

Cuba, reinventar servicios plus Diseño.

Autor

Pfra. Omara Isabel Ruiz Urquiola, omara@isdi.co.cu
Instituto Superior de Diseño (ISDi), Cuba

RESUMEN

Se pretende desarrollar un análisis del papel del diseño en su acepción de cualificador formal, aplicado a espacios destinados a reintegrar la cultura de servicios muy específicos, al contexto socio-económico actual de Cuba.

Aplicaremos la metodología al uso para, valiéndonos de la vía de entrevistas a los propietarios, usuarios y diseñadores, concretar en la identificación de los recursos conceptuales y factores de diseño que definen soluciones interioristas afines a las funciones comerciales procuradas; así como abordaremos las circunstancias sociales objetivas que hacen posible la existencia de los casos de estudio.

Como resultado mostraremos las soluciones de diseño que han resultado efectivos emprendimientos desde las perspectivas económicas y socio-culturales pautadas por el encargo, en relación con su trascendencia respecto al contexto urbano inmediato.

Concluiremos demostrando la validez del diseño como garante de la restitución al ámbito de la dinámica ciudadana, de una cultura de servicios pautada por la calidad, no solo en tanto oferta comercial readecuada a demandas funcionales propias de la sociedad contemporánea y al ámbito cubano en particular, sino, y fundamentalmente, en lo relacionado con su capacidad de otorgamiento de distinción estética.

Texto

Asistimos, desde la posición de usuarios o simplemente como testigos visuales, a una renovación de la cultura de los servicios en Cuba. Este fenómeno ocurre teniendo como potenciador inicial la demanda turística internacional, que en los inicios catalizó en hospedajes y diversas prestaciones orientadas a lo gastronómico con el objetivo de cubrir estas zonas comerciales precariamente resueltas por la oferta estatal.

Esa misma imposibilidad de asumir satisfactoriamente las demandas en cuanto a servicios especializados, tanto destinados al turismo como a los clientes nacionales, estos últimos ya enterados de usanzas globales muchas veces por medios de difusión no convencionales¹, requiere cada vez más de vías para la resolución efectiva de problemáticas del diario vivir como pueden ser el enmarque de una obra de arte, la renovación de la imagen personal, el cuidado estético de una mascota o el publicitar la comercialización de un inmueble.

Se va generando entonces, una dinámica de auto-superación por parte de los nuevos empresarios privados que redundan en la búsqueda de identidad visual a todos los niveles en que su negocio puede proyectar imagen de eficiencia. Prima siempre el concepto de irradiar excelencia a la par de generar un ambiente de confort.

En este punto interviene el diseño interiorista protagonizando la carrera de avance hacia la prevalencia en el espacio urbano de un emprendimiento comercial respecto a los demás.

¹ Tenemos en cuenta la masificación de improntas estéticas internacionales asociadas a la vida cotidiana en cuanto a la moda, el confort, hábitos modernos de relacionamiento con mascotas, entre otros, que llegan a la mayoría de los cubanos desde medios alternativos como *el paquete*, dada la imposibilidad de acceso directo a la Internet u otras redes de difusión de la información.

Aún de manera muy puntual, pero ya se evidencia en los nodos ciudadanos más concurridos la pertinencia del diseño como herramienta resolutive de la contingencia práctica a partir del factor contextual, que determina la pauta formal desde la observancia de la función pretendida en permanente relacionamiento con la necesidad del logro de una imagen cualificada y no estridente o disonante respecto al medio circundante (las fachadas se intervienen mínimamente y respetando la adecuación armónica respecto al enclave urbano).

La diversidad de funciones a desarrollar en estos espacios es cada vez mayor, son inusitadas para muchos que se sorprenden ante la temeridad de estos emprendedores que aún contando con el respaldo de las nuevas regulaciones comerciales que amparan su intención comercial, arriesgan en inversión de diseño sin tener certeza de amortización o ganancias.

Pero el “hambre” de belleza innata al ser humano juega a su favor, y constatamos la efectividad del recurso visual si evaluamos los niveles de satisfacción de clientes respecto a las condiciones estéticas del espacio, haciéndolos definirse por una u otra opción en correspondencia con la eficacia del concepto interiorista aplicado.

Los servicios rescatados del olvido, revalorizados desde portadores de significado simbólicos asociados a la excelencia en el logro de la imagen personal, o totalmente novedosos ya sea porque responden a la impronta tecnológica contemporánea o al cambio de concepto respecto a la convivencia con animales afectivos, cubren ahora otras áreas propicias al desarrollo coherente de la propuesta de diseño.

Lo simbólico y lo minimal

Oficio de siempre instalado confortablemente en el espacio indispensable, y el logro de una imagen de pulcritud, hacen de Helem Salón un caso interesante cuando se analiza desde la consecución de una imagen casi ascética, que enfatiza visualmente la sensación de limpieza, valiéndose de una propuesta de expresión minimalista por el tratamiento de luz con prevalencia del efecto neón y el poco grado de saturación del color. Con estos recursos formales el diseñador resuelve en pocos metros cuadrados la optimización de funciones y genera un ambiente que se ha valido simbólicamente del efecto de exquisitez visual inherente al minimalismo en diseño.



Helem Salón. DI Alejandro Rosales Trinchet.

