

TENDENCIAS ACTUALES

Si echamos la vista atrás podemos llegar a pensar que el pasado era más sencillo para nuestra actividad empresarial, pues “sólo” debíamos preocuparnos por cubrir la necesidad humana de la seguridad de las personas, es decir, procurarles un hábitat digno y acondicionado. Pero el tiempo avanza y aunque no sea ya todo tan simple, sí que es más gratificante; pues ahora nos ocupamos de otras necesidades más interesantes por sus posibilidades como son las relativas al ego y a las del reconocimiento. Pero los valores estéticos y creativos son elementos casi vivos, que cambian y evolucionan constantemente. De esta manera, hemos de revisar cada poco tiempo las tendencias y es que como dijo Heráclito en su famoso aforismo del siglo V a.C.: “Lo único constante es el cambio” y, nos guste o no, nuestro sector también se ve afectado por los cambios de estilo, de gusto y de concepto que se dan en la sociedad.

Tendencias hay muchas y variadas, tantas como valores y preferencias estéticas tienen las personas y, además, en muchas ocasiones se mezclan y entremezclan entre ellas mismas, dando lugar a otras nuevas. Por eso, en VIVES consideramos necesario poner un poco de orden y mostrar los que en nuestra opinión serán los caminos estéticos más relevantes a seguir en el futuro más inmediato.

Una de las principales tendencias que se observa tanto para el presente como para el futuro es la que hace referencia al **cuidado del medio ambiente**, pues aunque los movimientos ecologistas ya tienen varias décadas, las graves catástrofes naturales de los últimos años han provocado que la sociedad tenga una mayor concienciación y respeto hacia la Naturaleza y sus problemas. Por tanto, nos encontramos con una tendencia de una fuerte carga ética que busca la sostenibilidad del entorno y mejorar las condiciones de vida de los más desfavorecidos, como podemos comprobar con las cada vez más numerosas acciones de Mercado Justo o el empeño de las empresas por ser cada vez menos contaminantes. No obstante el imperativo legal por el que las construcciones deben de cumplir con unos mínimos requisitos ecológicos, lo cierto es que las propias personas por voluntad propia buscan ser cada día

más *verdes*; así nos encontramos con arquitectos, interioristas y clientes finales que buscan crear casas ecológicas. Otras características de esta tendencia serían las de acercar la naturaleza de una forma integradora al hogar, como un elemento más, y el bienestar colectivo frente al individualismo del pasado.

Otra tendencia importante en la actualidad y que además va cobrando día a día más intensidad, es aquella que tiene que ver con el uso de **las nuevas tecnologías** y los valores estéticos que a ellas se le asocian como son el minimalismo, los diseños *blobs*, el juego con el espacio mismo, etc. Por tanto, se trata de hogares con un alto componente tecnológico, pero que al mismo tiempo buscan la simplificación y la interconexión a través de una tecnología intuitiva que esté al servicio del ser humano y que en la medida de lo posible se oculte a la vista de las personas. En cierto sentido, podemos ver elementos de la Web 2.0 en esta tendencia, ya que también se busca la socialización e interconexión del mundo. Por último, hemos de destacar que aunque esta tendencia se dé sobre todo en jóvenes, los rangos de edad están aumentando, al igual que ocurre con Internet.



La tercera tendencia que presentamos aún tiene tiempo por delante para seguir creciendo, aunque ya se encuentra más consolidada que las dos anteriores. Esta proposición estética para el hábitat, se basa en otorgar al hogar un fuerte **componente emocional**, de tal forma que sea capaz de actuar como elemento terapéutico gracias a la proyección en su entorno de valores espirituales, naturales y relajantes. Se pretende que los ambientes bucólicos y extremadamente sensoriales que busca crear esta tendencia funcionen de placebo y ayuden al bienestar y la

salud de sus consumidores. Asimismo, también trata de facilitar la interacción social y el descanso, el cual es entendido como un elemento de socialización

Por otra parte, **la estética barroca y del exceso** es una tendencia que viene observándose desde hace tiempo y que aunque ahora esté en su época de mayor esplendor, es de presuponer que su declive será el primero en llegar de las propuestas que aquí se narran. Esta proposición se caracteriza por el empleo de productos lujosos y exclusivos hasta el exceso, llegando a transmitir una aire onírico a sus estancias. Los poseedores de hogares con estas características, a través de artículos ostentosos huyen de la masificación actual y logran diferenciarse del resto, además de obtener el reconocimiento social y de estatus que estos productos otorgan a sus dueños. No podemos olvidar el cierto grado de exhibicionismo que tienen estas casas tan suntuosas. A pesar de que hayamos puesto fecha de caducidad a esta tendencia, su consumo continuará, pero en menor medida, gracias a nuevos grupos sociales como los *singles* y a los mercados emergentes, los cuales son grandes consumidores de lujo.



Si bien la anterior tendencia se encuentra cerca de su última fase, hay otras que empiezan a despegar. Una de las que empieza a destacar, sobre todo por su uso en publicidad y otras producciones audiovisuales, es la tendencia **lúdica**. Ésta se caracteriza por ser altamente creativa y buscar la personalización del entorno, además de sorprender y divertir a través de objetos cotidianos, pues entiende el juego como una forma de crear vínculos entre las personas y, por tanto, son hábitats donde las normas sociales no son tan importantes. Las grandes fuentes de

inspiración de esta propuesta son el mundo del cómic, los videojuegos, la ciencia ficción, los videoclips, la cultura urbana, el Pop-Art, etc.; por lo que es inevitable unir esta tendencia a un público joven, urbanita, de clase media, media-alta.

Otra tendencia que en un futuro cercano habrá que tener en cuenta, es la que reivindica **lo local y étnico** contra la globalización imperante en la que vivimos; así pues, vemos que una de sus principales características es la expresión orgullosa de las culturas autóctonas. Aunque suene paradójico, también puede inspirarse en otras culturas minoritarias, como la africana o la indígena, traídas por la globalización. Otras características importantes son: la hibridación cultural, la estética costumbrista y la importancia de los flujos migratorios actuales. Se trata de una tendencia que va a más, pero que lo hace lentamente y que probablemente si tuviera el empuje de los medios de comunicación como en el caso de la tendencia lúdica, le costaría menos llegar a la gente.

Para finalizar, hay autores y estudios que hablan de la importancia que en el futuro tendrá la tendencia **anti-establishment**. Se trata de una tendencia heterogénea, muy crítica con el poder y que mediante un lenguaje subversivo y de manera provocativa e irónica plantea nuevos espacios habitables. Esta propuesta tiene un fuerte componente ideológico y se asocia con el movimiento antiglobalización, Mayo del 68, la Movida Madrileña, el *garbage art*, al movimiento punk o la ciudad utópica de Christiania en Dinamarca. Esta tendencia tendrá siempre su público, pero será el mismo, en el sentido de que normalmente serán personas jóvenes de 16 a 25 años que conforme vayan evolucionando y acomodándose cambiarán su cosmovisión y por tanto, abandonarán esta tendencia en pro de otras más laxas; es decir, su público está condenado a reciclarse cada poco tiempo. Por tanto, consideramos que es una tendencia a vigilar, pero que es complicado que alguna vez sea acogida de forma masiva.

