

## ↓ Colección inspirada en América del Norte

**The Rug Company.** La firma presenta Ink Impressions, una nueva colección de seis alfombras con diseños inspirados en la particular geografía de América del Norte. Por



ejemplo, Caldera se inspira en Grand Prismatic Spring, ubicado en el Parque Nacional de Yellowstone; Cove busca su inspiración en las aguas que fluyen de las cascadas McWay formando la Costa Big Sur de California; o Mesa, que refleja las delicadas formas de las ondulantes formaciones rocosas de Canyonlands.

## Un jarrón solidario con forma de corazón →

**TotCor.** Ésta es la pieza principal de un proyecto solidario destinado a ayudar a la Fundació Miquel Valls que lucha contra la ELA y en el que han participado Lázaro Rosa-Violán, Antoni Miralda, Juli Capella,

Jaime Hayón o Sergio Mora. Este jarrón con forma de corazón le arrancará una sonrisa cada día y servirá para alegrarle sus días si le pone unas bonitas flores frescas o secas.



## ← Ideas de decoración para regalar

**Decowood.** La tienda propone algunas ideas de regalos para darle un toque más romántico al hogar. Desde láminas decorativas con mensajes como 'You & Me', 'Love' y 'All you need is love' hasta mantas

y 'plaids' de la colección Lamma, disponibles en distintos colores y tamaños, pasando por un corcho con el mapa de España para instalar en una pared y planificar la próxima escapada.

## ENTREVISTA RAMÓN GANDIA BRULL Y JOSÉ AGUSTÍN VALLS ROIG, DEL ESTUDIO RGB ARQUITECTOS

# “La buena arquitectura no se franquicia”

Fundado en 2002, este despacho es un referente en dar un trato cercano a sus clientes. “Los proyectos son para ellos y no para nuestra promoción personal”

Emelia Viaña, Madrid

La característica principal de rgb arquitectos es la relación que mantienen sus profesionales con los clientes y es eso lo que les ha convertido en un referente. “Personalizamos todos los proyectos porque creemos que son para ellos y no para nuestra promoción personal”, aseguran Ramón Gandia Brull y José Agustín Valls Roig, fundadores de un estudio valenciano que definen como ecléctico. Para demostrarlo ponen un ejemplo: “En una urbanización de Alicante hicimos dos proyectos en dos parcelas contiguas. Uno era para un cliente ruso, que buscaba un efecto más espectacular, más expresivo. El otro, para un cliente holandés, que quería una vivienda más racional, buscando más las formas puras. Siempre que preguntamos a alguien si cree que las dos viviendas están diseñadas por el mismo arquitecto, su respuesta es un contundente no. Eso significa que hemos hecho lo que cada cliente quería, sintiéndonos cómodos con ambos resultados”.

–Eclécticos son también sus proyectos, desde viviendas hasta oficinas o naves industriales. ¿Cómo afrontan cada nuevo proyecto?

Con mucha ilusión, un sentimiento que también debe tener el cliente, una retroalimentación muy interesante y fundamental para nosotros y para el resultado final del proyecto.



La primera piedra. Ramón Gandia Brull y José Agustín Valls Roig, fundadores de rgb arquitectos.

–Es esa relación estrecha que establecen con los clientes lo que les diferencia. ¿Cómo crece si mantienen esa forma de trabajar?

La gente busca un sello personal, un trato íntimo que imposibilita que puedas convertirte en un gran despacho, pero que es esencial para desarrollar una buena arquitectura, algo que no se pueda franquiciar.

–¿Creen que hay cierto ‘boom’ en la profesión?  
Existe cierta saturación, pese a que la crisis anterior ya hizo caer tanto despachos como la demanda de estudiantes de arquitectura. Ahora estamos notando que hay mucha más competencia y que cada vez

“Se busca un trato íntimo que imposibilita que puedas ser un gran despacho”

cuesta más conseguir un proyecto. Además, los clientes ya no se conforman con un simple boceto, hay que realizar multitud de planos y de imágenes virtuales para demostrar que mereces ese trabajo.

–¿Creen que los clientes valoran tanto esfuerzo?  
El arquitecto ya no tiene el estatus

que tenía en el siglo pasado. Ahora somos más cercanos e intentamos empatizar más con ellos y eso sí se valora. También depende del conocimiento que tenga el cliente del trabajo que tiene que realizar un arquitecto. Muchas veces dan por hechas una serie de cosas que nosotros hacemos como un plus a nuestro trabajo y que no entienden que es un valor añadido. Hay que explicárselo.

–¿Siguen las tendencias del sector o creen que son pasajeras?

Las modas son pasajeras y ni las seguimos ni evitamos hacerlo, simplemente las valoramos y decidimos si hay que incorporarlas al proyecto. La única tendencia que nos seduce



Cada proyecto de rgb arquitectos contiene formas y volúmenes singulares con trazos escultóricos, siendo a la vez una arquitectura racional en su funcionalidad y distribución. Todas estas señas de identidad hacen que cada diseño sea único.



es la de tratar de hacer una arquitectura más sostenible, más eficiente energéticamente, pero sin caer en la demagogia ni en el marketing de lo políticamente correcto.

–¿Por qué denuncian este comportamiento?

Sentimos que hay mucho de marketing en la denominada arquitectura bioclimática o en el tema de las casas pasivas. Si uno trabaja bien las orientaciones, las ventilaciones y los elementos arquitectónicos en un proyecto, éste ya puede considerarse bioclimático. Siempre recordamos lo que nos dijo un profesor en clase: “Al final todo se resume en que hay buena o mala arquitectura”.