

Diseño



con porte escenográfico

Dis. de Int. Diego AGUILAR HERRERA

Su extenso recorrido, con tan solo 37 años de edad, parece ser una pequeña escala en el camino que se ha trazado el Diseñador de Interiores **Diego Aguilar Herrera**. Él es quien gerencia el **Estudio GRUPO-CINCO (G5)** que es la fusión de *Eki Uruguay* (Estudio de Interiores), *HP Uruguay* (Estudio de Arquitectura), *HP España* (Estudio de Arquitectura), *Boutique Creativa* diálogo México y *Phaylos Diseño de Interiores* de Brasil. Una mezcla de esta índole tuvo como objetivo desde el comienzo lograr un alto nivel de calidad entre diseño y arquitectura. Esta unión ya lleva 3 años trabajando extraterritorialmente, se define como un lugar de encuentro conceptual de profesionales en diversos rubros bajo un mismo nombre y forma de encarar el diseño. Arquitectos, ingenieros, diseñadores, licenciados en artes plásticas y artes visuales, y diseñadores industriales han logrado un formato de trabajo cuya consigna es: *"explotar al máximo las herramientas para que den un plus de diseño en cada proyecto"* afirma Aguilar. Su función en el estudio, además de ser el diseñador responsable, es la de convocar profesionales externos y armar equipos según los requerimientos del cliente; es en definitiva quien en base a la demanda de cada proyecto organiza qué profesionales intervienen en cada uno de ellos. En mayor o menor medida, Diego se hace presente en casi todos los casos, de forma activa o desde la supervisión. *"Cuando*

ingresa un proyecto, dependiendo del área que abarque y qué profesional tenga mayor incidencia, se designa "el jefe del proyecto" y el resto lo asiste cuando es necesario" ejemplifica.

Diego se siente muy a gusto, convencido con esta optimización de sinergias a través de un estudio multidisciplinario y multicultural. La producción desarrollada ha incursionado en diversidad de escenarios: comercial, residencial, eventos, reformas, equipamiento y arte para publicidad. Incluso dentro del área residencial han cubierto un particular nicho de mercado: el diseño de espacios juveniles. Anticipábamos desde el título la expresión "con porte escenográfico", es que realmente el accionar de este equipo conlleva literalmente a la presentación de "una escena" como principio básico compositivo y estético. Tal vez sea la fantasía propia de la etapa adolescente que los inspira para la composición de un dormitorio juvenil, allí todo está perfectamente resuelto y temáticamente compuesto. Es como si una impronta escenográfica definiera el espacio. Esta capacidad es innata en el equipo, independientemente del área que aborden, es un sello que los distingue. En paralelo, la funcionalidad se bifurca por dos grandes rutas: la real y la efímera, aspectos que serán desarrollados por el propio diseñador en el transcurso de la nota.

“El diseño sobrepasa los límites de la decoración y ayuda a vivir con intensidad los ambientes en los que se generan atmósferas indescriptibles”.

Equipo multidisciplinario y multicultural.

Diego se graduó de la ORT en 2003, luego de ganar en 1999 una "beca oportunidad" del 100% gracias a cuatro empresas: ORT, Pinturas INCA, Metzen y Sena, y Fumaya. Señala que un breve pasaje por la Escuela de Diseño Industrial, que tuvo que abandonar por motivos personales, fue un complemento sumamente enriquecedor para su formación. Una vez en la órbita de un estudio ya conformado, comenzaron a llegar los reconocimientos: el primero en el año 2010 obteniendo una mención especial para el stand de Uruguay en la *Feria Internacional de Shanghai*. En este concurso no estaba prevista tal mención pero el jurado decidió otorgarla atendiendo a tales palabras: "... tomando en cuenta la originalidad e impacto visual de la propuesta". Explica Diego que para el equipo fue como haber ganado el primer premio. Fue su primer acercamiento a los concursos. En el año 2011 reciben el premio ADDIP a la Excelencia de obra realizada en la categoría de "Micro espacio comercial" con el proyecto de *Mistura* en Punta Carretas, y en 2012 nuevamente les fue otorgado el premio en la misma categoría con el proyecto de *Mininas*, una tienda de zapatos. De estudiante Diego fue socio de ADDIP, retomando el vínculo con la asociación ya de vuelta en Uruguay luego de su enriquecedora experiencia en México.

"El mercado uruguayo es inestable, tiene altas y bajas, y para mantenerse en las bajas es fundamental tener el estudio abierto a cualquier tipo de propuesta en el área de diseño y obra".

Colores y texturas para la meditación.

