

“Proponemos una imagen global coherente”

Lucía Chover, Santiago Martín y Carlos Folch, Estudio Vitale

Este joven pero experimentado estudio de diseño de Castellón entiende su trabajo como una herramienta imprescindible del proceso de comunicación de una marca, una pieza que permite a las compañías planificar su estrategia de crecimiento. Este enfoque significa que el diseño se acomete como un concepto global que enfoca varias disciplinas al servicio del cliente, con el que es preciso entenderse muy bien. Si todo sale como se espera se consigue un producto puesto en el mercado con unos referentes inequívocos y un excelente estado de forma para competir. Un proceso complejo detrás de un trabajo muy expresivo.

ENTREVISTA: MARCEL BENEDITO.
FOTOGRAFÍAS: ESTUDIO VITALE.





Explicadnos brevemente la historia de vuestro estudio.

Nos conocimos estudiando Diseño Industrial en la Universidad Jaume I de Castellón. Al terminar la carrera estuvimos trabajando en distintas empresas relacionadas con el interiorismo comercial, el mobiliario expositivo y el mobiliario para el hábitat. En paralelo sacábamos tiempo para realizar juntos proyectos de diversa índole hasta que en 2005 fundamos nuestro propio estudio.

Por otra parte, hemos ido ampliando nuestra formación original y evolucionando profesionalmente hacia una concepción global que integra todas las áreas relacionadas con el Diseño Corporativo y la Comunicación en materias de interiorismo, retail, producto, asesoramiento en comunicación corporativa...

En vuestra declaración de principios habláis de diseño comunicacional. ¿Qué significa?

Básicamente significa que el diseño es una herramienta primordial en la comunicación de las marcas. Una buena definición del enfoque comunicacional es la que aporta Joan Costa en su libro Imagen Global: "a través de cada forma del diseño (arquitectónico, industrial, ambiental y gráfico) la empresa planifica y lleva a cabo su estrategia corporativa".

Para nosotros la forma de comunicar una marca integra todas las disciplinas del diseño: es una concepción global y estratégica. Para llegar a esto, previamente estudiamos la identidad corporativa de nuestro cliente y creamos una imagen sólida acorde con la



“Estudiamos la estrategia empresarial, la identidad, los públicos, el posicionamiento”



Tool Tattoo Tm

Un atelier de ideas, un laboratorio de arte y estética para la modificación corporal son los valores a transmitir con el diseño de este joven e innovador estudio de tatuajes y body piercing. El proyecto de interiorismo de Estudio Vitale conecta con el espíritu creativo y artístico de la empresa y persigue normalizar la imagen de este tipo de locales

comerciales y orientarlo a todo tipo de públicos. Se rompe con las connotaciones negativas asociadas al sector al crear un local luminoso y de aspecto amigable que contrasta con el tópico de que un estudio de tatuajes debe ser un espacio oscuro y de estética saturada. Se parte de un local de 70 m², que se ha llevado hacia la estética

ca loft de un atelier y sala de exposiciones alternativa eliminándose el falso techo para aprovechar el potencial del espacio. El alma del local comercial es el espacio multifuncional de la entrada que actúa como estudio de dibujo, zona de atención al cliente, zona expositiva y pequeña galería de arte. Los materiales naturales, las instalaciones vistas,

el uso de la técnica del estarcido en la decoración de los tabiques "tatuados" con motivos de la corriente Old School de los años 40 y los bocetos de tatuajes colgados por todas partes refuerzan el espíritu de taller creativo Tool Tattotm
Avd. Miguel Hernández, 10
46450 Benifayó. Valencia
Fotografías: Estudio Vitale



Museo de la Cerámica de Alcora

El proyecto de Estudio Vitale para la ampliación del Museo de la Cerámica de Alcora (Castellón), abarca la distribución del espacio museístico y el diseño de un mobiliario expositivo coherente con el nuevo edificio. Las nuevas salas expositivas surgen de la remodelación del antiguo edificio (una construcción de 1907) al que se ha adosado un cuerpo de nueva planta.

