese sentido, por ejemplo, mi interpretación gráfica de Dios es la de un tirano, una especie de *Duce* de ciudad italiana, con algo papalicio e inquietante.

**¿Qué otros textos clásicos o contemporáneos te gustaría ilustrar?**

Pues, por ejemplo, "La historia interminable", de Michael Ende o "Industrias y andanzas de Alfanhui", de Sánchez Ferlosio.

**Dónde te sientes más cómodo, ¿en el campo del cómic o en la ilustración?**

No es cuestión de comodidad. Trabajo en cómic e ilustración porque me apasionan el dibujo y la palabra literaria. Luego, cada historia o proyecto pide ser tratado con un medio o con el otro.

**¿Crees que las fronteras de la ilustración, el cómic y el diseño, son cada vez más difusas?**

Yo las percibo claramente delimitadas. Lo que me sorprende es la inclusión del diseño en la triada. Es un elemento fundamental para que los otros dos medios funcionen, ya que ambos acaban en la imprenta y no en la mesa de trabajo del dibujante. Sin un buen diseño gráfico, todo habrá sido en vano. Pero no entiendo en qué podría difuminarse su frontera más allá de esta complementariedad para elaborar el producto impreso con la calidad debida.

**¿"La novela gráfica debería llamarse cómic de autor" (Juanjo Saez)? ¿Estás de acuerdo?**

Todos los cómics son de autor. Lo de novela gráfica, en todo caso, me repele un poco por redicho y porque, al igual que durante décadas el cómic quiso jugar a ser cine, es como si ahora quisiera jugar a ser literatura. A mí me parece que no debe ni necesita jugar a ser lo que no es. Es un medio híbrido, que precisa de un equilibrio entre sus dos componentes, palabra e imagen. Si pesa más el lado narrativo, el agotamiento de la parte visual se produce rápidamente y ya todo queda en una sucesión de cabecitas parlantes y se comprende claramente que el autor lo que deseaba, en realidad, era hacer una novela. Si, por el contrario, como también ocurre con las novelas gráficas, se pretende mantener un constante juego visual a lo largo de cuatrocientas páginas, el empacho puede resultar insoportable.

**¿Qué te inspira?**

Lo que expira.

**¿Crees que un ilustrador debería desprenderse de un estilo determinado, tomando cada obra desde cero, con el estilo que exijan las circunstancias?**

No sólo lo creo sino que también lo practico. Ha sido desde siempre mi manera de trabajar.

**¿Cómo valoras las obras que están saliendo de las nuevas generaciones?**

Estupor, fascinación y reconocimiento de mi incompetencia cuando veo los tebeos o las ilustraciones de ciertos autores jóvenes y pienso en la basura que hacía yo cuando tenía su edad.

**¿Qué has aprendido de los dibujantes de tu generación?**

De algunos de ellos, como Pablo Amargo o Carmen Segovia, todo, porque aunque tenemos más o menos la misma edad, se incorporaron a la profesión mucho antes que yo y con más conocimiento y brillantez.

**¿Qué libro o libros recomendarías leer a todo ilustrador, dibujante de cómic o amante de ambos?**

"El Diccionario de las artes", de Félix de Azúa.

**Para concluir, ¿podrías contarnos algo de tus proyectos actuales y futuros? ¿Hacia dónde se dirige Pablo Auladell?**

Lo podemos resumir en que estoy trabajando en todos aquellos proyectos de cómic e ilustración que quedaron aparcados a causa de la prioridad y el tiempo que ocupó "El Paraíso perdido" durante varios años. Voy donde esos nuevos libros me lleven...←

# Viaje alrededor del fanzine valenciano

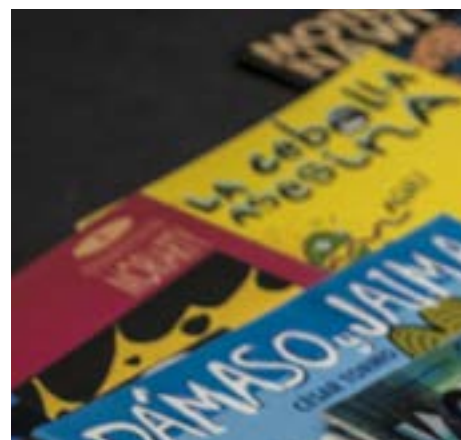
TEXTO: RAFA RODRÍGUEZ

FOTOGRAFÍAS: MAYTE PIERA, D.R.

**P**odría decirse que todo empezó en la Feria de Muestras de València cuando esta ni siquiera existía. Allí se celebró, el 13 de abril de 1975, el Festival de Rock de Ademuz Country. Anunciado como “9 horas de música en acampada”, con el patrocinio de Lois y en el cartel Aguaviva, Modificación, los franceses After Life y Eduardo Bort entre otros. Un certamen que naufragó por la escasa asistencia, pero que fue el detonante de la aparición de Ademuz Km.6. Doce páginas en blanco y negro de deslumbrante barroquismo psicodélico, con las firmas de Sento Llobell o Micharmut. Posiblemente, el primer fanzine valenciano.

Más de cuarenta años después, Ademuz Km.6 ha llegado al IVAM. Es una de las más de 1.200 publicaciones que el experto en cómics Álvaro Pons ha donado al museo valenciano. Está previsto que el próximo mes de julio se inaugure una exposición en torno a ellas. La Biblioteca Pública de València, por su parte, también ha cedido espacio a la autoedición mediante muestras temáticas y la adquisición de ejemplares para su fondo de consulta. ¿Los fanzines acogidos por las instituciones? “Sí, es una paradoja que se da en muchas otras formas de arte”, apunta Pons, al tiempo que destaca que “muchas expresiones artísticas que han nacido con naturaleza totalmente contracultural, incluso furibundamente antimuseísticas, han terminado en los museos. En el caso del fanzine es evidente que su vocación alternativa lo aleja de las instituciones, pero es una forma de arte muy importante que debe ser preservada. Se traiciona su espíritu, pero creo que es solo en apariencia. No pierde su fuerza por estar en un museo, sigue siendo transgresor y provocador, posiblemente demasiado incluso para la tolerancia de las instituciones”.

