

Nostalgia: el eterno retorno en la creación del objeto habitable

Nostalgia: The Eternal Return in the Creation of the Habitable Object



Asiria Artemisa Haro Cervantes ¹  

¹Universidad La Salle Bajío. Facultad de Diseño. León, México.

Autor de correspondencia: ahc103231@lasallebajio.edu.mx

Recepción: 12-05-2025 / Aceptación: 23-06-2025 / Publicación: 28-07-2025

Resumen

En un contexto contemporáneo marcado por la aceleración tecnológica y la volatilidad emocional, la nostalgia se manifiesta como una estrategia estética, simbólica y emocional cada vez más presente en el diseño de interiores. Este artículo propone una mirada interdisciplinaria sobre el fenómeno de nostalgia, articulando aportes desde la historia, la psicología, la sociología y la teoría del diseño para comprender cómo los recuerdos, tanto personales como colectivos, influyen en la configuración de espacios significativos. Se argumenta que la nostalgia, lejos de ser una emoción regresiva, puede convertirse en una herramienta creativa que fortalece la identidad, el arraigo y el bienestar emocional. Asimismo, se analizan las formas en que los diseñadores reinterpretan estéticas del pasado, a través de materiales, símbolos y atmósferas evocadoras, para generar experiencias de habitar con profundidad sensorial y valor emocional. El artículo menciona que diseñar desde la nostalgia implica una sensibilidad hacia lo vivido y lo anhelado, y ofrece una vía para construir entornos que, en lugar de huir del tiempo, dialogan con él.

Palabras clave: nostalgia, diseño de interiores, memoria emocional, espacio, psicología del diseño.

Abstract

In a contemporary context marked by technological acceleration and emotional volatility, nostalgia emerges as an increasingly present aesthetic, symbolic, and emotional strategy in interior design. This article offers an interdisciplinary perspective on the phenomenon, integrating insights from history, psychology, sociology, and design theory to explore how both personal and collective memories shape the configuration of meaningful spaces. It argues that nostalgia, far from being a regressive emotion, can become a creative tool that strengthens identity, emotional rootedness, and well-being. The article also examines how designers reinterpret past aesthetics,

through materials, symbols, and evocative atmospheres, to create dwelling experiences with deep sensory resonance and emotional value. It concludes that designing through nostalgia entails a sensitivity to what has been lived and longed for, offering a way to construct environments that do not flee from time, but instead engage in dialogue with it.

Keywords: nostalgia; interior design; emotional memory; space; design psychology.

1. Introducción

Hay aromas que nos regresan a la infancia, sonidos que nos sacuden el corazón, el fulgor cálido de una lámpara y, de pronto, estamos de vuelta; en la cocina de la abuela, la habitación de la niñez o la estancia de nuestro antiguo hogar. Estos estímulos sensoriales nos vuelven a lo conocido, a lo que nos es familiar.

El eterno retorno dado por los estímulos sensoriales encuentra su eco en la nostalgia y en el diseño de interiores, convirtiéndose en una guía estética y emotiva que orienta una propuesta a través de la reinterpretación y la resignificación de aquello que nos ha conmovido. Ejemplo de ello son los espacios actuales decorados con tapices florales que evocan el Arts and Crafts, el uso de materiales como mármol y latón con reminiscencias del Art Déco o la vibrante explosión de color y geometría inspirada en el Memphis Posmoderno. Gestos que trascienden al diseño de interiores y se extienden a diversas disciplinas creativas, como el cine, la fotografía, la literatura y la música.

El término nostalgia proviene del griego nostos (regreso al hogar) y algos (dolor), y la Real Academia Española la define como una tristeza melancólica por el recuerdo de una dicha perdida. El diseño de interiores se ha apropiado de la nostalgia; quizá porque ésta nos ofrece la sensación de pertenecer, a través del regreso a lo conocido; o porque la idea popular de que cualquier tiempo pasado fue mejor contribuye a combatir la ansiedad ante un futuro que puede vislumbrarse incierto. Entonces, ¿cómo se articula la nostalgia como recurso de diseño y qué implicaciones tiene este eterno retorno en la construcción de espacios significativos?

El sociólogo Zygmunt Bauman (2007) menciona la vida como constante incertidumbre, donde la información fluye a gran velocidad y las referencias se tornan efímeras. El cambio acelerado tecnológico, cultural y social genera desorientación, ansiedad y conmoción en las personas; y en este contexto, el diseñador de interiores enfrenta el desafío de crear espacios habitables que se avecinan como fugaces, vacilantes o caducos. El buscar crear espacios con permanencia, significado y trascendencia influye directamente en el bienestar, las emociones y el comportamiento de las personas que los habitarán.

