

B 13 44 /
Los

• Arq. Juli Capella Samper

objetos que vienen

Estrategias de diseño con futuro

El futuro del entorno material depende directamente de nuestros actos del presente. El diseñador debe ser futurista y realizar su labor en pos de mejorar el mundo y no de poblarlo con objetos inútiles, predestinados a convertirse rápidamente en basura. La gente no necesita objetos sino la satisfacción de ciertas necesidades; este es un llamado a los diseñadores para crear productos “blandos” o “inmateriales”, que sean la solución para las necesidades cotidianas y no constituyan un problema irreversible para el futuro.

A

menudo parece que los objetos que nos rodean no puedan ser de otra forma.

Nos da la sensación de que son de la mejor manera posible en cada época. Pero esto no es así. El futuro no acontece, se le persigue. No somos ajenos a él, lo forjamos desde el presente con cada

uno de nuestros actos. Podemos, por tanto, modificar el futuro del entorno material con cada acto nuestro del presente.

El 23 de septiembre de 1938, unos meses antes de comenzar la Feria Internacional de Nueva York (1939-40) se enterraba una cápsula metálica con forma de misil, bajo los cimientos del pabellón de la empresa americana Westinghouse. Su interior contenía diversos objetos representativos de su época: “a comprehensive crosssection of today’s civilization”, es decir, un resumen concentrado del diseño americano de aquel momento. Para la siguiente exposición de 1965, en la misma ciudad, volvió a repetirse la experiencia, y en

Fig. 1

Objetos incluidos en la “cápsula del tiempo” enterrada en el Flushing Meadow Park de Nueva York en 1965

Catálogo publicitario de la época, de la empresa Westinghouse.

la cápsula esta vez se introdujo: un bikini, un cepillo de dientes eléctrico, tranquilizantes, anticonceptivos, una Polaroid, tarjetas de crédito, un paquete de cigarrillos, comida enlatada, microfilms, una válvula cardíaca, una unidad de memoria de computadora, etc... y cómo no, una bandera americana y una Biblia (ver imagen 1). Ambas “cápsulas del tiempo”, concebidas para resistir todo tipo de embates de la naturaleza y la destrucción humana, reposan juntas, cubiertas de hormigón, en el Flushing Meadow Park, a 20 metros bajo tierra, para ser abiertas de aquí a 5000 años y dar testimonio de cómo era la cultura material del siglo XX.

Siempre nos ha interesado saber cómo fue el pasado, también dejar testimonio para el futuro. Pero ¿cómo serán los objetos cotidianos en ese lejano año 6.965 cuando alguien decida desenterrar y abrir la cápsula? Entre los vestigios del siglo XX y los objetos que estén vigentes en ese momento, suponemos, habrá un salto abismal que hoy se nos hace imposible imaginar.

Pensemos que nuestros abuelos jamás hubiesen predicho la televisión o el ordenador, y muchos aún no se creen que el hombre haya pisado la Luna. Ni siquiera nosotros mismos hubiésemos creído factible hace pocos años que acabaríamos con teléfonos móviles, que, sin embargo, son ya imprescindibles. Concluyamos pues, que resulta casi imposible predecir a tan largo término, 50 siglos, cómo será el entorno humano. Sin embargo, “la anticipación del futuro es tan ineludible y vulgar como el respirar... cuando observamos el vuelo de una ave anticipamos su futuro curso y posición” decía Charles Jencks en un delicioso libro titulado *Arquitectura 2000* escrito en 1971, y lleno de pronósticos cumplidos.

El efecto Edipo

Adelantarnos unos pocos segundos a lo que va a suceder parece fácil, -abro el grifo: saldrá agua-; pero hacerlo unos decenios ya resulta más comprometido -hay contaminación: usaremos coches eléctricos-. Al hacerlo precisamente estamos interviniendo en su ocurrir. La predicción es parte del resultado final. Karl Popper denominó este fenómeno *efecto Edipo*, como en la tragedia, que al pronosticar que mataría a su padre, evitaron que supiese quién era, y precisamente por eso acabó matándolo al desconocer su identidad. “La idea de que una predicción pueda tener influencia sobre el acontecimiento pronosticado es muy antigua... Ese es el motivo de que yo sugiriese la denominación efecto Edipo para la influencia de la predicción sobre el acontecimiento pronosticado, tanto si esta influencia tiende a dar lugar al mencionado acontecimiento como si tiende a evitarlo”. Es decir, si se



prevé que en el año 2028 la ciudad de Venecia quedará sumergida bajo el agua, es probable que la propia advertencia ayude a evitar el fatal desenlace. Si se prevé una densidad demográfica imposible para el año 3000 en el planeta, se pondrán en marcha medidas de control de natalidad que eviten la catástrofe. Y también, si se prevé que será necesario determinado número de escuelas para atender una población creciente, éstas podrán estar a punto y disponibles cuando sea menester.