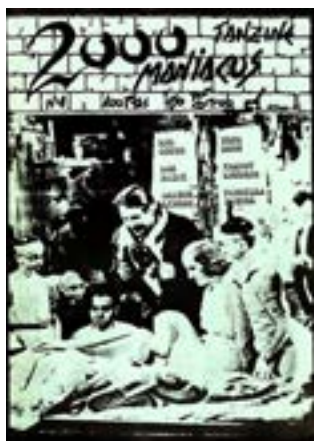
Valènciaa (con el tándem Mariscal-J.V.Marqués haciendo de guías de la ciudad), *El Gat Pelat* (“cantera” de lo que sería La Nueva Escuela Valenciana) o *El Polvorón Polvoriento* (el comix underground del cap i casal con Mique



Sobre estas líneas, algunos de los fanzines de mayor importancia histórica, al frente de los cuales han estado profesionales como Gerard Miquel, MacDiego, Rafa Cervera o Manuel Valencia.



La recepción por parte del IVAM de más 1.200 publicaciones donadas por el experto en cómic Álvaro Pons confirma la vigencia del fanzine y la auto-edición como medio de expresión *per se* en el ámbito comiquero valenciano.



Eme. Una reproducción facsímil de los tres números que vieron la luz entre 1982 y 1984, que ponía de manifiesto cómo se hacían las cosas antes de que las nuevas tecnologías aterrizaran. “Papel, revistas para recortar, tijeras, pegamento, Letraset, fotocopadoras. Esa fue la materia prima”, rememora Cervera.

Ese espíritu artesanal, el famoso *do it yourself*, y las (inevitables) grapas se convirtieron en el ADN visual de los fanzines durante toda la década. 2000 *maniacos* que asomó su cabeza, por

primera vez, en 1989 no fue una excepción. “En 1989 sólo existía el recorta y pega, con tijeras, pegamento y fotocopias. Así hacíamos los fanzines. 27 años después lo realizamos con programas de edición. Todo ha cambiado una barbaridad, pero 2000 *maniacos* sigue manteniendo, en su maqueta actual, el espíritu beligerante y gamberro que le ha caracterizado durante toda su vida. Es cuestión de aprovechar las tecnologías y sacar lo mejor de lo que ofrecen, nunca prostituirse a ellas”, apunta Manuel Valencia, su máximo responsable.

La mejora en el diseño marcó el tránsito hacia los noventa. Algunos fanzines parecían, formalmente, revistas. Una sensación que perdura en nuestros días. ¿Qué diferencia a unos de otros cuando esto ocurre? Manuel Valencia lo tiene claro: “Quiéras o no, las revistas están pensadas para ganar dinero. Los fanzines están hechos por fans que disfrutan con lo que hacen y tienen claro que no van a ganar un duro. La diferencia es esa actitud, esa honestidad y el tener los pies en el suelo”. Elías Taño (editor de *Arròs Negre*) apunta en la misma dirección: “Lo que les diferencia es el estado de conciencia con el que editas uno u otro. Según el continente puedes catalogarlo formalmente, pero el contenido y la intención con la que lo haces, eso es lo que define al fanzine”.

La efervescencia fanzinería siguió al alza esos años. *Fancomic!* (con su imprescindible apéndice musical), *Ganadería Trashumante* (el fanzine más grande del mundo, con MacDiego al frente), el irrepetible *Como Vacas Mirando al Tren* o *Kovalski Fly* (“Decidí editar algo que se pareciera más al tebeo popular de antaño. Estábamos influenciados por el espíritu del cómic underground norte-americano, pero también por *El Tío Vivo español*”, rememora Gerard Miquel) agitaron la escena sonográfica valenciana. Los resultados no se hicieron esperar y *Kovalski* y *Como Vacas* ganaron (en 1997 y 1999 respectivamente) el premio al Mejor Fanzine del Salón Internacional del Cómic de Barcelona.

El galardón supuso para *Kovalski* “una gran alegría, impulso en ventas y sus-





Foto superior: imagen de una edición de Tenderete. Carteles de ediciones VII y XI a cargo de Cachete Jack y Elías Taño.

cripciones en toda España, aunque no pudo evitar la catastrófica distribución posterior. Un par de números no fueron ni devueltos ni pagados por la distribuidora”, desvela Miquel. La distribución. Ese gran mal que siempre ha perseguido a los fanzines. “Muchas veces se tiende a pensar que con ir a la imprenta/ copistería y recoger las copias ya está hecho el trabajo, pero

realmente ahí es cuando empieza a moverse todo”, matiza Martín López Lam, de Ediciones Valientes. “Los espacios/ tiendas que reciben de buena manera o le tienen aprecio a este producto son escasos, sin contar lo que te cuesta el envío. Internet y los festivales son una buena opción para distribuir, create un público y hacer comunidad con otros autoprodutores de diferentes latitudes”.

Inma Pérez, en sus dos librerías Dadá (Muvim e IVAM) hace tiempo que apostó por ceder un espacio de sus locales a los fanzines. “No es una cuestión de rentabilidad, al contrario, supone un riesgo en tanto que ocupan un espacio que podría estar destinado a otras publicaciones con mayor margen de venta y rotación. Aportan personalidad, cuerpo, impactan. En un momento en el que la gente cree haber visto ya de todo, los fanzines suponen un punto de transgresión. Han significado mucho en el propio devenir de la librería, sobre todo por el tipo de público que termina acercándose a ella aunque solamente para traernos material”.