La propuesta ofrece soluciones funcionales y sencillas, donde el propósito es transmitir la esencia de las piezas y facilitar la lectura del espacio expositivo, partiendo del estudio de la dimensión interior, la comunicación entre las diferentes salas, la luz y las necesidades expositivas. Se propone un diálogo con la planta irregular del edificio a través de los planos inclinados de los muros separadores y el mobiliario expositivo diseñado, que dinamizan e integran los elementos con el espacio arquitectónico.

El sistema expositivo permite una gran versatilidad y un fácil mantenimiento en el cambio de colecciones, así como la adecuación a las dimensiones de la colección a exponer. Se trata de piezas de cerámica de pequeño y mediano tamaño, principalmente platos y vasijas. La colección de vitrinas diseñadas consta de un sistema adaptable al espacio de vitrina continua y diáfana para pared y una vitrina en isla de forma cúbica de visión completa. La distribución de las salas conduce al visitante a través de un recorrido natural según los criterios cronológicos del museo. El resultado es un espacio neutro y silencioso que cede el protagonismo a la obra expuesta. Cabe destacar el estudio de la accesibilidad de las vitrinas y la altura de los textos informativos (que pasa de 160 a 135 cm) para quedar a una altura adecuada para usuarios en silla de ruedas y niños. Así como la reducción del consumo energético gracias a las vitrinas iluminadas por tecnología led. Museu de la Ceràmica de l'Alcora
Calle De Teixidors, 5.
12110 L'Alcora. Castellón.
Fotografías: Estudio Vitale.

estrategia de comunicación de la empresa. A partir de aquí transmitimos esta identidad a través del diseño, ya sea la sede de la empresa, un punto de venta, una franquicia, unas oficinas, un producto o una identidad visual...

El diseño comunicacional contribuye a transmitir una imagen de marca realista, reconocible y diferenciadora acorde a los valores corporativos. Se obtiene una percepción única que permite crear experiencias que interpretan y comunican la personalidad del negocio o la empresa de forma inequívoca, posicionándola en el mercado y haciéndola competitiva.

Habéis diseñado objetos y mobiliario. ¿Es una prolongación natural de vuestro trabajo? ¿Qué os aporta?

El Diseño Industrial nos aporta la posibilidad de investigar sobre nuevos conceptos y técnicas de creatividad, pero también nos obli-

“Buscamos una estética propia, duradera y atemporal para cada proyecto”



Panorámicas 3D

Creatividad, comunicación y transgresión son las características que definen la sede de esta empresa especializada en el diseño y desarrollo de aplicaciones web.

Estudio Vitale crea un espacio que combinan las formas orgánicas inspiradas en la identidad visual de la empresa y los vidrios coloreados, en contraste con una estética neutra. El resultado recrea un espacio futurista, dinámico, fresco y acorde con la filosofía corporativa.

En el local, de unos 300 m², se distribuyen la zona de recepción, una zona común para varios puestos de trabajo, despachos privados, sala de juntas y sala de presentaciones. La zona común de trabajo está concebida como un espacio diáfano que integra las zonas de paso generando un núcleo dinámico y versátil que permite adaptarse a las necesidades cambiantes de la empresa. El ladrillo en origen de la pared principal se pintó en blanco como soporte ideal para un graffiti de 34m², homenaje a las iconografías creadas por Susan Kare para Apple en los ochenta, que evocan el concepto de atelier creativo y factoría de ideas y conceptos. Panorámicas 3D San Manuel, 65, Vila-Real, Castellón. Fotografías: Lorenzo Ruzafa.

El ladrillo en origen de la pared principal se pintó en blanco como soporte ideal para un graffiti de 34m², homenaje a las iconografías creadas por Susan Kare para Apple en los ochenta, que evocan el concepto de atelier creativo y factoría de ideas y conceptos. Panorámicas 3D San Manuel, 65, Vila-Real, Castellón. Fotografías: Lorenzo Ruzafa.



ga a ser disciplinados y prestar atención a los pequeños gestos y a los detalles. Más que una prolongación es nuestra forma de entender la profesión; considerando la concepción global no encontramos un límite claro entre las diferentes disciplinas, ya que todas están íntimamente relacionadas.

