No. 105
28-12-12

$80.oo
www.a.com.mx

CITEM 105
7 52435 19605 5

COPAMEX
El gran papel de México
Papel: VERGÊ PLUS
DIAMANTE 220 grs.

IN MEMORIAM
DANIEL SCHWEBEL

GLOB-ALL MIX
CARTELES POR UN MUNDO SUSTENTABLE

TOLOACHE
UN NEGOCIO MUY SERIO

ABSOLUT MEXICO
BY DR. LAKRA

ARG COMUNICACION
CONSTRUIR EXPERIENCIAS DE COMPRA

POST TYPOGRAPHY
TIPOGRAFIAS CONCEPTUALES

MIS LETRAS NO SE CALLAN
40 AÑOS DE NIKE CORTEZ

a! DISEÑO SE IMPRIME EN
GP IMPRESIONES de México, S.A. de C.V.

DIN
ESPACIOS QUE CUENTEN HISTORIAS

Aurelio Vázquez

Casa A.P.

"Primero tienes que ver a dónde quieres llegar, y no la foto final, sino qué quieres transmitir, qué es lo que el espacio le debe contar al usuario"

Con más de 20 años de experiencia diseñando espacios y arquitectura de interiores, Aurelio Vázquez es un creativo incansable en búsqueda de innovación e integración en el diseño.

Sus proyectos son totalmente diferentes entre si, no obedecen a estilos modas o deseos del cliente, sino a los requerimientos del proyecto. El diseño cumple y está en función de quienes ocuparán ese espacio, siempre con la posibilidad de ser sorprendidos y de ser superados en sus expectativas.

por Francisco Santiago y Antonio Pérez Iragorri

Hotel Pop Life

Aurelio Vázquez es egresado del Instituto Artístico de Enseñanza de Madrid en España. En 1990, de regresó en México inició su carrera profesional y lleva 20 años al frente de su propio despacho, que hoy se llama simplemente DIN interiorismo. En esta entrevista nos comparte su trayectoria y experiencia en el diseño.

¿Cómo inicias en el diseño de interiores?

Cuando terminé la preparatoria, mi familia tenía negocios de venta de muebles, lo cual me gustaba, así que cuando terminé la preparatoria analicé las opciones de dónde iba a terminar trabajando y llegué al diseño, así fue mi proceso. Mis opciones eran diseño industrial o diseño de interiores, y me decidí por la segunda opción, pero en la Ciudad de México sólo se impartía en la Universidad Motolinia que era exclusiva para mujeres, así que me fui a estudiar a España, al Instituto Artístico de Enseñanza, en Madrid. Me fue bien porque se sumó la experiencia de la carrera más la de estudiar en otro país; el contacto con una cultura que en muchas cosas es muy cercana a nosotros pero en otras como en el diseño va unos pasos adelante.

Cuando regresé a México, en 1990 fundé mi primer despacho de diseño de interiores, con el nombre de Cidd Proyectos. En ese momento era un poco avanzado; éramos 40 personas, en 500 metros cuadrados, con área de exhibición de productos. Al principio funcionó muy bien, tratando de evangelizar a los clientes en el tema del diseño de interiores; en aquella época el problema era convencer a la gente de que las ideas de diseño tienen un costo.

Nos fue muy bien hasta la crisis económica de 1996, cuando uno de los sectores más golpeados fue la industria de la construcción, y en consecuencia el diseño de interiores. Bajó mucho nuestra actividad hasta 1999, cuando retomamos el camino con un esquema mucho más pequeño y ya no sólo como venta de productos sino como venta de proyectos, y comenzamos de nuevo a crecer, pero ahora con el nombre de Diseño In.

Cuando le preguntamos al cliente qué es lo que necesita, muchas veces responde qué es lo que quiere

Eno

Departamento Chelu

Hoy, después de más de 20 años, y luego de un rediseño total de imagen, para llamarse ahora DIN Interiorismo, el despacho está consolidado con una trayectoria y un portafolio importante de proyectos y clientes. Hoy somos 15 personas haciendo de todo un poco, hoteles, restaurantes, casas, oficinas y lo que se presente. Y cada día con una visión de ampliar este abanico de servicios que ofrece el despacho.