El nuevo siglo ha mantenido el entusiasmo fanziner. En cantidad y

calidad. *Usted* (en 2012), *Arròs Negre* (2014) y *Nimio* (2016) vieron reconocido (y premiado) su trabajo en el Salón de Barcelona. La irrupción del festival de autoedición gráfica y sonora Tenderete (que tuvo un efímero antecedente con Fanzinerama, organizado por Fancomic! en tiempos del correo postal), que ya ha alcanzado trece ediciones, también ha ayudado a que se mantenga el buen estado de salud de estas publicaciones. A todo ello hay que sumar el proyecto Fanzineología, “destinado al estudio de zines, fanzines, autoediciones, publicaciones independientes y pequeñas editoriales autogestionadas”, como bien aclara Alejandro Álvarez, uno de sus impulsores. Buena parte del mérito de la llegada de los fanzines a la Biblioteca Pública es de ellos.

Los fanzines suelen asociarse a los primeros pasos “profesionales” de sus



Xufa Magazine

## EL PAPEL SIGUE RESISTIENDO COMO SOPORTE DE LOS FANZINES Y NO PUDO SER DESTRONADO POR LOS BLOGS CUANDO ESTOS SURGIERON COMO SETAS EN SU DÍA.

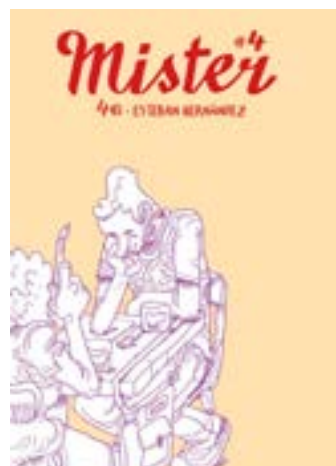
autores. Pero eso no es del todo correcto porque como reconocen Nuria Bellver y Raquel Fanjul (Cachete Jack) “es algo que deberíamos hacer siempre porque te ofrecen experimentar en completa libertad”. Ada Díez (50% de *Hits With Tits* y un tercio de *El Fresquito*, una de las publicaciones valencianas autoeditadas más irreverentes y gamberras de los últimos tiempos) está de acuerdo con ellas porque “es una herramienta perfecta para poder mostrar determinados trabajos que no encajan en el sector editorial, además en muchos caso cuenta con un factor de aprendizaje, ensayo y error”.

El papel sigue resistiendo como soporte de los fanzines y no pudo ser destronado por los blogs cuando estos surgieron como setas en su día, tal vez porque como indica Alejandro, “el romanticismo dieciochesco sigue manteniéndose a flote aunque existan más medios para difundir contenidos”.

No son las únicas características que persisten desde los tiempos de Ademuz Km.6. “El principal obstáculo de hacer fanzines es la financiación. No creo que hayan muchos más, puesto que el resto de trabajo se hace con ilusión”, explica Verónica Coloma, de *Horchata Magazine*. También los motivos por los que se hacen han perdurado a lo largo de los años. “Es liberador, es necesidad, oasis, onanismo, un estado espiritual... y muchas más cosas”, confiesa Elías Taño. “Búsqueda, ensayo, error, sorpresa, libertad, diversión, desahogo, liberación...” añaden las Cachete Jack. “La libertad creativa en cuanto a formato y tema, me parece imprescindible a la hora de participar o realizar un fanzine”, completa Ada Díez.

La variedad de las propuestas actuales es inabarcable. Desde todo lo que pergeña Don Rogelio J en Ediciones Calamidad a la atracción pop de Álex Tarazón por las luces y sombras hollywoodienses, pasando por Xufa (un fanzine que reivindica palabras y expresiones típicas en valenciano), el desterrillante espíritu de Fosfeno Ediciones, el buen gusto de *Horchata Magazine*, el imprescindible trabajo de Esteban Hernández en *Usted* y *Mister*, el ya mencionado *Arròs Negre* que tiene nuevo número a punto o la estimulante *Asso-ciació VLCETC*, por citar solo algunos.

Pero, ¿es una euforia justificada? ¿Cuál es el estado actual del fanzine valenciano? ¡Qué hablen los expertos! Álvaro Pons lo tiene claro: “Es brillantísimo. Siempre hemos tenido una gran escena fanzinera, pero el impulso del Tenderete ha sido fundamental para articular un panorama creativo espectacular en Valencia”. Alejandro Álvarez ahonda en esa dirección: “Muchas personas se están editando desde la *contornà* del sistema editorial al uso, y aparte de la cantidad, existe una calidad en contenidos que es digna de estudiarse”. Verónica Coloma es optimista pese a las dificultades: “Al ser proyectos que no conllevan remuneración alguna suelen empezar a flojear cuando los que lo llevan no disponen de tiempo suficiente, y es una pena. Sin embargo ahora hay una vertiente muy divertida de fanzines pequeños de ilustradoras, de temáticas muy *girly* que son auténticas joyitas de edición limitada. Martín López se muestra algo crítico: “Creo que necesita una renovación, que salgan más fanzines de gente joven, que desde las escuelas se trabaje en torno a la autoproducción, que se abra a propuestas nuevas y que haya un sentido más crítico (el lado festivo lo tenemos muy bien manejado). Me da envidia sana ver otros festivales donde las charlas están llenas y hay una interacción mayor”. ←



## Vicent Berbegal:

"Europa sigue siendo el termómetro de cualquier fabricante"

El máximo responsable de Actiu repasa el momento actual de una compañía nominada a Mejor Empresa europea.



TEXTO: PACO BALLESTER  
FOTOGRAFÍAS: D.R.

**A**ctiu nominada a Mejor Empresa de Europa en los European Business Awards. Y finalista como Mejor Empresario. ¿Constatación de trabajo bien hecho o un escalón más?

Es un paso más en el camino de Actiu. Yo lo veo como la evolución de la compañía y, ya con 49 años de experiencia en el mundo del mobiliario, esto es un reconocimiento aún mayor a un trabajo bien hecho y de un equipo muy comprometido.

