

El factor sustentable

By Sofia Luna

La sustentabilidad ha influenciado a los distintos personajes que tienen que ver con el diseño industrial, incluyendo a empresarios y consumidores.



Tal parece que el gran dilema «forma vs. función» quedó en el pasado y se superó entre los años setenta y noventa. Recordemos que desde que nació la popular frase «la forma siempre sigue a la función»¹, del arquitecto estadounidense Louis Sullivan en 1896, se originarían dos grandes escuelas en el diseño, las cuales no se podían ni ver las caras y que impusieron movimientos a lo largo de la historia del diseño industrial moderno; algunos tratando de innovar, otros como respuesta a un movimiento anterior contrario (por ejemplo, en su tiempo el Art Déco fue una respuesta al movimiento funcionalista Bauhaus).

En la actualidad podemos ver diseñadores que trabajan bajo las reglas del buen diseño, y otros que se rigen por aspectos mucho más formales. Pero todo parece indicar que estamos ante una época en la que el funcionalismo predomina: los grandes avances tecnológicos, la obligación de innovar para poder competir en el mundo globalizado y la necesidad de crear productos sustentables (función) está originando esta inclinación al funcionalismo. Este último aspecto, la sustentabilidad, podría considerarse el más importante de este tercio, ya que todo el campo del diseño industrial ha sido afectado por este factor; desde sus creadores (los diseñadores), sus promotores (los empresarios) y sus consumidores (los usuarios finales).

Sustentabilidad, razón de conversión

En los últimos años hemos podido apreciar «conversiones» de grandes diseñadores que pasan de diseñar productos con aspectos formales extraordinarios a productos más sobrios pero sustentables. Karim Rashid es el más claro ejemplo. El diseñador de origen egipcio tiene más de 25 años haciendo un diseño democrático con formas bellas e innovadoras, colocando cerca de 3 mil productos en el mercado.² En 2009, dejó a un lado sus formas futuristas para diseñar *Bobble*, una botella con filtro a base de carbón que elimina el cloro y contaminantes presentes en el agua al momento de beberla. Karim Rashid siguió el camino del diseño sustentable y en el 2010 presentó *Trex*, una lámpara modular de pared que utiliza bombillas fluorescentes ecológicas.



Lámpara Trex de Karim Rashid.

Philippe Starck, tal vez el diseñador industrial más conocido por plasmar su creatividad en el diseño contemporáneo, posterior a su famosa frase «el diseño está muerto» en 2008, se acercaría al diseño sustentable. Starck revelaría *Revolutionair*, dos turbinas de aire para uso en el hogar que ayudan a generar energía y tienen un diseño bastante lineal y limpio, contrario a lo que se podía ver en sus diseños pasados donde predominaba la forma.



Turbinas de aire *Revolutionair*, para generar energía en el hogar.

Continuando en esta corriente, en 2010 el francés creó junto con la empresa escocesa *Ballentyne* una línea de ropa sustentable fabricada en cachemir.

El diseñador holandés Marcel Wanders y el arquitecto/diseñador italiano Stefano Giovannoni son otros ejemplos de personajes reconocidos que han tenido este tipo de «conversiones». Las preguntas tal vez sean, ¿a qué se deben estas conversiones? ¿Por qué, si hoy en día a la sustentabilidad se le considera como una función, no dejar que los diseñadores funcionalistas se encarguen de promover esta corriente de diseño? Existen dos aspectos muy importantes por los cuales la función le está ganando a la forma: el aspecto tecnológico y el sustentable, como lo señala, Jiménez (1989)³, quien menciona que los grandes avances tecnológicos en los últimos años, sobre todo en el área de electrónicos, están simplificando las cosas.

Siguiendo a Manzini (1992),⁴ otro aspecto nace a raíz de los graves problemas ambientales que actualmente sufre nuestro planeta, la sustentabilidad en los productos ha tomado mucha fuerza en los últimos años. Y los diseñadores con gran renombre internacional —creadores de tendencias—, se sienten en la necesidad de crear consciencia en los consumidores por adquirir productos «verdes», por lo que dejan a un lado sus formas y ceden terreno a la función. «Tenemos que ayudar a la gente para producir energía, para formar parte de la pelea

(contra el daño ambiental)», dijo mismo Starck en la presentación en Milán de *Revolutionair*.⁵

El diseño sustentable de nuestros días... y los anteriores

No podemos negar que actualmente, detrás de toda esa causa noble por cuidar nuestro planeta, la sustentabilidad, específicamente el diseño sustentable es algo que está de moda. Hoy en día la tendencia del diseño industrial más dominante tiene como principal objetivo salvar la Tierra, señala Sherman.⁶ Los esfuerzos de diseñadores industriales modernos desde sus diferentes campos de acción —algunos tal vez teniendo que salir de su «zona de confort» como Rashid y Starck—, han logrado después de varios años, como menciona Verhalen en una entrevista para Sherman, que «la gente valore lo ecológico, demande productos ecológicos y esté dispuesta a pagar por productos verdes; las personas pagan más por el diseño sustentable porque quieren reconocer abiertamente su sensibilidad ambiental».⁷ Ejemplo de ello es el caso *Bobble* de Karim Rashid, que se convirtió en todo un fenómeno y en el producto ecológico *must-have* de los últimos años; deportistas, artistas, y público en general adquirirían *Bobble* al por mayor. Su estética, funcionalidad, durabilidad y precio, hicieron posible que se volviera bastante popular, llegando a considerarse la manera más *in* de tomar agua en países de América, Europa y Asia.

