

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

Metodologías del interiorismo y su enseñanza

La fusión entre la investigación y la práctica profesional

Mónica Cuvelier García / Ivette Nohémi Alvarado García
Coordinadoras

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

Juan Ignacio Camargo Nassar
Rector

Daniel Constandse Cortez
Secretario General

Guadalupe Gaytán Aguirre
Directora del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte

Jesús Meza Vega
Director General de Comunicación Universitaria

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

Metodologías del interiorismo y su enseñanza

La fusión entre la investigación y la práctica profesional

Mónica Cuvelier García / Ivette Nohémi Alvarado García
Coordinadoras

Primera edición, 2024

DR © Mónica Cuvelier García
Ivette Nohémi Alvarado García
por coordinación

DR © Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Avenida Plutarco Elías Calles 1210
Fovissste Chamizal, C. P. 32310
Ciudad Juárez, Chihuahua, México
Tels. +52 (656) 688 2100 al 09



ISBN: 978-607-520-508-3

Metodologías del interiorismo y su enseñanza: la fusión entre la investigación y la práctica profesional / Coordinadoras: Mónica Cuvelier García, Ivette Nohémi Alvarado García.— Primera edición.

Ciudad Juárez, Chihuahua, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2024.

147 páginas; 22 centímetros.

ISBN: 978-607-520-508-3

Disponible en: elibros.uacj.mx

Contenido: Prólogo / Mariangel Coghlan.— Elementos del análisis en la investigación y el proyecto de la arquitectura interior / Beatriz Guerrero González.— Metodología, tecnología y praxis. La transición de la realidad virtual al proyecto escala 1:1. / María de Lourdes Miramontes Bravo y Luis Giachetto Carrillo.— Abordaje de proyectos de diseño interior / Paola Ayesha Corral Avitia.— De la creatividad al método, ideas y conceptos para una propuesta integral / David Rincón Ávila y Vania Rebeca Anaya Hernández.— Metodología, análisis y principios de conservación de edificios: la experiencia en el diseño interior en la UG / Alma Pineda Almanza.— Retos en tiempo de pandemia: proyecto interdisciplinario de aprendizaje-servicio en el nivel superior / Ana Cristina García-Luna Romero.— La transdisciplinariedad como base metodológica al diseñar para un mundo real / Alouette Lafont Perales y Luis Javier Rena Arroyo.— La práctica laboral del despacho DIN interiorismo, de Aurelio Vázquez Durán / Mónica Cuvelier García.— El proceso creativo de la firma de diseño Mariangel Coghlan / Hilda Berenice Castro Álvarez.— De la metodología a la práctica de CREATICA 88, de Lizeth Córdova y Julia Carpio / Ivette Nohémi Alvarado García.— Conclusiones generales.

1. Interiorismo – Metodologías
2. Interiorismo – Estudio y Enseñanza
3. Interiorismo – Investigación

LC – NK1710 M47 2024

La edición, diseño y producción editorial de este documento estuvieron a cargo de la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Subdirección de Editorial y Publicaciones

Coordinación editorial: Mayola Renova González
Cuidado editorial: Subdirección de Editorial y Publicaciones
Diseño de portada y diagramación: Sofía Taizet Martínez
elibros.uacj.mx

ÍNDICE

Prólogo.....	7
--------------	---

Introducción.....	9
-------------------	---

Primera parte

Capítulo 1

Elementos del análisis en la investigación y el proyecto de la arquitectura interior.....	15
---	----

Beatriz Guerrero González

Capítulo 2

Metodología, tecnología y praxis. La transición de la realidad virtual al proyecto escala 1:1.....	25
--	----

María de Lourdes Miramontes Bravo y Luis Giachetto Carrillo

Capítulo 3

Abordaje de proyectos de diseño interior.....	37
---	----

Paola Ayesha Corral Avitia

Capítulo 4

De la creatividad al método, ideas y conceptos para una propuesta integral.....	49
---	----

David Rincón Ávila y Vania Rebeca Anaya Hernández

Capítulo 5

Metodología, análisis y principios de conservación de edificios: la experiencia en el diseño interior en la uc	63
--	----

Alma Pineda Almanza

Capítulo 6

Retos en tiempo de pandemia: proyecto interdisciplinario de aprendizaje-servicio en el nivel superior	77
---	----