(Fotos: Martín HERRERA)

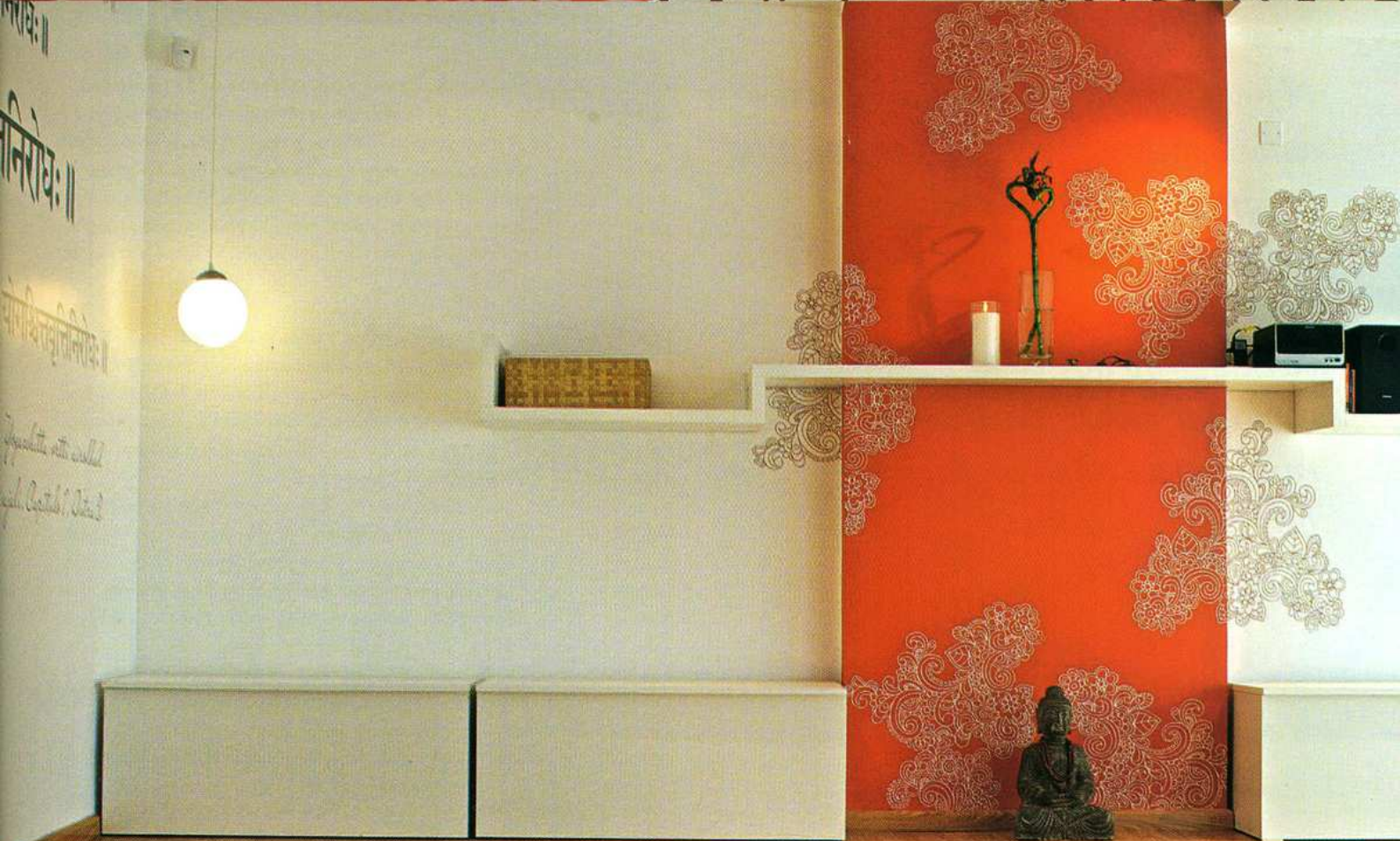
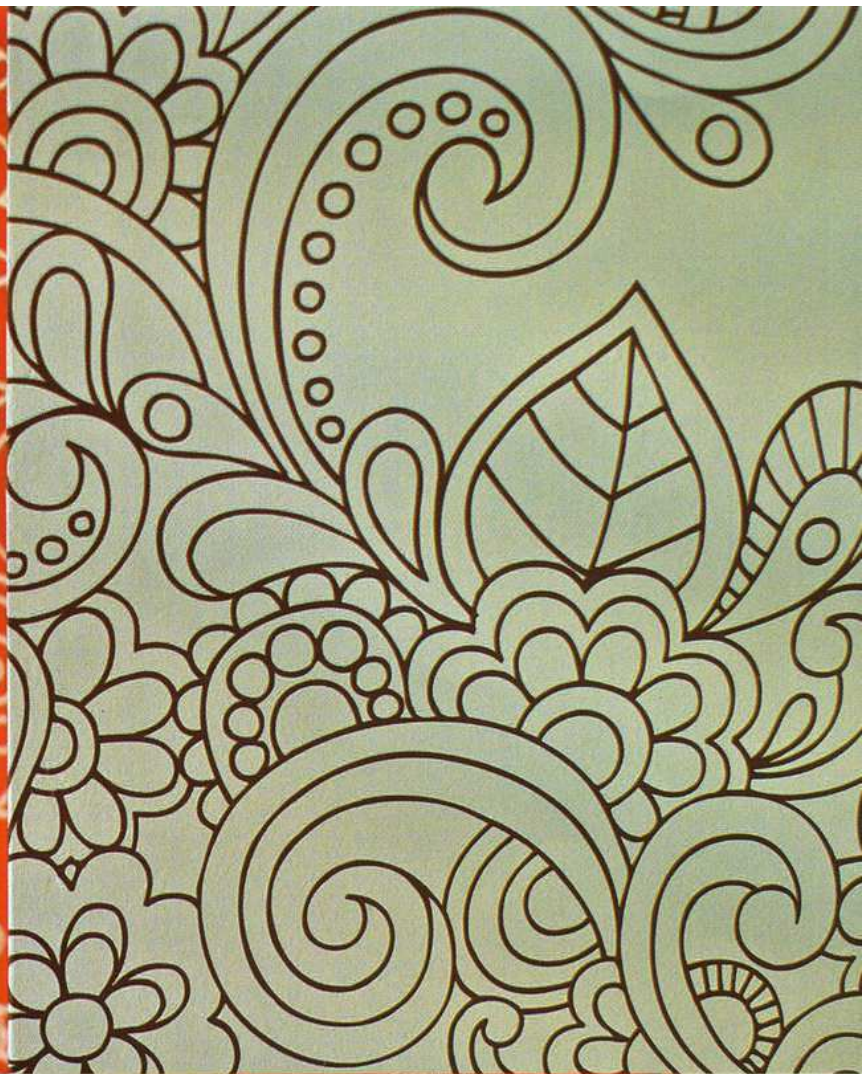
"Este es un proyecto que tuvo a los clientes participando de forma activa con nosotros. Cuando los clientes forman parte, los resultados son superiores, más en este caso que funcionaron como nuestros asesores en el tema del Yoga y meditación".

