"We combined the functionality needed for the busiest part of the home with a beautiful environment to live in"

Gestalten, la editorial alemana un paso adelante de las tendencias

Gala DK · Diseño Ideas Creativas · 3 julio, 2019

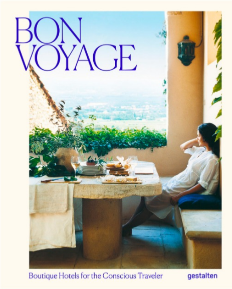
En una entrevista exclusiva, la editorial de libros conceptuales con sede en Berlín nos cuenta sobre su proceso de producción, su relación con la vasta oferta de las redes sociales y el desafío que significa captar las tendencias antes de que lo sean para que, cuando llegue su auge, ya exista un libro de gestalten en el cual conocerlas.

Ricardo Bofill – gestalten

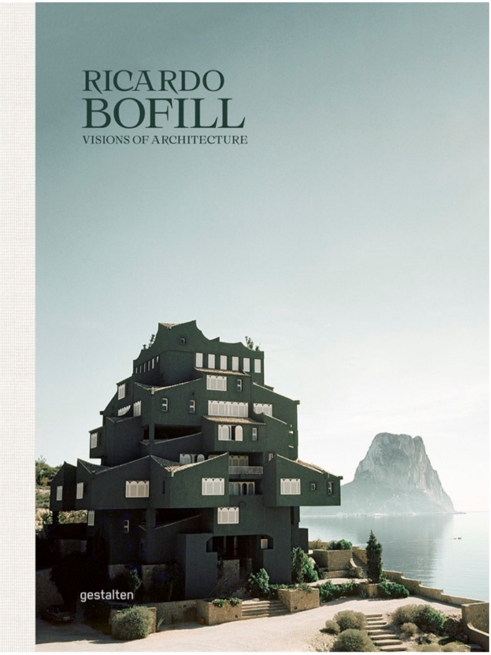
El mundo analógico pareciera estar cayendo vencido ante la invasión del digital y una de las industrias más afectadas es la editorial. Hoy en día, a la hora de leer, cada vez más personas optan por llevar sus lecturas en los ebooks, que son más cómodos, livianos y ocupan menos espacio que un libro común, además de permitirles agrupar muchos ejemplares en una sola tablet.

Sin embargo hay un sector de la industria que es cada vez más prolífico, gracias a que su valor agregado es justamente el libro como objeto de diseño; donde la apuesta está en hacer el ejemplar lo más atractivo posible para que no haya forma de igualarlo, ni siquiera en la cuenta de Instagram más armónica.

Gestalten es una de las editoriales más prestigiosas y reconocidas del mundo por idear y producir libros conceptuales de diversas temáticas que, además de contener información actualizada y de vanguardia, están confeccionados con alta calidad, para que su atractivo sea tanto su exterior como su interior.



Kitchen Living
gestalten
Kitchen Interiors for Contemporary Homes



Sus libros -grandes, de tapas duras y con relieve, de 200 a 300 páginas y de un exquisito diseño moderno-, se destacan en las tiendas conceptuales y de lifestyle, donde la editorial comercializa. Cada edición tiene un enfoque particular y cuidadosamente curado sobre temáticas como Arquitectura y

Diseño de Interiores, Diseño Gráfico y Editorial, Viajes y Escapes, Gastronomía, Cultura visual y Guías de Turismo.

La editorial de origen alemán nace a principios de los 90 en Berlín, de la mano de un grupo de estudiantes de diseño industrial. Uno de sus fundadores y ahora CEO de la compañía hacía catálogos de música sobre el circuito de electrónica de la ciudad y encontró potencial en la producción elaborada de esas publicaciones. Hoy, la empresa tiene más de 130 títulos en circulación y un promedio de 16 lanzamientos nuevos por temporada, incluyendo las ediciones para chicos, más los relanzamientos de libros ya existentes, que son actualizados con nueva data.

DE LA IDEA AL PAPEL: MANO A MANO CON GESTALTEN

En una entrevista exclusiva, charlamos con la PR de **gestalten**, Tatiana Michaelis, sobre el acelerado proceso de producción que requieren los libros para mantenerse actuales y delante de las tendencias, las temáticas más atractivas de la actualidad y el alto nivel de calidad que proponen con sus piezas, para seguir innovando en el segmento de los libros como objetos de diseño.