Ana Cristina García-Luna Romero

Capítulo 7

La transdisciplinariedad como base metodológica al diseñar para un mundo real.....	93
--	----

Alouette Lafont Perales y Luis Javier Rena Arroyo

Segunda parte

Capítulo 8

La práctica laboral del despacho DIN interiorismo, de Aurelio Vázquez Durán.....	107
--	-----

Mónica Cuvelier García

Capítulo 9

El proceso creativo de la firma de diseño Mariangel Coghlan.....	123
--	-----

Hilda Berenice Castro Álvarez

Capítulo 10

De la metodología a la práctica de CREATICA 88, de Lizeth Córdova y Julia Carpio.....	133
---	-----

Ivette Nohémi Alvarado García

Conclusiones generales	145
------------------------------	-----

Capítulo 10

De la metodología a la práctica de CREATICA 88, de Lizeth Córdova y Julia Carpio

Ivette Nohémi Alvarado García

Introducción

CREATICA 88 Casa Diseño es un despacho de diseño de interiores fundado en el año 2016, por Lizeth Córdova y Julia Carpio, con la misión de dar a conocer y fomentar el interiorismo en Ciudad Juárez, Chihuahua, México, caracterizado por desarrollar proyectos en el ámbito residencial, comercial y corporativo, principalmente, que va desde la proyección digital, hasta la ejecución de los mismos, con servicios integrales de Diseño Interior y Paisajismo. Cuentan con asesorías incluidas dentro de la oferta, variedad de productos de decoración, recubrimientos, acabados y equipamiento de espacios, en su *showroom*.

En este documento se detallará la conversación presentada por el equipo de CREATICA 88, dentro del X Foro Internacional de Investigación del Interiorismo. Córdova y Carpio, junto a su equipo de trabajo, desarrollan una metodología la cual designan como CREATICA 88, misma que por sus siglas (Causa, Recopilar, Existencias, Análisis, Talento, Introspección, Concretar y Acción), cada carácter representa un paso o acción para la elaboración de sus proyectos integrales de interiorismo arquitectónico y *landscape*, en donde organizan su técnica a su vez en tres fases: fase de síntesis, fase creativa y fase de ejecución.



Figura 1. CREATICA 88. Fuente: CREATICA 88, 2022.

Desarrollo

De acuerdo con Frascara (2000): “[...] el término diseño se usa para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos, destinados a producir comunicaciones visuales” (p. 19). Por su parte, Lizeth Córdova menciona que su proceso es integral, pues señala: “nos encargamos de todo, desde el diseño interior del espacio, la distribución y estudio de circulación de las áreas, la propuesta y elección del mobiliario, decoración e iluminación, hasta el seguimiento en la entrega, supervisando cada detalle” (L. Córdova, comunicación personal, 29 de abril, 2022). De igual manera comenta que su metodología se basa de manera inicial en lo que aprendieron como estudiantes en la Licenciatura de Diseño de Interiores, en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, fundamentada en mayor grado en la metodología propuesta por Jenny Gibbs, en el año 2006, esta clasificación se detalla en cuatro etapas principales: “[...] fases del proyecto: definición del programa de necesidades, elaboración de la propuesta de diseño, ejecución y, por último, la coordinación y dirección de la obra” (p. 146), Gibbs detalla que de manera recomendable se inicie con todo aquello que formalice el encargo de proyecto entre el diseñador y cliente, posteriormente se realice la etapa creativa, seguida de la presentación de avances y se finalice con la ejecución de la propuesta y la entrega formal de la obra. Asimismo, Gibbs (2006) menciona que las fases y alcances deben ser flexibles, pues no en todos los casos, los clientes requieren servicios de principio a fin.

PRIMERA FASE

- Reunión preliminar
- Programa de necesidades del cliente
- Propuesta de encargo y aceptación de la propuesta por parte del cliente

SEGUNDA FASE

- Levantamiento de las preexistencias y análisis
- Conceptos de diseño/trabajo inicial de proyecto
- Elaboración de presupuestos
- Preparación para la presentación
- Presentación ante el cliente/aceptación del cliente

TERCERA FASE

- Planos de obras (que pueden incluir planos de electricidad y otras instalaciones, dibujos de los revestimientos de las ventas y de la carpintería de obra)
- Especificaciones/ofertas (en las que los constructores, proveedores, fabricantes y especialistas presentan presupuestos)
- Presupuestos definitivos del cliente
- Solicitudes de licencias o permisos ante las autoridades locales, si es necesario
- Selección de los contratistas/contratación de obras

CUARTA FASE

- Programación de los trabajos de obra
- Calendario de obras
- Acopio de materiales
- Visitas de obra, si es necesario
- Instalación de mobiliario, si es necesario
- Finalización y entrega de las obras

Figura 2. Resumen de las fases principales de un proyecto. Fuente: Gibbs (2006), p. 168.