Tienes una formación académica como diseñador de interiores, sin embargo tu experiencia te ha dado la posibilidad de incursionar más allá. ¿Hoy cómo te defines?

He estado expuesto a muchos ámbitos del diseño, tradicionalmente con los colaboradores del despacho, donde hay diseñadores industriales, arquitectos, ingenieros... entonces acaba enriqueciéndose mucho mi actividad. Se enriquece la profesión, todos los días aprendes, te vas rodeando de gente que va aportando mucho conocimiento. Hoy me defino como diseñador, ya no sólo como interiorista, sino un profesional del diseño con una visión mucho más amplia.

¿Cómo es tu relación con los clientes, cómo conduces tus proyecto para llevarlos hacia los requerimientos del usuario final?

Muchas veces los clientes piden "lo que quieren" que no necesariamente es "lo que necesitan". Si como diseñador te quedas con lo que quieren, el resultado del proyecto puede ser muy malo porque eso no necesariamente los les ayudará a lograr sus objetivos. Debemos detectar qué es exactamente lo que el cliente necesita y combinarlo, un poco, con lo que quiere; llegar a un balance perfecto.

Cuando le preguntamos al cliente qué es lo que necesita, muchas veces responde qué es lo que quiere; nuestro trabajo es aportar una visión desde afuera y más fresca; en muchas ocasiones somos traductores de sueños. Esa primera lectura del requerimiento del cliente, es equivalente al trabajo de un sastre que va a hacer un traje y que debe tomar las medidas de su cliente; si están mal tomadas el traje no va a quedar bien, o también, si el cliente pide un pantalón bombacho con pinzas y es gordito va a parecer una botarga, porque lo que necesitas es un pantalón con un corte recto.

También hay otro caso al que llamo efecto "Nicole Kidman", y es cuando una señora llega a la estética con revista en mano con una foto de Nicole Kidman y pide un corte idéntico al de la actriz, sin saber si funciona igual para ella. Es como si un cliente llega con nosotros con una revista de interiorismo y nos dice "así quiero mi casa", y nosotros, igual que la peluquera, podemos decir "yo te lo corto, pero no te vas a ver como Nicole Kidman". Es mejor decirle al cliente que la información que nos ofrece es solamente una referencia, pero como la peluquera o el sastre, vamos a cortarle el pelo o el traje que funcione mejor con respecto a su color de piel, talla, estatura, y entorno. Lo mismo pasa con el interiorismo, y creo que pasa también en muchas de las disciplinas del diseño.

Barrilito

Tu trabajo va de la mano con la arquitectura, ¿en qué momento termina el trabajo del arquitecto y en qué momento comienza el trabajo del interiorista?

No es como una carrera de relevos donde uno le pasa la estafeta al otro, es una carrera en equipo. Lo ideal sería correr simultáneamente desde el principio, de la mano; conceptualizando el proyecto como uno solo, no el proyecto del arquitecto y el proyecto del interiorista sino el proyecto del cliente.

Hay una serie de profesionales que se involucran en cada proyecto para que salga bien. Y al final hay un solo resultado, no se puede partir, trabajamos juntos tratando de alinear nuestros objetivos. En los proyectos que involucran a un arquitecto que entiende esta problemática y está de acuerdo en que hay que trabajar en conjunto, los resultados son maravillosos. Cuando no es así los resultados son terribles porque se vuelve una batalla campal: "de aquí para acá me toca a mí y de aquí para allá te toca a ti".

Luego hay otro ingrediente: el cliente, quien puede fomentar este trabajo en equipo o puede ser otro elemento que disocia y divide. Cuando me preguntan cuáles son los proyectos más difíciles, yo digo que no hay proyectos difíciles o fáciles, sino clientes difíciles o fáciles. Los proyectos tienen una problemática y una metodología similar; la diferencia radica en que el cliente sea un facilitador o no, pero también depende de la relación con todos los involucrados, pueden ser los arquitectos, los de presupuestos, o los abogados. Pueden ser facilitadores o una piedra en el zapato.

¿Cuáles son los principales elementos que consideras en tus diseños, mobiliario, luz, color, texturas...?, ¿cómo trabajas con ellos?

