

LA VIRTUALIZACIÓN COMO HERRAMIENTA DE SOSTENIBILIDAD

Virtualization as a sustainability tool

D.I. Juan David Atuesta Reyes*

SÍNTESIS:

La responsabilidad actual del diseñador frente a la crisis de recursos materiales y energéticos para la producción de objetos ha propiciado que se replantee la noción de la sostenibilidad. La crisis de la sociedad de consumo empieza a provocar que cada esfuerzo producido aumente el impacto en la vida cotidiana. Por esto, se hace necesario desde la formulación de proyectos basados en la responsabilidad del diseñador sean apoyados en la virtualidad como una condición intrínseca en el objeto por medio de la significación, el aumento de valores y de emocionalidad y no solo a nivel representacional. La apropiación de valores sociales aplicados por el diseñador permitirá dar respuestas completas donde la receptividad de los resultados brinde el camino hacia un diseño sustancial, enriquecido y compenetrado con la realidad de las comunidades afectadas.

DESCRIPTORES: Diseño sostenible, diseño emocional, consumo, virtualidad.

ABSTRACT

The actual responsibility of the designer facing the material resource and energetic crisis for the production of objects has generated to rethink the notion of sustainability. The crisis of consumer society begins to cause that each produced effort increases the impact in daily life. By this, it becomes necessary from the formulation of projects based on the responsibility of the designer be supported in the potentiality as an intrinsic condition in the object by the meaning, the increase of values and emotionality not only at the representative level.

The appropriation of social values applied by the designer will allow giving complete answers where the receptivity of the results offers a way towards substantial, enriched and fused design with the reality of the affected communities.

DESCRIPTORS: Sustainable design, emotional design, consumption, virtuality.

*Es la pobreza la que da lugar a la invención.
Baudrillard, Jean. El sistema de los objetos. (2003 :15)*

En este momento histórico en que nos encontramos, los recursos naturales materiales y energéticos son comprendidos como protagonistas económicos y sociales, más que como elementos del paisaje natural, son pensados como insumos de capital de transformación. Adicional a esto, el ser humano se define como transformador de estos, destinado a la construcción de su entorno artificial para su propia supervivencia pero también de bienestar y comodidad.

Las exigencias de la vida contemporánea se han desarrollado a una velocidad vertiginosa, las culturas han comenzado a globalizarse hacia un modelo de

producción e industrialización sobre las plataformas económicas y financieras donde el estilo de vida, de consumo así como sus consecuencias han generado el aumento en la demanda de estos recursos en todo el planeta. Se manifiesta como una circunstancia global.

Esta situación frente a la explotación de recursos se ha acrecentado también bajo los conceptos que la misma sociedad ha constituido bajo unidades organizadas como son la economía, los mercados, el trabajo, los bienes de consumo y el dinero mismo. Pierre Levy (1999) comenta al respecto: "El dinero del mercado capitalista, en manos de miles de millones de humanos

* Docente de Proyecto de Grado.IX Semestre. 2010 - II

accionando tras de sí los medios de transporte y de comunicación, es realmente quien teje hoy en día la sociedad mundial.”

Bajo este panorama, los diseñadores industriales como proyectistas de productos, afrontan esa etiqueta de creadores de necesidades y particularmente de generadores de consumo en una sociedad donde su papel es la participación de la puesta en la escena económica de una serie de productos. Empezamos a comprendernos como sujetos que pensamos, configuramos y proponemos bienes de consumo y somos responsables de entrar en el sistema global de mercados.

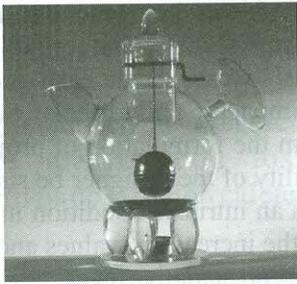


Imagen 1. Tetera Nana. Diseño: Michael Graves.
Fuente: http://jnd.org/dn.mss/emotion_design_attractive_things_work_better.html



Imagen 2. Imagen corporativa.
Ciudad Perfume: Proyecto de Taller I de la Maestría en Diseño de Multimedia de la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá.
DI Javier Jiménez y Di Juan David Atuesta (2008).

La propuesta que bien podría plantearse el diseñador es bajo la responsabilidad de la constitución del paisaje objetual, es la mirada de la sostenibilidad entendiéndose desde el desarrollo proyectual y desde los modelos de representación y virtualización. Así como de la construcción de valores aumentados en las condiciones emocionales de los productos para darles atributos característicos, dirigidos a los consumidores que permitan no solo a través de la propia materialidad sino de la construcción de rasgos emocionales direccionados y lleven a la ampliación de filiaciones emocionales, funcionales y significativas dentro del ciclo de vida de los productos.

Es necesario darle valor a los objetos desde el punto de vista emocional a través de la virtualización afectiva. Otorgar condiciones arraigadas basadas en la empatía conectada desde la inteligencia emocional, desde el uso, como lo propone Donald Norman (2005).

