La sostenibilidad como clave para la democratización del diseño

Por Oskar Santamaría

La corriente sostenible en el diseño puede ser un método para dar acceso a experiencias gratificantes para todos.

Desde que se desarrollaron los primeros modelos productivos en masa madurados en el siglo XX, se empezaron a crear necesidades en un mayor grupo de personas para asegurar que la

rentabilidad de la producción en cadena fuese una realidad. Desde entonces, la inclusión de las personas al mercado del consumo ha sido una necesidad corporativa, que ha ido evolucionando hasta crear un verdadero movimiento social llamado «cultura de consumo», o «sociedad de consumo».

Cuando se refiere —normalmente en forma peyorativa— a la cultura de consumo, se la relaciona primeramente con la adquisición de bienes materiales sin valor significante, por consumidores poco concienciados, y con el mal aprovechamiento de los recursos naturales. Sin embargo, la acuñación de un término como este, tal y como lo explican M. Press y R. Cooper en sus artículos de diseño de experiencias, indican que consumir constituye un interés central de nuestra vida social y nuestros valores culturales. El consumo no debe relacionarse únicamente con los bienes tangibles, sino que deberían considerarse además los valores significantes o intangibles que un producto o servicio ofrece para que la experiencia de su uso sea duradera y cree el apego emocional necesario, para que la desvinculación del usuario con el producto o su parte física (si la tiene) se haga de manera positiva y responsable.

Es precisamente la irresponsabilidad de la producción industrial, y de los diseñadores, la que ha derivado en que esta desvinculación entre los usuarios y los bienes (entendidos de forma genérica) se haga de forma indiscriminada.

Se estima que en un 80% del material que pasa a los consumidores se convierte en basura a las seis semanas. Este desecho de recursos está haciendo que los países desarrollados necesiten acotar el mercado para preservar su ritmo de desecho, haciendo una barrera para que personas de países con economías emergentes no puedan acceder a lo que deberían considerarse experiencias vitales satisfactorias, más que bienes de consumo.

Resulta paradójico que el desarrollo industrial en vez de seguir persiguiendo la democratización del acceso a los bienes de consumo, como se planteo inicialmente, tenga que ser contenida por miedo a que el uso irresponsable de producción y diseño actual pueda interrumpir un estado de bienestar local.

Por esta razón, el diseño para la sostenibilidad, no debe entenderse como una metodología para reducir el impacto de productos enmarcados en una espiral de desecho de recursos. Los diseñadores de productos o servicios, deberían plantear el ecodiseño en el futuro, como una responsabilidad corporativa que no sólo se adapte a la disponibilidad de recursos, sino que además trabaje el significado de los productos y la vinculación de las personas con sus bienes de consumo; a través de la optimización de las experiencias vitales que a estos se les aportan.

La sostenibilidad, es la que da las claves para que cada vez más personas del mundo disfruten de experiencias vitales menos relacionadas con la necesidad y la frustración económica, y debería convertirse en un objetivo primordial, tanto de gobiernos como de la industria, y sobre todo de los diseñadores, quienes deberíamos actuar de interlocutores para que el acceso de más gente a unas experiencias satisfactorias suponga cada vez menos riesgo para la subsistencia de una «cultura de consumo», entendida en su parte positiva. Más es menos.

Publicado el 17/10/2011

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/la-sostenibilidad-como-clave-para-la-democratizacion-del-diseno