Frecuentemente diseñamos gran parte del mobiliario de nuestros proyectos de interiorismo pero, en otras ocasiones, desarrollamos productos por inquietud creativa, para colaborar con empresas que son un referente para nosotros o simplemente por intentar aportar soluciones innovadoras.

Nos gusta realizar propuestas conceptuales a determinados problemas que detectamos en nuestro trabajo, ya sean de accesibilidad, nuevas formas de uso, funcionalidad, concienciación social, etc. En este sentido intentamos participar en concursos de diseño relacionados con esta búsqueda creativa, que suponen retos que nos completan y enriquecen como profesionales.

Tenéis varios premios ¿Qué os brindan los galardones que merecen vuestros trabajos?

Los premios obviamente proporcionan reconocimiento y difu-



De Natural

sión, pero para nosotros son fundamentalmente una recompensa a todo el trabajo que supone la investigación y creación de nuevos conceptos en el ámbito del diseño. Los premios nos aportan un extra de motivación para continuar explorando nuevos productos que supongan una innovación en el mercado.

¿Cómo se plantea la relación con un nuevo cliente?

Somos muy conscientes de que no hay buenos proyectos sino buenos clientes: para que cualquier proyecto se desarrolle en toda su plenitud necesitamos la complicidad del cliente, que confíe en nosotros. Por eso basamos la relación con ellos en la confianza, con una comunicación todo lo directa que sea posible.

Se trata de un aprendizaje en profundidad sobre cada cliente y del proyecto a realizar. Confeccionamos un brief muy completo para que el cliente reflexione sobre sus necesidades, pero que también nos permite plantearle nuevas cuestiones o consideraciones estratégicas sobre la identidad de su empresa.

Depende un poco de la tipología de proyecto pero generalmente en los proyectos de diseño corporativo, ya sean locales comerciales,

“Experimentar la naturaleza” es el concepto creativo que Estudio Vitale ha desarrollado para una nueva franquicia de productos naturales. El establecimiento transmite el cuidado de la salud a través de la alimentación natural. Los troncos de árbol refuerzan la experiencia del usuario y los azulejos hidráulicos dan un aire de botica tradicional y familiar, en un espacio en el que predominan los colores cálidos potenciándose el verde corporativo. El local está formado por una planta de superficie de 102 m². Unos 42 m² están destinados a la zona de tienda y punto de venta, el resto se divide entre el almacén, despacho y zona de atención personaliza-

da de asesoramiento dietético y terapéutico. El estudio de una óptima organización del espacio de venta y una adecuada implantación del producto facilita el proceso de venta. El concepto expositivo de la tienda, diseñado para ser reproducido en los puntos de venta de la franquicia, facilita la accesibilidad y la rotación de los diferentes productos. El diseño de los expositores mejora el ángulo de visión y proporciona dinamismo con elementos separados que posibilitan una exposición ordenada del género.

De Natural C/ Santa Bárbara, 19. 46450 Benifayó. Valencia. Fotografías: Estudio Vitale.

El estudio de una óptima organización del espacio de venta y una adecuada implantación del producto facilita el proceso de venta. El concepto expositivo de la tienda, diseñado para ser reproducido en los puntos de venta de la franquicia, facilita la accesibilidad y la rotación de los diferentes productos. El diseño de los expositores mejora el ángulo de visión y proporciona dinamismo con elementos separados que posibilitan una exposición ordenada del género.

De Natural C/ Santa Bárbara, 19. 46450 Benifayó. Valencia. Fotografías: Estudio Vitale.

El estudio de una óptima organización del espacio de venta y una adecuada implantación del producto facilita el proceso de venta. El concepto expositivo de la tienda, diseñado para ser reproducido en los puntos de venta de la franquicia, facilita la accesibilidad y la rotación de los diferentes productos. El diseño de los expositores mejora el ángulo de visión y proporciona dinamismo con elementos separados que posibilitan una exposición ordenada del género.

