

No basta cerrar bien

Por André Ricard

Los envases de los productos que consumimos muchas veces no están pensados para el momento de abrirlos.

Hoy la mayoría de los productos están perfectamente protegidos por un embalaje hermético. Todo esta debidamente resguardado: sea con un simple celofán sellado, un cartonaje encolado o un sofisticado *blister*. Lo que con ello se pretende, es evitar que el contenido pueda ser manoseado, ensuciado o adulterado antes de su compra. Es para el fabricante el modo de asegurar que sus productos lleguen intactos a las manos del usuario y evitar así devoluciones por deterioro.

A primera vista parece una medida acertada. De hecho, sólo lo es en parte. Los problemas surgen para el usuario después de adquirir los productos. Es al abrirlos que se descubren. Y es que, lo que pretende el fabricante, es que el envase proteja el producto. Nada más. Poco ha pensado en los problemas que supondrá abrirlo. Siendo así que cada día tengamos que luchar para abrir lo envasado. Es precisamente en ese momento dulce de la toma de posesión efectiva de un objeto que lo tenemos difícil. Hay que ver como llegamos a maldecir aquel *Compact Disk* que no logramos despojar de un celofán que no cede, ni con uñas, ni con dientes, ni con un llavín. Nada. Solo un cutter, que no siempre tenemos a mano, logra desnudar al dichoso CD. Son así infinidad los envases y envoltorios que nos crean dificultades de apertura. Incluso algo tan banal como la simple bolsa de patatas fritas o el plástico que envuelve un *magazín*, nos lo ponen arduo. No hablemos de los *blisteres* de multitud de productos: pilas, clavos, juguetes, herramientas, pegamentos, etc. En todos ellos se nos muestra perfectamente el producto. Esta ahí dentro, impoluto, pero lo tenemos difícil para acceder a él sin dañarnos o encolerizarnos. Nos enfrentamos inermes a esos envases sin ayuda alguna que nos facilite su apertura. Incluso cuando hay un «abre fácil» resulta que no funciona. Hemos de recurrir a herramientas cortantes para hacerlo. ¡Todo ello clama al cielo!

Esta bien que las cosas se protejan para que lleguen intactas, pero allí no acaba el problema. No se puede ignorar a quienes tendrán que abrirlos. La operación de apertura no sólo ha de estar bien resuelta sino además ha de ser clara y evidente. No ha de extrañar que las empresas no se preocupen por este tipo de problemas. Después de todo, es algo que ocurre después de que su producto ya ha sido vendido. ¡Que les quiten lo bailado! Esta claro que si los protegen tan bien es para evitar devoluciones de productos mancillados o averiados. Pero si esto no parece preocupar a la industria, debiera en cambio cuestionar al diseño. Lo de una buena y fácil apertura no ha de verse como un problema secundario. Es parte del proyecto de diseño. La apertura del envase es el primer gesto que hace el usuario después de adquirir un producto. Es importante que este primer encuentro sea satisfactorio. Este tipo de problemas que afectan a diario a miles de personas, son los que el diseño no debiera nunca olvidar.

Solucionar pequeñas dificultades cotidianas contribuye a la mejora de la calidad de vida.

El papel del diseño en esta sociedad de consumo no ha de limitarse sólo a crear mejores productos sino también ha de velar porque estos lleguen en las mejores condiciones a las manos de quien vaya a usarlos. Quienes premian diseños debieran también premiar a los que aportan soluciones a este tipo de discretos problemas sólo aparentemente menores.

Publicado el 21/01/2008



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/no-basta-cerrar-bien>