Debido a ello, Córdova explica que ya en la experiencia “real”: “cada cliente tiene gustos y necesidades particulares, así como que cada proyecto representa diversos retos” (L. Córdova, comunicación personal, 29 de abril, 2022), lo que las ha llevado a ser flexibles para amoldar su propia metodología con la finalidad de que resulte mayormente práctica y eficiente.

Córdova argumenta que: “el cliente, generalmente no te comprende tecnicismos” (L. Córdova, comunicación personal, 29 de abril, 2022), pero es importante lograr comunicarse de forma apropiada con ellos, pues es común que se refieran a la práctica profesional como hacer “dibujitos”, ellas buscan una comunicación fluida y que tampoco se “pierdan” los clientes con un vocabulario técnico al referirse de manera correcta a los planos, con especificaciones y detalles constructivos, cédulas y simbologías técnicas, logrando una manera comprensible y clara con sus posibles compradores. Sobre esto, Gibbs (2006) menciona que:

Una de las funciones clave del diseñador es interpretar las ideas e identidad del cliente, para poder crear un entorno adecuado en que vivir o trabajar. Resulta evidente que la capacidad del diseñador para comprender profundamente las necesidades del cliente es imprescindible, para que el proyecto resulte con éxito, tanto si se trabaja con una empresa como con un cliente privado. [...] para conseguirlo el diseñador tiene que ser capaz de hablar el mismo lenguaje que el cliente y, sobre todo, de escuchar al cliente para poder interpretar sus ideas (pp. 39-45).

Por otra parte, Julia Carpio enlista su proceso desde la creación de un boceto en una hoja de papel, luego se realiza la conceptualización, se simula el espacio de manera realista el espacio por medios digitales, hasta posteriormente se materializa el proyecto y se crean los entornos.



Figura 3. Proceso CREATICA 88-CARPIO. Fuente: CREATICA 88, 2022.

Como equipo de trabajo la metodología que ellas crean la denominan: CREATICA 88, siglas que corresponden a: C, de causa; R, de recopilar; E, de existencias; A, de análisis; T, de talento; I, de introspección; C, de concretar; A, de acción. A su vez, mencionan que corresponden a un paso o fase, las cuales dan inicio desde el momento que un cliente les da acceso al espacio a diseñar.

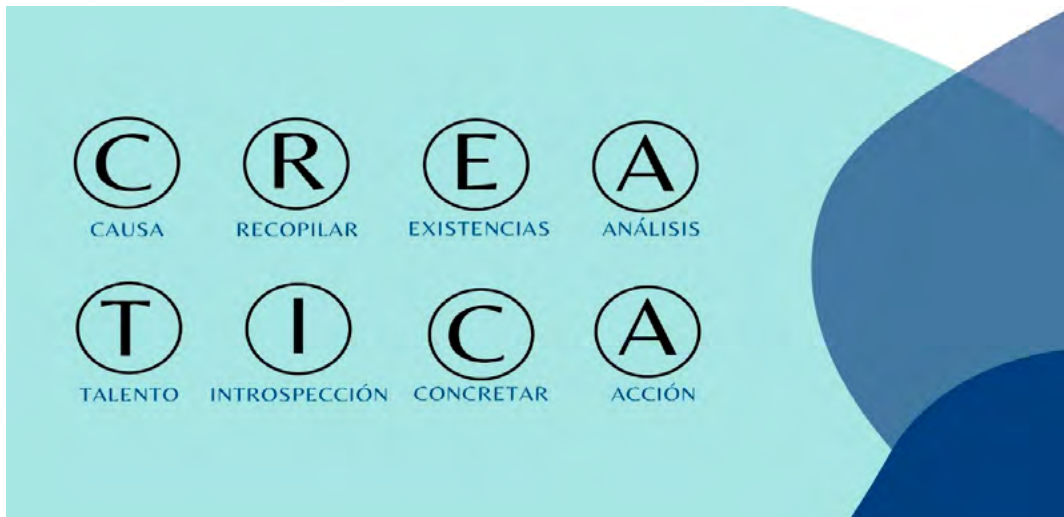


Figura 4. Metodología CREATICA 88. Fuente: CREATICA 88, 2022.