Clara Hori y Federica Abella, directoras de **Espacio Marma**, lo describen de la siguiente manera:

"Queríamos un local que presente los simbolismos de la tradición de yoga de una manera muy fresca y moderna, muy contemporánea. Incluir principalmente los colores asociados a la conexión que tenemos con la tierra y el fuego: rojo, amarillo, naranja, marrón. La idea es que la persona entre al local y perciba que es un espacio diferente: con energía expansiva, muy cálido y dinámico, además de complementarse con un spa, para el que solicitamos colores suaves, más zen".

Se organizó entonces el salón de yoga, una tienda de productos relacionados al yoga y al arte del buen vivir, y entre ellos se encuentra el ingreso y la recepción. Esto permite que se puedan dar actividades simultáneas. A pesar de contar con un área reducida para todo el proyecto, un gran ventanal al norte amplía visualmente la sala. Diego consideró que la forma de integrar espacialmente ambos espacios era unificándolos desde el cielorraso. Éste, a través de una franja color naranja, repite criterios y da la sensación de continuidad. *"La franja tiene vida propia, y por momentos según la iluminación se integra con sus alrededores"* afirma Aguilar.







“Hoy, luego de varios años y lograr administrar mi tiempo, estoy cursando la carrera de Arquitectura en la Udelar para seguir formándome como profesional. Soy de las personas que creen que no hay edad para retomar o encarar nuevos desafíos que nos enriquezcan como profesionales y como personas”.

- Habiendo hecho tanto... ¿qué más esperarás de la facultad?

- El aporte es invaluable, es recibir conocimientos constantemente. El contacto con docentes de distintas áreas es enriquecedor, la vinculación con grandes profesionales y lo mejor de todo: aplicar en el trabajo lo que aprendiste el día anterior. Compartir clases con generaciones más jóvenes te nutre de nuevas ideas. Son mentes abiertas no contaminadas con determinadas formas de proyectar, “sin vicios”, es como estar en la cocina misma.

- ¿En quiénes te referenciaste en tus comienzos?

- Quien me motivó en todo momento fue el arquitecto Ricardo Chelle, fue mi profesor de proyecto en la carrera de Diseño de Interiores. Nos inculcó siempre la búsqueda de criterios conceptuales para defender nuestras ideas, el “me gusta” o “no me gusta” no era respuesta válida para valorar o derrocar una idea proyectual.

La forma de encarar los problemas de obra que tiene nuestra profesión, debería ser receptiva y tranquila. Además de diseñadores, con el paso del tiempo aprendemos a solucionar problemas, ya sea de los clientes con sus encargos, con nosotros mismos en lograr las ideas que propusimos, y los que surgen en la dinámica con los proveedores que llevan a cabo los proyectos.