Yo creo que el análisis va al revés, primero tienes que ver a dónde quieres llegar. Y no la foto final, sino qué quieres transmitir, qué es lo que el espacio le debe contar al usuario. Eso es lo primero que debes tener muy claro; luego el mobiliario, el color, la iluminación, que son los ingredientes con los que se construye un espacio habitable, con los que se prepara la mezcla para lograr contar una historia y construir sensaciones, no al revés.

Hay colegas que seleccionan primero las sillas o el comedor, pero creo que no debe ser así, lo primero es saber qué es lo que quieres transmitir y luego cuando pones algo que no comulga con esa historia bien definida, automáticamente se auto excluye. Tenemos que ayudarle a los clientes en esta definición.

De estos ingredientes que mencionas, ¿tienes alguno con el que te identifiques más, uno favorito?

Me encanta el color, creo que es extraordinariamente bueno para ayudar a transmitir sensaciones y lo utilizo mucho. No creo en estos espacios puros y blancos, salvo que eso sea lo que queramos transmitir. Pero tradicionalmente en México no somos así, somos de color, de ruido, de texturas; somos alegres, somos como muéganos, nos encantan las reuniones. No somos color blanco, somos multicolor. Otro elemento es la iluminación, es básica. Un proyecto regular con una buena iluminación se arregla, pero un proyecto bueno con una mala iluminación lo hechas a perder. Al final, es el conjunto de elementos.

El Corte Inglés

CASO DE ESTUDIO:
Sumit AM

Ubicación: *México, D.F.*

Fecha: *2010*

Diseño de interior: *DIN Interiorismo, Aurelio Vázquez*

Equipo de trabajo: *arquitectos Ana Esther Baranda, Dorian Ari Lumbrera y Erick Joel Rodríguez, y el diseñador industrial Alberto Martínez de Velasco.*

Construcción: *1300 m^2*

Arte y gráficos: *El Cejas*

El primer reto que nos presentó este proyecto fue el rescate de la construcción del edificio, realizado a mediados de los años 80 con una planeación deficiente, que además se encontraba en total deterioro. La primera prioridad fue resolver las fallas estructurales para dar cabida a los espacios requeridos por la empresa. El edificio en su totalidad tiene aproximadamente 1,300 m^2 de construcción y en estos se planearon los siguientes espacios: área de recepción, dos salas de exhibición, dos terrazas, dos áreas operativas con 15 puestos de trabajo cada una, dos oficinas ejecutivas con un espacio compartido para una asistente y un piso ejecutivo en el que se incluyeron una sala de consejo, sala de TV-bar, gimnasio y baño.

En la operación de la empresa se identificaron dos tipos de actividades, por lo que fue muy importante racionalizar los espacios considerando las áreas de la operación diaria en combinación con los espacios destinados para las actividades ejecutivas. Flexibilidad, confort y privacidad fueron las premisas que marcaron el desarrollo de cada una de las áreas; utilizando los acabados seleccionados para muros y pisos para marcar las diferencias entre cada una.

La sala de exhibición principal es de doble altura y esta se utilizó para dar amplitud al espacio y replicar la sensación de un parque de juegos, uno de los principales giros de la empresa. Se colocó un piso vinílico en tonos metálicos que tiene una gran franja en color verde limón que marca el acceso. Todo el espacio se integra con el siguiente nivel por medio de una escalera de cristal y acero inoxidable que dirige el camino a las oficinas ejecutivas. Todo el colorido y dinamismo de esta sala de exhibición se intensifica por el generoso uso de luz natural, que por la noche se reemplaza por un sistema de iluminación que permite generar varios ambientes.

Las oficinas ejecutivas fueron diseñadas con el apoyo de cada uno de los socios, por lo cual el aporte de sus necesidades junto con su personalidad fueron puntos clave para el diseño de todo el espacio. En cada caso se desarrolló mobiliario especial fabricado en Tzalam para crear la combinación perfecta con el mobiliario ejecutivo italiano.