La austeridad significando eficiencia

La modalidad comercial que aborda los servicios inmobiliarios yacía olvidada si tenemos en cuenta que esa demanda social conformadora de estrategias de estructuración urbana desde los orígenes de las primeras ciudades, salvando las especificidades culturales y epocales asociadas, se mantuvo vigente en Cuba desde la irregularidad de maneras espontáneas de intercambio de información acerca de ofertas. Durante décadas se efectuó en las calles y de cualquier forma improvisada a la medida de la demanda particular del interesado en cambiar o comercializar su vivienda.

Como parte de la nueva atmósfera comercial tendiente a la regularización de la informalidad en estas prácticas de intercambio de bienes raíces, surgen las inmobiliarias. En el Vedado, zona tradicionalmente asociada a la vida comercial de la ciudad, se ubica Havana Keys. La oficina que como casi todas las propuestas comerciales de nuevo tipo, parte de la refuncionalización de una parte del espacio habitacional familiar, consigue componer un ambiente tendiente a la idea de austeridad, que en el referente colectivo se asocia psicológicamente con seriedad. Estamos ante un espacio donde las transacciones comerciales incluyen sumas importantes de dinero. La atmósfera lograda se afilia al carácter formal asociado a la función a ejecutar poniendo a contrastar el blanco y el azul privado de luz, donde el mobiliario manifiesta la vocación tradicionalista propia de la madera en uso, resultando todo el conjunto en cierta sensación de serenidad y refinamiento afiliados metafóricamente al ámbito de los negocios exitosos.



Havana Keys. DI. Ivet Ortega Alonso.

La novedad y la autogestión de diseño

No fue con anterioridad una práctica desligada de los servicios de salud veterinarios el cuidado y atención estética de mascotas. Este particular uso del espacio demanda el empleo de caracteres visuales que se ajusten a una dinámica en la que controlar el ejercicio profesional comprende mantener estándares de higiene. En idog los propios gestores del negocio ordenaron el espacio de manera tal que con colores saturados y obviando en lo posible los tonos aclarados, así como incluyendo gráfica alegórica a caracteres fenotípicos de los usuarios en zonas vulnerables al desgaste, resuelven adecuadamente la promoción visual de su oferta atendiendo servicios tan singulares.



idog. Diseño colectivo de sus propios gestores.

Tecnología, el espacio que la expresa

La convivencia necesaria del ciudadano contemporáneo con las nuevas tecnologías de la informática y las telecomunicaciones, unida esta a la precariedad con que operan estos recursos en nuestro contexto particular, impone demandas para la resolución de las problemáticas asociadas al uso de los mismos, que encuentran en la iniciativa privada el sitio idóneo para solventar las dificultades derivadas estas prestaciones tecnológicas.

Las clínicas de celulares emergen en la confluencia de enclaves urbanos saturados por la concurrencia o simplemente en la periferia, la urgencia es el común denominador asociado al surgimiento de esta modalidad de servicio. Pero es en los nodos ciudadanos donde conviven, en cercanía creciente, estos ejercicios comerciales. En Obispo 411, la intervención de diseño pretende distinguir visualmente a partir de traducir la función comercial en una representación más o menos elaborada de elementos tecnológicos vinculados al desempeño profesional en cuestión. La línea que sugiere cable de conexión engloba un área destinada a un servicio dentro de todas las asistencias en oferta, pero también completa la idea de cierre formal interconectando áreas que tributan al espacio como un todo.



Obispo 411. DI Iyolexis Fernández Rivero. Proyecto Pescao.

Servicios para el arte, ajustarse al discurso

Con vistas a diversas aplicaciones utilitarias, han reaparecido los servicios de enmarque y montaje de obras plásticas, documentos oficiales relevantes, fotografías, entre otros. El caso de EnmarcArte se encuentra en una zona de avenencia entre el encargo público y el discurso creativo de un artista plástico. El espacio debe responder tanto a la exposición de la praxis artística de su propietario, como a la promoción de la función comercial en sí.

Se otorga una pauta diferenciada para la obra posicionándola en un plano superior, la solución de cubierta interior se estructura circundando la pieza, y las propias líneas quebradas articulan la diferenciación espacial enfatizada por aplicaciones puntuales de luz indirecta. El objetivo comercial se ajusta congruentemente al destino galerístico. La dualidad de funciones se integra a partir de la solución interiorista aplicada.



EnmarcArte. Arq. Ajax Borrero Flores. Obra plástica: Erik Varela Ravelo.

CONCLUYENDO

Desde el análisis de estos casos en que el diseño interior otorga distingo visual a emprendimientos comerciales, insertos en la competencia lógica por el protagonismo a partir de la urgencia de reaparición o iniciación en la experiencia de servicios masivos o exclusivos olvidados o resueltos insuficientemente por la inversión estatal, constatamos la nueva puesta en valor del ejercicio profesional de diseño.

La incursión interiorista denota, en todos los espacios estudiados, pertinencia y protagonismo del diseño, ubicándolo en el centro de la dinámica re-estructuradora de la vida comercial cubana, en todos los ámbitos posibles.

BIBLIOGRAFÍA

Atrium Group: *Small Interiors*. Ed. H. Kliczkowski, 2005.

Berger, John: *Algunos pasos hacia una pequeña teoría de lo visible*. Ed. GG.2002.

Vidal Alejandro, Pavel y Pérez Villanueva, Omar. (2010). Se extiende el cuentapropismo en Cuba. *Espacio Laical*, Vol (4), 53-58.

Sitios en internet

“Tipos de diseño”. Disponible en: <http://www.arqhys.com/disenio-tipos.html>