

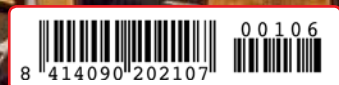
PROYECTO CONTRACT

REVISTA DE INTERIORISMO PARA INSTALACIONES COMERCIALES, HOSTELERÍA Y OFICINAS

casaviva

Número 106 Precio España: 5,90 €

**JORDI RODRÍGUEZ-CARREÑO CUATRECASAS MOTT32 CARHARTT UMO 2DAY LANGUAGES
HOTEL NHOW IOB AEROPUERTO CANNES DOSSIER SILLAS Y MESAS PARA HOSTELERÍA**





Azul, amarillo y rosa

El estudio Masquespacio ha creado el interiorismo y la identidad de esta escuela de idiomas en Valencia, representada por la bandera que se fusiona con una burbuja de texto con las tres características primordiales del aprendizaje de un idioma: los niveles, la meta y la conversación. Por otro, integra parte de los valores de Valencia que mezcla la arquitectura moderna y antigua.

FOTOGRAFÍAS: DAVID RODRÍGUEZ, DE CUALITI. TEXTOS: PABLO ESTELA.



En los espacios comunes, en la recepción y en el pasillo, los colores se unen mediante pequeñas chispas de degradados en las partes inferiores de su revestimiento de madera. La sala lounge sigue la misma unidad pero se funde en los elementos decorativos sustraídos de la identidad de marca. Los sofás de Sancal con cojines de Kvadrat se combinan con sillas de la firma Hay, mobiliario de Masquespacio y algunos elementos fabricados en madera por Carpintería Samba.





El espacio se desarrolla sobre una superficie de 183 m² que dispone de tres aulas, una sala de profesores y un lounge. Cada una de las aulas y estancias es una desfragmentación de la identidad de la marca e incorporan partes de la lengua española y arquitectura valenciana en su interior. En primera instancia las aulas se caracterizan por los tres colores de la marca que, a su vez, son una representación de los niveles A, B y C establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas, aquí visto como el azul, el amarillo y el rosa. Cada aula tiene un color diferente que va difuminándose como si presentara el avance en el aprendizaje del idioma.

Las lámparas escultóricas por su lado son una desfragmentación de las aplicaciones gráficas. En los espacios comunes se puede ver como los niveles y con ellos sus colores se unen, en la recepción y también en el pasillo mediante pequeñas chispas de los colores degradados en las partes inferiores de su revestimiento de madera. La sala lounge sigue la misma unidad de colores, pero esta vez se funde en los elementos decorativos sustraídos de la identidad de marca. Destaca aquí, entre otros, la representación de los elementos de comunicación, palabras características de la lengua española y algunos iconos de la arquitectura valenciana mediante la técnica de tejer con lana y clavos.

Dada la arquitectura neoclásica del espacio, se optó por materiales elegantes como el pino sin perder de vista el estilo desenfadado que se quería aplicar para atraer al público objetivo de la escuela. Se evitó quitar protagonismo a la arquitectura del espacio mediante el uso de colores pasteles.

A petición del cliente, el suelo original fue mantenido y el mobiliario realizado en madera, manteniendo



calidades óptimas de materiales pero reduciendo costes. De este modo, todos los elementos decorativos, mesas y lámparas, fueron diseñados por el estudio. Las sillas y el sofá son las únicas piezas de firmas conocidas. Como en cada proyecto, Masquespacio también ha incorporado una serie de elementos hechos por ellos mismos, como los cuadros que representan diferentes características de la marca, Valencia y la lengua española. 6400 clavos y 2500 metros de lana fueron utilizados para tejer una totalidad de diez cuadros. 120 chapas de madera a su vez fueron destinadas al revestimiento del pasillo.

FICHA TÉCNICA: **ESCUELA 2DAY LANGUAGES**. Av. Reino de Valencia 15, 1º 3ª, Valencia. T. 963 446 139. www.2daylanguages.com. **Proyecto:** Masquespacio. Roger de Lauria 11, 1º, Valencia. T. 963 527 756. www.masquespacio.com. **Diseño gráfico y de interiores:** Ana Milena Hernández Palacios. **Mobiliario:** Sancal, Inclass, Hay. **Pintura:** Valentine. **Carpintería:** Pino, Samba. **Cojines:** Kvadrat. **Barnices:** Valresa.

Se trata de un proyecto que parte, por un lado, de una identidad corporativa representada por una bandera que se fusiona con una burbuja de texto con las tres características primordiales del aprendizaje de un idioma: los niveles, la meta y la conversación. Por otro, integra parte de los valores de Valencia que mezcla la arquitectura moderna y antigua.