Del ecodiseño al diseño con eco

Por Noel González

La oportunidad y responsabilidad del diseñador para revertir el impacto del mundo objetual en beneficio del natural.

> «Solo uno en 10.000 productos se diseña teniendo presente el medio ambiente».[1]

Conexión

«Papá, todo está conectado», fue la sabia respuesta de mi hijo César, de siete años, para explicarme su lógica de que sentado en un bote, donde paseábamos, él sentía que estaba en contacto con las piedras de la orilla. Su frase me quedó dando vueltas durante los siguientes días, hasta el momento de redactar estos comentarios a propósito de la primera conferencia en Lima sobre el «Eco diseño» y su implicancia en el mundo actual.

En el momento en que estoy escribiendo, se están colocando en el mercado miles de «nuevos» productos para su consumo, cabe la pregunta: ¿son necesarios? La respuesta, a la luz de documentales imprescindibles como «The Story of Stuff», es más que obvia: definitivamente ¡NO!

El documental explica cómo se nos engaña una y otra vez con un modelo de consumo imparable y nefasto. Entonces cabe otra pregunta: ¿por qué seguimos participando de un juego en el que siempre terminan ganando las mismas empresas? Dejamos de reconocer quien sale perdiendo (nuestro planeta) y, como no vivimos en la luna, también perdemos nosotros al final del ciclo?

En los círculos de profesionales se suele elogiar el trabajo de tales o cuales diseñadores, de la historia del diseño o contemporáneos. En más de una ocasión me ha quedado una sana envidia analizando el éxito de esos productos en el mercado o de las formas tecnológicamente inmaculadas que se producen, rara vez se suele analizar el precio ambiental o mochila ecológica que esos productos cargan y que están pagando, o el planeta, o los países en desarrollo.

> **Ecodiseño:** diseñar productos tomando en cuenta los aspectos socioeconómicos, planificando todas las fases del ciclo de vida del producto, desde su concepción hasta su reciclado.

Responsabilidad del diseñador industrial

La profesión del diseñador industrial fue y sigue siendo crucial en el juego. Es importante en doble sentido. En mi opinión es imprescindible para mantener la vieja y parcelaria economía clásica diaria, de Adam Smith, y a la vez está llamada a asumir los «viejos» y nuevos retos de la economía ecológica. Digo viejos porque son conceptos que vienen de profesionales que ya en el siglo VXIII planteaban los precedentes de la economía ecológica, creando en esa época la *fisiocracia*, que significaba gobierno de la naturaleza, entendiendo a «la economía como un espejo de las relaciones naturales».

El diseñador industrial frente al cambio climático tiene la responsabilidad de reorientar su práctica profesional fuera de los viejos paradigmas económicos. Posee la capacidad creativa de proponer soluciones a los problemas y necesidades del hombre y la naturaleza, como vaticinaba Victor Papanek[2] hace treinta y ocho años. Tiene la oportunidad de enmendar la irresponsable creación y profusión de objetos basura sobre el planeta, desarrollando proyectos para empresas que respeten a las personas y a la fuente de sus recursos. El diseñador industrial tiene capacidad de decisión (en muchos casos) sobre lo que se puede colocar en un producto, sobre qué materiales y acabados son necesarios y saludables para con el usuario final y el entorno ambiental.

Siempre repito a mis alumnos que diseñar es tomar decisiones. Nada más cierto, pero decidir negociando con las personas que requieren nuestros servicios. El diseñador puede pasar de «trabajar para» a «trabajar por»; la diferencia la hace su conciencia y actitud frente a los grandes problemas medioambientales.

El diseño en general es co-responsable con el gobierno y las instituciones del estado de convertir nuestro espacio vital, las ciudades y los espacios rurales, en centros comerciales de millones de clientes depredadores y benevolentes con todas las «novedades» del mercado, donde la empresa privada pone su marca sin reparos ni censuras, y donde no se rinde cuenta por la naturaleza química, toxica o no, de los productos que se consumen. En pocas palabras, pagamos para envenenarnos dentro de un show publicitario «muy bien diseñado». El diseñador industrial debería tener la responsabilidad de generar una cultura de productos de la cual es creador, beneficiando a toda la sociedad.

¿Cómo deberían ser los productos desarrollados por los nuevos diseñadores industriales?

Apuntamos primeramente al carácter de productos sostenibles, para lo cual las reglas de desarrollo sostenible prestan argumentos al diseño. «Los límites de los recursos naturales sugieren tres reglas básicas en relación con los ritmos de desarrollo sostenible:

- Ningún recurso renovable deberá utilizarse a un ritmo superior al de su generación.
- Ningún contaminante deberá producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado o absorbido por el medio ambiente.
- Ningún recurso no renovable deberá aprovecharse a mayor velocidad de la necesaria para sustituirlo por un recurso renovable utilizado de manera sostenible».[3]

En consecuencia lo productos deberán ser:

- **Cíclicos:** los materiales serán orgánicos y degradables y formaran parte nuevamente del ciclo de producción.
- **Eficientes:** que su fabricación requiera menos energía, materiales y agua.
- **Solares:** que la energía necesaria para su fabricación y funcionamiento sea renovable, cíclica y segura.
- **Sociales:** que sea amigable, respetando los derechos humanos básicos y a la naturaleza.
- **Seguros:** teniendo en cuenta que las emisiones hacia el aire, agua y tierra son alimento para otros sistemas.

La solución «circuito cerrado»

Como todo diseñador debemos encontrar soluciones a estos problemas desde nuestra profesión, donde podamos materializar realmente la calidad de vida que etiquetamos en nuestro concepto de diseño industrial. Se me ocurren varias propuestas:

1. Colaborar en la implementación de un certificado de ecodiseño, eco productos, eco etc., como está sucediendo por política en todos los países europeos, avalado por la especialidad de Diseño Industrial PUCP.
2. Desarrollar un directorio de empresas que implementen buenas prácticas en la creación de productos sostenibles. Lo cual sería un magnifico argumento de ventas y exportación.
3. Desarrollar una base de datos con empresas proveedoras de materiales innovadores y amigables para el diseño de productos, con el objetivo de estimular consciente y comercialmente su uso.
4. Promover y colaborar con proyectos de investigación de nuevos materiales sostenibles vinculándolos con aplicaciones en productos.

En la medida en que la información fluya, el público podrá tener mayor conciencia de la calidad de los productos que compra. Esto cambiará también la actitud de las empresas frente a sus mercados, teniendo que mejorar su producción en el corto plazo, como ha ocurrido con la lista Roja y Verde (Greenpeace)[4] de empresas y productos transgénicos, por ejemplo.

Estas soluciones e iniciativas necesitan una política urgente de apoyo del gobierno, instituciones y de la opinión pública, para que se conviertan en realidad, como ya sucede en algunos países latinoamericanos como Brasil, Argentina y Colombia, permitiendo que el diseño sea un actor en los cambios sociales que demanda el nuevo «clima de cambios».

Publicado el 02/11/2009

1. *El rediseño de productos, productos sustentables, el regreso a los ciclos naturales*, Mc Graw Hill, 2002.
2. Artículo *Economía Ecológica* en Wikipedía.
3. *Diseñar para el mundo real, ecología humana y cambio social*, Papanek, Victor, H. Blume Ediciones, 1985.
4. *Guía Roja y Verde de productos transgénicos*, Greenpeace.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/del-ecodiseno-al-diseno-con-eco