Tatiana Michaelis. Ph: Joshua de Souza Crook

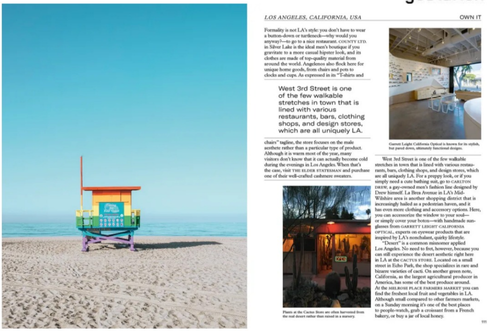
+ ¿Cómo se eligen las temáticas a abordar en los libros de gestalten?
TM Algunas de las ideas surgen de propuestas que nos traen externamente, mientras que muchas otras surgen en el equipo. También solemos retomar proyectos existentes encontrándoles una vuelta, o creándoles series de la misma temática. Si un libro gusta, buscamos continuarlo de otra forma. Tenemos un equipo de editores "in house" para todas las categorías: viajes, autos, diseño interior, gastronomía, entre otros. Ellos encuentran las ideas para los libros y las discutimos en la editorial hasta desarrollar el concepto. Durante este proceso también van buscando gente a la cual les gustaría sumar en el proyecto y contar su trabajo o historia.

+¿Podrías darnos algún ejemplo?
TM Uno de nuestros recientes lanzamientos, el libro "Mr Hudson Explores. The gay man's travel companion". Los editores descubrieron a "Mr Hudson", que vive en Barcelona y tiene un blog con contenido para hombres gays donde recomienda espacios inclusivos, bares de coctelería, tiendas de regalos, clubs para fiestas y presenta personajes interesantes; todo con un toque muy vanguardista. Le propusimos hacer un libro sobre esto y, además de su contenido, sumamos otros sitios, llegando a recomendaciones de 20 ciudades como New York, Londres y París. A su vez, contamos las historias de 8 personajes que narran su vida en estas ciudades y sus trabajos creativos. Este libro lo comenzamos hace un año y salió en abril.

Mr Hudson Explores

The Gay Man's Travel Companion

gestalten



LOS ANGELES, CALIFORNIA, USA OWN IT

Formality is not LA's style: you don't have to wear a button-down or turtleneck—why would you anyway?—to go to a nice restaurant. COUNTY LTD. in Silver Lake is the ideal men's boutique if you gravitate to a more casual hipster look, and its clothes are made of top-quality material from around the world. Angelenos also flock here for unique home goods, from chairs and pots to clocks and cups. As expressed in its "T-shirts and chairs" tagline, the store focuses on the male aesthete rather than a particular type of product. Although it is warm most of the year, many visitors don't know that it can actually become cold during the evenings in Los Angeles. When that's the case, visit THE ELDER STATESMAN and purchase one of their well-crafted cashmere sweaters.

> West 3rd Street is one of the few walkable stretches in town that is lined with various restaurants, bars, clothing shops, and design stores, which are all uniquely LA.

Plants at the Cactus Store are often harvested from the real desert rather than raised in a nursery.

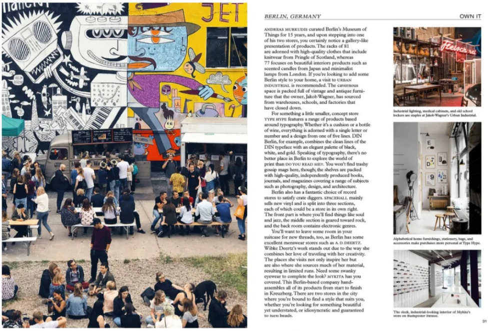
Garrett Leight California Optical is known for its stylish, but pared down, ultimately functional designs.