¿Tiene Actiu datos de cómo ha afec-

tado el Brexit a la compañía o todavía es pronto? De forma paralela, ¿puede afectar más a Actiu la entrada en escena de Trump, dado que su empresa cuenta con líneas de negocio en Estados Unidos?

El Brexit en principio no creo nos vaya a influir. Entiendo que las Instituciones Europeas buscarán fórmulas para que las empresas europeas podamos seguir trabajando junto a las inglesas de manera rentable para ambas y que la política influya lo menos posible. Lo mismo con respecto a EEUU, seguro que al final la llegada de Trump no nos influye tanto como avocinan.

El pasado mes de marzo Actiu inauguró nuevo showroom en Valencia. ¿Es un primer paso para generar un espacio mayor en un futuro próximo?

Para nosotros la importancia de este último showroom que hemos abierto en la ciudad de Valencia es fundamental desde dos vertientes: uno, porque nos permite estar presentes con un espacio propio donde mostrar nuestro mobiliario y trabajar por proyectos con los clientes y prescriptores.

En segundo lugar, este espacio supone la consolidación de una colaboración con la consultora CBRE con la que llevamos años buscando la manera de trabajar conjuntamente, y crear así





una sinergia entre ambas firmas para desarrollar proyectos similares en otras ciudades. En definitiva, sumar fuerzas con ingenierías como CBRE y complementarnos en aquello que cada uno precise.

**En qué países tiene puesto el punto de mira Actiu en un plazo de dos años vista? ¿Hay algún país del que os haya sorprendido la buena recepción?**

Nosotros seguimos insistiendo en que Europa no tenemos que dejarla caer, sigue siendo el termómetro de cualquier fabricante europeo en este continente. Indudablemente están emergiendo nuevas oportunidades, aunque nada fáciles, como pueda ser Asia, por donde sin ninguna duda discurrirá el futuro.

**Actiu está presente en el mercado chino. ¿Cuál es su valoración de la recepción en este mercado? ¿El vaivén de la economía china está afectando a vuestra entrada en este país?**

Trabajar en China representa un hándicap y una dificultad importante, entre otras cuestiones, por la distancia y por la competencia de costes que existe en la zona. No obstante, China se encuentra en un continente en el que está emergiendo una demanda de nuevos valores como el diseño, la garantía, o la seriedad que se buscan en Europa. En ese sentido, desde Actiu tenemos mucho que aportar en campos como la innovación, el diseño, la sostenibilidad o la calidad.

Con respecto al vaivén de la economía china es muy temprano para decir. Nosotros tenemos una implantación muy temprana aún y aunque el mercado chino pueda estar en recesión, a nosotros a penas nos influye. Estamos en un momento muy inicial para eso.

**Trabajáis de forma habitual con diseñadores de prestigio, caso de Alegre Design, Javier Cuñado (Item Design-network) o Ramos&Bassols. ¿Está en los planes de Actiu aumentar la relación de diseñadores? ¿Tal vez internacionales?**

Tenemos sobre la mesa distintas propuestas de otros diseñadores que quie-

ren trabajar con nosotros y estamos valorando. En cuando llegue el momento en que el concepto, la experiencia y el estilo coincidan en una necesidad del mercado, nos sentaremos en la mesa para hablar de futuras colaboraciones. Y por supuesto que estamos abiertos a otros diseñadores nacionales o internacionales.

**Vuestra línea de negocio se centra principalmente en el sector del contract. ¿Sería adecuado la implementación de un plan estatal de apoyo a la modernización de empresas? El confort y salud de los trabajadores es clave para los resultados pero en España todavía encontramos parques de empresas con instalaciones de los años 80 con los riesgos laborales que ello conlleva.**

Sin duda, un "plan Renove" no solo de coches sino de oficinas, sería fantástico. Y todo lo que eso conlleva para las empresas: mayor confort de los empleados, instalaciones adecuadas a medida de las empresas, en definitiva, mayor bienestar para los empleados que influye directamente en su productividad y con ella, en la de la empresa. En Actiu, no tenemos ninguna duda al respecto. Y más, cuando nuestras propias instalaciones son eso: un Parque Tecnológico que fue la primera industria europea en obtener el Leed Gold y con la que ahora intentamos trabajar una nueva certificación llamada WELL, que mira por las personas, por su bienestar y comodidad en el trabajo. Ojalá hubiera iniciativas del Gobierno para poder llevar a cabo la renovación de las empresas. Sería un cambio muy importante que los estamentos públicos y oficiales fueran conscientes de que, apoyando a las empresas a modernizar sus parques industriales, las ayudan a ser mucho más productivas y competitivas en mercados internacionales.

**Actiu es una empresa volcada a la exportación. ¿Cuenta Actiu con las suficientes ayudas autonómicas o estatales para facilitar este trabajo? ¿Sería necesario incrementar esta**

**política de apoyo a la internacionalización?**

En España, las empresas que apostamos por la internacionalización y ya hemos superado el tamaño de pyme, estamos muy limitadas en apoyo institucional. Lo que sí llevamos a cabo son acciones conjuntas con otras empresas en las cuáles demandamos, no tanto ayuda económica o subvenciones, sino la puesta en marcha de herramientas y medios que nos permitan avanzar en el proyecto de internacionalización. Somos conscientes de que actualmente es la única vía para ganar tamaño y ser competitivos, pero necesitamos que el Gobierno se involucre en este sentido. Además, existen pequeñas iniciativas que ayudan a la formación y crecimiento de las empresas, como por ejemplo Cre100do, creado por la Fundación Innovación Bankinter, el ICEX y el Círculo de Empresarios que tiene como objetivo respaldar a un centenar de empresas medianas españolas para que puedan crecer, expandirse a nuevos mercados y abrir el camino a muchas otras. Sin embargo, esta estupenda iniciativa es un pequeño empujón en un camino en el que deberían existir cientos como ésta.