Nostalgia, sus orígenes y evolución.

El concepto de nostalgia ha evolucionado significativamente desde su primera aparición en el siglo XVII, cuando el médico suizo Johannes Hofer la utilizaba para describir una enfermedad mental que afectaba a los soldados suizos lejos de su hogar. Fue en los años setenta que el sociólogo norteamericano Fred Davis

publicó *Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia* (1979), donde rescató su aspecto optimista: un anhelo por lugares o situaciones felices del pasado, el cual puede dar cabida a la añoranza, a la ensoñación y a la posibilidad de la recreación de vivencias.

La nostalgia no es simplemente una emoción individual, sino un fenómeno social y cultural cargado de significados que reflejan tensiones, transformaciones y búsquedas de identidad en las sociedades modernas. Además da sentido en tiempos de gran incertidumbre, permitiendo que las personas integren fragmentos de su pasado en la narrativa de su presente. La nostalgia dejó de ser vista como patología y pasó a entenderse como una emoción compleja y universal.

Una emoción compleja hacia el bienestar.

El psicólogo Constantine Sedikides, de la Universidad de Southampton, ha estudiado la nostalgia en más de cien publicaciones. Sus hallazgos muestran que esta fortalece el sentido de identidad, incrementa la seguridad emocional, consolida lazos y reduce el estrés. Explica cómo el sistema límbico desempeña un papel central en la generación, modulación y expresión de las emociones y el comportamiento humano. Permite a las personas experimentar sentimientos, exteriorizarlos y, al mismo tiempo, regularlos de acuerdo con las circunstancias. Esta capacidad de ajuste emocional contribuye a mantener el equilibrio psicológico y a responder de forma adaptativa ante los desafíos del entorno (Sedikides et al., 2015).

La nostalgia como emoción, experimentada de forma integrada y saludable, activa este sistema al vincularnos con recuerdos significativos del pasado; esta activación puede generar efectos positivos. Evocar experiencias valiosas no solo produce una sensación de bienestar, sino que también fortalece la autoestima y reafirma los valores esenciales.

La psicóloga estadounidense Krystine Batcho (2019) plantea que la nostalgia es una forma de anclaje emocional, útil especialmente en tiempos de transición o crisis existenciales. Según sus estudios, personas en situaciones de migración, envejecimiento o pérdida tienden a utilizar los recuerdos nostálgicos como una manera de recuperar estabilidad emocional en un ambiente cambiante. Sin embargo, cuando la nostalgia se transforma en idealización extrema, puede convertirse en un obstáculo para el presente. **«Recordar con cariño y gratitud es terapéutico; anclarse en el pasado desde el dolor, no»** (Rojas Estapé, 2018).

Nos enfocaremos hacia la nostalgia del bienestar; nuestra mente transforma las experiencias en recuerdos, que se codifican, almacenan y, posteriormente, se recuperan a través de la memoria, permitiéndonos acceder a nuestro pasado personal. Estos recuerdos están íntimamente ligados a las emociones que los acompañaron en el momento de su formación y, al ser selectivos y maleables, tienden a reconfigurarse con cada evocación. En este delicado proceso de selección y reconsolidación emocional, el pasado suele idealizarse, tiñéndose de belleza, calidez y una sensación de felicidad reconfortante. Lo nostálgico se vuel-

ve encantador y hermoso porque ha sido revalorizado por la pérdida.

Es así como la nostalgia no solo nos conecta con lo que fuimos, sino que también nos ofrece una vía para resignificar quiénes somos hoy. Recordar lo positivo del ayer se convierte en un arraigo emocional que enriquece, da sentido al presente y **proyecta** nuestro futuro, ofreciendo estabilidad simbólica en contextos cambiantes.

Anemoia: nostalgia como recurso simbólico y emocional en el diseño.

El escritor John Koenig (2021) crea la palabra *Anemoia* para definir la nostalgia que se tiene por una época no vivida. De este modo, el diseñador se sumerge en el espíritu de otros tiempos y recurre a la anemoia como gesto para conceptualizar y romantizar estilos popularmente denominados “retro” o “vintage”. El diseñador de interiores **incorpora** elementos del pasado, ya sean materiales, formas, colores, texturas o símbolos culturales, por una parte para validarse en lo ya constatado y, por otra, para activar patrones de memoria que ofrecen al habitante una experiencia de continuidad temporal. Este gesto dota de seguridad al diseñador y crea un motivo emocional reconocible para el habitador, otorgándole confort, identidad y arraigo, como quien escucha una melodía y, en ella, se siente en casa.

