

Decorador de interiores, una profesión en alza

En este 2017 proliferan las ferias, estudios y exposiciones en torno al interiorismo. A caballo entre el artista y el arquitecto, el diseñador de interiores trata solo de decorar sino de armonizar espacios en los que se habita, a la vez que intenta transmitir la personalidad y gusto de su cliente

El museo Thyssen-Bornemisza en Madrid aloja este verano la exposición Sonia Delaunay arte, diseño moda, mostrando el trabajo de la que fuera una de las pioneras en dar relevancia a la decoración como forma de expresión artística.

Por otro lado, el pasado junio se inauguraba una nueva edición de Decoración en Madrid, una feria anual que sirve como exposición de las últimas tendencias en iluminación, color, suelos, mobiliario y textil decorativo. Que esta haya sido su octava edición da una idea de cómo el sector del interiorismo ha fraguado y sentado sus cimientos en el panorama actual, donde también destacan otras ferias como CasaDecor (por la que pasaron más de 43.000 visitantes, y que tuvo la presencia de más de 100 empresas) o Habitat Valencia.

A caballo entre el artista y el arquitecto, el diseñador de interiores trata solo de decorar sino de armonizar espacios en los que se habita y que cuentan bajo sus paredes y suelos con conductos eléctricos y tuberías, las construcciones y modificaciones de espacios habitables cuentan con una legislación y normas especiales que el profesional debe conocer y cumplir. A esto ha de sumar el dotar estas estancias de una personalidad, ambiente y feeling propios del artista, pero sin olvidar el gusto del cliente. Para esta profesión, no sólo hay que saber de arquitectura, construcción, y estructuras sino tener un instinto especial para la combinación del color, texturas, luces y armonía.

Simona Garufi, decoradora e interiorista italiana afincada en España con más de 10 años de carrera en este sector, lo define así: “No se trata de saber decorar a gusto sino interpretar los deseos del comitente, conseguir ver más allá, donde el cliente no sabe y no puede llegar: un solo espacio puede tener otro mil espacios escondidos y es allí que el buen interiorista tiene que guiar y actuar, valorizando los deseos del cliente, convirtiéndolos en algo inesperado, atemporal, cómodo y novedoso”

Es importante destacar que los diseñadores trabajan con constructores, arquitectos, empresarios, entidades estatales y por supuesto, propietarios de viviendas. Por este motivo, se requiere una formación académica capaz de brindar bases sólidas para atender las necesidades de cada uno.

Iván Vidal es el director de la escuela de Design de IED Madrid, uno de los centros educativos que forman a los interioristas del futuro. En sus estudios de Grado se abordan los aspectos sociales, medioambientales y de emprendimiento de esta profesión, y consideran clave la relación que tienen los usuarios con el espacio y el servicio o modelo de negocio que se realizará en determinado lugar, “esto hace de nuestros alumnos diseñadores estratégicos con una visión más amplia y ambiciosa.” Por supuesto sin olvidar la integración de los últimos desarrollos tecnológicos, que han pasado a ser un pilar en el desarrollo de esta profesión “No se puede hablar hoy de diseño de interiores sin trabajar con

máquinas de corte láser y realidad virtual (VR) para la creación de modelos y maquetas. Trabajamos también con la impresión 3D, el diseño textil y la experimentación con materiales para revestimiento y otras aplicaciones de escala menor, de detalle, que en su conjunto crean el buen diseño de espacio interior.”

Hoy en día, el interiorismo es una profesión consolidada y sus profesionales son solicitados tanto por particulares como por empresas. Hoteles, restaurantes y otro tipo de centros de venta de cara al público como pueden ser cadenas comerciales de tiendas son clientes habituales de los estudios de decoración de interiores, que buscan dotar estos espacios de una personalidad única y acorde con la imagen que su cliente quiere proyectar. En palabras de Garufi, “El interiorismo se convierte en un factor diferenciante imprescindible, a través del cual un particular, una tienda o una empresa comunican al mundo su identidad y los valores en los cuales creen”.

Datos de contacto:

Ana Calleja
617676995

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Interiorismo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>