Precisamente la sentencia *futura abhorret vacuum* -el futuro sale perjudicado si no se persigue- nos anima a elucubrar predicciones para, en todo caso, ser autores responsables y no meros monigotes expectantes de nuestro devenir histórico. Queremos ser guionistas y protagonistas de nuestra película, no espectadores sumisos. Por tanto, debemos ser futuristas, hacer predicciones, advertir de peligros.

Un mundo sin llaves

Los escenarios del futuro suelen ser desalentadores. Ya no se estilan las visiones futuristas idílicas de los años 20; ya vimos que George Orwell no se equivocaba mucho con su 1984, ciertamente los “grandes hermanos” acechan; sabemos que el futuro será más parecido al mestizo *Blade Runner* que al impoluto *2001 Una odisea del espacio*. Muchos objetos de nuestra actual vida cotidiana desaparecerán como sucedió, por ejemplo, con los braseros.

Está sucediendo con las máquinas de escribir y sucederá con las llaves, objetos sin duda caducos. Pero al mismo tiempo comprobamos cómo las velas no desaparecieron con la invención del candil, ni éste con la de la bombilla; ni los lápices de carbón con las plumas estilográficas, ni éstas con los bolígrafos, cada objeto va encontrando su hueco funcional y evocativo. Cuando el disco de vinilo estaba sentenciado a muerte, parece resurgir bajo el imperio digital como reivindicación de autenticidad imperfecta. Más que desaparecer, los objetos se acumulan y superponen, y las tecnologías se reparten el pastel. Se decía que el cine acabaría con la radio, pero ésta sigue gozando de buena salud, también se predijo que la televisión acabaría con el cine, pero han acabado acostándose juntos.

Intuimos que muchos objetos de nueva generación, ahora inimaginables, pasarán a conformar el escenario de nuestra vejez y a la vez de la infancia de nuestros descendientes, responsables, a su vez, de los siguientes. Predecir el entorno futuro puede parecer un ejercicio banal más propio del cómic de ciencia-ficción que de la profesión de diseñador, pero no hacerlo, es una insensatez irresponsable que nos dejaría a la deriva. Precisamente porque al predecir objetos más humanos, sostenibles, afectivos y serviciales, estaremos ayudando a crearlos con tales atributos. Y paralelamente cuando avistemos

Siempre nos ha interesado saber cómo fue el **pasado**, también dejar testimonio para el **futuro**.

horizontes insostenibles y absurdos, podremos esquivarlos a tiempo. No deja de ser inquietante y a la vez esperanzadora la aseveración del gurú de la revolución digital, Nicholas Negroponte, director del Media Lab del MIT: “nuestro proyecto más nuevo y apasionante es dotar a los objetos de la capacidad de pensar”. ¿Pero esto no es lo que nos tocaba hacer precisamente a nosotros?...

Queremos sillas cariñosas

¿Por qué no? El futuro deparará todo aquello que proyectemos. Y si adivinar su forma, sus componentes y materiales, resulta aventurado, sin embargo, sí es posible establecer una guía de criterios. La forma importa poco, pero el carácter sí que cuenta.

Por primera vez en la historia tenemos la sensación de que producir más no es sinónimo de progreso. Ir vomitando más y más objetos en el planeta no supone vivir mejor, sino tal vez ir esquilmando algo irrecuperable. Sin tremendismos ni demagogia, debemos afrontar esta certeza con una reflexión que dé luz y alternativas. Aún tenemos la posibilidad de modificar esta tendencia. Se calcula que el 50% de los objetos que habrá en la Tierra de aquí a 15 años aún no han sido fabricados. La mitad del mundo en nuestras manos. Tenemos una ocasión de oro. Veamos pues cómo podrían ser estos “objetos blandos” del futuro inmediato:

Más que desaparecer, los objetos se acumulan y superponen, y las tecnologías se reparten el pastel.

- + **Menores** Tan sólo para ahorrar materia y volumen, además de utilizar menos energía productiva y ocupar menor espacio de almacenamiento. Recuperemos el slogan “small is beautiful” y sigamos la miniaturización iniciada por Japón.
- + **Alternativos** Diferentes respecto a lo existente. No copias o versiones del mercado, sino propuestas innovadoras y alternativas.
- + **Ligeros** Menos peso significa menor energía en el transporte, por lo tanto menos contaminación. También mayor versatilidad de uso al facilitar su movilidad en una sociedad nómada. Si los objetos se mueven no hemos de duplicarlos.
- + **Perdurables** Hay que sustituir el concepto de “usar y tirar” propio de la época del despilfarro, por el de “usar y volver a usar”. Los productos deben estar pensados para resistir el uso y el paso del tiempo, y no para caducar estética o funcionalmente la temporada siguiente, como sucede con muchos aparatos domésticos.
- + **Reparables** Es posible alargar la vida del objeto si está pensado para poder ser arreglado, o para admitir modificaciones que prolonguen y actualicen su servicio. Desechar alegremente lo estropeado es suicida.
- + **Desmontables** Un objeto sellado y compacto no permite su reparación, y lo que es peor, impide su correcto reciclaje. Los diversos componentes y materiales de un objeto han de poder desensamblarse para iniciar nuevos ciclos. Hay que pensar en objetos monomáticos y sustituir el pegamento por tornillos.

