

iPhone y la visión de conjunto

Por Eduardo Jaime Joselevich

La convergencia de contenidos ilimitados en mini-artefactos como iPhone requerirá del diseño una movida para reequilibrar la esfera de lo ambiental con la de lo corporal.

Ya que viene a cuento la interactividad, citaré el antecedente que da pie a esta nota: es el artículo recientemente aparecido en Foroalfa, «[Prometeo y el iPhone](#)». Su autor es el colega mexicano Fabián Saucedo, y su ocasión, la irrupción en el mercado de iPhone como objeto técnico del deseo.

La concentración ilimitada de contenidos en un mini-artefacto abre el camino a dos esferas de experiencia; una es obvia: la esfera corporal, en que los contenidos audiovisuales se reproducen a través de mini-pantallas y auriculares. Por el momento, es la esfera en que se concentran los esfuerzos de marketing.

En «Diseño Posindustrial»¹, tratamos de describir el paisaje tecnológico que se extiende entre lo micro extremo y lo macro extremo. El impacto de iPhone nos permite apreciar, apenas dos años después, de qué modo se sigue desarrollando esa polaridad.

Del lado de lo micro, el paradigma está, sin duda, en las miniaturas policromadas de la joyería de Steve Jobs; en la otra punta, hay otros lujos que la tecnología pone a nuestro alcance, y que hacen al diseño gráfico del entorno.

En el edificio de Inter Active Corp en Nueva York², proyectado por Frank Gehry y terminado en 2007 hay un espacio entre dos paredes electrónicas de piso a techo, de 40 por 3,40 metros cada una. Para eventos especiales, los visitantes ponen sus artefactos portátiles en interfase con el sistema y sus proyectos de identidad corporativa aparecen en escala gigantográfica.

El recurso que tratamos de valorizar aquí no es la tecnología sino la imaginación; de hecho, la retroproyección a la que recurre Gehry no tiene futuro; las pantallas son planas sólo en apariencia; por detrás, hay un espacio muerto de 1,80 m. de ancho que esconde una multitud de reflectores y sistemas de espejos. Pronto dispondremos de pantallas autónomas de esas medidas, realmente planas, con substratos de plasma, de cristal líquido o de otros tipos todavía en fase experimental. El caso de IAC vale como ejemplo de macrográfica corporativa.

Las tecnologías, tienen una vigencia limitada. En cambio, hay un tema en el que desde años atrás seguimos perseverando: el de la gráfica del entorno, la creación de nuevos recursos para construir piezas gráficas cuyo gran formato no permite tomarlas entre las manos; que se perciben en el espacio, a distancias cambiantes, y que no se leen de modo lineal. Desde un principio tuvimos en cuenta antecedentes ilustres: Moholy-Nagy había escrito sobre «la

visión en movimiento», y Charles Eames proponía en sus proyectos organizar «el espacio hiper-informativo».

Actualizando esa visión, hoy se puede vislumbrar un ámbito arquitectural donde nuestros cuerpos conservan su volumetría original, mientras los demás artefactos se vuelven bidimensionales o pierden toda dimensión apreciable.

En esa dirección, hemos incursionado en programas escolares, domésticos y de oficina. Un proyecto en el que participamos, «@ula 200», sigue figurando en el catálogo oficial de las buenas intenciones para marcar el Bicentenario de la Revolución de Mayo de 1810. Se trata de un prototipo centrado en una configuración de pizarras electrónicas de 1,80 m. cada una. Se utilizan distintos tipos de accesorios portátiles que se distribuyen entre los participantes y permiten una interacción grupal; asimismo, hay una serie de substratos laminares que, al aplicarse a las macropantallas, las vuelven táctilo-sensitivas.

En un aula electrónica, un número de personas, dentro del mismo espacio real, interactúan entre sí, con el enseñante y con los contenidos que aparecen sobre macropantallas táctilo-sensibles. El interés cultural de la experiencia es diferente de cuando esas mismas personas, enganchadas autísticamente cada una a su mini-artefacto, se conectan con las demás sólo a través de la Red.

Otra oportunidad de ensayar innovaciones surgió de nuestra actuación profesional para una muy dinámica cooperativa de comunicaciones de la provincia de Buenos Aires. Aquí nos acercamos al tema de la convergencia de los contenidos, ya que hoy es técnicamente posible que un único proveedor de servicios de comunicación ocupe el rol para el cual hasta hace poco necesitábamos tres: telefonía, TV e Internet de banda ancha. Existen, por ahora, temas reglamentarios a resolver, pero esa convergencia total ya está a la vista. Alrededor de una o más videopantallas, se podrá organizar un entorno físico donde acceder a todas las funciones de trabajo y de ocio y a todos los contenidos audiovisuales que interesen a los usuarios.

La historia del entretenimiento audiovisual doméstico empieza con la primera radio y el primer televisor a válvulas. Hace poco que la cadena de alta fidelidad de estado sólido (HI-FI) cedió su lugar a los equipos de teatro hogareño (*home-theater*) en las estanterías de las tiendas de electrónica. Asistiremos pronto a la competencia de diversas ofertas de *media centers*, centrales informáticas que permitirán administrar todos los contenidos, incluyendo los que los usuarios almacenan en mini-artefactos como, llegado el momento, sus iPhones. Algunas marcas empaquetarán esas ofertas para configurar lo que se presenta como «la casa inteligente».

El diseñador necesitará conceptos claros para desplegar esos nuevos ingenios, más allá de las consignas de cada fabricante. Las tecnologías posibilitan cambios que, en definitiva, terminan por ocurrir de alguna manera. Conociéndolas, los diseñadores podemos hacer que sus productos adquieran forma y sentido, en vez de quedar a la buena del marketing.

Publicado el 11/02/2008

-
1. Eduardo Joselevich, «Diseño Posindustrial», Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2005
 2. Para más información visitar <http://tinyurl.com/yube3p>.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/iphone-y-la-vision-de-conjunto>