**Estáis presentes en citas como Neo-Con u Orgatec. ¿Sería adecuado que Feria Hábitat se inclinara hacia el sector del contract? ¿Es necesaria una feria especializada y focalizada 100% en contract en España?**

Respecto a la feria, y a Valencia, seguiremos apoyando el proyecto, pero todas las ferias necesitan especializarse, ofrecer algo más, además del propio evento. Milán es un claro ejemplo de ello: la ciudad se vuelca, la cultura... ofrecer algo por lo que vale la pena el viaje, algo que supone un valor diferencial con otras ferias similares. Es una pena que la feria de Valencia hoy no sea la primera opción como lo fue. Para impulsarla es preciso tener una nueva mirada sobre la misma, apoyada por un equipo internacional y multidisciplinar que tenga un objetivo claro y pueda ofrecer una diferenciación con respecto a otros certámenes. ←



De izquierda a derecha: archivo y mesas largo, sillas de oficina TNK flex y armario Cubic.



# PURE: DISEÑO DESNUDO

La nueva colección de Porcelanosa Grupo combina maderas nobles y metal con su elemento base: el Krion.

**TEXTO: REVISTA DÚPLEX**  
**FOTOGRAFÍAS: PORCELANOSA GRUPO**

La nueva colección de baño desarrollada por Porcelanosa Grupo basa su concepto inicial en la relación intrínseca entre agua y pureza. El nombre escogido, *Pure*, no es por tanto casual, sino que responde a una premeditada ausencia de elementos superfluos que distraigan la atención sobre la aparente sencillez y funcionalidad de la nueva colección.

En *Pure* se combinan formas orgánicas con elementos geométricos y rectilíneos. El propósito es el de obtener diseños fáciles de entender, funcionales y adaptables a cualquier entorno. Al igual que sucede con el agua, las piezas creadas para *Pure* fluyen por sí mismas, sin necesidad de introducir adornos que distorsionen el concepto inicial.

Otra de las características más destacadas de *Pure* es su extensa carta de posibles combinaciones. Nada se ha dejado al azar y *Pure* aglutina un seno simple exento y otro integrado, seno doble, y lavabo con peana. Un abanico que permite una adaptación máxima a distintos ambientes, completado por muebles que ofrecen espacio de almacenaje, ya sean abiertos o cerrados. *Pure* se completa con una bañera y distintos elementos auxiliares de almacenaje auxiliar, espejos, jaboneras y banquetas.

Senos, encimeras y bañeras se han realizado mediante el empleo del Krion, material que en *Pure* se fusiona con maderas nobles usadas para mobiliario auxiliar como roble, fresno blanco y nogal. Otro rasgo definitorio son los acabados en cobre o negro para los complementos metálicos. ←





YONOH: "EL KRION POSIBILITA UNAS FACILIDADES TÉCNICAS QUE OTROS MATERIALES NO PUEDEN OFRECER"

**¿Supone Pure una continuación conceptual de colaboraciones anteriores con Porcelanosa?**

Yonoh: *Pure* es una colección mucho más completa que *Vintage* y que pretende llegar a un público más amplio. Ambas colecciones comparten un estilo estético en cuanto a pureza, elegancia y detalle, pero se inspiran en conceptos distintos. *Vintage* bebe de los clásicos lavabos de porcelana apoyados sobre estructura de madera y *Pure* se inspira en el agua, en la sobriedad.

**¿De qué forma ha evolucionado vuestra relación con Porcelanosa?**

Y: Es muy interesante poder tener una relación más estrecha con una empresa, sobre todo, si es una compañía como Porcelanosa. El trabajo colaborativo con ellos es muy interesante y aprendemos muchísimo. Es genial que una empresa tan grande sea a la vez tan cercana en el trato. Esto permite desarrollar mucho mejor nuestro trabajo. Además, es una empresa con muchos recursos que pone a tu alcance.

**¿Qué aporta el trabajo con un material como Krion? ¿Es un material "fácil" a la hora de conjugarlo con otros, caso de metal o maderas nobles?**

Y: Krion es un material que podemos trabajar en molde o en plancha y que desde el principio nos pareció perfecto para mezclarlo con maderas y metales. Con el Krion podemos ser muy creativos, el material ofrece unas posibilidades técnicas que otros materiales no pueden ofrecer. Además, el trabajo en molde permite detalles que de otra forma serían imposibles. El acabado es un blanco suave y sedoso que combina perfectamente con el negro y cobre de las estructuras y la madera de los muebles.

**¿Podéis explicarnos el proceso de colaboración con Porcelanosa y los tiempos de desarrollo de una colección?**

Y: Desde el inicio buscábamos una colección completa, fácil de entender y capaz de ubicarse en distintos ambientes. El proceso de trabajo con ellos se basa en una relación estrecha, en la que ambos colaboramos en el desarrollo del diseño para conseguir un producto competitivo y atractivo. El tiempo de desarrollo suele ser un año. Aunque son colecciones complejas y amplias, con un equipo como el de Porcelanosa, somos capaces de acortar plazos. ←

**VINTAGE, UN HOMENAJE A LOS ANTIGUOS LAVABOS DE PORCELANA**

La trayectoria de colaboración de Porcelanosa con estudio Yonoh arrancó con la colección *Vintage*, desarrollada para la marca L'Antic Colonial. *Vintage* se establecía como una mirada nostálgica al pasado, adaptando al presente los antiguos lavabos de porcelana situados sobre estructuras de madera. El objetivo en aquella ocasión era el encontrar piezas ligeras que resaltarán las cualidades del mármol.





# Innovación textil, clave en el confort de los espacios hoteleros

La compañía valenciana Equipo DRT incrementa los proyectos enfocados al canal *contract*, con el acento puesto en los hoteles de alta gama.

