**DISEÑO ESCENOGRÁFICO**
LA ARQUITECTURA CONQUISTA LA ESCENA P. 37
UWE BRÜCKNER: REALIZADOR DE UTOPÍAS P. 43

**AL ESTILO BRAD PITT**
EL ACTOR SE UNE A POLLARO Y CREA SU COLECCIÓN DE MOBILIARIO P. 48

**CUPCAKE BOUTIQUE**
LA ELEGANCIA DE LAS TIENDAS ELEVA EL ESTATUS DEL PANQUÉ P. 60

# interiores

# OFICINAS PARA VIVIR

OPTIMIZACIÓN Y BIENESTAR: EL FUTURO DE LOS ESPACIOS DE TRABAJO.
P. 30

MILÁN 2013

**PROPUESTAS 2013:** LAS TENDENCIAS EN ILUMINACIÓN, OFICINAS, MOBILIARIO Y MÁS.

**AURELIO VÁZQUEZ**
*Diseñador de interiores. Fundador y director creativo de DIN Interiorismo, integrante de la International Interior Design Association y de la Asociación Mexicana de Diseñadores Interiores.*

# Hacia la madurez

El diseño de interiores en México parece haber emprendido una carrera expansiva importante, aunque no muy clara y efectiva en todos los sentidos. Algunos indicadores de la evolución que el interiorismo ha tenido en el último cuarto de siglo en el país son contundentes, aunque tienen sus bemoles.

Hace 25 años no había dónde estudiar Diseño de interiores, o por lo menos no había un sitio donde estudiaran hombres. Las escuelas que existían estaban reservadas para niñas, lo que revelaba, desafortunadamente, la poca seriedad con la que se veía la profesión.

Otros indicadores los daban los establecimientos donde se vendían revistas. La sección de 'decoración' estaba llena de publicaciones, sobre todo españolas, con muchos meses de retraso. Sólo se encontraban un par de revistas locales, y con un camino largo por recorrer.

No existían asociaciones que agruparan al gremio. Las fronteras apenas se abrían, por lo que escaseaban los productos para esta industria. No existían premios ni convocatorias a concursos. Y lo más significativo era que los clientes no entendían para qué servía eso del interiorismo, y mucho menos que tenían que invertir en proyectos de este tipo.

Uno de los sectores un poco más avanzado en el terreno del diseño interior quizá fue el comercial. Empezaban a entrar compañías internacionales que tenían más arraigada la importancia detrás de un proyecto de interiores. En la parte corporativa, las grandes transnacionales se asesoraban con profesionales del interiorismo. Pero en el sector residencial, el diseño se reservaba a casas de muy alto nivel.

En el mundo de la hotelería y los servicios existía una gran polarización: grandes cadenas sí estaban diseñadas, y los hoteles pequeños (y no tanto) independientes, daban poca o nula importancia al tema.

En cuanto a textiles predominaba mucha moda, no así en la industria mexicana del mueble; los empresarios en muchas ocasiones corrían a comprar revistas para, literalmente, fusilarse los diseños de otras partes del mundo.

En el presente la carrera de Diseño o Arquitectura de interiores existe en un gran número de universidades en todo el país, y un sinnúmero de diplomados, cursos y hasta maestrías en el tema son comunes. A lo que se suma la organización de congresos especializados. Pero el pendiente que no revelan los números aquí es la necesidad de elevar cada día más el nivel de estudios y sus especializaciones.

Los congresos, premios, encuentros y más, hoy no son exclusivos de las escuelas, también hay organizadores en todo el país. Tal vez menos y mejores darían mayor efectividad.

Hoy también se cuentan algunas expos que han ganado, en muy poco tiempo, muy buen nivel en todo lo relacionado con el mundo del diseño y la decoración.

Los clientes se consideran un eslabón imprescindible en el desarrollo del interiorismo. En el mundo comercial se dio paso a la consolidación. Hoy cualquier centro comercial echa mano del diseño, y la tienda que no contrata a un interiorista acusa una primera desventaja ante su competencia.

En hotelería y servicios, la gran competencia existente ha impulsado a la especialización y diferenciación, es ahí donde los diseñadores damos el valor agregado.

En oficinas, la historia es un poco más desalentadora; aunque es uno de los sectores más explotados en el país en términos de interiorismo, hay una perversa concentración entre desarrolladores, despachos, constructoras y algunos proveedores, que acaba por canibalizar el área. Lo que no beneficia al sector del diseño, y sí a unos cuantos.

En el futuro inmediato, las tareas para la consolidación de la industria del interiorismo no pueden pasar por alto fomentar los proyectos donde exista la colaboración interdisciplinaria con los distintos expertos en cada materia, y seguir en una constante 'evangelización' sobre los beneficios innegables que los diseñadores aportamos a los proyectos en los que participamos.

ILUSTRACIÓN: ABRAHAM BALCÁZAR