West 3rd Street is one of the few walkable stretches in town that is lined with various restaurants, bars, clothing shops, and design stores, which are all uniquely LA. For a preppy look, or if you simply need a cute bathing suit, go to CARLTON DREW, a gay-owned men's fashion line designed by Drew himself. La Brea Avenue in LA's Mid-Wilshire area is another shopping district that is increasingly hailed as a pedestrian haven, and it has even more clothing and accessory options. Here, you can accessorize the window to your soul—or simply cover your botox—with handmade sunglasses from GARRETT LEIGHT CALIFORNIA OPTICAL, experts on eyewear products that are inspired by LA's nonchalant, quirky lifestyle.

"Desert" is a common misnomer applied Los Angeles. No need to fret, however, because you can still experience the desert aesthetic right here in LA at the CACTUS STORE. Located on a small street in Echo Park, the shop specializes in rare and bizarre varieties of cacti. On another green note, California, as the largest agricultural producer in America, has some of the best produce around. At the MELROSE PLACE FARMERS MARKET you can find the freshest local fruit and vegetables in LA. Although small compared to other farmers markets, on a Sunday morning it's one of the best places to people-watch, grab a croissant from a French bakery, or buy a jar of local honey.

111

Mr Hudson Explores – gestalten



BERLIN, GERMANY OWN IT

ANDREAS MURKUDIS curated Berlin's Museum of Things for 15 years, and upon stepping into one of his two stores, you certainly notice a gallery-like presentation of products. The racks of 81 are adorned with high-quality clothes that include knitwear from Pringle of Scotland, whereas 77 focuses on beautiful interiors products such as scented candles from Japan and minimalist lamps from London. If you're looking to add some Berlin style to your home, a visit to URBAN INDUSTRIAL is recommended. The cavernous space is packed full of vintage and antique furniture that the owner, Jakob Wagner, has sourced from warehouses, schools, and factories that have closed down.

For something a little smaller, concept store TYPE HYPE features a range of products based around typography. Whether it's a cushion or a bottle of wine, everything is adorned with a single letter or number and a design from one of five lines. DIN Berlin, for example, combines the clean lines of the DIN typeface with an elegant palette of black, white, and gold. Speaking of typography, there's no better place in Berlin to explore the world of print than DO YOU READ ME?!. You won't find trashy gossip mags here, though; the shelves are packed with high-quality, independently produced books, journals, and magazines covering a range of subjects such as photography, design, and architecture.

Berlin also has a fantastic choice of record stores to satisfy crate diggers. SPACEHALL mainly sells new vinyl and is split into three sections, each of which could be a store in its own right. The front part is where you'll find things like soul and jazz, the middle section is geared toward rock, and the back room contains electronic genres.

You'll want to leave some room in your suitcase for new threads, too, as Berlin has some excellent menswear stores such as A. D. DEERTZ. Wibke Deertz's work stands out due to the way she combines her love of traveling with her creativity. The places she visits not only inspire her but are also where she sources much of her material, resulting in limited runs. Need some swanky eyewear to complete the look? MYKITA has you covered. This Berlin-based company hand-assembles all of its products from start to finish in Kreuzberg. There are two stores in the city where you're bound to find a style that suits you, whether you're looking for something beautiful yet understated, or idiosyncratic and guaranteed to turn heads.

Industrial lighting, medical cabinets, and old school lockers are staples at Jakob Wagner's Urban Industrial.

Alphabetical home furnishings, stationery, bags, and accessories make purchases more personal at Type Hype.

The sleek, industrial-looking interior of Mykita's store on Budapester Strasse.

31

Mr Hudson Explores – gestalten

+ Los libros siempre contienen información actualizada, ¿cómo trabajan la producción de los mismos para que, al salir, sigan tan vigentes como cuando se idearon?
TM Producimos los libros en un muy corto período de tiempo: entre seis meses y un año para todo el proyecto. El objetivo es que cuando abras el libro te sorprendas porque contiene las tendencias que habías visto, pero que aún no habías captado del todo. Eso es lo que generan los libros de gestalten, estar un paso adelante en tendencias de todo tipo.