**TEXTO: PACO BALLESTER**  
**FOTOGRAFÍAS: D.R.**

**A**l igual que sucede en otros ámbitos como el del mueble o el azulejo, la importancia del canal *contract* en el sector textil continúa ganando importancia año tras año. Esta tendencia, global, tiene su reflejo en ferias del calendario nacional e internacional como Home Textiles Premium (Madrid) o Heimtextil (Frankfurt), posiblemente la cita más importante del calendario ferial textil internacional. Estar al tanto de las tendencias internacionales o el cara a cara con prescriptores son motivos más que suficientes para que las empresas del textil tengan marcados en rojo las fechas de estos certámenes. Un ejemplo de ello lo encontramos en la editora textil Equipo DRT, asentada en Valencia pero con una clara vocación internacional. Para Equipo DRT la asistencia a ferias es primordial

a la hora de atender de primera mano las peticiones directas de los clientes, en busca de soluciones innovadoras para sus proyectos. Pero el factor diferenciador radica en la conversación con aquellos responsables de selección de materiales, en cuyas manos está el responder de forma satisfactoria a la experiencia que demanda el cliente final. Arantxa Porter, responsable del área de Marketing de Equipo DRT, apunta en esta dirección: “cuando un arquitecto tiene un idea y tú, como empresa, le das el servicio que permita que esta idea se materialice, este hecho se convierte en verdadero motor de innovación”.

Esta empresa valenciana ha detectado un incremento anual de negocio derivado del canal *contract* durante los últimos años. Pese a que el porcentaje sobre el volumen total de negocio oscila anualmente, Porter destaca que el número de operaciones ligadas al



### ORFEO, INNOVACIÓN PARA EL CONFORT ACÚSTICO

La satisfacción de los clientes de hotel está íntimamente relacionado con el confort acústico (ruido y silencio que perciben en diferentes espacios, entre los se encuentra su habitación). La colección Orfeo de equipo DRT es un conjunto de telas diseñadas para la decoración textil enfocada al sector del contract, certificadas según normativas ISO de absorción acústica y aislamiento acústico.

Orfeo permite mejorar el confort acústico de dos formas: reduciendo la reverberación de sonido y ecos del interior de la habitación, y por otro lado, aislando al 50% los ruidos procedentes del exterior.

Los test de laboratorio realizados para certificar las propiedades de absorción interior del eco han dado el 0,6 (en una escala del 0 al 1), una cifra muy alta para una tela, ya que el máximo que puede obtener un material (sea cual sea su naturaleza) es de 1. Es decir, las telas de la colección Orfeo garantizan una mejora del 60% en la absorción de la reverberación del sonido. Respecto al exterior, las cortinas Orfeo aísla en un 50% el ruido procedente de la vía pública.

contract "aumenta año tras año". Muchas de estas operaciones parten desde el ámbito local para alcanzar relevancia internacional. "Buen número de nuestros clientes tienen su base de operaciones en nuestro país aunque posteriormente los proyectos son desarrollados en Rusia, África o Golfo Pérsico". Para Equipo DRT, Londres o Milán son otras de las capitales internacionales desde las que surgen oportunidades de negocios en contract. Porter señala el trabajo conjunto con RED-AEDE o citas enfocadas al sector hotelero como InteriHotel (Barcelona) como oportunidades de búsqueda de negocio con clientes locales con proyectos internacionales bajo el brazo. Pese a que cada uno de estos proyectos es distinto al anterior, Equipo DRT emplea las mismas herramientas, "servicio, diseño y profesionalidad" para resolver encargos en los que



intervienen distintos departamentos: producto, comercial y logístico, ya que como señala Porter, "tan importante es la oferta comercial como entregar el producto en plazo". Con el hándicap añadido de un canal como el contract que requiere de un mayor grado de esfuerzo y recursos al ser un canal exigente y en el que se trabaja a largo plazo.

Una de las áreas de trabajo en la que de un tiempo a esta parte está incidiendo en mayor grado Equipo DRT es el enfocado a los hoteles de carácter exclusivo u hoteles-boutique. Estos hoteles, con un marcado matiz diferencial, buscan la singularidad a través de una propuesta experiencial en la que siempre está presente el diseño. "Encontramos hoteles -puntualiza Porter- en busca de una línea sostenible y por ello cuentan con tejidos upcycled, telas recicladas empleadas en cortinas de habitaciones y zonas comunes". Otros establecimientos en los que la compañía textil tiene puesto el foco son aquellos hoteles que buscan el confort acústico, una de las preocupaciones actuales de arquitectos y diseñadores de interior. Esta inquietud casa con la importancia del factor experiencial en relación con el cliente. Los hoteles, es obvio, "quieren clientes muy satisfechos, que vuelvan a hospedarse o recomienden a otros", añade Porter. "Por ello se esfuerzan en que esta experiencia sea 100% positiva, pero además, en 360º". Por tanto, se desea que el huésped se encuentre cómodo y pueda descansar en habitaciones sin ruidos, olores, con tejidos confortables y luz ajustada. También, que el cliente pueda disfrutar de zonas comunes en las que celebrar reuniones o simplemente disfrutar de momentos

de relax. Se trata de cuidar todos los sentidos, no sólo el de la vista.

Una parte fundamental de esta experiencia satisfactoria radica en la elección de telas adecuadas para las habitaciones que deben cumplir tres parámetros: diseño exclusivo y diferenciado, cumplir con la normativa exigidas en el proyecto y disponer de una resistencia superior a los tejidos producidos para el hogar. El centro y casco histórico de ciudades está viendo de un tiempo a esta parte la proliferación de hoteles-boutique, con un número limitado de habitaciones, asentados en edificios históricos rehabilitados integralmente. El cliente se encuentra alojado en el corazón de la ciudad, pero a cambio, tiene el riesgo de estar sometido a mayores niveles de ruido. El textil se convierte entonces en material clave para mejorar el confort acústico de estos espacios. Cortinas, colchas, entelados de pared y alfombras ayuda a reducir el eco de la habitación y a reducir la entrada de ruido tanto desde el exterior como desde los dormitorios contiguos.