De Natural C/ Santa Bárbara, 19. 46450 Benifayó. Valencia. Fotografías: Estudio Vitale.

El estudio de una óptima organización del espacio de venta y una adecuada implantación del producto facilita el proceso de venta. El concepto expositivo de la tienda, diseñado para ser reproducido en los puntos de venta de la franquicia, facilita la accesibilidad y la rotación de los diferentes productos. El diseño de los expositores mejora el ángulo de visión y proporciona dinamismo con elementos separados que posibilitan una exposición ordenada del género.

De Natural C/ Santa Bárbara, 19. 46450 Benifayó. Valencia. Fotografías: Estudio Vitale.

El estudio de una óptima organización del espacio de venta y una adecuada implantación del producto facilita el proceso de venta. El concepto expositivo de la tienda, diseñado para ser reproducido en los puntos de venta de la franquicia, facilita la accesibilidad y la rotación de los diferentes productos. El diseño de los expositores mejora el ángulo de visión y proporciona dinamismo con elementos separados que posibilitan una exposición ordenada del género.

De Natural C/ Santa Bárbara, 19. 46450 Benifayó. Valencia. Fotografías: Estudio Vitale.



Joyería Mónica Climent

El proyecto recrea un establecimiento que se aleja del concepto clásico de una joyería tradicional. Los valores a transmitir para este nuevo negocio son el espíritu alegre, jovial, familiar y cercano de la marca, que es una boutique de joyas para endulzar la vida.

Para trasladar la identidad del negocio se ha diseñado una joyería inspirada en las tradicionales pastisseries. A través de una estética fresca y cercana se crea un negocio con azulejo biselado de estilo retro combinado con materiales nobles como el mármol.

El principal reto del proyecto era optimizar los 20 m² del es-

pacio de venta integrando los elementos existentes en el local, como el envigado de madera o la escalera al almacén, que quedó oculta detrás de la cortina de la que emerge la vitrina principal. Es importante destacar la reducción del consumo energético gracias a las vitrinas iluminadas por tecnología led. El resultado es una excelente reproducción cromática y la mejora de la eficiencia energética al reducirse el consumo eléctrico y la emisión de calor. Joyería Mónica Climent
Avd. Pintor Tarraso, 54.
Navarrés. Valencia.
Fotografías: Estudio Vitale.



oficinas o u otro tipo de instalaciones corporativas, partimos de un intenso estudio de la estrategia empresarial, de la identidad a transmitir, de los públicos, de su posicionamiento, etc. Asesorando y reflexionando sobre aquellas estrategias que pueden funcionar mejor y los temas que deben mejorarse. Si se trata de un espacio comercial utilizamos técnicas de merchandising para potenciar la rentabilidad estudiando los recorridos, los puntos fríos y calientes, la implantación del producto en el lineal, la venta por impulso, etc.

En definitiva, con cada nuevo cliente se considera todo lo necesario para diseñar una imagen global coherente que le diferencie, le posicione y potencie su imagen corporativa.

¿Qué avances técnicos valoráis más en vuestra profesión?

Ahora vemos como algo cotidiano avances como el mail o una videoconferencia, pero realmente nos están permitiendo trabajar en cualquier parte del mundo y con gran inmediatez. Por ejemplo, puedes enviar unos planos que acabas de modificar por un tema de desarrollo de una obra a un industrial en cuestión de minutos. Eso antes era un verdadero problema.

Sin embargo, estamos un poco de vuelta al respecto del uso del ordenador para todo, en el sentido de que hay que evitar que esas herramientas se conviertan en un fin y no en un medio. Por ejemplo, las infografías nos ayudan a mostrar el proyecto que has desarrollado al cliente, pero no hay que caer en la trampa de invertir demasiado tiempo en obtener imágenes foto realistas cuando lo importante es lo que hay detrás de esas imágenes. Antes de ponernos delante del ordenador invertimos mucho tiempo en la creación de los conceptos y en bocetar a mano.

¿Cómo se ve el mercado del interiorismo desde una capital como Castellón?

