OTRAVISIÓN
COLEGIATURA
DISEÑO

DISEÑO
ESPACIOS\ESCENARIO

REFLEXIONES

EMILIA URIBE LONDOÑO

DISEÑO ESPACIO/ESCENARIO

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Este proyecto investigativo nace de la necesidad mundial de generar un cambio en el estilo de vida de las personas y en la consciencia de estas. El desarrollo sostenible se ha convertido en el desafío colectivo de todos los países en el planeta. El gran crecimiento demográfico y económico sin preocupaciones ecológicas pone en peligro la vida de las próximas generaciones. Es por esto que el lujo ha atraído especial atención en este aspecto, ya que este ha sido asociado a lógicas de consumo desmedidas y que no son sostenibles.

"La sociedad está comenzando a reconocer y a concientizar sobre la importancia de la creación de un entorno ambientalmente responsable; los clientes están comenzando a comprender su papel y su impacto en el medio ambiente. Como resultado, están buscando interiores que demuestren un diseño sostenible y responsable con el medio ambiente" (Mazarella et al., 2011; Cargo, 2013).

Es por esto que por medio de la investigación acerca de la sostenibilidad en la arquitectura y en los espacios interiores, de igual manera el entendimiento del mercado de lujo y de cómo actúan sus consumidores, podrá entenderse como generar experiencias de lujo que sean sostenibles y amigables con el medio ambiente.

JUSTIFICACIÓN

Las definiciones que se conocen acerca del lujo, remiten al precio, al placer, al deseo, a la excepción, a la rareza, al refinamiento. "Cabe extenderse acerca de las maneras como la marca sabrá crear emociones y experiencias excepcionales y únicas, suspendiendo el curso del tiempo, para lograr que el cliente experimente un placer intenso, que se permita agasajarse, agudizar los sentidos, ponerlos en resonancia o en correspondencia, y revivir en la edad adulta las maravillas de la infancia". (Roux, E. 2003. El lujo eterno. Tiempo de lujo, tiempo de marcas). En los últimos años se han generado cambios en la sociedad, en cuanto a que las generaciones se han ido transformando. Han pasado de la apariencia a una búsqueda de sentido y de emociones. Ahora bien, el termino de lujo ha cambiado. Parte de esta investigación es poder visualizar estos procesos de transformación y de qué manera se puede transformar aún más. Vinculando la sostenibilidad y el lujo, para llegar a la idea de generar experiencias de lujo sostenibles.

"Las expectativas respecto de las marcas en general, y de las marcas de lujo en particular, de hecho, se han desplazado: expresión de uno mismo, emociones fuertes compartidas, búsqueda de autenticidad y de sentido, adhesión a una ética -es decir a su visión del mundo- y a una estética -exaltación del universo de lo sensible y forma única, para cada marca, de transmitir y de hacer compartir una emoción-". (Roux, E. 2003. El lujo eterno. Tiempo de lujo, tiempo de marcas). La realidad actual se enfrenta a cambios sociales, ambientales y éticos, los cuales están ligados a las nuevas necesidades de las personas y a la nueva consciencia mundial sobre la problemática del medio ambiente.

En esta investigación se pueden encontrar las relaciones entre la sostenibilidad y el lujo, sin dejar a un lado el estudio de los consumidores frente a sus hábitos de lujo y la ética de estos.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Cómo generar experiencias de lujo que estén vinculados a la sostenibilidad desde la mirada Diseño Espacio/ Escenario.

OBJETIVO GENERAL

Generar una experiencia que vincule el lujo y la sostenibilidad ambiental desde la mirada Diseño Espacio/ Escenario, en la ciudad de Medellín.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Estudiar a los consumidores desde las categorías de lujo y sostenibilidad, y cuál es el papel que tiene en cuanto a su consciencia frente a sus hábitos.

Experimentar a partir de los resultados de los estudios anteriores, diferentes maneras de unir la sostenibilidad con el lujo y analizar los efectos que esto tiene en los consumidores.

Diseñar estrategias que involucren la sostenibilidad y el lujo en un espacio comercial de retail en la ciudad de Medellín.

EJERCICIO CARTOGRÁFICO

VISIÓN TEÓRICA DEL LUJO

"Cualesquiera que sean los países, la base del sistema de lujo consiste en ser deseable, en mantener cierta distancia, en que debe ser merecido; se trata de un aura inmaterial que tira de uno por encima de lo ordinario y por encima de la simple calidad de la vida para convertirse en una forma de realización y de ofrenda que uno se hace a sí mismo y a los demás." (Roux, E. 2003. El lujo eterno. Tiempo de lujo, tiempo de marcas)."

TERRITORIO

La relación mental con el lujo en el espacio, en Medellín

CONTEXTO

En un contexto de la zona Provenza, desde la relación contrastada entre las diferentes clase sociales.