En las áreas operativas el trabajo individual y en equipo marcó la selección de los elementos que resultó en espacios agradables visualmente pero muy eficientes, con una combinación de colores base y de acento. En el área privada de los socios se consideraron tanto las actividades diarias como las de relajación, para lo que se hizo una ligera división entre la sala de consejo y la sala TV-bar mediante una puerta corrediza de cristal.

La comunicación con el cliente y su confianza en el trabajo profesional de DIN Interiorismo, permitieron desarrollar un espacio en el que todos los detalles fueron considerados. El adecuado diseño interior de estos espacios le ha dado a esta empresa un lugar que les permite trabajar de acuerdo a sus necesidades presentes y crecer en el futuro.

Hotel Howard Johnson

Pero una mezcla de buenas ideas juntas no necesariamente dan un buen producto final. Puedes tener una excelente alfombra, con una excelente silla, con una excelente lámpara, con un excelente tapiz, pero si entre ellos no hablan el mismo idioma y los pones juntos, el resultado es espantoso. Nosotros no vendemos productos, vendemos espacios, vendemos lo que está contenido en el aire; pero no vendemos sillas, ni alfombras.

Hoy en DIN Interiorismo trabajan en muy distintos proyectos, ¿Hay alguno en especial en donde te sientas más cómodo?

Todas las áreas del interiorismo tienen su propia problemática y todas tienen un grado de satisfacción. Creo que las más difíciles son las casas, llegan a ser muy complejas porque las decisiones pueden ser muy pasionales y hasta un poco irracionales, lo que no sucede en espacios corporativos, donde son más institucionales y racionales. En algunas casas te involucras demasiado en cuestiones de sentimientos, de estructuras familiares, de situaciones personales; fibras emocionales que a veces son muy complejas de tratar.

¿Te ha sucedido que te llaman para el proyecto de una casa y al final de la primera entrevista con el matrimonio sospeches que esa joven familia no durará más de dos años casados?

Si, y es un desastre. Te vuelves medio sicólogo y debes lidiar con ambos en el proyecto, es como una pesadilla y quizás el proyecto lo único que logre efectivamente es acelerar el proceso de divorcio. También hay casos donde dices: "pobres niños, van a crecer traumados con estos papas". Y otros más donde logras un grado tremendo de intimidad, desde saber dónde y cómo guarda su ropa interior la señora de la casa, después de saber esto, automáticamente se rompe el hielo y a partir de ese momento ya eres el confidente.

Pero también hay clientes y familias con quienes se goza trabajar y por esta cercanía llegan a ser grandes y entrañables amigos a los que conoces mejor que muchos de sus amigos, porque sabes como duermen, como comen, sabes como operan en la familia.

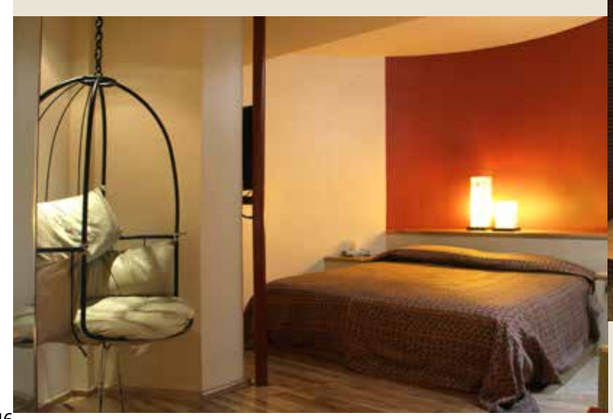
La parte que está más pegada a los negocios también es muy enriquecedora porque acabas aprendiendo de todo. Haces una zapatería y aprendes de zapatos, y haces una oficina de publicidad y aprendes de publicidad. En las casas aprendes menos, aprendes más de la gente y en los corporativos aprendes de los diferentes negocios y siempre es agradable saber de más.

¿Cómo incorporas el tema de la moda en tu trabajo?

Hay que tener mucho cuidado con las tendencias, cuando llegan del extranjero tendrían que ser pasadas por un tamiz, para ser tropicalizadas; no lo digo desde un punto de vista negativo sino que debemos adaptarlas a la cultura mexicana. Por ejemplo, cuando el minimalismo se puso de moda en todo el mundo y llegó a México, tuvo éxito relativo. Tengo la teoría de que cuando le entregas una casa minimalista a un mexicano, 15 minutos después el minimalismo salta por la ventana. Es un error tomar tal cual una moda o tendencia y tratar de aplicarla en México, creo que todo tiene que pasar por un tamiz, es como traducirlo.