A día de hoy, con el cambio de paradigma que supone la globalización en la que estamos inmersos, por suerte, se ve de forma optimista. No importa tanto dónde estés ubicado, sino las ganas

Sweet Seeds. Jardinería Técnica

El proyecto de flagship store para la nueva franquicia de una novedosa empresa de jardinería y horticultura doméstica tiene por objeto crear un espacio contemporáneo, luminoso y dinámico.

En la creación del concepto expositivo de la tienda insignia de la firma se han establecido áreas de producto bien diferenciado y ordenado, así como estrategias de presentación para rentabilizar los espacios. Se ha recurrido a materiales afines al propio negocio que fomentan los valores asociados a la

marca proporcionando las claves para definir el proyecto: creatividad, dinamismo, vida natural y "házte lo tú mismo".

De esta forma surgen maceteros transformados en lámparas, pallets reciclados que trepan por las paredes desde el suelo, macetas convertidas en expositores de camisetas y elementos de jardinería que se integran de forma natural en el espacio.

Sweet Seeds
C/ Nicasio Benloch, 36.
46015 Valencia.
Fotografías: Estudio Vitale.



de trabajar en nuevos proyectos y la inquietud de buscar nuevos retos con una visión abierta.

En nuestro país hay una cierta carencia en la apreciación del valor que aportan el interiorismo y el resto de disciplinas de diseño. Esto obliga a invertir un tiempo a nivel educativo con los clientes y en el ámbito cultural, social y empresarial. En este sentido fundamos en 2011 La Exprimidora, (Asociación de Creativos y Diseñadores de Castellón) junto a otros profesionales del sector del diseño, el interiorismo y la comunicación de la provincia. Se trata de una plataforma de difusión y promoción del diseño en el tejido empresarial y social, como una herramienta prioritaria y necesaria para el crecimiento socioeconómico de la provincia. Por otro lado, es un foro enriquecedor que nos posibilita compartir experiencias y proyectos con otros profesionales del sector.

¿Preferís proyectos grandes o pequeños?

Nos gustan los clientes que quieren diferenciarse. En este aspecto, el tamaño entendido como metros cuadrados de local o disponibilidad presupuestaria es secundario. Contar con la confianza del cliente es más importante que todo lo demás.

En los últimos años la mayoría de nuestras obras están ejecutándose con recursos mínimos, pero estamos muy satisfechos de los resultados. Para un proyecto como Tool Tattoo la propiedad contaba con un presupuesto realmente muy reducido para poner en marcha su negocio.

¿Qué retos plantea al interiorismo todo lo relacionado con la sostenibilidad?

Es un aspecto fundamental que atañe a la responsabilidad tanto del autor del proyecto como del cliente.

La sostenibilidad es más fácil justificarla como el uso responsable de los recursos disponibles o la adecuación en durabilidad de los materiales que prescribimos. Pero la realidad es que la gran mayoría de los clientes no están dispuestos a incrementar el coste de una



“Nos interesa tratar con un cliente emprendedor con ganas de diferenciarse”



Showroom ADM

El showroom de la cristalería ADM parte del encargo de una empresa de espíritu joven que quiere proponer nuevas experiencias de compra. El proyecto parte de la idea de crear un local comercial interactivo alejado del concepto tradicional de cristalería en el que la saturación de producto impide apreciar realmente las propiedades del vidrio y todas sus posibilidades. El producto está presente en el local en formas y usos

poco convencionales que permiten mostrar su potencial como material constructivo y de decoración. Se diseñó un recorrido comercial que permite un adecuado proceso de venta con un espacio ordenado y neutro que potencia el producto expuesto con una iluminación muy precisa. Adm Showroom Avd. José Ortiz, 110. 12550 Almazora. Castellón. Fotografías: David Viñuales (Luzen).

obra por motivos meramente medioambientales.

Por otra parte está el tema de los “materiales ecológicos”, que es un poco delicado, ya que los fabricantes no ofrecen toda la información global en materia de impacto ambiental, es decir, no detallan el impacto del material desde su génesis hasta su retirada, sino que resaltan la fase del ciclo de vida en que su material tiene bajo impacto medioambiental, cuando en otra fase puede ser muy nocivo.

