



PUERTAS  
CORREDERAS Y  
ANTIGUAS SON  
TENDENCIA EN  
LA DECORACIÓN  
ACTUAL

J. ENRIQUE PERAZA, ARQUITECTO. AITIM

Un vistazo por los bancos de imágenes de buscadores en internet y redes sociales sobre puertas nos muestra una tendencia bastante llamativa sobre tres tipos de puertas: pivotantes, recuperadas y correderas.

Las puertas enrasadas también están de moda en España pero esto no se refleja en internet. Las puertas pivotantes parecen obedecer a un deseo de cambio, que es frecuente en todas las artes decorativas. Los clientes están cansados de un tipo concreto, por repetitivo, y quieren variar. Estas puertas permiten dimensiones mucho mayores y eliminan el marco tradicional alcanzando soluciones más limpias e integradas en la tabiquería.

Las puertas correderas están penetrando también gracias a tipos de importación que presentan un gran acabado. Aunque ocupan más espacio y no se pueden colocar en cualquier sitio, ofrecen una experiencia nueva del espacio y de relación entre las estancias. Son más complejas de accionar y, en general, son más pesadas, pero superan la monotonía de las puertas de paso abatibles tradicionales. Se entiende por puertas recuperadas aquellas que han sido extraídas de un uso anterior o de su abandono para ser utilizadas en otro distinto. Estos dos últimos tipos se unifican y se colocan en piezas singulares (la cocina, el salón, o entre salones, ...) adquiriendo un cierto protagonismo.

Es en efecto por parte de los interioristas y decoradores, de donde viene esta singularización de las puertas recicladas y correderas, sacándolas del segundo plano donde normalmente se encuentran en el ámbito de la decoración, a un primer plano, actuando como elemento singular y, en algunos casos, artístico (cuando se trata de puertas históricas procedentes de edificios singulares).

### Un mercado poco estructurado en España

No todos los países tienen un buen mercado de reposición. Reino Unido y Francia (en Europa) y EEUU en Norteamérica, tienen una gran tradición en este campo, España, muy poco. Este mercado requiere varios eslabones en su cadena que podríamos resumir en:

- Oferta de productos antiguos aprovechables. El país con más oferta en productos de decoración es Francia gracias a haber dispuesto de una aristocracia secular y un interés particular por las artes deco-

rativas especialmente hasta el siglo XVIII. Reino Unido también dispone de un buen mercado en los estilos que le son propios, desde la Edad Media hasta el siglo XIX y comienzos del XX donde alcanza su cénit económico. En EEUU hay una gran oferta de productos del siglo XVIII en adelante y una gran afición, extendida a amplias capas sociales por el coleccionismo de piezas antiguas. En España, pese a ser una nación de una riquísima historia no existe demasiada oferta de productos decorativos seguramente por el carácter más sobrio en todas las artes decorativas y normalmente a remolque de las modas extranjeras (especialmente de Francia)

- Ojeadores o compradores expertos, con capacidad de tasación, catalogación, datación, clasificación, etc. En España esta figura es prácticamente inexistente, fuera de algunos decoradores o interioristas especializados en productos concretos. No existe formación específica (por otra parte muy compleja de adquirir por ser muy amplia y variada) sino personas autodidactas que invierten muchos años.
- Existencia de mercadillos o mercados permanentes para productos usados. En España prácticamente no existen, mientras que en los países mencionados son muy frecuentes, tanto a nivel particular, como local o regional.
- Almacenes o mayoristas que realizan el acopio de productos con un cierto orden, con etiquetado y tasado de las piezas. En ocasiones realizan un primer saneamiento o limpieza de las piezas a vender. En otros casos es el punto de venta o el comprador quien tiene que realizarlo, cosa que realiza a través de un carpintero de proximidad o decorador. En España hay muy pocos, en comparación con los países mencionados.
- Punto de venta de proximidad o minorista. Es bastante inusual en España, al margen de anticuarios y chamarileros pero constituye, sin duda, una oportunidad de negocio interesante.
- Demanda suficiente, que se basa en una afición por parte del público en general, por los objetos de carácter histórico-cultural-artístico. En otros países, los objetos de arte y artesanía son muy valorados. En España predomina una cierta repugnancia

hacia lo antiguo, a lo usado por otras personas. Gusta más lo nuevo. Hay además poca valoración de la madera tanto en carpintería y mueble como en ebanistería por el mantenimiento que requiere.

