

Eco-feedback

Por Mari Carmen Estevan

Influir en el comportamiento de las personas a través del diseño.

Que el diseño puede utilizarse para influir en el comportamiento de las personas es un hecho irrefutable. El tamaño, la forma, el peso, el sonido y la interfaz, son detalles que condicionan de forma consciente o inconsciente el comportamiento de los usuarios ante cualquier tipo de diseño. Por este motivo, apareció una corriente de diseñadores que defienden la utilidad de aprovechar esta circunstancia para dirigir a las personas hacia prácticas sustentables.

El impacto que produce cada producto depende en gran medida del adecuado comportamiento del usuario. De él depende, sobre todo, el proceso que implica su ciclo de vida. Así, los diseñadores podemos —y debemos— preocuparnos por diseñar con responsabilidad social, económica y medioambiental durante el proceso de diseño creando productos de manera sustentable. Facilitar su reciclado o un segundo uso son estrategias frecuentes para mantener un proceso vital completamente responsable. Pero, ¿de qué sirve que un producto sea reciclable si el consumidor no lo recicla?

Eco-feedback: alentando a las personas hacia comportamientos positivos.

El *eco-feedback* surge como una estrategia para alentar a las personas a comportarse de forma responsable y hacer uso sustentable de los productos, utilizando la información de forma persuasiva y promoviendo comportamientos positivos. Los iconos de reciclado que podemos encontrar en la mayoría de envases son un ejemplo de diseño orientado a promover este comportamiento. Sin embargo, el *eco-feedback* va un paso más allá mostrando las posibles consecuencias de nuestras acciones.

De este modo, una estrategia de diseño basada en el *eco-feedback* mostraría no sólo la posibilidad de reciclar un determinado envase, sino cuánto tiempo tardaría éste en degradarse por sí solo y el impacto que tendría el hecho de no reciclarlo adecuadamente.

Así pues, mostrar las consecuencias de nuestros actos es una herramienta fundamental que emplea el *eco-feedback* para influir en el comportamiento de las personas. Sin embargo, esta estrategia tiene que enfrentarse a una realidad abrumadora: la mayor parte de la sociedad ignora estos mensajes. Por este motivo, ajustarse a los cambios de comportamiento del usuario y utilizar información en tiempo real son dos grandes bazas para alcanzar nuestro objetivo.

Según la investigación llevada a cabo por «*The CHANGE project*», los mensajes imperativos o demasiado directos causan un rechazo generalizado. No queremos que nos adoctrinen ni

nos digan lo que tenemos o no que hacer. Sin embargo, resultan útiles los mensajes que plantean las diferentes opciones disponibles dejando elegir al usuario para invitarlo a la reflexión y al debate público. Sobre todo, si esta información se transmite en el momento exacto de la toma de decisiones.



Ejemplos de Eco-feedback: la información como arma

En 2010, «*The CHANGE project*» desarrolló un monitoreo del consumo eléctrico de una concurrida calle de Brighton, Reino Unido, intentando inducir una reducción en el mismo. Para ello, los autores del estudio denominado «*Tidy Street Project*» plasmaron diariamente con pintura sobre la propia calle los resultados de sus mediciones, comparando unas casas con otras y haciendo visible a tiempo real la salud medioambiental del vecindario.

Con este experimento descubrieron qué factores influían en mayor medida y de qué forma sobre la respuesta ciudadana. Un hallazgo fue que la información diaria y en tiempo real era mucho más efectiva que un resumen mensual y sobre todo, que comparar los resultados de unas personas con otras de su mismo grupo social aumentaba considerablemente el éxito del experimento.

Pero no todos los ejemplos tienen que ser tan complejos. Los indicadores que muestran en tiempo real el consumo de combustible de los vehículos están diseñados para permitir al usuario ajustar su conducción a un modelo más eficiente. Muchos teléfonos móviles, por su parte, te recomiendan a través de un mensaje automático en la pantalla que desconectes el cargador de la pared para ahorrar energía. Y casi todos los emails actuales finalizan con un mensaje que nos recomienda no imprimir el correo si no es estrictamente necesario, con el fin de ahorrar energía y papel.

Todos ellos y muchos más son intentos de cambiar los hábitos diarios de los ciudadanos respecto a cuestiones medioambientales a través del diseño. Una estrategia para caminar hacia un mundo más responsable y sustentable.

Publicado el 26/11/2013

-
- Jon Bird and Yvonne Rogers: [*The Pulse of Tidy Street: Measuring and Publicly Displaying Domestic Electricity Consumption*](#), The Open University, UK. (2010).
 - Debra Lilley: [*Design for sustainable behaviour: strategies and perceptions*](#), Loughborough University, UK. (2009)

FOROALFA

ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/eco-feedback>