Sin buenos proveedores que sintonicen con nuestra línea de trabajo, es muy difícil llevar adelante las cosas. Esto es un aprendizaje constante, y solo con el tiempo se logran buenos vínculos con ellos; aquellos que responden a tiempo y con la calidad que buscamos en la ejecución. Los proveedores son fundamentales en cada obra.



G5 tiene en su haber: locales comerciales de 70m² hasta 1000m², stands efímeros para ferias y permanentes en shoppings, eventos de empresas y reformas de fachadas. En el área residencial, desde halls de edificios hasta departamentos completos. Diseño de locales comerciales, oficinas, espacios residenciales, dormitorios temáticos para jóvenes, sets para comerciales de tv y cine. También obra rústica de menor y gran porte como reformas y viviendas unifamiliares, todo bajo un mismo criterio proyectual y ejecutivo. Actitud innovadora, integridad, comunicación abierta y honesta, cumplir con los compromisos, concretar ideas, construir confianza a través del tiempo, satisfacer las solicitudes, liderar con el ejemplo, fomentar un desarrollo profesional continuo con actualización permanente y el compromiso con la comunidad, son los valores que este estudio se ha propuesto. Un equipo que claramente busca diseñar espacios conceptualmente funcionales que aporten equilibrio entre las áreas que intervienen, con una materialidad adecuada a las nuevas formas de habitar, contruidos con calidad para que perduren en el tiempo y con eficiente viabilidad económica. Desde el origen del Estudio, existe el compromiso absoluto de respeto al medio ambiente, bajo su creencia en que la Arquitectura y el Diseño están estrechamente vinculados a un entorno y tienen la obligación de respetarlo y protegerlo, generando una actitud sostenible.

“En la génesis de nuestros proyectos, los clientes ocupan el lugar protagonista que les otorga ser habitantes del espacio que vamos a crear”.



“Nuestra organización es liviana, flexible y comprometida con la calidad y el servicio personalizado a nuestros clientes. Promovemos el desarrollo de alianzas estratégicas tanto a nivel local como a nivel internacional para proyectos locales o externos que puedan coordinarse desde nuestras oficinas”.

Moda en triple altura.

En este caso fueron convocados para darle vida a un espacio ya proyectado funcionalmente por otro profesional. La empresa **Tricotex**, instalada en Montevideo pero con filiales en San Pablo, Hong Kong, Dongguan y Ningbo, se dedica a diseñar ropa y accesorios.

El espacio integra oficinas administrativas, un showroom de productos y departamentos creativos. A nivel de PB se generó el showroom, a nivel intermedio las oficinas administrativas y en planta alta el sector de diseño. Los tres espacios se vinculan entre sí con texturas y colores neutros, ya que los propios productos aportan el colorido. Una gran escalera de hierro es el elemento comunicador entre todos los niveles, su altura está definida por un gran mural pintado en el lugar por una artista.

Al ser una reforma de una casa antigua, se descarnaron las paredes para rescatar la textura del ladrillo, creando contrastes con planos y volúmenes puros en color blanco. Al estar todo interrelacionado, cada uno de los espacios fue pensado en base a la vista que se tendría desde y hacia ellos.

- Cómo es el pasaje entre el detalle y el todo?

- Los detalles son los que marcan la diferencia en base a la moda que va y viene. Saber por dónde viene la “moda”, y conocer cuándo y dónde se instauran nuevas tendencias en nuestro mercado, hace que el cliente se sienta atraído a nosotros. Estamos para ayudarlo a llevar a cabo su proyecto, o buscar alternativas si creemos que esa estética no es la solución que mejor se adecúa a su pedido. Hay espacios en los que, dependiendo de lo que se quiere mostrar, lo despojado es lo correcto, mientras que en otros lo recargado puede ser el recurso que aporte al espacio. Ahí está la mano del profesional que decide hasta dónde llegar.

- ¿De qué manera incorporás diseños que lanzan firmas internacionales al rubro específico del interiorismo?

- Hay líneas de diseño de mobiliario que han marcado tendencia y hoy siguen vigentes como íconos del diseño. Es muy difícil no pensar en ellos cuando se presenta alguna situación que hay que destacar.

- ¿Cómo un profesional del diseño formula y defiende sus conceptos al servicio del heterogéneo gusto de sus clientes?

- Debemos llegar a conceptos sólidos para que el cliente se dé cuenta solo que el camino está por ahí, sin imponerlo a la fuerza cuando no se llega a buen puerto. Hay que escucharlo y mostrarle las vías y distintos caminos que se pueden tomar para lo que pretende. No es fácil, pero estamos preparados para desenredar esa madeja.

- ¿Cómo es tu vínculo con el arte nacional?

