



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

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



# PROTAGONISTAS

FOTO: TOMADA DE INTERIOR DESIGN CONNECTIONS



SHASHI CAAN  
DISEÑO DE  
LABORATORIO

Prácticamente 95 % del tiempo de vida ocurre en espacios interiores, donde las industrias creativas tienen mayor impacto.

POR ALEYDA AGUIRRE RODRÍGUEZ



Los grandes retos para el siglo XXI están en diseñar con “responsabilidad y justicia social”, generar un “constante mejoramiento en nuestras acciones y comportamientos”; diseñar con recursos artísticos, belleza y además proporcionar relajamiento. Los diseñadores “necesitamos despertar los sentidos de la gente, crear sensaciones, sonidos y no sólo proporcionar comodidad”, comenta a *Ointeriores* Shashi Caan, arquitecta y diseñadora de interiores de origen indio, reconocida a escala global por unir la teoría, la educación y la práctica del interiorismo, y presidir la Federación Internacional de Arquitectos y Diseñadores de interiores (IFI).

El diseño “es la industria creativa del siglo XXI”, afirmó desde las oficinas de The Collective, en Nueva York, agrupación que ella misma fundó, donde ofrece un trabajo creativo e innovador.

The Collective es una especie de estudio cinematográfico que contrata a los colaboradores que necesitan un cliente o proyecto específico.

Desde hace años, ha tomado los interiores para diseñarlos, pensarlos, teorizar y ofrecerle al ser humano un sitio amable, donde pueda refugiarse del latido intermitente de las gigantescas ciudades.

Su trabajo parte de un enfoque sociológico orientado a mejorar la calidad de vida. Pensar que 95% de nuestra vida la pasamos en espacios interiores que “nos sirven de refugio y protegen del exterior”, es un tema que le preocupa y del que se ocupa desde que era niña y visitaba junto con

su padre los edificios que él iba a renovar: “Caminaba en ellos y pensaba en todas las historias que habían ocurrido en esos lugares y las podía oír, así que para mí, los edificios hablan. Es una experiencia vital y entonces pienso en la comodidad o la incomodidad de los espacios, el confort del lugar, de los suelos”.

Uno de sus emblemas más significativos es “diseñar para el ser humano”, y eso implica renunciar a seguir las tendencias y la estética superficial, “alejarse de todo aquello que tenga que ver con estar de moda”. Los diseñadores “queremos hacer algo *cool*, llamativo o *sexy*, pero para ser holístico, funcional y lograr un balance para el ser humano, tenemos que estar apoyados en un diseño que tenga responsabilidad social”.



**Spatial Color.** Laboratorio que busca corroborar ‘verdades’ supuestas.



**Instalación en Las Vegas.**  
Muestra el proceso de impresión de alfombras.

Caan proviene de una familia de arquitectos y artistas. Educada en Escocia, con maestría en Arquitectura y Diseño Industrial por el Pratt Institute de Nueva York, asegura que “la nueva era del diseño interior consiste en compartir ideas entre diversas disciplinas, en beneficio de un futuro colectivo más próspero”. En las universidades, comparte, arquitectos y diseñadores están intercambiando saberes, pero falta que psicólogos, periodistas y científicos sociales hagan lo mismo, a fin de identificar y resolver a fondo los problemas.

“Nuestros retos sociales son masivos” y diseñamos para ricos y pobres, afirma. Shashi Caan cree que el diseño puede hacer grandes aportaciones: “Hay muchas enfermedades que se resuelven con ayuda médica, pero el diseño también puede proveer estímulos para el ambiente” y contribuir a sanar al ser humano.

El diseñador, advierte, está obligado a observar todo lo que sucede globalmente, a hacer uso de la tecnología para “mejorar la sociedad y la cultura”, y a estar alerta sobre los temas políticos, financieros, medioambientales y todo lo que ocurre en el mundo.

Cuando los mercados financieros se colapsan y afectan a todas las naciones del mundo -ejemplifica Shashi- “nosotros tenemos que estar pensando en capturar el sentido de la seguridad y la confianza en el futuro”.

### **Spatial Color**

Se conoce muy poco acerca del comportamiento de la población, dice la también diseñadora textil y autoridad del color reconocida internacionalmente. Por esta razón, junto con sus asociados, construyó un “estudio laboratorio en vivo” denominado Spatial Color, donde utilizaron monitores de ritmo cardíaco y controladores de ingesta de agua y comida, con el objeto de explorar las verdades y los mitos acerca del color, así



como el efecto de éste en la conducta humana. Espera que los mencionados experimentos ayuden a cerrar la brecha entre la investigación científica y la información anecdótica.