- + **Autoportantes** Productos autónomos que no dependan de otros. La abusiva y absurda proliferación del embalaje debe detenerse. Más del 50% de la basura occidental es mero packaging. Necesitamos objetos que no necesiten envoltorio, volver a los productos a granel, recuperar contenedores universales,...
- + **Reutilizables** Son aquellos objetos que usamos y volvemos a usar sin necesidad de proceso de reciclaje. A veces para el mismo uso o a veces y según la imaginación, para otros usos muy diversos. Con menores medios, mayor ingenio.
- + **Reciclables** Esconder las basuras o quemarlas ya no es admisible. Los objetos, ya sea en parte o en su totalidad, deben poder acceder a un nuevo ciclo que los integre de nuevo en la sociedad.
- + **Reciclados** Están fabricados con partes o restos de otros. Cada vez tenemos más ejemplos de esta nueva raza de objetos y a medida que aumentan los desechos irán siendo más rentables.
- + **Degradables** Todo objeto deberá tener previsto su “retiro” (pues ya no se trata de tirar nada). Es decir, deberá desaparecer íntegramente del mapa, ya sea por causas naturales o por la acción limpia del hombre.
- + **Eficientes** Siempre, pero ahora más que nunca, debemos rodearnos de aparatos eficientes, que consuman la mínima energía, que den con rigor el servicio necesario que ofrecen. La cisterna del váter, por ejemplo, debe ser un instrumento de precisión que no derrame ni una gota de más.
 - + **Informativos** Todos los productos deberán ofrecer información al usuario. Cómo son, cómo repararlos, cómo desecharlos. Los productos ya no serán más inocentes, y cada uno deberá explicitar su currículum.
 - + **Tecnologicamente adecuados** Ni más ni menos tecnología de la necesaria. No se trata de hipertecnificarlo todo, sino en el grado justo que la función requiera. Pensar que todo debe acumular chips, baterías y funciones extras, puede ser un error de exceso, un sobre-diseño innecesario.
 - + **Multiusos** Es absurdo comprar un objeto para cada servicio exclusivo, de cada modelo, de cada marca. Necesitamos diseños universales, plurifuncionales y versátiles, diseños comodín que ahorren la proliferación de otros tantos artilugios a su vez exclusivos.
 - + **Compartidos** Para optimizar el uso de algunos productos caros o muy especializados, será conveniente compartirlos. De este modo no se duplican y no permanecen inactivos. Y además se fomenta la convivencia. El alquiler también puede ser una alternativa ecoeficiente, máximo provecho, coste repartido.
 - + **Afectivos** Parece una tontería, pero conseguir una relación de empatía y afecto entre hombre y objeto, además de beneficios íntimos, es un garante del cuidado y longevidad de la pieza.

Sin objetos

Pero aún y con todas estas y otras cualidades, los diseños del futuro, tan sólo lograrán ser un poco mejores, menos nocivos con el medio ambiente

que los actuales. Como dijo el diseñador Dieter Rams entramos en la era del “menos pero mejor”. Aunque el verdadero reto, la revolución pendiente, consiste en encontrar artefactos radicalmente alternativos hoy por hoy desconocidos. Productos realmente innovadores en su concepción. O mejor aún, nos toca evolucionar hacia la desmaterialización del objeto, única y verdadera estrategia de freno al colapso, y auténtico reto de futuro. Lyotard ya lo avanzó en 1985 en su exposición Les inmatériaux en el Centre Georges Pompidou.

Parece un sinsentido pero no lo es: objetos inmateriales. Productos no físicos. Porque veamos: la gente no quiere coches sino desplazarse; la gente no necesita sillas sino sentarse; no compra un aparato de televisión, sino poder ver imágenes. Nadie quiere grifos; sino agua. No queremos trajes, sino vestirnos. Este es el verdadero dilema, el auténtico reto utópico de diseñadores e industriales, discurrir hacia un mundo ideal inmaterial, pero pleno de servicios. Flotar en el espacio cómodamente sin muebles, desplazarnos a través de flujos, escribir con la mente sin teclados: el fin del diseño, por fin.

Aunque esta es otra historia y seguro que de un lejano futuro. Está en nuestras manos perseguirlo.



LOS OBJETOS QUE VIENEN

Algunas estrategias amistosas

CUALIDADES FÍSICAS

Tt TECNOLÓGICAMENTE ADECUADOS

MENORES

LIGEROS

DESMONTABLES

REPARABLES

RECICLADOS

CUALIDADES DE USO

INFORMATIVOS

AUTOPORTANTES

MULTIUSOS

COMPARTIDOS

REUTILIZABLES

RECICLABLES

CUALIDADES CONCEPTUALES

ALTERNATIVOS

EFICIENTES

AFECTIVOS

CUALIDADES TEMPORALES

PERDURABLES

DEGRADABLES