Existen niveles de asociación afectiva en los objetos cuando se refiere a sus tres teteras, las cuales han de funcionar o no, pero alguna puede tener un atractivo estético o puede transferir una narrativa de memoria particular: “Pero las teteras también ilustran tres aspectos diferentes del diseño: el visceral, el conductual y el reflexivo. El diseño visceral se ocupa de las apariencias, un ámbito en el cual descuella la tetera Nanna (Imagen 1.): me gusta tanto su apariencia externa, sobre todo cuando está llena y se perciben los tonos amarillos del té, iluminada desde abajo por la llama de la bujía que mantiene la infusión caliente. El diseño conductual tiene que ver con el placer y la efectividad del uso. En este ámbito tanto la tetera inclinada como mi pequeña bola japonesa de metal no tienen rival. Por último, el diseño reflexivo se ocupa de la racionalización y la intelectualización de un producto. ¿Quizá puedo explicar a propósito de ella una historia? ¿Se ajusta a la imagen que tengo de mí mismo, a mi orgullo? Me encanta mostrar a mis invitados cómo funciona la tetera inclinada, explicarles cómo la posición de la tetera indica el estado en que se encuentra la infusión. Por último, la «tetera para masoquistas» es la que, sin lugar a dudas, es rotundamente reflexiva. No tiene una belleza particular y ciertamente no es útil, pero cuenta una historia de veras maravillosa.”

El poder del consumo se ha manifestado a través de la constitución de la cultura que en últimas comienza a desarrollar hábitos y características que el diseñador en su papel de identificador debe proponer. Es entonces cuando el diseño empieza a desarrollarse como un valor agregado que conforma el enlace propio entre lo

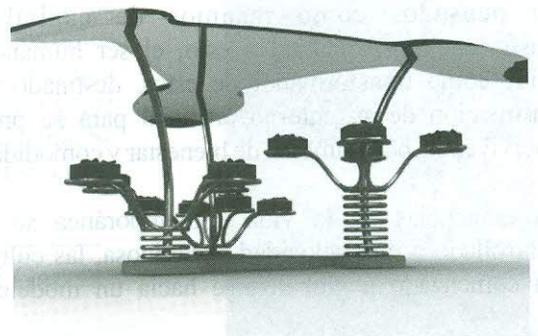


Imagen 3. Propuesta de centro aromáticos.

deseable y lo requerido.

Por lo que frente a la posibilidad de aprovechar la virtualidad, no solo como un acto representacional (como posibilidad de construcción de imágenes moldeadas hacia una realidad), surge como vía para el diseñador respecto a la reflexión de la construcción de un panorama objetual como responsabilidad en la proyectación y aprovechamiento consciente de los recursos disponibles.

Habrà que hacer un alto ante nuestra actividad proyectual entendiendo la sostenibilidad como herramienta fundamental en una situación de crisis material y de recursos donde el diseñador necesita responder a las condiciones de su contexto para el manejo del desarrollo material, dándole a las propuestas de diseño, el valor simbólico de permanencia haciéndolos más entrañables y amigables a través de niveles vinculantes, representativos, caracterizadores y simbólicos.



Imagen 4. Propuesta de contenedores de basura.

Un ejemplo de lo anterior es la propuesta del Laboratorio de Desis (Diseño para la Innovación Social y la Sostenibilidad, una red internacional de investigadores) de amplificación Creative Commons el cual es formulado como proyecto de investigación, financiado por la Fundación Rockefeller de Nueva York 2009 Fondo de Innovación Cultural¹. Esta propuesta

investigativa busca la formulación desde el diseño de cultivar iniciativas desde las mismas comunidades a partir de la construcción activa de sus miembros en procesos autosostenibles que permitan brindar condiciones sociales adecuadas para las comunidades que necesitan respuestas de diseño que nazcan desde la misma población a través de la actividad del diseñador.



Imagen 5. Fotomontaje de la propuesta.

Es así como se afirma que los diseñadores no solamente proponen soluciones tangibles sino también proponen desarrollos sociales direccionados hacia comunidades para que estas tengan la autonomía en la cobertura de sus propias necesidades. ¿Quién mejor que la propia comunidad bajo el acompañamiento del diseñador apoyado por su visión proyectual, puede proponer el camino para la formulación de soluciones a través de alianzas entre diseñadores y comunidades? Al respecto comenta Cameron Tonkinwise, Presidente de Diseño de Negocios y Sostenibilidad: “A key aspect to 'amplifying' is that the designers cannot claim to be the originators of the innovative ideas; they are rather the enhancers of innovations that neighbors, communities and community organizations have already come up with. The assumption is that the systems these non-designers have come up with could do with some redesign; that lending them some design expertise will make the systems easier and more effective, allowing them to be more readily taken up by people other than their originating champions².”

1. Tonkinwise, C. (2010). "Politics Please, We're social designers".

http://www.core77.com/blog/featured_items/politics_please_were_social_designers_by_cameron_tonkinwise__17284.asp(18 de Septiembre de 2010).