- El estudio cuenta con artistas plásticos nacionales que incorporamos cuando necesitamos un aporte específico para provocar una intención.

- ¿Tenés caprichos de diseño?

No. Pretendo ser coherente en lo que se propone y no imponerlo de una forma caprichosa, aunque sí definiendo que todo tiene que estar relacionado con todo, formas con formas, líneas con líneas, pero esto no es capricho, es parte del buen diseño.

- Digamos que los bajo techos y vinilos son recursos recurrentes en tus obras... ¿qué considerás aportan al espacio?

- Los espacios tienen que provocar sensaciones, vincularse con el usuario de alguna manera, ya sea para provocar una reacción o hacerlo sentir parte de ellos. El yeso y los vinilos son dos productos que nos ayudan a generar espacios diversos sin sentirnos presos de esquemas muy estructurados y cerrados.





- ¿Cuál es el perfil de un cliente empresarial que valora el buen diseño? A tu criterio como estamos con respecto al resto del mundo?

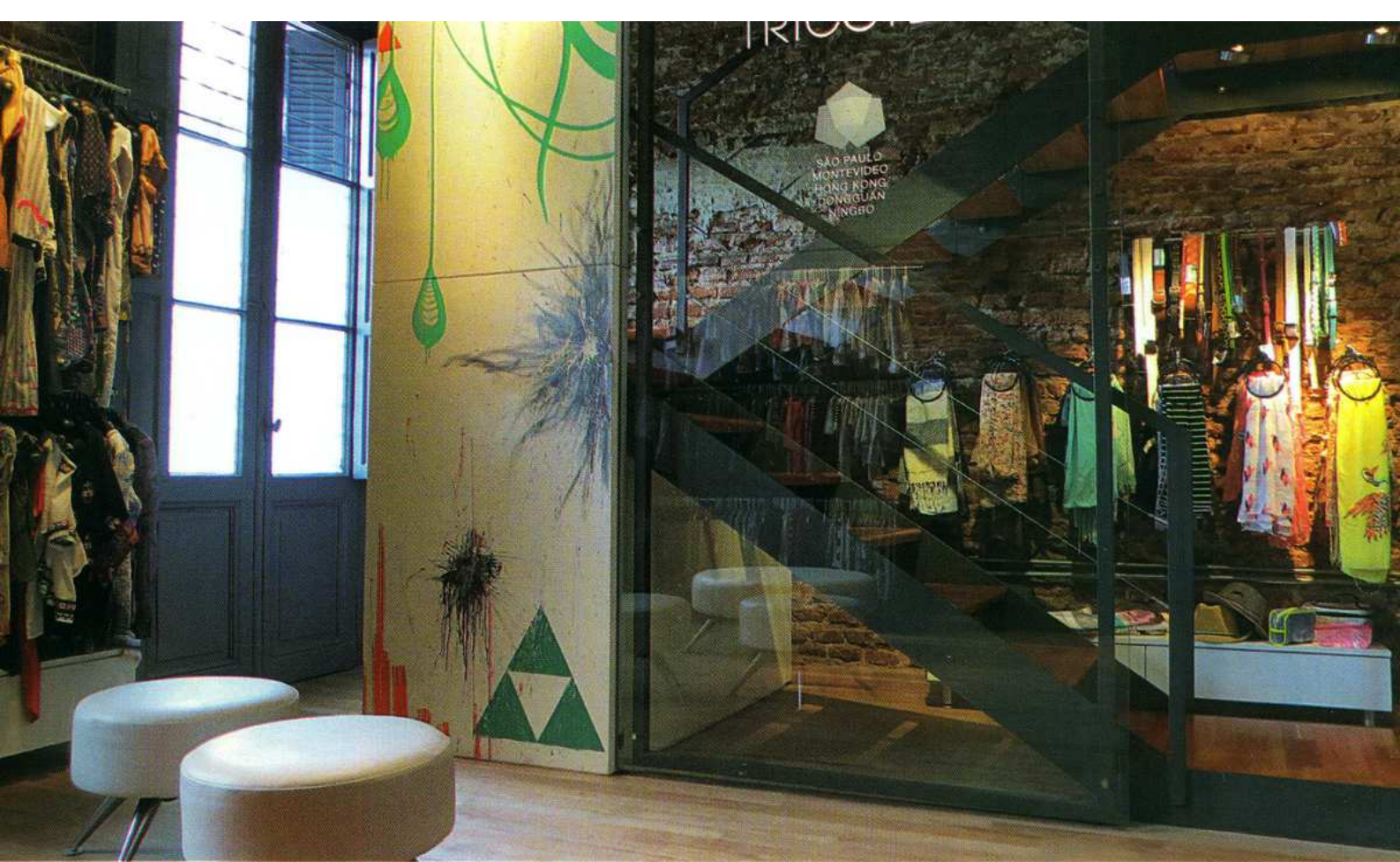
-El perfil es aquel empresario que ve en el diseño un plus, un valor agregado para destacarse o destacar el producto. Es aquel que piensa que no es un gasto. Necesitamos más empresarios que se arriesguen, que tengan visión de experimentar, de probar, de provocar. Los hay pero necesitamos más, el uruguayo debe liberarse de algunos aspectos históricos que no dejan trascender lo tradicional. Está cambiando, es un tema generacional, hoy hay más que antes y mañana habrá más.

cinematográfico de México, ¿cómo es la experiencia de exportar diseño?