El recuerdo, por su naturaleza maleable, se convierte en una poderosa herramienta creativa, y este anhelo por lo real o por lo imaginado perdido se materializa en la elección de elementos estéticos an-

tiguos para diseñar espacios contemporáneos que aluden a encanto, emoción y felicidad; envolviendo al habitador en una sensación de continuidad y reconocimiento que estructura la experiencia del espacio interior.

Diseñar desde la nostalgia no solo permite revivir momentos significativos, sino también compartir sentimientos colectivos, perpetuar tradiciones, inmortalizar culturas y preservar costumbres que nos ayudan a reconocernos en el presente. Gilles Lipovetsky reflexiona cómo las marcas, la moda, las películas, la política y los productos en general apelan a lo nostálgico como una forma de construir narrativas atractivas que conectan con emociones profundas, creando un mecanismo de arraigo cultural frente al vértigo de la novedad constante. El recuerdo se transforma en un artefacto estético que cobra sentido, no en lo que fue, sino en cómo lo reinterpretamos. La nostalgia es entonces vista como una respuesta emocional de defensa ante la sobrecarga de información, la obsolescencia y el cambio; es una forma de aferrarse a lo conocido cuando el presente se vuelve indescifrable y el futuro incierto.

El arquitecto Juhani Pallasmaa promueve un diseño de interiores sensorial y emocionalmente significativo. Para él, el habitar auténtico se construye a través de la experiencia del cuerpo entero: la vista, el tacto, el olfato, el oído e incluso el gusto son esenciales para una experiencia espacial completa. El cuerpo no solo ocupa el espacio: lo interpreta, lo recuerda y lo habita. Un espacio bien diseñado evoca memorias, activa emociones y genera un sentido de arraigo y de pertenencia.

Por su parte, Donald Norman plantea que el diseño debe ser funcional y, además, generar experiencias emocionales significativas. Propone tres niveles de procesamiento en la percepción del diseño: visceral, conductual y reflexivo. El nivel visceral responde a la reacción inmediata e instintiva ante la apariencia de un objeto, influenciada por la estética y los sentidos. El nivel conductual se relaciona con la facilidad de uso y la interacción intuitiva, determinando la satisfacción del usuario en función de su desempeño. Finalmente, el nivel reflexivo, que es el que nos interesa en este escrito, abarca el significado y la asociación personal que un objeto adquiere con el tiempo, generando apego emocional y fortaleciendo su valor simbólico.

Para autores como Juhani Pallasmaa y Donald Norman, la nostalgia se materializa en el diseño de objetos y espacios interiores a través de gestos y elementos visuales, formales y simbólicos, que generan una sensación de continuidad temporal. En este contexto, la nostalgia se convierte en un vehículo sensible que no solo brinda confort, sino que también facilita la identificación emocional. La reinterpretación de estilos históricos trasciende la mera imitación formal, transformándose en una estrategia significativa que activa memorias personales y colectivas, y potencia la dimensión afectiva y metafórica del entorno diseñado. Un diseñador de interiores debe lograr remitir, pero no reproducir; evocar, pero no imitar.

La nostalgia, en el interiorismo, se manifiesta como una invocación estética del tiempo y una evocación emocional de

vivencias pasadas, contextos culturales y formas de habitar que persisten en la memoria individual y colectiva. Cuando el diseño integra elementos que remiten a lo antiguo, lo artesanal o lo vivido, activa una narrativa del habitar conectada con la identidad del usuario. En este sentido, lo nostálgico no solo apela al recuerdo, sino que se convierte en una estrategia de diseño orientada al confort psicológico: una forma de reconciliar al habitante con su propia historia. La nostalgia se vuelve ritmo, pausa, memoria. Una forma de habitar lo eterno, desde lo sensible.

El diseño nostálgico adopta estrategias como: un puente entre lo familiar y la innovación, brindando solución a necesidades emergentes e incorporando tecnología al espacio interior; un reforzador de pertenencia, creando una conexión emocional con distintas generaciones; un detonante de experiencias multisensoriales combinando colores, texturas, temperaturas, fragancias y sonidos. Diseñar desde la nostalgia es un eterno retorno sensorial, un hilo conductor que da cohesión a la experiencia del espacio interior, que implica revalorar lo vivido, integrar lo perdido y resignificar lo anhelado. El diseñador de interiores no mira hacia atrás con tristeza, sino hacia dentro, con profundidad emocional, y es lo que desea transmitir en la propuesta espacial.