Debería haber una legislación más clara en este aspecto que obligara a proporcionar información más detallada de todo el ciclo de vida.

¿Estética local o internacional y sin fronteras?

Como comentábamos antes, desde la perspectiva comunicacional en la que la función del diseño es transmitir la imagen de la marca, creemos que cada proyecto tiene su estética particular que lo diferencia y posiciona y que está por encima de estéticas predeterminadas o tendencias perecederas. Por lo que buscamos una estética propia e intrínseca para cada proyecto y que, al mismo tiempo, sea duradera y atemporal.

¿Podéis mencionar un espacio que os haya emocionado?

En cuanto a espacios naturales nos emocionó poder pasear por Antelope Canyon (Arizona) o pasear por Monument Valley (Utah); son lugares que te conectan con una energía muy especial.

Si hablamos de espacios arquitectónicos tenemos algunos favoritos como la Alhambra, que es una joya que no deja de conmovernos siempre que tenemos la oportunidad de visitarla. También el templo de Tanah Lot en Bali, simbiosis de la arquitectura enclavada en un paraíso natural. Un espacio museístico que nos resultó muy emocionante fue el Museo Judío de Berlín (Jüdischen Museum) de Daniel Libeskind.

Y como ejemplo tal vez menos conocido... una vez tuvimos la oportunidad de visitar una joya del Art Decó, el Paramount Theatre (Oakland, California) del arquitecto y diseñador de interiores Timothy Ludwig Pflueger. Fue un verdadero viaje a los años 20. En Estados Unidos tienen un patrimonio arquitectónico reducido en relación a Europa, pero lo conservan con esmero y saben cómo ponerlo en valor.

¿Cuáles son las fuentes de inspiración ajenas a la arquitectura y el diseño?

La moda, el arte, la fotografía, el cine, la naturaleza, pero



Sofá Two Bed y lámpara Plié

sobre todo viajar y sumergirte en otras culturas. También la docencia, que te mantiene en contacto con las nuevas generaciones de diseñadores.

¿Qué proyecto os gustaría afrontar y no os han encargado todavía?

Nos interesan los proyectos relacionados con espacios educativos, centros juveniles, un youth hostel por ejemplo. También el sector de la hostelería... pero bueno, en general cualquier proyecto que venga de la mano de un cliente emprendedor con ganas de diferenciarse.

Explicadnos algo sobre los proyectos en marcha...

Pues en estos momentos tenemos la suerte de trabajar en proyectos de índole muy variada: estamos acabando un showroom de equipamiento para el baño en Foshan (China) y un centro de fisioterapia en Valencia. En estos momentos nos encontramos trabajando en el diseño de un espacio comercial de seis plantas en El Cairo y en breve empezaremos con una pequeña peluquería de barrio en Castellón.

Estudio VITALE. Sagasta 5, 12002. Castellón T. 964 237 724. info@vitale.es. <http://www.vitale.es>

Two Be es un innovador concepto híbrido entre sofá y mueble auxiliar: una pieza modular polivalente y flexible que permite crear configuraciones múltiples y funcionales. Se trata de un sistema compuesto por módulos tapizados que se apoyan sobre una estructura de madera. Ésta, actúa como elemento auxiliar de almacenamiento y posibilita incorporar accesorios contenedores de chapa metálica.

Es un producto que “puede ser” lo que el usuario necesita en cada momento gracias a que su diseño modular se adapta desplazando los módulos de asiento y respaldo para crear múltiples configuraciones. Two Be se convierte en un espacio versátil para el ocio, la lectura, recibir visitas, trabajar, etc. Producto ganador del Concurso Internacional de Diseño Industrial del Mueble CE-

TEM 2013, 18 edición. Two Be es un diseño producido por Koo International. Plié es una colección de lámparas (de sobremesas, de pie y aplique) de estética arquitectónica. Se conforma mediante una única pieza de chapa metálica plegada que define una geometría simple y elegante caracterizada por una singular asimetría. Plié es un diseño producido por Fambuena.