

¿A qué nos referimos cuando hablamos de Diseño de Interiores?

María Inés Núñez

El Diseño de Interiores es hoy una actividad desarrollada por diferentes tipos de profesionales, instituciones, empresas y particulares. Arquitectos, diseñadores de interiores, decoradores, departamentos comerciales de locales, diseñadores industriales, escenógrafos, vidrieristas, dueños de casa y toda persona que acondiciona para diferentes funciones uno o más ambientes.

El Diseño de Interiores está signado por diferentes formaciones, diferentes visiones y maneras de encararlo.

Frente a esta multiplicidad podemos inferir que hay también diferentes definiciones posibles para el diseño de interiores. ¿Cuál es entonces la de una Facultad que propone una carrera con ese nombre a comienzos del siglo XXI? ¿Cuál es el perfil del diseñador de interiores que esta Facultad pretende capacitar?

Siguiendo los pasos de antiguos maestros

1. En un artículo aparecido en Summa+62 el arquitecto Alfonso Corona Martínez, medita sobre las realidades de la arquitectura comercial, algunos párrafos orienta este breve texto.

Reflexiona sobre cómo nuestro tiempo idealiza los prismas «silenciosos», y a la vez, construye para el uso público, interiores pródigos en ornamentos, colores y luces. Agrega que «el exterior es una Marca; el interior, una Ambientación». Más adelante dice que «la arquitectura comercial sería una rama de la arquitectura popular que habla de cosas socialmente comprensibles, y lo hace sabiendo». Y luego sigue describiéndola diciendo que es «un tema de relación entre lo permanente y lo efímero».

De estos breves párrafos extraigo dos datos:

- Viendo el interiorismo como portador de un mensaje ¿es su carga significativa algo efímero?

- La innegable conexión con el consumo que la decoración-ambientación-interiorismo ha cobrado en los últimos años.

2. En el N° 13 de la revista Process Architecture («Interior design planned space»), C. Ray Smith hace una dura reflexión sobre la ausencia de una teoría estética-histórico-filosófica sólida y de larga tradición con respecto al Diseño de Interiores y por ende a la formación que los profesionales de esta carrera reciben, en proporción a la sólida base teórica en la formación de diseño que reciben los arquitectos. Logrando por lo tanto los segundos una mayor profundidad en el tratamiento de los espacios interiores («surface versus depth», acota el texto en inglés).

Valga entonces de este texto el siguiente dato:

-¿Cuál es el soporte de formación que deben recibir los diseñadores de interiores? ¿Está escrita o hay que comenzar desde la Facultad a rastrearla y construirla?

En la misma revista la arquitecta Susana Torre (argentina, que desarrolla en la época de esta publicación su tarea en Estados Unidos) desarrolla una descripción de cómo a lo largo de la historia, los espacios interiores fueron o no tomados por la Arquitectura como preocupación central, o por lo menos equiparable al exterior del edificio.

Cruzando estos textos con manuscritos de los movimientos de vanguardia del comienzo del Siglo XX, y con otros de la

Bauhaus, vemos que la preocupación de esos arquitectos era diseñar con integralidad y con una fuerte relación con creativos y artesanos de las más diversas disciplinas, pero también desde un sustento filosófico-ideológico (depende de quien hablemos) que guiaba sus obras. Lecturas, mensajes de profesionales que eran ofrecidas a la sociedad, casi a veces, panfletariamente. Carga de significación que partía de ellos hacia la sociedad.

Pero Torre desarrolla luego un análisis de las realidades más recientes y nos habla de cómo las jóvenes generaciones de profesionales han tratado de encontrar también toda una carga significativa que excede su propia ideología para tratar de interpretar la de su entorno, cada vez más complejo y la de sus clientes. Reflexiona sobre la riqueza que una visión más global del lenguaje de la arquitectura puede dar una representaciones más vívidas y duraderas.

Extraigo entonces el último dato:

- ¿Qué herramientas tendría que tener un diseñador de interiores para lograr descifrar estos mensajes sociales y personales?

De lo antedicho y de la data emergente, y luego de casi un año de desarrollo de experiencia como docente en Diseño de Interiores I y IV, surgen las siguientes propuestas:

- Poner mayor acento en la carga horaria de la materia Diseño, para que desde el ejercicio de la experiencia concreta se puedan ahondar temas, procesos y que sus materializaciones no queden en un barniz superficial.

- Incorporara definitivamente los conceptos que vienen de la semiología sobre lenguaje, significación, para dar herramientas tanto teóricas como prácticas de aprendizaje e inspiración.

- Desarrollar entre el equipo docente y en coordinación con los alumnos una tarea de investigación más profunda para configurar un cuerpo teórico sobre el interiorismo y sus manifestaciones a lo largo de la historia y en la actualidad, que tienda a una tarea a más largo plazo de reubicación de la carrera en el contexto actual.

Entre el ocultamiento y el aparecer.

Mayra Soledad Obelleiro

(Disfrazarse, juego dramático por excelencia, permite recrear el mundo que nos rodea, ponerle movimiento e imagen a nuestras fantasías y, al mismo tiempo, expresar nuestros sentimientos y emociones).

En un sentido físico, el ser humano se viste para aislarse y protegerse. Por lo tanto, cuando no necesita protegerse deja de cubrirse. Sin embargo no es lo mismo cubrirse que vestirse. En las diferentes culturas los seres humanos nos cubrimos de diferente modo, según las necesidades que nos impone el medio.

El concepto de moda está íntimamente vinculado al tiempo, protagonista de la historia y a la vez espectador de todas las novedades que el hombre ha inventado a lo largo de los siglos. El fenómeno de la moda se estudia con referencia al vestido, aunque se encuentra en todas las circunstancias de la vida, en el lenguaje, en los temas de conversación, en el gesto e incluso en la silueta corporal, pero es ciertamente en la imagen donde mejor se refleja su carácter dinámico, temporal, superficial y voluble.

La moda es un fenómeno cambiante y caprichoso. Las razones