En Spatial Color, explica, desafiaron algunas ideas preconcebidas sobre el color. Por ejemplo, que las personas en un ambiente rojo tienden a estar más tiempo y gastar más dinero, en relación con el azul, donde se sienten desanimadas, y con el amarillo, donde están contentas porque lo asocian con la luz del sol.

“En este experimento lo que hicimos fue desafiar todo esto, y en tres habitaciones de igual tamaño, con la luz controlada, pusimos rojo, azul y amarillo. Lo hicimos en un ambiente de fiesta porque quisimos que fuera más real y de esa manera construimos un experimento empírico en una situación de vida real”.

De acuerdo con Shashi Caan, observaron cuántas veces la gente entra y sale, cuánta comida consume, cuánto bebe. Lo que aprendimos -explica- “fue que en el cuar-



**Rethinking Design and Interiors.** Libro en el que plantea los beneficios de la unión entre ciencia y arte.

to rojo, la gente comió más; en el amarillo consumió hasta dos veces más que en el cuarto rojo; y en el azul, permaneció más tiempo y tuvo un comportamiento que podríamos llamar antisocial”.

Hacemos experimentos científicos, agrega, nos basamos en la experiencia y la aplicamos a un concepto visual o artístico del diseño, queremos entender y asegurarnos de que sea funcional para las masas.

### **Ser bajita y pertenecer a una minoría**

Caan ha tenido que traspasar fronteras y conquistar naciones, porque “como mujer nacida en India, viviendo en Europa, ser bajita y pertenecer a una minoría, no ayuda”. Para ella, llegar a Nueva York fue ‘liberador’ porque ahí “se puede ser anónimo y ser quien quieras (...) Estados Unidos es un país joven, con una mentalidad joven”, por eso es más fácil desarrollarse y ser creativo.

Ahora no tiene nada de anónima. Es reconocida mundialmente sin verse obligada a sacrificar “su ser mujer”. Para ella “está bien” pertenecer al género femenino, “usar minifalda”, lápiz labial y “no sentarse en una mesa grande y comportarse como hombre”.

La filosofía de vida de esta mujer, encargada de presidir la International Federation of Interior Architects/Designers, que representa a más de 270,000 diseñadores en todo el mundo, parece sencilla: “Cada nuevo proyecto es una oportunidad para hacer las cosas mejor”.

Ha inspirado su andar en personajes como la francesa Gabrielle Bonheur “Coco” Chanel (1883-1971), de quien admira su arrojo para cambiar formas de pensar, haber liberado a las mujeres de usar corsé, y por “hablar con la verdad en una época en que las mujeres no tenían permi-

so para hacerlo”, y en la escritora estadounidense Anaïs Nin (1903-1977), porque “tuvo el coraje de poner sobre el papel ideas que eran tabúes para el comportamiento de las mujeres. Ambas rompieron reglas y ayudaron a toda la sociedad”.

### **La enseñanza**

En 2006 fue nombrada Educadora del Año por la International Facility Management Association (IFMA). Ha destacado por su ‘obsesión’ en reducir la brecha entre la práctica del diseño, la teoría y la educación.

Una de sus grandes empresas es elaborar los principios básicos del diseño: “Necesitamos acordar unos principios generales que no puedan transformarse”.

Caan ha sido parte del cuerpo docente de varias instituciones educativas, como el Instituto Pratt y la Universidad de Columbia de Nueva York, donde lleva a cabo un programa de investigación para un plan de estudios de diseño innovador.

En ese lugar llamado ‘futuro’, del que muchos hablamos y casi nadie conoce, tiene puestos los ojos, los pensamientos y el trabajo. Advierte constantemente que el espacio empieza a faltar en sitios como Nueva York o Sao Paulo.

Pronto habrá más gente en el planeta y los diseñadores “deberán trabajar para esa población que tendrá características específicas, por lo que es necesario poseer una educación más flexible y diversa, donde se trabaje en colaboración, integrando la imaginación, la experiencia y la inteligencia. La población mundial se habrá triplicado en 2100. Diseñar un mundo mejor forma parte de nosotros mismos”, advierte. ::