Lo analicé a partir de restaurantes, dueños de restaurantes, meseros, de la psicología y de ciudadanos que transitan por la zona.

RELACIONES INMERSAS

El contraste de la visión teórica de Elyette Roux del libro El Lujo Eterno, con los imaginarios de las personas que habitan la ciudad de Medellín en cuanto al Lujo

Mapear una relación contrastada desde la visión de lujo que tienen la clase social alta, media y baja.

CLASE ALTA VS CLASE BAJA

Un ejercicio de contraste en el espacio que busca entender el lujo como opera en una clase alta, media y baja.

El lujo en la clase alta se ve relacionado con el exceso, con mostrar, con tener las cosas materiales que están a la moda. Es algo que va más allá de las necesidades básicas.

El lujo en la clase media es poder darse pequeños gustos que no alteren su calidad de vida, desde su medio de transporte, o ir a un viaje.

El lujo en la clase baja es poder tener calidad de vida, es poder comer, poder pagar la salud y la educación.

CARTOGRAFÍA

La cartografía esta compuesta de diferentes capas. Hay tres capas de las cuales cada una corresponde a una de las clases sociales, la clase alta, media y baja, representando los niveles que hay de lujo. En cada una de estas capas hay unas frases y palabras claves que fueron resultado del ejercicio de escucha.

Hay dos capas que las superpuse sobre las clases, una de estas representa la mafia ya que este termino surgió repetidas veces en las entrevistas. La otra capa representa la educación, que es algo que esta presente en todas las clases sociales.

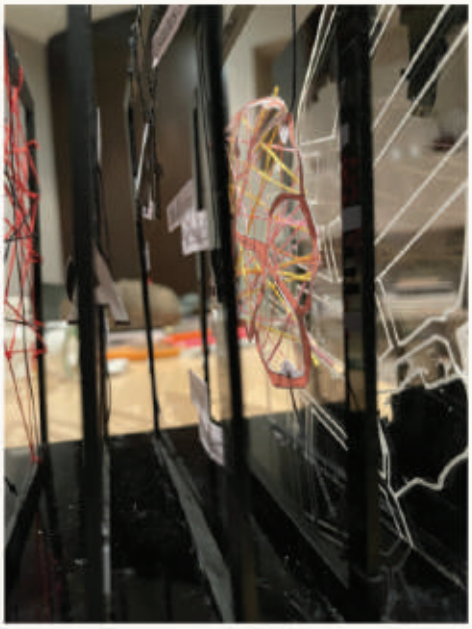
Las últimas dos capas son el mapa del barrio provenza y el mapa de la ciudad de Medellín, ya que estos son los lugares donde todos estos terminos e imaginarios suceden y aparecen.

En la clase social alta de la ciudad de Medellín la cultura de la mafia no ha dejado de estar presente, especialmente en cuanto al lujo. Este lujo se ve relacionado con la cultura material, con el exceso y con "el que dirán".

Esta cultura material de la mafia ha permeado los otros niveles socioeconómicos. Y tiene un impacto en estas personas que muchas veces deciden mostrar que comer.

CONCLUSIONES

Yo encontré que de manera contrastada la teoría en campo se relaciona con la desigualdad que hay en la ciudad de Medellín. Ya que en cuanto al lujo para unos es comprar las cosas de moda, mientras que para otros es poder comer
El lujo depende de las necesidades de cada persona, de su poder adquisitivo y de sus condiciones.



ALFABETO VISUAL

A partir de las tendencias e investigaciones estudiadas para la construcción de un alfabeto visual, se encuentran las siguentes categorias:

Menos, pero mejor:
-Siluetas atemporales sin ser minimalistas.
-Las necesidades básicas
-Lo esencial pero con mucha calidad.
-Materiales mas sólidos.
-Todo mucho mas refinado.

Crudo:
-Retorno a lo esencial, a lo natural y a lo ancestral.
-Consciencia frente a lo que usamos y cómo lo usamos.
-La crudeza
-Sin filtro