El primer paso, Causa, se inicia con el cliente quien es el que solicita el proyecto, esto se valida por medio de un contrato, en el cual se establecen las políticas de la empresa, aquí se acuerdan los costos por los servicios ofrecidos y se establecen los tiempos para la realización de la obra.



Figura 5. Causa. Fuente: CREATICA 88, 2022.

El segundo paso, denominado Recopilar, inicia con una entrevista mediante la cual se obtienen todos los datos sobre los gustos, necesidades y requerimientos de los clientes, para el proyecto. Mencionan que es de suma importancia que, en esta sesión, estén todos los usuarios-involucrados en espacio-proyecto, ya sea una vivienda, un restaurante, una empresa, pues con su opinión se obtiene información fundamental, se define presupuesto y uso del espacio.



Figura 6. Recopilar. Fuente: CREATICA 88, 2022.

El tercer paso, denominado Existencias, o preexistencias, es la etapa en donde se recopilan los datos visuales como fotografías, se realiza el levantamiento y toma de medidas del espacio a diseñar, así como las visitas al lugar, mencionan que es de suma importancia conocerlo en físico, pues un video o fotografía no muestran todos los detalles para un análisis correcto y completo, identificación de estructuras, tomacorrientes, plafones, puertas, entre otros, pues aun cuando el cliente cuente con los planos, es común que en la realidad haya alteraciones. Aquí recomiendan ir al menos tres personas a esta visita.

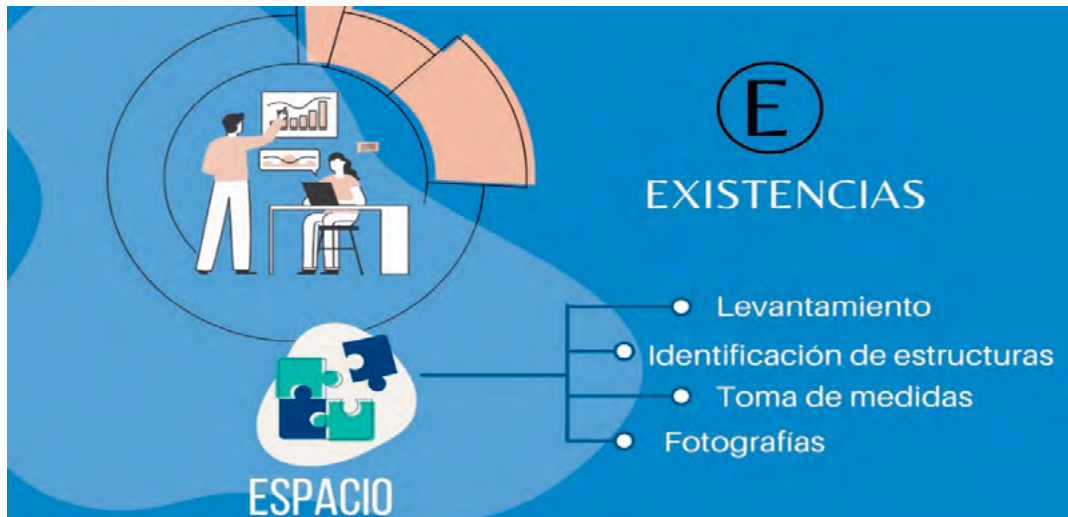


Figura 7. Existencias. Fuente: CREATICA 88, 2022.

El cuarto paso, denominado Análisis, es el momento en el que se reúne el equipo de trabajo a dialogar los puntos anteriores, se realiza un diagnóstico de toda la información recopilada, se hace una lluvia de ideas para definir el estilo decorativo, proponer soluciones a los problemas identificados, se estudian las ideas del cliente, pues comentan que a menudo les proporcionan imágenes de apoyo. Esta etapa infiere reflexiones, entre la empresa y el cliente.



Figura 8. Análisis. Fuente: CREATICA 88, 2022.