De los cuatro eslabones de la cadena, el gran almacén es normalmente el dinamizador de todos los demás. Es además capaz de introducirse en este mercado de una manera paulatina, sin demasiado riesgo (si se trata de un almacenista de madera general).

Es además el que soporta la parte más desagradable y ardua: el almacenaje y clasificación de un género que es heterogéneo, con frecuencia dañado, en muchas ocasiones sucio -al menos en una primera instancia- y que requiere paciencia hasta la llegada del posible comprador, mientras el capital invertido permanece paralizado.

La otra figura clave es la del agente o comprador, normalmente *freelance*, que es capaz de descubrir buenas piezas y comprarlas al mejor precio posible para obtener el mayor rendimiento económico.

Un buen agente ha de disponer de una gran cultura en el ámbito de las artes decorativas. Ha de ser capaz de reconocer el estilo de los productos, su antigüedad, su autenticidad, su valor, su capacidad de restauración y puesta en valor, etc. Para ello dispone de muy poca bibliografía y muy dispersa. La mayoría es, además, foránea. En definitiva es un oficio que se basa sobre todo en la experiencia y requiere unas condiciones innatas que son difíciles de encontrar. En España esa figura la ha representado normalmente el chamarilero, de escaso brillo social, y en el mejor de los casos, por el antiguo decorador y el actual interiorista o arquitecto de interior.

### Internet como elemento dinamizador

Lo que antaño dependía, sobre todo, de visitas a mercados y mercadillos y a vendedores particulares, con toda esa labor informativa, conocimiento del terreno y psicología que se requieren, está cambiando poco a poco gracias a internet. Todo ese tiempo que antes se debía invertir, con resultados inciertos, ahora se facilita enormemente gracias a las redes sociales y a los sitios destinados a la subasta de productos a través de Internet (como ebay o Walla-pop). También son interesantes las plataformas de anuncios clasificados (Segunda mano, Mil anuncios, ...) donde comprador y vendedor

contactan directamente. Finalmente también se pueden adquirir a través de plataformas de trueque en las que no hay intercambio de dinero sino a través de una moneda virtual. En definitiva, internet, como en muchas otras cosas, está dinamizando de este mercado que era bastante opaco, y aumentando su capacidad de crecimiento de forma importante.

### Arreglo y adecentamiento de las piezas


Uno de los mayores obstáculos para la entrada de los productos de segunda mano en el mercado es su reparación, saneamiento, arreglo y acabado de acuerdo a los estándares de confort actuales.

Aunque la moda predominante es el acabado *grunge*, es decir, tipo derribo prácticamente, éste ha de disponer de unas condiciones mínimas de limpieza, integridad y acabado que no son precisas en los elementos nuevos.

### Mezcla de estilos decorativos y dimensiones

Una de las bazas estéticas más importantes de los elementos recuperados es la libertad formal que permite la mezcla de estilos y escalas. Evidentemente en un piso de vivienda estándar es prácticamente imposible utilizar piezas de este tipo, fundamentalmente por sus dimensiones. Se ha de contar de grandes espacios, que se encuentran en pisos antiguos de techos altos o en viviendas individuales de nueva planta donde ya se han tenido en cuenta estas piezas.

Pese al eclecticismo mencionado, no todo vale en este oficio ya que hay cosas que no pueden casar sin que chirrien los cánones artísticos más elementales: combinar lo rústico con lo barroco, lo zen o minimalista con lo funcional, lo vintage con lo castizo, lo mudéjar con el estilización de los 60, etc. Se requiere un sentido de la medida y del contraste que muchas veces se mueve en la delgada línea roja del mal gusto o lo cursi.

Sirvan las imágenes que presentamos a continuación para mostrar la inmensidad de posibilidades que se ofertan en el mercado, especialmente a través de internet 



PRODUCTOS

PUERTAS CORREDERAS ESTILO GRANERO



PUERTAS CORREDERAS ESTILO GRANERO