- Hoy en día, el diseño es otro valor exportable que tiene nuestro país hacia el mundo. En mi caso comenzó luego de la crisis del 2002, cuando vislumbré que las expectativas que mostraba Uruguay para un profesional recién egresado no eran las mejores, y que el exterior sería una salida. Recién casado y con título en mano, me embarqué en 2004 hacia México DF donde reside mi hermana, alentado en colaborar con ella a montar un evento que lamentablemente nunca se realizó. Este primer contacto con la ciudad no el mejor, y esto me llevó a buscar opciones en un mercado enorme, nada fácil.

Soy muy inquieto, fui preguntando y contactándome. Así fue que di con un fotógrafo que registraba backstages en filmaciones. Logré llegar a la empresa de servicios integrales que se dedica a dirección de arte de comerciales para televisión y cine dirigida por Sergio Guerrero, gran profesional en la dirección de arte, muy receptivo y excelente persona. Había dado con la persona correcta en aquel momento de mi vida. Ya en la entrevista que me concedió, me quedé trabajando. Mostré "en la cancha" lo que estaba dispuesto a dar como profesional.

Estuve 4 meses y surgió la posibilidad de generar mi propio trabajo a distancia, significando un vínculo diferente con esta empresa. Internet no se manejaba en aquellos tiempos con la fluidez de hoy.



Al principio costó, pero hoy, orgulloso, cuento 9 años de un vínculo constante enviando proyectos de diseño desde Uruguay para ejecutarse físicamente en México, Argentina, Chile, Brasil, EEUU y República Checa. Dependiendo del proyecto viajo al país donde se realiza, para unirme al equipo de arte.

- Con la puerta abierta en esta gran escala, ¿has pensado en radicarte allá?

- Un mercado tan grande como México es muy atractivo para el crecimiento profesional, pero aposté a regresar con trabajo y no estoy arrepentido de la elección, acá cuesta un poco más pero es mi lugar. Mantener mi centro de acción aquí me permite buscar nuevos desafíos en este mercado sin descuidar el externo.

- ¿Que contingencias de mercado han variado tus metas?

- El mercado de diseño no es fácil. Hace unos años, consumir diseño comenzó a ser una necesidad en el uruguayo, y eso va en aumento. Ahora bien, cualquier incidencia externa o interna que mueva la economía de forma negativa repercute en nuestra área. Las metas siempre van delante mío independientemente de los contratiempos; sin metas ni sueños la superación no llega. De las crisis surgen las oportunidades. Estar vinculados a dos países distintos nos permite tener constancia de trabajo. Cuando un país anda mal, el otro anda bien y eso nos ha asegurado la permanencia en el mercado. Por ejemplo en el 2008 con la crisis americana, México cayó de generar 15 proyectos mensuales a tener 1 cada dos meses, pero en Uruguay el viento sopló favorablemente y el estudio se fortaleció aquí. Lo difícil en este rubro es mantenerse.

- ¿Cómo se supervisa un trabajo a distancia?

Soy parte de un equipo de directores de arte, allá cuentan con grandes talleres donde los ejecutan. En tal sentido soy un eslabón más de la cadena.





- Afianzado en este nicho en otro país ¿cómo repercute en tu actividad en Uruguay?

Repercute en un cambio constante, es fabuloso, te lleva desde diseñar el interior de una fábrica de chocolates hasta hacer mini sets para bebés, generar acciones con objetos en locaciones predeterminadas que la vistam y que se sienta otra cosa de lo que realmente es.

- ¿Cuál consideras es tu fuerte en el diseño de dormitorios juveniles? ¿Qué te seduce de este tipo de espacios?

- En estos espacios, como los comerciales, se consiguen clientes más arriesgados; los que ponen las pautas no son los padres (en lo económico sí), sino los niños. Ellos nos hacen entrar en el mundo fantástico del que quieren ser parte y eso es fascinante. Lo que nos seduce es no tener estructuras rígidas para diseñar y sentirnos con libertad total.