+ ¿Y cómo trabajan las imágenes? En sus libros, la fotografía es fundamental.
TM Sí, es una aspecto importantísimo de todos nuestros desarrollos. Los editores de imágenes son los encargados de generar el material necesario para cada libro. Recopilan las fotografías que hacen falta, contactan a los fotógrafos de distintos lugares del mundo para adquirirlas o encargarlas y componen la estética visual de toda la pieza. Detrás de cada libro hay más de 200 colaboradores para las imágenes. A su vez, trabajamos mucho las preimpresiones para probar con el equipo de producción cómo se ve la calidad de las fotografías ya impresas y ver la composición en su totalidad.

+ Son objetos de diseño en sí mismos…
TM Sí, es por eso que nuestros libros no sólo se comercializan en librerías tradicionales, sino que también en tiendas conceptuales o de diseño. Ahí se venden productos de lifestyle, como por ejemplo, una selección de lámparas, sillones y mesas ratonas que coinciden en el estilo de lo que esta clase de libros representa como objeto. Algo que es totalmente distinto a los libros comunes y se los puede tener en cuenta para un regalo, por ejemplo. Elegir tener un libro de gestalten es una elección de estilo de vida.

New Orleans, USA

MOSQUITO SUPPER CLUB

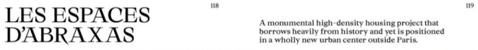
Three nights a week, Mosquito Supper Club treats locals to a five-course celebration of Cajun cuisine.

Having witnessed the demise of many childhood traditions, Melissa Martin established the Mosquito Supper Club in a bid to keep homemade Cajun food on the menu. Occupying the ground floor of a quaint wood-frame house in New Orleans's Milan neighborhood, Martin's restaurant is simply decorated with scrubbed wooden floors and earth-toned fixtures and fittings. She conjures a parlor-style atmosphere in which diners sit elbow to elbow on benches at farmhouse tables. Each sitting, hosted on Thursday, Friday, and Saturday evenings, serves just 24 diners a five-course menu based on the bounty of local shrimpers, crabbers, oystermen, and farmers. Foodies tuck in to crawfish *boulettes*, shrimp and okra gumbo, soft-shell crabs, and home-baked fruit pies in an intimate dining experience that will be remembered.

Delicious Places – gestalten

+ Con sus libros abarcan muchísimas temáticas: desde algunas más comunes, como el diseño gráfico, hasta muy puntuales, como viajes en motocicleta. ¿Cómo reconocen el potencial interés de los lectores en los temas de nicho para asegurarse ventas?
TM Cuando los libros son para expertos hacemos tiradas más chicas y siempre se venden con éxito porque, al ser de nicho, hay poca oferta sobre esos temas, así que gente aprovecha a tenerlos. A su vez, siempre creamos los libros con el objetivo de que si hay gente que no conoce del tema y le interesa, pueda relacionarse. Por ejemplo, para un libro sobre excursiones en montañas se requiere de mucha gente aventurera que salga y practique la disciplina y conozca del tema. Nosotros, además de hacer el libro para ellos, los pensamos para la comunidad que se interesa por este deporte y que, más allá de practicarlo, lo disfrutan, quieren mostrarlo y compartir su pasión con otros.

+ ¿Sobre qué otros temas muy específicos han hecho libros?
TM Hemos hecho libros de diseño gráfico, tipografía, ilustración, logos, branding, diseño de periódicos. El último trata sobre cómo los diarios se han rediseñado recientemente para cumplir con los mismos criterios de diseño para plataformas digitales. Esta categoría es un importante mercado de nicho para gente a la que le interesa el diseño en general, y hacemos dos libros al año sobre diseño visual para nuestros grandes lectores de este segmento.

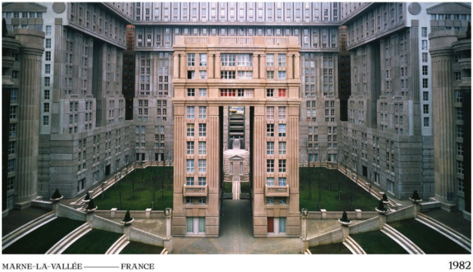


LES ESPACES
D'ABRAXAS

118

119

A monumental high-density housing project that borrows heavily from history and yet is positioned in a wholly new urban center outside Paris.