El quinto paso, denominado es Talento, el cual es una suma del potencial de todo el equipo de trabajo. Para este momento ellas ya lo traducen como el anteproyecto, en donde se trabajan los primeros planos de distribución, para posteriormente pasar a la proyección de las vistas tridimensionales de manera digital, mismos que se le presentarán al cliente. Es aquí en donde se aplican las habilidades de diseño y creatividad de la empresa, traducida por medio de su personal. Se busca que el cliente quede conforme desde las primeras revisiones.



Figura 9. Talento. Fuente: CREATICA 88, 2022.

El sexto paso, denominado Introspección, o verificación del proyecto. Aquí se da la etapa de revisión y aprobación de la propuesta por parte del cliente. Se le presentan los avances y de igual manera se busca que no haya cambios, para ello los pasos anteriores, llevados de manera eficaz, son fundamentales.

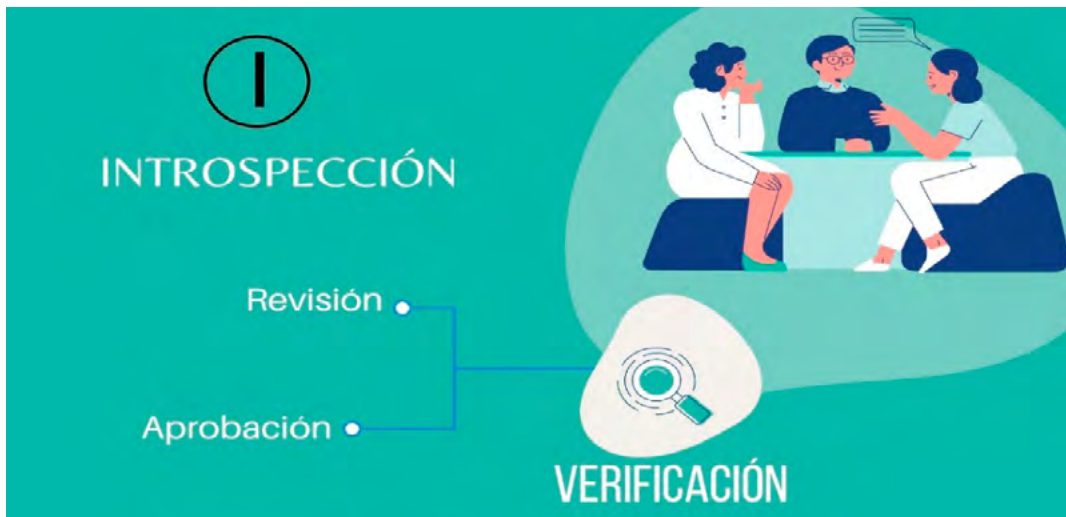


Figura 10. Introspección. Fuente: CREATICA 88, 2022.

El séptimo paso, Concretar, es la fase del proyecto ejecutivo, en donde el cliente ya aceptó la propuesta y se lleva a la elaboración de los planos, plantas arquitectónicas, planos de distribución ambientados, cortes, alzados, tablas de acabados, pisos, plafones, iluminación, mobiliario, accesorios y la cotización formal de la obra. Es una parte técnica, específica, ya libre de cambios, pues representan gastos innecesarios.



Figura 11. Concretar. Fuente: CREATICA 88, 2022.

El octavo paso, denominado Acción, es la última fase, la cual se divide a su vez en dos partes: la planeación y la ejecución. Mencionan que, en la primera, se requiere planear y coordinar con todo el equipo creativo y a su vez con el ejecutivo; como lo son: los instaladores, proveedores, mediante una reunión, la logística y las órdenes de compra de los materiales, mobiliarios, accesorios, luminarias, entre otros. Y en la segunda, se realiza la ejecución de las compras, las acciones y las instalaciones.



Figura 12. Acción. Fuente: CREATICA 88, 2022.

