

Un poco de filosofía... del diseño de ambientes

Ser o no ser diseñador... esa es la cuestión

Una vez que me capacité o que reconozco en mí un talento innato y decido aplicarlo, el planteo está en decidir qué tipo de diseñador quiero ser. El mercado actual, baraja las posibilidades de convertirte en un "diseñador marca", "copista" o "de autor".

Se aplica la clasificación "diseñadores marca" a quienes trabajan sobre ambientaciones estandarizadas, fácilmente reconocibles en cuanto a formas, colores y texturas. Son aquellos que imponen un sello registrado en sus diseños y la clave radica en industrializar el "estilo que se usa". Son diseñadores que predicán la producción despersonalizada y el lujo, trabajando siempre con los mejores objetos, finos acabados y materiales preciados.

El usuario, se ve representado por la propuesta del diseñador ya que su placer reside en mostrar "la etiqueta del decorador", y siente que forma parte de un grupo de pertenencia que tiene la misma ideología y los mismos gustos.

El "copista" por su parte, trabaja sobre la copia de estilos y ambientaciones, y de esta manera, corre el riesgo de que sus propuestas carezcan de fuerza, y de ideas distintivas de autor. Aún imitando estilos ajenos, es imprescindible para ser llamado un verdadero diseñador, saber realizar análisis previos sobre el significado de las formas, colores y texturas, y su posterior organización espacial.

Finalmente, los diseñadores "de autor" son aquellos profesionales que entienden el momento histórico que se vive; y que pueden presentar ambientaciones similares pero no idénticas, ya que el eje es el cliente como ser humano, con sus propios deseos y necesidades.



Ara. Philippe Starck



A través de ideas únicas y personales, cada espacio es trabajado como una obra de arte, y diseñado en pos del usuario y no de la "perfección y tecnología" que impera en nuestros tiempos. Se mantienen firmes en sus convicciones pero deben pagar un alto precio por mantenerse independientes y no seguir el camino de la estandarización.



Terrazas casino de Madrid

Pienso, luego diseño

Como docente desde hace 10 años, me gusta alentar y formar decoradores que cultiven una mentalidad libre y adecuada al momento en que se vive, entendiendo a cada cliente como un ser único e individual. Diseñadores que eviten el aburrimiento de su auto repetición, y que sepan proponer ideas de expresión pluralistas. En definitiva, ambientar en el mundo real, que está demandando singularización.

Hoy el cliente pide una ambientación que lo exprese, que lo identifique, que lo haga sentir único. Un diseñador debe exigirse entender a la ambientación como un signo, un símbolo que represente al usuario, un espacio que hable de quienes somos y como somos.

Considero que la tendencia será detenernos a pensar, y buscar significados de cada cliente en particular. Bucear en sus deseos personales y en las sensaciones que desea sentir en su espacio. Cada parte de la propuesta de diseño debe ser elaborada en función de quien viva en ese ambiente.

Por eso creo que en el futuro las ambientaciones serán casi un ser vivo; donde cada proyecto deberá ser un producto en sí mismo, difícilmente transportable a otro cliente.

Por: Arq. María Teresa París – Directora del CEDO