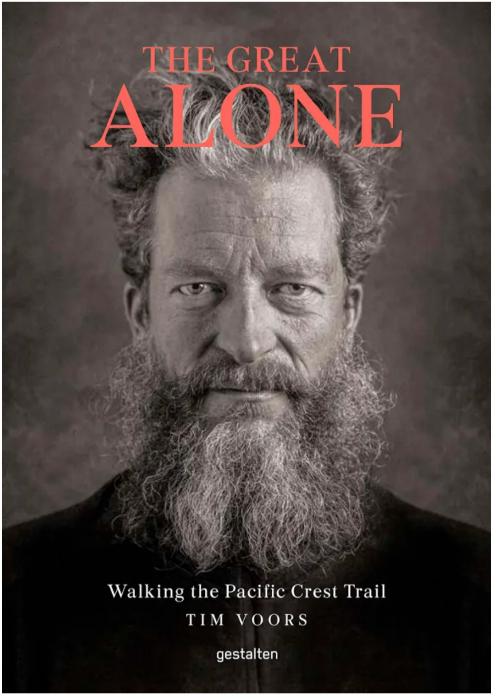


Ricardo Bofill – gestalten

+ ¿Cuáles son los lanzamientos más novedosos de esta temporada?
TM Sin dudas, "Mr Hudson Explores. The gay man's travel companion" es un gran lanzamiento, porque no hay otra guía especializada para público gay que sea tan bellamente ejecutada y elaborada con tanto estilo. Siguiendo también la temática de viajes, está el libro "Two Wheels South", de Matías Corea, que propone una recorrida en motocicleta desde New York hasta Ushuaia con un amigo. Matías es uno de los fundadores de Behance y cuando perdió a su hermana hace algunos años, decidió cambiar su rumbo. Dejó Behance y comenzó este viaje con una nueva perspectiva sobre la vida y la naturaleza. Este es un libro muy interesante para los fanáticos de las motos y los viajes, para inspirarlos. "The Great Alone" es similar: Tim Voors decide dejar todo, e irse seis meses a recorrer el Pacífico, desde California hasta el norte de Canadá, a pie. Muchos lo intentan, pero pocos lo logran y el libro trata de esa aventura, su regreso a su hogar en Ámsterdam y sobre cómo él retoma su vida luego de esa experiencia única. Por último, en la temática de gastronomía y diseño, tenemos "Delicious Places", donde se repasan restaurantes, cafés y bares conceptuales que están evolucionando, para crear experiencias completamente nuevas para los comensales. Ofrecen una experiencia única que comienza en el momento en que se pone un pie en la puerta y se expande al interior; la imagen de la marca, y el detrás de bambalinas con las cocinas y procedimientos sostenibles.

Kern Falls on our way to Kennedy Meadows.
CAMPO TO KENNEDY MEADOWS
81

The Great Alone – gestalten



+ Los libros de la temática de diseño, si bien tienen su dosis de texto, son mayormente visuales. ¿Cómo distribuyen la cantidad de texto e imágenes en estos casos?

TM Sí, los libros suelen tener poco texto con la prioridad en las imágenes, que son las que están hablando. Usualmente, todos tienen un texto introductorio y una descripción sobre el proyecto. En las últimas ediciones, incluimos un poco más de texto como ensayos al respecto, con un lindo enfoque sobre los temas y a la gente le gustó mucho. Lo que damos es la opción de leer más, lo que le agrega un valor extra a lo que ofrecen las imágenes.

New Food Culture, Restaurants and Interiors

Delicious
Places

gestalten

Montreal, Canada

RYÙ

by Menard Dworkind

The ancient Japanese tradition of *wabi sabi* plays a central role at restaurant Ryù in the Westmount neighborhood of Montreal.

Wabi sabi espouses the idea that beauty is enhanced by imperfection. Embracing this concept, Montreal-based interior designers at MRDK focused their contemporary design on natural and durable materials, like wood, that would take on a patina with age. There is a minimalist geometry at play here, reminiscent of traditional Japanese design, which is most evident in the light and dark wood slats above and the predominantly gray, black, and brown color scheme. It's a theme that is carried through to the presentation of the food—beautifully crafted sushi dishes served on black and white plates on bamboo mats. The circle, a feature of the Japanese flag, is a recurring motif. Above, suspended planters frame two large skylights, adding greenery and flooding the restaurant with natural light.