Conclusión

En tiempos de aceleración, fugacidad e incertidumbre, la nostalgia emerge como un recurso poderoso que no solo apela al recuerdo, sino que resignifica el presente y proyecta futuro. Permite al diseño de

interiores recuperar lo vivido o imaginado como materia sensible para crear espacios que hablen de pertenencia, identidad y arraigo.

Diseñar con nostalgia implica entonces construir retornos espaciales: motivos visuales, materiales o sensoriales que regresan como fragmentos del tiempo, anclando el presente en la memoria individual y colectiva. Este diseño nostálgico no es una negación del cambio, sino una afirmación sensible del devenir, un modo de reconciliar al sujeto con su historia a través del espacio que habita. En su eterno retorno, no hay estancamiento, sino transformación; nos recuerda que lo hermoso no siempre reside en la novedad, sino en aquello que ha permanecido con nosotros a lo largo del tiempo, a veces en silencio, resguardado en los rincones más íntimos del habitar.

Información de los autores

Asiria Artemisa Haro Cervantes ¹

 0009-0002-1195-5737

Referencias

- Bauman, Z. (2014). *Tiempos líquidos*. Tusquets.
- Batcho, K. I. (2019, noviembre). Episode 93: Speaking of psychology: Does nostalgia have a psychological purpose? *American Psychological Association*. <https://www.apa.org/news/podcasts/speaking-of-psychology/nostalgia>
- Covarrubias, V. (2021, 8 de enero). Una retrospectiva de la nostalgia en el diseño. *SEO y Usabilidad*. <https://seousabilidad.com/articulos/una-retrospectiva-de-la-nostalgia-en-el-diseno/>
- Davis, F. (1979). *Yearning for yesterday: A sociology of nostalgia*. Free Press.
- Fernández, T., & Tamaro, E. (2004). Biografía de Zygmunt Bauman. *Biografías y vidas*. <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/bauman.htm>
- Garocho, D. S. (2019). Nostalgia: Sobre el origen y el nombre de una patología sentimental. *Isegoría: Revista de Filosofía Moral y Política*, (60). <http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/view/1083>
- Koenig, J. (2021). *The dictionary of obscure sorrows*. Simon & Schuster.
- Lipovetsky, G. (2018). *El imperio de lo efímero*. Anagrama.
- Manes, F. (2021, julio). Pensar de nuevo: Episodio 2: Memoria [Podcast]. Spotify. <https://open.spotify.com/episode/4N9oDHCxvpqkEkiCm7nJ6y>
- Norman, D. A. (2005). *El diseño emocional: Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Paidós.
- Pallasmaa, J. (2022). *Los ojos de la piel: La arquitectura y los sentidos* (3.ª ed.). Gustavo Gili.
- Panelas, T. (1982). Yearning for yesterday: A sociology of nostalgia [Review of the book Yearning for yesterday: A sociology of nostalgia, by F. Davis]. *American Journal of Sociology*, 87(6), 1472–1474. <https://doi.org/10.1086/227614>
- Real Academia Española. (2022, 11 de septiembre). *Términos lingüísticos*. <https://www.rae.es/dpd/ayuda/terminos-linguisticos>
- Rodríguez, R. (2019, 5 de octubre). La nostalgia es negocio redondo para la industria de la moda. *El País*. https://elpais.com/elpais/2019/09/30/eps/1569835887_884899.html
- Rojas Estapé, M. (2018). *Cómo hacer que te pasen cosas buenas: Entiende tu cerebro, gestiona tus emociones, mejora tu vida*. Espasa.
- Sedikides, C., & Wildschut, T. (2017). Finding meaning in nostalgia. *Review of General Psychology*, 21(2), 97–109. <https://eprints.soton.ac.uk/407780/>
- Toffler, A. (1972). *El shock del futuro* (J. Ferrer Aleu, Trad.). Plaza & Janés.
- Universidad de Southampton. (2021, 26 de abril). *Nostalgia*. <https://www.southampton.ac.uk/nostalgia/>
- Victoria-Urbe, R., García-Albarrán, M. A., & Utrilla-Cobos, S. A. (2021). La nostalgia: La relación con el diseño de productos, el consumo y su potencial sustentable. *Redalyc*. <https://www.redalyc.org/journal/4779/477957975002/html/>