2. Loc. cit.

El diseñador se encuentra entonces frente a la responsabilidad de capitalizar todos sus esfuerzos frente a la afectación de las comunidades trabajadas. La construcción de las propuestas deben mantener un equilibrio propositivo que permita no solo desde la aplicación real sino también de utilidad misma de la respuesta de diseño: la usabilidad. Es el planteamiento de Steve Krug (2005) "Un buen principio de la usabilidad es que si algo requiere mucho tiempo (o parece vaya a necesitarlo) es menos probable que se acabe utilizando".

Todo lo anterior, lleva a pensar en la responsabilidad que tiene el diseñador industrial ante su comunidad, su relación con la sociedad y significativamente con los recursos que tiene disponibles. El planteamiento mismo de la materialidad que le aqueja. Pensar en usar la materia justa o en su caso llevar al objeto a una desmaterialización a través de la virtualización. Esto no implica la desaparición del objeto, sino potenciar su manera de comprenderse en su virtud.

Es necesario entender que dentro de la sostenibilidad, la virtualización en la proyectación objetual se presenta como una posibilidad determinante, en tanto:

- Permite racionalizar el acto mismo propositivo.
- Aumenta la cadena de valor del producto propuesto.
- Posibilita la vinculación afectiva del ente material con su construcción emocional y sónica ante el usuario y su relación con la sociedad.
- Constituye una posibilidad de experiencias significativas con su usabilidad.

En la era contemporánea, el diseñador está llamado a comprender su espacio natural: el proyecto, las ideas, la experiencia. Es decir, el objeto ha dejado de ser simplemente la materia transformada de manera artificial para convertirse en un vehículo de usabilidad, funcionalidad y de experiencia. La noción del diseñador como transformador del entorno para descubrir las potencialidades sociales proponiendo construcciones objetuales se encuentra en el tránsito responsable hacia la formulación de agentes objetuales esenciales, experienciales y metafóricos. No con esto se pretende sugerir que el mundo prescindiera de su realidad material sino que efectivamente sea aprovechada en toda su potencialidad en la construcción de vínculos afectivos, estéticos y simbólicos que respondan a la materialidad formulada.

Referencias

- Baudrillard, Jean (2003). El sistema de los objetos. México: Siglo XXI.
- Krug, S. (2005). No me hagas pensar. Madrid: Editorial Pearson.
- Lévy, P. (1999). ¿Qué es lo virtual? (D. Levis, Trad.) Barcelona: Paidós.
- Norman, D. (2005). El diseño emocional. Barcelona: Paidós Transiciones.
- Tonkinwise, C. (2010). "Politics Please, We're social designers".
- http://www.core77.com/blog/featured_items/politics_please_were_social_designers_by_cameron_tonkinwise_17284.asp/(18 de Septiembre de 2010)



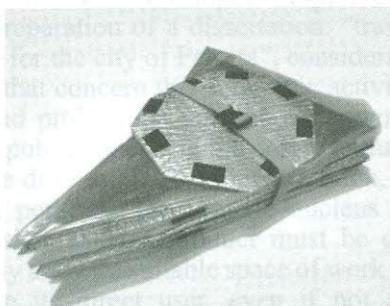
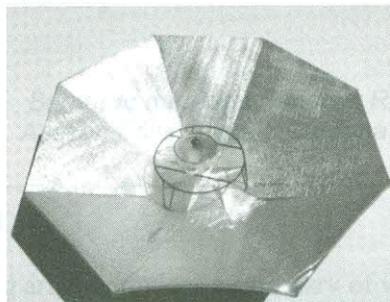
Los 2 Mejores Proyectos del 2010-2

DISEÑO INDUSTRIAL 2010-2 SEXTO SEMESTRE

Nombre del Proyecto: PARÁBOLA M- COCINA SOLAR.

CONCEPTO:

El proyecto se enmarca en el concurso de Diseño y Región organizado por la Universidad de Pamplona, del cual se hizo merecedor del **segundo puesto con mención de honor**. Brinda una opción al uso de fogones de leña en contextos rurales. Mediante una estructura liviana y plegable, fácil de montar y transportar, se hace uso de la energía solar como fuente alternativa al combustible. Genera el calor suficiente para la preparación de varios alimentos. Es económica de fabricar, puede adaptarse a múltiples contextos, de fácil limpieza, durable y resistente a la intemperie.



ESTUDIANTE (S): Marcela Rodríguez Castiblanco

DOCENTE (S): Yaffa Nahir I. Gómez Barrera

Nombre del Proyecto: CALZADO COVARIC

CONCEPTO:

A través de procesos de transferencia de diseño en los cuales los estudiantes se convierten en asesores y acompañantes de las personas de la Asociación de Vecinos y Amigos del Río Consota COVARIC, se capacitó a varios tutorados en los procesos de diseño de calzado con apoyo del SENA, obteniendo mejores muestras de zapatos y accesorios para el mercado femenino que integran tendencias y lineamientos de consumo, además los tutorados apropiaron herramientas que les permiten seguir diseñando sus productos.



ESTUDIANTE (S): María Alejandra Ardila R. e Isabel Cristina Salazar A.

DOCENTE (S): Yaffa Nahir I. Gómez Barrera