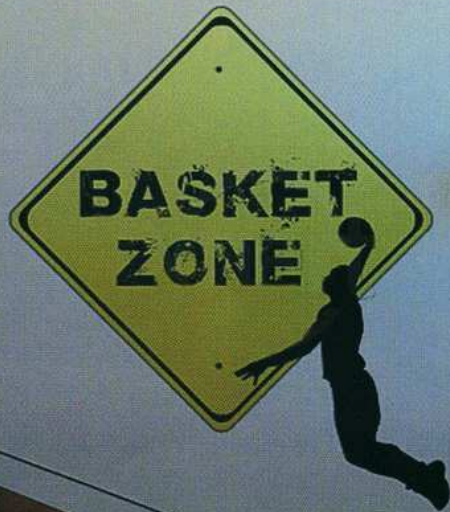


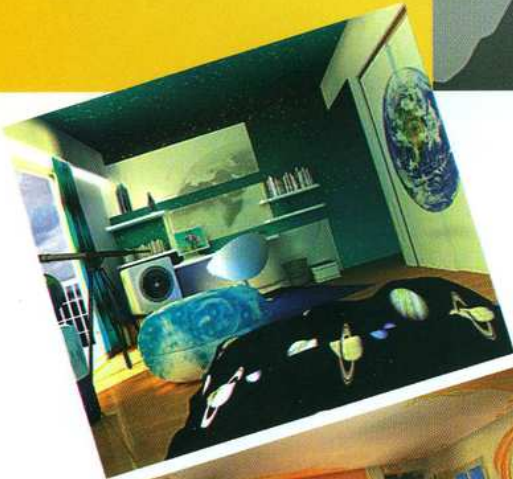
- ¿Cómo es la relación cuando interviene más de una generación como cliente?

- Es tragicómica. En un momento tanto los hijos como los padres nos hacen parte de una decisión familiar, somos el vínculo neutral que ayuda a ambas partes cuando se complica, ya sea para bajar las revoluciones al niño o para lograr que por un tema económico no se condicione el espacio. Siempre le sugiero a los padres no mostrarles el proyecto hasta no tener clara la parte económica, porque los niños son nuestros aliados incondicionales; una vez que el niño toma el proyecto como propio es muy difícil para los padres manejar la situación si creen que hay algo que no pueden realizar (padres ténganlo en cuenta).

- ¿Cuáles son tus conceptos recurrentes cuando se te plantea una habitación existente para transformar en un dormitorio de chicos?

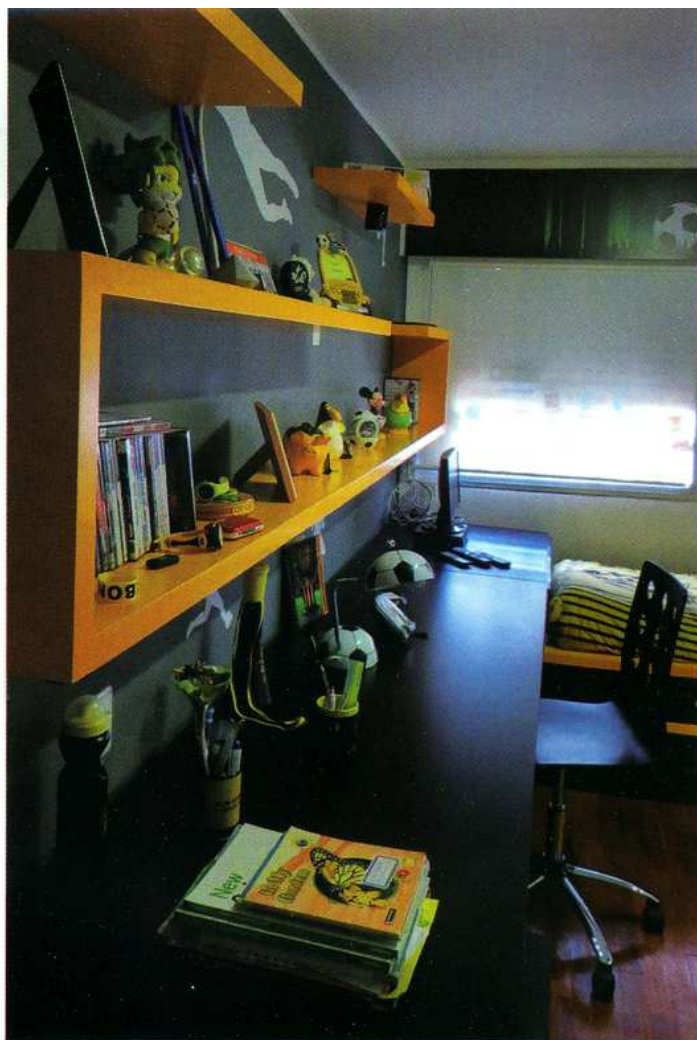
La funcionalidad es fundamental, qué tipo de actividades el niño/ adolescente va a realizar en el dormitorio y la versatilidad que debe generar un espacio como este. Cuando un chico no tiene un espacio para desarrollar sus actividades, va tomando distintos sectores de la casa como propios. Esta es la solicitud recurrente de los padres, que todas esas actividades las realice en su dormitorio. Esto nos lleva a generar muebles móviles, versátiles en cuanto a sus funciones, capaces de esconder determinadas partes para generar más espacio.