Pero a pesar de esta tendencia moderna, realmente, la sustentabilidad no es nada nuevo para el diseño industrial. La premisa de cuidar el medio ambiente está presente en el diseño escandinavo desde que emergió en la década de los cincuenta. Dieter Rams en los setenta introdujo el desarrollo de productos sustentables mientras trabajaba para Braun y Vitsœ. El principio número 9 del famoso *Decálogo del buen diseño* escrito por Dieter Rams, desarrollado entre 1975 y 1985, menciona: «el buen diseño es cuidadoso con el ambiente. El buen diseño hace una importante contribución para preservar el entorno. Conserva recursos y minimiza la contaminación visual y física a través del todo el ciclo de vida del producto».⁸

Dijo el crítico Hugh Pearman, «Rams es *anti-styling*, anti-residuos. Está en contra de la sociedad de usar y tirar».⁹ Y, este es precisamente uno de los grandes retos para la sustentabilidad, quitar a la sociedad la costumbre de usar y tirar. Hoy es válido que el diseño sustentable sea visto como una tendencia o una moda, aunque solo sea para educar al consumidor, pero es importante cuidar que no sea una moda pasajera y que en un futuro próximo no se pierda.

Diseño sustentable, oportunidad de negocio

Cada tema social y global de nuestros días es una oportunidad de negocio encubierto. (Peter Drucker)

Sin lugar a dudas el diseño sustentable abre nuevos mercados y expande pequeños nichos. Para el líder global de impacto ambiental de la consultora de diseño IDEO, Steve Bishop, «es

una oportunidad para crecer en los negocios. [...] La sustentabilidad nos ayuda a innovar.»¹⁰ No solo personas del campo del diseño lo consideran así, el profesor David Cooperrider, de la Escuela Weatherhead de *Management de Case Western Reserve University*, menciona que «la creación de valor sostenible es la oportunidad de negocio del siglo XXI».¹¹ Cada día más empresas están comprendiendo el poder de mercado que actualmente tiene el diseño sustentable, además de apreciar que si no incorporan este factor, poco a poco van quedando fuera de la competencia, por lo que se unen a la causa. Empresas como Nike, Puma, Ford y Herman Miller, están creando alianzas con diseñadores industriales reconocidos para incorporar la sustentabilidad en sus productos.



Booble de Karim Rashid

Retomemos el caso de *Bobble*. Al convertirse en toda una sensación el lanzamiento de la botella ecológica y lograr un buen posicionamiento del producto en el mercado y las ganancias que este dejó, la empresa Move Collective decidió seguir trabajando junto con Rashid y desarrollar un nuevo producto. A finales del 2011, la empresa lanzaría la versión jarra de *Bobble*, que fue igualmente muy bien recibida por los consumidores y las ganancias no tardaron en llegar.

Conclusiones

El factor sustentabilidad ha llegado a revolucionar toda la escena del diseño industrial. Una revolución que poco a poco comienza a dar frutos en diseñadores, empresarios y consumidores. *Bobble* es ejemplo del éxito e impacto que puede llegar a tener el diseño sustentable cuando este actúa en todos los personajes involucrados en un proyecto. Es claro que si se desea seguir sobreviviendo en un mercado globalizado, la fórmula mágica hoy en día es «innovación + sustentabilidad». ¿Qué podemos esperar del diseño sustentable? Apenas inicia su camino.

Al final, la desaparición del diseño sustentable como corriente del diseño es predecible en dos formas: la primera, al ser actualmente una tendencia o moda, que desaparezca como la mayoría de las demás que han existido. La segunda, que el factor «sustentabilidad» deje de ser un agregado, un plus en el diseño, y se considere como elemental en todo desarrollo de producto. Nos queda a todos nosotros la responsabilidad de que el diseño sostenible «desaparezca» de la segunda manera y se vuelva un requisito de todo buen diseño.

Published on 25/08/2012

-
1. Sullivan L. (Marzo 1896). *The tall office building artistically considered*, Littincott's Magazine. No.57, pags.403-409.
 2. Biography (n.d). Extraído el 2 de enero de 2012 desde [aquí](#).
 3. Jimenez , L. (1989). *Medio ambiente y desarrollo alternativo: Madrid: Lepala*.
 4. Manzini, E. (1992). *Artefactos: hacia una nueva ecología del ambiente artificial*, Celeste.
 5. Yoneda, Y. (2010, Enero 27). Philippe Starck Unveils Two Revolutionair Wind Turbines! Extraído el 2 de enero de 2012 desde [aquí](#).
 6. Sherman, L. (2007, Agosto 28) *Ten Industrial Design Trends You Can't Ignore*. Extraído el 2 de enero de 2012 desde [aquí](#).
 7. *Idem*.
 8. Lovell, S. (1987). *Dieter Rams: As Little Design as Possible*. Phaidon.
 9. Pearman, H. (2002). *Simply Successful*, Blueprint. Págs. 32-35.
 10. *IDEO's Steve Bishop on the Future of Sustainable Design Thinking* (2011, Diciembre 9) Extraído el 5 de enero de 2012 desde [aquí](#).
 11. Cooperrider, D. (2008) *Sustainable Innovation*. Extraído el 5 de enero de 2012 desde [aquí](#).

FOROALFA

<https://foroalfa.org/articulos/el-factor-sustentable>

