

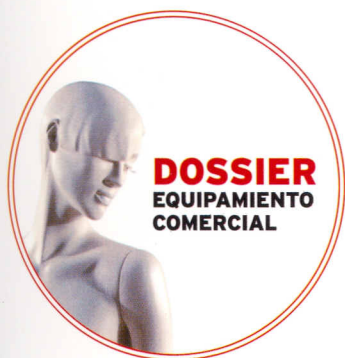
PROYECTO CONTRACT

REVISTA DE INTERIORISMO PARA INSTALACIONES COMERCIALES, HOSTELERÍA Y OFICINAS

casaviva

NÚMERO 61

Precio España: 5,50 EUROS



VAÍLLO PATRICK COX TOMATE CAMPER SEVILLA



MC
MC EDICIONES



EXIT



Esta sección está coordinada por la ADP, la Asociación de Diseñadores Profesionales.
www.adp-barcelona.com

ADP

Sergi Quílez
Interiorista

LOS INTERIORISTAS, ANTE LA SITUACIÓN ACTUAL

Después de un periodo de cierta saturación de realización y de información sobre proyectos espectaculares, se ha dado paso al trabajo del día a día, la gente nunca se sintió identificada con los proyectos faraónicos que los "Interioristas o Arquitectos Mediáticos" han realizado.

Hemos vivido una situación irreal, no se vive por regla general como se diseña, se ha diseñado para la foto, para destacar el nombre y no siempre para que el cliente saliese ganando con su apuesta. Muchas veces ese proyecto, ha estado falto de innovación, en su composición, y en el objetivo de mejora que el cliente buscaba. Debemos hacer proyectos para que nuestros clientes ganen dinero con sus negocios, o en caso de la vivienda, vivan, sientan y sean más felices, y eso es simplemente poner por encima de la estética, la función. En muchos hogares diseñados por los "mediáticos" arquitectos o interioristas se ha primado el exhibicionismo desmedido, que ha hecho de nuestra profesión una pasarela insensata de ideas sin futuro.

No hemos aprovechado la bonanza, nos hemos lucrado sin generar cultura del diseño. La gente tiene piezas diseñadas por referencias mundiales, sin saber ni quién, ni cuándo ni porqué se diseñó aquello.

Ante diseño multidisciplinar o especializado, sin duda especializado. En Overlord apostamos por interrelacionar profesionales,

cada uno es especialista en lo suyo, la formación recibida, y el devenir profesional, nos ha encasillado, nos guste o no. Sin duda estar acompañado de otros profesionales para dar soluciones conjuntas hará del resultado del proyecto un trabajo mucho más gratificante para nuestro cliente.

En la sociedad actual, el papel de los diseñadores es interpretar lo que está pasando, no vivimos ajenos a la realidad que nos envuelve. Debemos buscar salidas creativas, prácticas e innovadoras para hacer ver a nuestros clientes que, tanto en el ámbito doméstico como en el empresarial, estar rodeados de diseñadores es estar rodeado de gente que constantemente busca soluciones para conseguir un mundo más equilibrado, más sostenible y con más futuro.

Sin duda somos los filósofos de nuestra era, no los economistas como hasta ahora nos han intentado hacer creer.

La actual crisis ha supuesto la búsqueda de la normalidad, de la decencia y de la justicia. Hemos vivido sumidos en un contexto irreal, lo sabemos, nos hemos beneficiado, y debemos ser conscientes. Ser justo es ser ecuánime, y eso para un cliente es pagar lo que valen las cosas, ni más ni menos. Debemos adaptar nuestros proyectos a presupuestos más "normales", con lo que el ingenio está disfrutando de su máximo esplendor, ahora más que nunca se verá quién es creativo y quién, sin barreras ni control, proponía materiales o soluciones sin sentido.