Con relación a las fases o etapas en las que se lleva a cabo el diseño, podemos identificar que distintos autores los detallan de formas diferentes, por ejemplo, Mazzeo y Romano (2007), mencionan que: “El proceso de diseño comienza con una necesidad, atravesando diversos grados de incertidumbre y finaliza con la verificación en el uso [...] Va abarcando decrecientes grados de generalidad, hasta llegar a su máxima definición” (p. 67). Por otra parte, Córdova y Carpio detallan que su metodología puede organizarse en tres fases, las cuales son: fase de síntesis (*causa, recopilar, existencias y análisis*), fase creativa (*talento e introspección*) y fase de ejecución (*concretar y acción*). Comentan que es de suma importancia tomar el tiempo y dedicación necesarios en cada paso, pues con ello se evitan contratiempos, desacuerdos con los clientes y gastos innecesarios o imprevistos; no obstante, para ellos es importante ser flexibles ante cada proyecto individual, aunque en su experiencia con trabajos previos, se permiten tomarlos como casos análogos y ajustar y pulir su metodología CREATICA 88, junto a su equipo de trabajo, conformado desde la zona creativa con arquitectos, ingenieros y diseñadoras, hasta la zona creadora, como los instaladores y mano especializada.

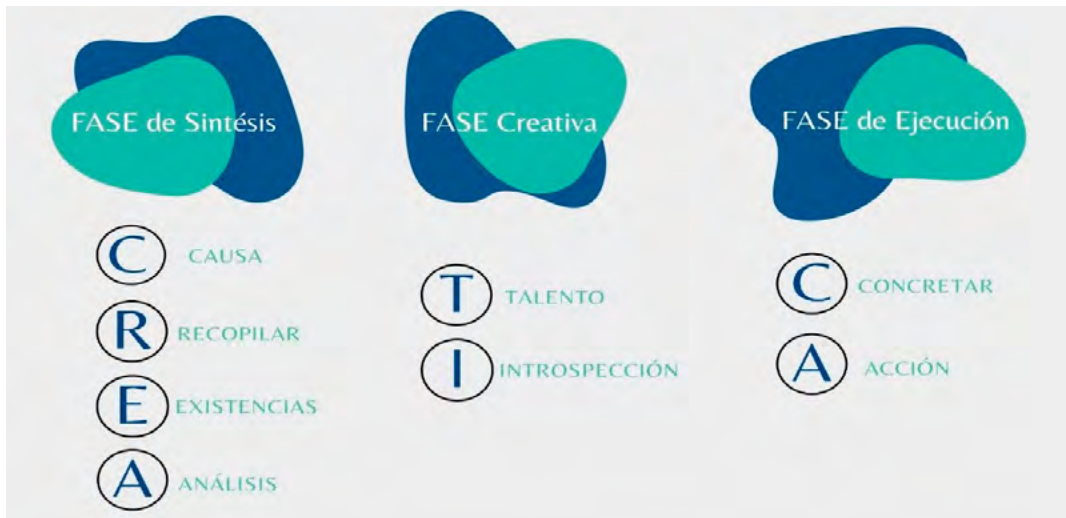


Figura 13. Metodología CREATICA. Fuente: CREATICA 88, 2022.

Conclusiones

La metodología CREATICA 88 es una contribución al campo del interiorismo que proporciona una guía sistemática para el desarrollo de proyectos integrales de interiorismo arquitectónico. La organización en tres fases permite un enfoque claro y ordenado del proceso de diseño, lo que resulta en proyectos correctamente planificados y ejecutados. Esto demuestra la importancia que las autoras otorgan a comprender las necesidades y deseos del cliente. Al tener en cuenta estos aspectos, los resultados finales del proyecto están alineados con las expectativas de los clientes, lo que contribuye a su satisfacción y éxito. Por otra parte, la metodología creatica 88, basada en las siglas Causa, Recopilar, Existencias, Análisis, Talento, Introspección, Concretar y Acción, cada uno de estos pasos tiene un propósito específico que aportan al desarrollo integral del proyecto. Desde el análisis de la causa y la recopilación de información hasta la concreción de ideas y la acción final; cada fase está diseñada para optimizar el proceso de diseño y garantizar resultados óptimos, comprendiéndose como una técnica de aportación al mundo del interiorismo y una herramienta útil para aquellos profesionales que buscan mejorar la calidad de sus proyectos.

Referencias

- Frascara, J. (2000). *Diseño y comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- Gibbs, J. (2006). *Diseño de Interiores, Guía útil para estudiantes y profesionales*. Barcelona, España, Gustavo Gili.
- Mazzeo, C. y Romano, A. M. (2007). *La enseñanza de las disciplinas proyectuales*. Buenos Aires: Nobuko.