

Definir territorio

Por André Ricard

Extracto de mi libro «Hitos del diseño», donde acoto el ámbito creativo que le corresponde al diseño.

El siglo XX ha sido un siglo de prodigios tecnológicos. En él se han desarrollado más ingenios que en toda la historia de la humanidad. A diario estamos utilizando complejos artefactos que nos sirven y nos suplen. Aparatos y maquinas que han transformado de un modo radical nuestra vida cotidiana, liberándola de arduas tareas no solo físicas sino también intelectuales. Disponemos de cosas que generaciones anteriores ni tenían, ni podían soñar tener. Coches, motos, aviones, robótica, informática, domótica, teléfonos, ordenadores, CDs, USB, radio, televisión, videos, cine, fotocopiadoras, scanners, cameras digitales, iPhones... y todo lo que se este gestando en este momento. Un sin fin de artefactos, todos ellos surgidos en el curso de un siglo, que conforman un universo objetual muy útil y en constante evolución. No hay duda de que todo ello será el legado maspreciado que el siglo XX habrá dejado a la posteridad. Pero aun reconociendo la enorme importancia que tiene este maravilloso universo de inventos cuajado de creatividad, poco o nada ha sido obra del diseño como hay que entenderlo aquí.

En efecto, el servicio que estos aparatos nos prestan, no depende de la configuración de su forma, sino de alguna elaborada tecnología. La forma que tienen es solo una «cáscara» que abriga los delicados dispositivos que encierran y poco interviene en la función. En estos aparatos su forma externa suele ser a una estricta caja. Será blanca, negra, gris o cromada, en la que solo destacan unos mandos cada vez más escuetos y discretos. Sean productos electrodomésticos, informáticos o electrónicos, sean voluminosos o diminutos aparatos, todos ellos se ciñen a esa expresión formal minimalista. Es lógico que sean así pues no es su forma la que nos proporciona la función. Para que cumplan su cometido basta el simple pulsado de alguna tecla o incluso del ligero roce a una pantalla táctil.



Esquema explotado de un iPhone.





Viendo, por ejemplo, el esquema explotado de un iPhone, cabe preguntarse: ¿en donde podría haber intervenido el diseño en este aparato repleto de tecnología de última generación? ¡Quizás en el diseño gráfico de los iconos! Pero nada más. Esta claro que la creatividad que estos inventos tecnológicos requieren es mucha, pero también se evidencia que esta creatividad es de una índole diferente de la que se propone el diseño. [...] El diseño desarrolla su creatividad de otro modo. No inventa nada. Diseñar significa hallar nuevos modos de agenciar los distintos componentes de las cosas que usamos normalmente para que estas resulten más manejables, más cómodas y más comprensibles. En otras palabras, diseñar consiste en dotar a las cosas cotidianas de una mejor manera de ser más útiles. Diseñar supone ser a la vez oportuno y oportuno a la hora de combinar las formas y los dispositivos necesarios a la función. Unos dispositivos que son bastante conocidos pero que el diseño distribuye de un modo diferente.

Un buen ejemplo de esta habilidad reorganizadora la vemos por ejemplo en la Vespa. En este vehículo todos los elementos que lo componen son los de siempre: dos ruedas, un marco, un motor, un sillín, un manillar, frenos, luces, intermitente, etc. No hay nada nuevo salvo el modo en que todo ello se estructura. Es lo de siempre pero dispuesto de un modo diferente. Es este diferente agenciado que hizo de la Vespa un vehículo con unas prestaciones que no tenían los vehículos de dos ruedas. De este modo se desvelan nuevos usos. El «toque» que el diseño aporta, está en ese nuevo concepto estructurador.

Lo mismo ocurrió con el teléfono Trimline, que trasladó el dial de la base fija al auricular. Un cambio, sencillo en apariencia, que sin embargo despejó el camino a los futuros avances en telefonía. Del mismo modo, también en los años 20, las sillas con sustentación de tubo de acero fueron las que dieron paso a un nuevo género de asientos impensables hasta entonces. Como vemos estos replanteamientos no solo mejoran la función o pueden abaratar el coste al simplificar el proceso de producción, sino que sobre todo, desatascan soluciones anquilosadas abriendo paso a nuevas posibilidades creativas.



Diseñar, contrariamente a lo que a menudo se cree, es algo más que hacer estético lo útil. Si es cierto que las cosas bien diseñadas son estéticamente bellas, eso no es lo primordial. Es solo la feliz consecuencia de un acertado agenciado de sus elementos funcionales. Lo esencial en un diseño es que lo que crea ofrezca ventajas que los productos que ya existen no tienen. Cuando solo se ofrece un cambio de *look* sin más, sin mejora alguna, el diseño no alcanza toda su dimensión creativa. Del mismo modo que para que una nueva fórmula química merezca ser autorizada a ser un medicamento se le exige que sus propiedades terapéuticas mejoren las de las fórmulas existentes o incluso que tenga nuevas indicaciones, así mismo se les ha de exigir a las cosas útiles que se van creando, que ofrezcan algo más que una estética atractiva. Como dijo Le Corbusier: «El artista tiene como misión la ordenación actual del mundo que debe seguir perfeccionando... sea una casa, una máquina, una mesa, una organización financiera o política, un anuncio luminoso o una pintura, todo debe colmar un vacío que le esperaba. Es su única justificación...»

Así entendido resulta evidente que un buen diseño es un factor que influye mucho en la calidad de nuestro bienestar pues este depende en buena medida de la calidad de todo lo que compone nuestro entorno. Diseñar es un modo de entender nuestro hábitat, con un espíritu práctico de sencillez y utilidad. Todo el instrumental que cotidianamente utilizamos va siendo cada vez más cómodo y agradable gracias a esas mejoras que los nuevos conceptos aportan. Es evidente que acertar este enfoque no está reservado solo a los profesionales del diseño. Pueden otros aportar ese quiebro creativo. De hecho varios de los diseños seleccionados¹ han sido obra de arquitectos, ingenieros o incluso de gente ajena al ámbito



creativo.

Debido al potencial incitador que lo innovador posee, resulta incluso difícil saber de quien partió la idea generatriz. Lo cierto es que fuera de quien fuera esa idea, era portadora de una «semilla» que prendió abriendo nuevas perspectivas. Así, al destacar un determinado producto, el que presentamos, no sea quizás el iniciador del concepto sino el que lo ha llevado hasta su pleno desarrollo. Como ha sido el caso del Swatch o del BIC.

Son obras que supieron desmarcarse de lo conocido y abrieron nuevos horizontes. Es en este sentido que son «hitos del diseño». Cosas que han marcado un punto de referencia en cada uno de sus ámbitos, sea el del mobiliario, de los enseres o de los vehículos.

Publicado el 24/02/2010

-
1. Para el libro [Hitos del diseño. 100 diseños que hicieron época](#). Ariel, Barcelona, noviembre 2009.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/definir-territorio>