En estos tejidos, la solución técnica disfruta de la misma importancia que el diseño, más allá todavía, las soluciones técnicas forman parte del diseño, ya que cuando el tejido comienza a ser desarrollado cuenta con la innovación técnica como base. Cada colección producida desde Equipo DRT se desarrolla en un plazo de dos años o dos años y seis meses. Este plazo abarca desde el comienzo de la investigación hasta la introducción en el mercado, en distintas fases como diseños y colores, producción textil, pruebas técnicas y finalmente, presentación de la novedad. ←

# Diseño, herramienta de transmisión del valor empresarial



La identidad de la firma Gantes discurre en paralelo a una renovación de la marca que busca conjugar bagaje y autenticidad.

**TEXTO: PACO BALLESTER**  
**FOTOGRAFÍAS: D.R.**

La Plaza de Cánovas refugia actualmente el local comercial Gantes, firma que con anterioridad ha conocido distintos emplazamientos en Valencia, aunque sus inicios están localizados en la vecina Burjassot. La imagen empleada para anunciar su apertura en el Ensanche (año 2012) mostraba a Daniel Gantes, actual responsable de la firma, cruzando una avenida cargando a hombros un colchón. Una imagen divertida y potente, que funcionaba como metáfora de cambio pero también de recorrido, un camino en que trayectoria empresarial e identidad corporativa han discurrido en paralelo, acercando y separando sus caminos.

Al igual que casi cualquier otra empresa con casi 75 años de historia, Gan-



tes ha sufrido vaivenes en el proceso de construcción y asimilación no solo en cuanto a imagen corporativa sino también en referencia a su idiosincrasia empresarial. Como indica Daniel Gantes, "en la última década la firma ha llegado a una madurez en cuanto al mensaje que quiere comunicar. Este mensaje ahora vertebra cada acción y espacio en el que participamos".

Estos picos de sierra cristalizaron en las décadas de los ochenta y noventa, momentos en los que como el propio Daniel Gantes reconoce, "nuestra empresa no potenciaba su identidad sino que se apoyaba en marcas y proveedores para comunicar valores. En estos momentos la situación es a la inversa, habiendo un cambio de enfoque que ha permitido que Gantes se convierta en marca paraguas que aglutina una selección de productos que por sus características concuerdan con la filosofía de la empresa".

Este giro no ha sido casual. Para la firma valenciana el actual concepto empresarial proviene de un trabajo anterior en el que los valores emanados de la apuesta por el diseño han tenido un papel esencial. "A principios del 2000 las ventas crecían de forma exponencial, al calor de una economía general, pero por alguna razón no acabábamos de ver el rumbo. Se trataba de una época sin personalidad definida, en la que se consumía lo efímero y la novedad, olvidando apoyarse en valores atemporales".

En este contexto, el caso de Daniel Gantes es en cierto modo particular, ya que por aquel entonces afrontaba el relevo generacional en la compañía y no encontraba un camino concreto que permitiera adivinar la continuidad de la empresa. “Nos sentíamos perdidos e incluso se barajó la posibilidad del cierre. Tal vez porque habíamos vivido otras épocas de incertidumbre tuvimos nuestra catarsis en plena burbuja”. Daniel Gantes encontró en el ámbito de los profesionales del diseño y en EASD Valencia, centro en el que se formó, las herramientas, claves y lenguaje necesarios para entender tanto los valores que representaban

a Gantes como los mensajes adecuados para transmitir estos valores al exterior. De esta forma, y durante su trayecto empresarial, Gantes ha aplicado cada recurso aprendido siguiendo una lógica adaptada a su identidad empresarial. “No somos una empresa más, no somos un fake, somos un apellido, existe autenticidad, perseguimos representar el oficio y bagaje vivido desde 1944 al tiempo que tenemos una dirección joven que cultiva una visión internacional, contamos con una fuerte personalidad en el sector, un cimentado criterio por descubrir, somos una empresa singular que hace sentirnos marca”. ←



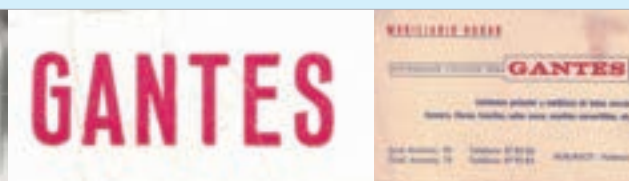
AÑOS 50



AÑOS 60



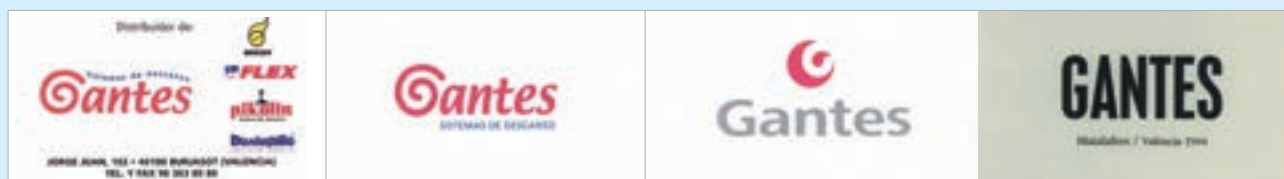
AÑOS 70



AÑOS 80-90



AÑOS 2000...