Delicious Places

+ El Instagram de gestalten va más allá de la difusión de los libros y tiene su propio contenido, ¿cómo trabajan esa red social y el blog de la editorial que está en su Web?

TM El contenido de Instagram y el del blog, que se llama *Journal*, funcionan independientemente de lo que son los libros. Tenemos editores para el contenido y en ambos espacios mostramos distintos proyectos creativos, según diversas temáticas como Arquitectura y Diseño Interior, Diseño y Moda, Gastronomía, Viajes, Videos y Cultura Visual. Los contenidos del blog e Instagram son exclusivos y usualmente ni siquiera están relacionados con nuestras ediciones gráficas, más allá de estar inspirados. Si bien antes Journal sólo amplificaba los libros a través de entrevistas a los autores o fragmentos de la totalidad, hoy también ofrecen temáticas y proyectos que no serán libros, pero que vale la pena mostrar y contar. En la sección de videos, además, hay unas pequeñas piezas audiovisuales que muestran un poco las ciudades de las que tratan las guías "The Monocle Travel".

gestalten
gestalten
225K seguidores
Ver perfil

Ver más en Instagram

825 Me gusta

Agrega un comentario...

+ ¿Cómo se producen libros de rico contenido visual cuando las plataformas digitales como Instagram y Pinterest ofrecen lo mismo al alcance de un click? ¿Las consideran competencia?
TM Las relación de los libros físicos y las redes sociales son fructíferas para ambas partes, e inspiran a la otra. Gracias a las redes sociales y los blogs, podemos encontrar proyectos interesantes que de otra forma no conoceríamos, y hacer libros gracias a lo que hay en Internet. Hemos publicado sobre diseño africano y diseño de escandinavia, gracias a referencias que encontramos en las redes. Es un gran e interesante desafío, además, llevar proyectos digitales a formato libro, porque quedan hermosamente confeccionados, con selecciones curadas y se le agrega aún más valor a través de los textos y ensayos que acompañan las fotografías.

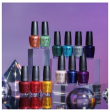
+ Se lucen más en papel los proyectos digitales...
TM Sí, porque la gente quiere la experiencia física del libro para disfrutarlos. Quieren tocar, sentir el papel, oler las tintas. En ese sentido, la industria editorial está creciendo mucho aquí, porque la gente quiere tener el libro en sus manos, vivir la experiencia completa. Las imágenes están hermosamente impresas, con alta calidad fotográfica, de papel y tintas con las que se los imprime. Lo mismo las portadas duras con relieves. Buscamos que la vivencia sea inigualable. Justamente, nuestra área de diseño y diseño gráfico dentro de gestalten es la más grande de todas las que componen la editorial. Cada uno de nuestros proyectos resultan en libros ricos de contenido, con gran cantidad de información sobre un tema, en 200 o 300 páginas con hojas de alto gramaje, tapas duras y relieve. Para lograr esto, en cada proyecto buscamos, además, tener el mejor equipo de creativos que pueda haber dando vueltas por el mundo.

+ A la hora de diseñarlos, entonces, ¿cuál es su punto de partida?
TM Nuestro objetivo es deslumbrar al lector, y que el libro sea lo suficientemente atractivo como para querer tenerlo sobre la mesa ratona del living, o destacado en una biblioteca. La idea es que la pieza final sea tan fascinante que no pueda equiparse de otra forma.+

Gala DK

Periodista y comunicadora social, escribe de cultura joven, rock y turismo. Entrevista a músicos y artistas, y escribe crónicas sobre eventos culturales, así como lanzamientos de producto y novedades corporativas.

Relacionado



Ideas Creativas *Moda*

Un esmalte OPI para cada signo

Arquitectura
Ideas Creativas

Reggio School – EU Mies Award 2024

Diseño *Ideas Creativas*

Salone Preview: Espejo Split by Francesco Forcellini

Arquitectura
Ideas Creativas

Renacimiento del Convento de San Francisco – EU Mies Award 2024

Anterior
Teatro Yiwu Grand

Siguiente
Crear más que madera: Los productos de Egger en Fitecma