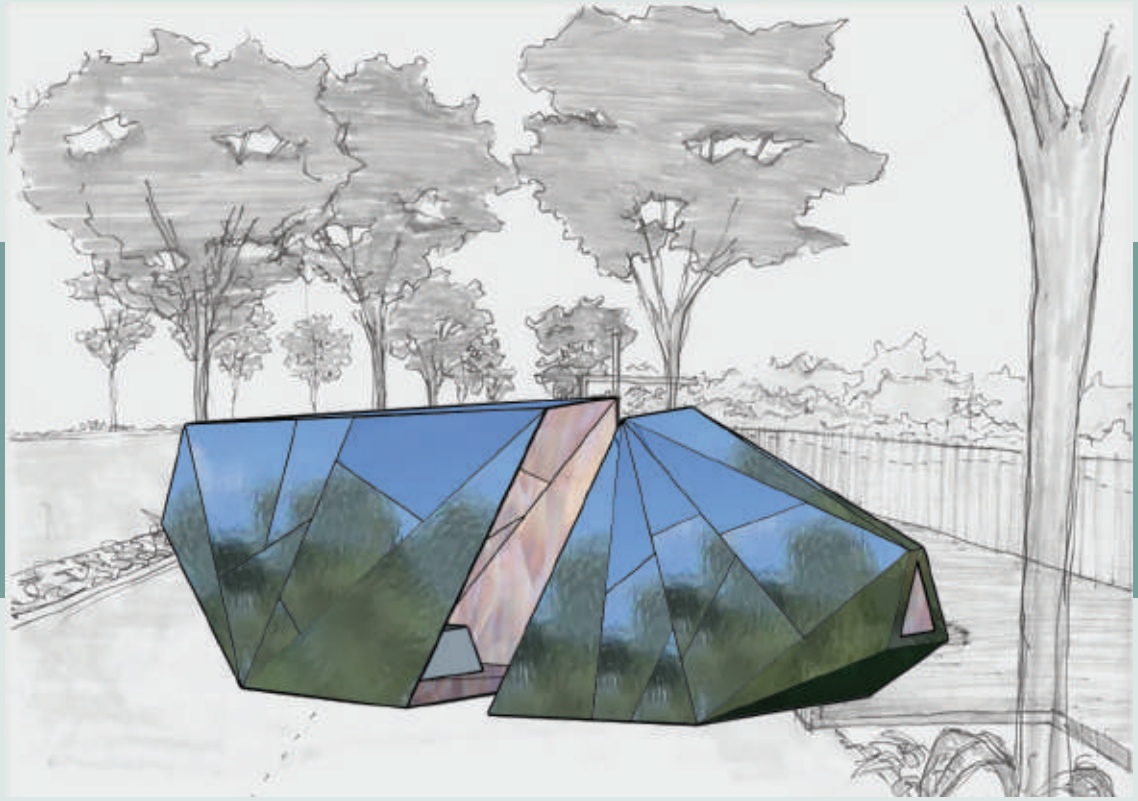
Herencias culturales
-Conceptos de tradición y herencia
-Re-examinar nuestra historia cultural.
-Conexiones transmitidas.
-Una cultura transmitida en el tiempo
-Traer el pasado al presente.

REFLEXIONES

En este proyecto se busca crear enlaces alternativos y de conexión entre el imaginario de lujo de las clases bajas y el imaginario de las clases altas. La intención es generar consciencia frente a esta brecha social que hay en la ciudad de Medellin y buscar hacer conexiones y lazos entre las diferentes personas de la ciudad independiente de su clase o estrato. Se busca generar un espacio creativo en el que las personas puedan de alguna manera regresar a su infancia, ya que los niños no les interesa lo material, lo lujoso ni juzgan a las personas por sus condiciones sociales, y en este espacio puedan interactuar y crear experiencias de conexión y de reflexión consigo mismos y con su realidad.

Es así como nace "Reflexiones", un pabellón interactivo, ubicado en parques del río en la ciudad de Medellin. Un espacio en el que se sale de las formas y perspectivas de la realidad, las personas entran en el espacio y por un momento cambia su visión y conocimiento de sus vidas. Se trata de un espacio que esta creado por medio de espejos, la superficie exterior pareciera como si se uniera a la ciudad ya que la esta reflejando, camuflándose en el paisaje. El pabellón esta compuesto por dos modulos, al entrar en el espacio se encuentra con una especie de caleidoscopio, ya que la parte interior cuenta con fragmentos de espejos ubicados de cierta manera para crear ese efecto, haciendo referencia a la infancia, en ambos modelos hay un lugar para tomar asiento y poder ver su reflejos en toda la instalación. Las personas podrán interactuar con los diferentes fragmentos de espejos y al tocarlos habrán unos que se iluminaran de diferentes colores creando diferentes reflejos y formas.

Por medio de los espejos y sus reflejos las personas pueden intercambiar miradas y fragmentos de sí mismos, generando una reflexión de lo que son y de lo que son sus vidas, cuando hay dos personas dentro se unirán los reflejos de ambos creando formas y uniendo sus cuerpos en las imágenes reflejadas. Desde afuera se podrá observar por medio de las aperturas en los extremos a las personas que están dentro interactuando, creando una conexión entre las personas y sus reflejos. Los usuarios podrán jugar con La Luz y con las reflexiones que esta hace ya que habrán fragmentos que se pueden abrir y cerrar para así poder manipular y controlar la cantidad de Luz permitiendo que los usuarios puedan cambiar la forma del pabellón.



REFLEXIONES

EMILIA URIBE LONDOÑO

DISEÑO ESPACIO/ESCENARIO