## EVOLUCIÓN ENCAMINADA A LA CREACIÓN DE MARCA

Al igual que sucede con la propia trayectoria de la empresa, la propia marca de Gantes ha variado su discurso a lo largo de los 75 años, con mayor o menor acierto. “No siento rechazo por ningún logo, porque representan momentos concretos de nuestra historia e incluso si me apuras, de la propia sociedad valenciana”. Algunos de estos diseños fueron realizados por profesionales, otros por el impresor de las tarjetas o el rotulista de los luminosos. Gantes incluso admite que uno

de ellos fue realizado por un primo estudiante de diseño, “quien hoy en día se horroriza al verlo”. La imagen corporativa de la empresa cambió al hilo de acciones concretas y particulares. “Destacaría el cartel realizado a mano por Agustín Oliver, que dada la tendencia actual hacia al lettering, creo que es una figura digna de estudio”. Daniel Gantes alude también a las aplicaciones para tarjeta diseñadas en los años 70 por la entonces innovadora imprenta Cromotipe, con Anto-

nio González a la cabeza. La última renovación de la marca partió de un proceso de análisis previo que permitió discernir de forma clara lo que la empresa necesitaba: “Teníamos muy claro lo que buscábamos: Potenciar el nombre por encima de cualquier logo. Ser marca. Una tipo de palo, en mayúsculas y condensado. Probamos con muchas tipos candidatas que se diferenciaban en pequeños detalles, y apareció la tipografía Placard y... lo demás ya es historia ¡Un flechazo!”. ←



## Carlos Martín / Fran Penalba (MOUET):

"La innovación sin diseño es una paradoja. El diseño sin innovación, el vacío"

TEXTO: DÚPLEX  
FOTOGRAFIA: D.R.

### Un diseñador de referencia.

Carlos: Naoto Fukasawa  
Fran: Ray & Charles Eames.

### Un objeto de referencia.

Carlos: La vinagrera de Rafael Marquina.  
Fran: Silla Plywood

### Un empresario de referencia.

Carlos: Elon Musk  
Fran: Steve Jobs

### Un rasgo distintivo de Mouet.

Calidad y diseño.

### Una decisión empresarial que tomasteis en el pasado y que cambiaríais si pudierais.

Quizá el número de modelos de la primera colección. Echando la vista hacia atrás, todo es más fácil y creemos que hemos diseñado la colección entera con un gran porcentaje de acierto. Pero quizá diseñamos demasiadas referencias (125).

### Una decisión empresarial que tomasteis en el pasado y de la que no os habéis arrepentido.

Fabricar en España y diseñar nosotros. Creo que es el signo más distintivo. Toda una aventura y riesgo, pero creo que es el cuño Mouet.

### Mouet surgió en el momento adecuado porque...

Observamos que se estaba (y se está produciendo) un cambio en cuanto a consumo. Las marcas independientes se están posesionando muy bien en incluso haciendo competencia a las grandes. En el sector óptico no es menos. Así que lanzamos Mouet de la manera más honesta posible: gafas de calidad para personas normales.

### El proyecto Mouet se encuentra en estos momentos en una situación de...

Expansión y crecimiento. Queremos vender en la mayoría de países europeos. En Alemania y Holanda ya estamos, pero ahora toca afianzar y elevar el número de ópticas. Estamos en la búsqueda de una entrada de capital externo para poder acelerar el proceso.

### En un futuro próximo Mouet será...

Queremos ser una marca de referencia en cuanto a calidad, diseño y comunicación. No solo en el sector óptico, claro.

### Os consideráis diseñador/arquitecto, empresario o una amalgama de ambas cosas?

Yo creo que somos dos creativos lo suficientemente locos como para gastarse todo su dinero en una idea.

### Un empresario del sector del diseño debe tener siempre en cuenta...

Que el concepto diseño sigue siendo una incógnita para mucha gente y hay que tener mucha paciencia, sobretodo con los proveedores. Muchas veces nos olvidamos y nos toca explicar cosas muy básicas y elementales que nosotros ya dábamos por hechas.

### Una empresa inmersa en el sector del diseño necesita...

Apoyo financiero, un objetivo muy claro y paciencia.

### Una empresa del sector del diseño debe evitar a toda costa...

Competir solo con el precio. Las cosas valen su dinero y punto.

### La innovación es imprescindible en el sector del diseño porque...

Diseño e innovación van de la mano. La innovación sin diseño es una paradoja, y el diseño sin innovación es vacío.

### Llevar una empresa a caballo entre Valencia y Londres tiene ventajas como...

Diversificación. Otros puntos de vista y ventajas para llegar a otros clientes, otros países de manera más sencilla, contactos y presencia. En definitiva, nos da más perspectiva.

### Llevar una empresa a caballo entre Valencia y Londres tiene como handicap...

El evidente problema de no estar sentados en una misma mesa y discutir todo... El día a día es una cosa que echamos de menos.

### El sector del diseño se encuentra en una situación de...

Evolución, cambio, transformación. El diseño se adapta muy rápido. A la industria del diseño le cuesta muchísimo, por eso siempre hay esa desconexión entre empresa y diseño. Pero hay empresas que ahora parece que se suben al carro del diseño. Ahora es responsabilidad de los proyectistas hacer esta transición de manera correcta. Hay veces que pienso que el peor enemigo del diseño es el propio diseñador.

### El sector del diseño necesitaría...

Enfocar su comunicación a través de asociaciones. Las instituciones son las primeras que deben practicar con el ejemplo. Y por supuesto la educación. Desde las escuelas y colegios se debe hacer hincapié en la cultura de consumo. España tienen muy mala cultura de consumo.

### El mayor hándicap para una empresa reciente como Mouet es...

Por un lado, hacerte oír. Que la gente te conozca y que el mensaje que quieres dar llegue de la manera más adecuada. Y por otro, asumir que no vas a llegar a todo el público: hay gente que seguirá siendo fiel a las gafas de 20€ de moda. Nosotros no perdemos ni un minuto en entrar en esa batalla, porque no es la nuestra.

### Una gran ventaja para una firma de nuevo cuño como Mouet es...

En nuestro caso nuestra experiencia y formación. Sabemos que haciendo las cosas bien y paciencia, llegaremos a donde queremos ir. ←



**equipo drt**  
talking textiles



[www.equipo-drt.es](http://www.equipo-drt.es)

# LAIMPRENTA



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

Tel. +34 961 341 277. Fax +34 961 340 382