También tenemos que generar nuestras propias tendencias, que se enriquecen de lo que pasa en el país y de lo que viene de fuera, y hacer una gran mezcla. Debemos ser un país cada vez más maduro, que nuestras propuestas de tendencias sean mucho más sólidas y cada vez tengan un menor contenido externo.

Hotel Piramides Valle



Debemos tener muy abiertos los ojos, no sólo en las tendencias de lo que pasa en el diseño, sino lo que pasa fuera del diseño, como en las nuevas formas de trabajar, nuevas formas de vivir; las nuevas estructuras familiares, las nuevas estructuras sociales, no es diseño pero si debemos considerar por ejemplo que antes el esquema de trabajo era que todos los empleados estuvieran en una gran oficina tipo caballeriza casi sin comunicación alrededor y hoy día se propicia la comunicación y el trabajo en equipo en espacios abiertos. Obviamente, esto afecta al diseño. Antes, las estructuras familiares eran papá, mamá y siete hijos, hoy es papá y mamá, papá y papá, mamá y mamá, o mamá soltera y uno o dos hijos; la historia cambia y las tendencias tienen que partir de lo que está sucediendo en el mundo.

Hablando de moda y tendencias, ¿cuál puede ser la temporalidad, la vigencia de un espacio diseñado?

En la parte del diseño de interiores, la moda se actualiza en periodos de tres a seis meses, en la arquitectura es mucho más largo porque son obras que duran años. Los interiores no dejan de ser obras efímeras. A diferencia de los arquitectos que quieren hacer el edificio que trascienda a ellos y lleve su nombre, los interioristas hacemos un proyecto, lo disfrutamos, lo presumimos y después de un periodo llegas y le dices al cliente "a lo que sigue".

Calculo que en los interiores en un periodo de seis a ocho años, tienes que darles una actualización; pero en un periodo de nueve a 12, es necesaria una remodelación total, sobre todo en los hoteles. Un hotel diseñado hace 12 años, hoy nos parece prehistórico.

Una oficina conceptualizada hace 12 años no tiene nada que ver con la forma en la que se trabaja hoy, y no me refiero a la moda, hoy se busca conexión inalámbrica permanente en todos lados y trabajo en equipo, y no necesariamente en un escritorio; hoy un Starbucks puede ser tu lugar de trabajo. Debemos entender que en el diseño de interiores los ciclos son más cortos.

¿Cuál es tu fórmula o receta para trabajar con el entusiasmo que te caracteriza, en lo personal y en tus proyectos?

Soy apasionado de lo que hago, creo que es uno de los ingredientes indispensables para este trabajo y para cualquier otro, ser apasionado y que te encante lo que haces•

DIN INTERIORISMO

Es una empresa especializada en el diseño de espacios y la arquitectura de interiores en México con 20 años de experiencia. Todos sus proyectos son el resultado de la adecuada combinación entre creatividad, funcionalidad, originalidad, innovación y calidad.

Crean espacios estéticos y funcionales para la vida, el trabajo y los negocios de acuerdo con la personalidad y necesidades particulares que cada uno de ellos requiere.Cuentan con el apoyo de un equipo de diseñadores, arquitectos, profesionales de la construcción, el diseño gráfico, la decoración y todas las disciplinas que sean necesarias para desarrollar el mejor proyecto para sus clientes.

Todos sus clientes son únicos y lo más importante para su equipo es respetar la personalidad, necesidades y objetivos de sus espacios. Estas tres premisas son las que dan sustento a las alternativas y soluciones que ofrecen. Cada proyecto es un reto en el que trabajan desde una óptica multidisciplinaria e integral. Desarrollan proyectos en las siguientes especialidades: hotelería, residenciales, comerciales y corporativos.

Algunos de sus clientes son: Casa Palacio, Grupo Imagen, Nouvel Studio, Eno, Excelsior, Grupo Empresarial Angeles, Coneval y el Senado de la República entre muchos otros.