No le tuvo miedo a México, allí plantó su bandera. Sin embargo, apostó a residir en Uruguay y convertirlo en su centro de acción. En la intimidad de su casa, la estufa prendida en el living es símbolo de encuentro, de estar. Vive solo con su pareja, pero en cualquier momento dejan de ser dos. Consigue en la música dejar la cabeza libre de preocupaciones; disfruta de las obras cómicas de teatro, sobre eso dice: "...necesitamos retirarnos más de diferentes situaciones y de nosotros mismos". En sus viajes aprovecha a vivir de cerca obras realizadas por diversos proyectistas y asegura que "a pesar de vivir en un mundo tan comunicado, lo que un arquitecto o diseñador quiso plasmar en su obra no te lo da la tecnología, por lo menos por ahora".

"Intento no imponerme materialidades, formas ni composiciones antes de pensar en un espacio. Como creativo siento que con menos ataduras, mayor será en calidad la solución plasmada. Un diseñador debe dejar la esencia en sus proyectos, no imponer su manera de proyectar",
Diego Aguilar Herrera.



¿La tela del sillón puede combinar con la pared? Sí, puede.

En Sophie no sólo tenemos empapelados como nunca viste, también contamos con telas, almohadones y alfombras que combinan con ellos. Vení a Sophie y encontrará todo lo que tu imaginación necesita para decorar tu espacio.

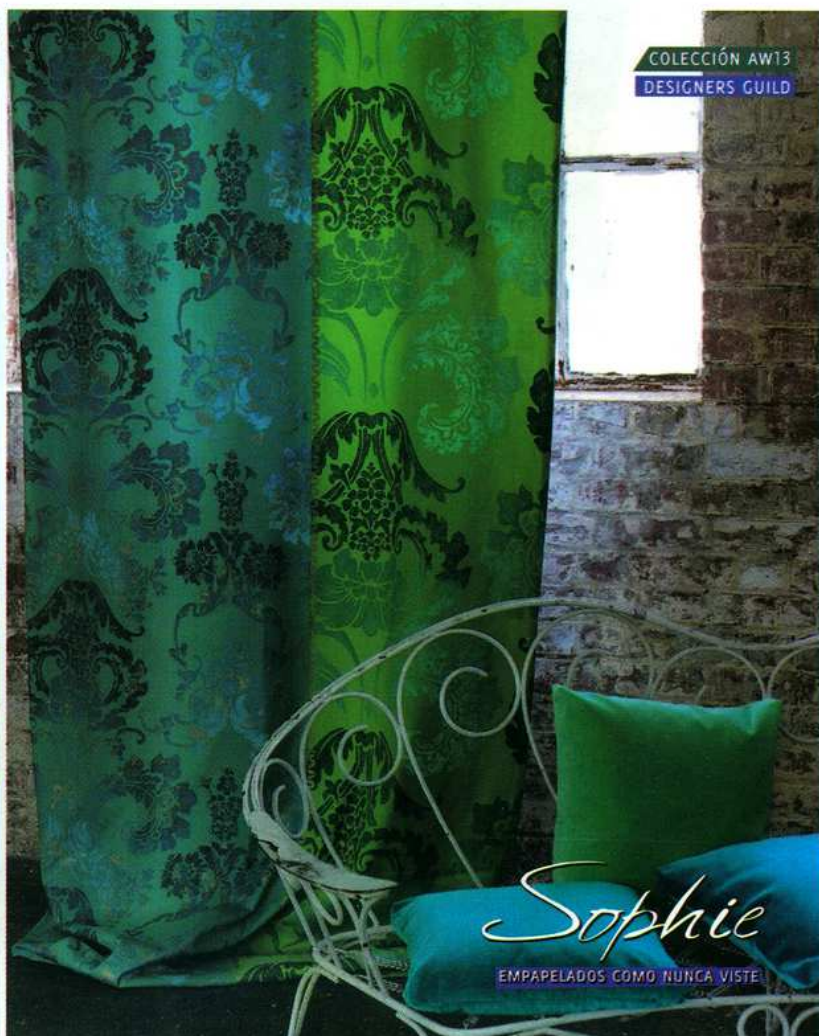


A. de Herrera 1057

tel.: 2622 3255

f /sophie.empapelados

www.sophie.com.uy



COLECCIÓN AW13
DESIGNERS GUILD

Sophie

EMPAPELADOS COMO NUNCA VISTE