

EXIT



ADP

Esta sección, coordinada por la ADP, la Asociación de Diseñadores Profesionales, es una recopilación de opiniones vinculadas al mundo del diseño.

www.adp-barcelona.com

ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE ECODISEÑO

Una definición de ecodiseño: “El ecodiseño considera los impactos ambientales en todas las etapas del proceso de diseño y desarrollo de productos, para lograr productos que generen el mínimo impacto ambiental posible a lo largo de todo su ciclo de vida”. Manual Promisa-Tu Delft University.

Una definición de desarrollo sostenible, cuestión de fondo que engloba a la anterior: “Satisfacción de las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.” Comisión Brundtland.

Un ejemplo de algo que no es ecodiseño, los coches. “Como sucede con tantos otros productos del diseño industrial, el automóvil actual es pasmosamente ineficiente (ver Hawken, Lovins y Lovins (1999), pag. 24.). Tan solo el veinte por ciento del combustible utilizado sirve para moverlo, mientras que el ochenta por ciento restante se pierde en calor y humo. Por otro lado, el noventa y cinco por ciento de la energía total empleada mueve al vehículo. Tan sólo el cinco por ciento restante mueve a quien lo ocupa. La eficiencia resultante, en términos de proporción de energía de combustible para desplazar al ocupante es, pues, el cinco por ciento del veinte por ciento en otras palabras, ¡un mero uno por ciento!” Fritjof Capra, Las conexiones ocultas.

Un ejemplo de alguien que se supone sí hace ecodiseño: la empresa de cosméticos The Body Shop. Fundada a finales de los 70, se ha caracterizado desde sus inicios por

una filosofía de respaldo al medio ambiente, la defensa de un comercio justo, de salvaguardar los derechos humanos y de protección de animales. Dicen que sus productos son realizados estrictamente de manera “limpia” y ética, “combinando la sabiduría tradicional y los antiguos remedios herbales con la más moderna innovación tecnológica.” Entre sus iniciativas más populares destacan sus packagings reutilizables -con los que el usuario podía ir directamente con su envase utilizado a una de sus tiendas y rellenarlo de nuevo-, sus campañas de publicidad con mensajes “comprometidos” o los interiores de sus tiendas ecodiseñadas.

Uno de los principales problemas para tomarse más en serio el tema del ecodiseño (no puedo evitar recurrir de nuevo a Fritjof Capra y su clarificador libro, Las conexiones ocultas): “Cuando los accionistas y otros cuerpos exteriores a la empresa evalúan su estado de salud, no suelen interesarse por la vitalidad de sus comunidades, por la integridad y el bienestar de sus empleados, ni por la sostenibilidad ecológica de sus productos. Se interesan por los beneficios, por el valor de las acciones, por la cuota de mercado y demás parámetros económicos, y se muestran dispuestos a aplicar toda la presión posible para asegurar un rápido y sustancioso beneficio a sus inversiones, con independencia de las consecuencias que ello pueda implicar a largo plazo para la organización, para el bienestar de sus empleados o para el impacto social y medioambiental.”

Una ecuación, como posible dirección a seguir sería, según se desprende de las reflexiones de Ezio Manzini -Experimenta 55-, uno de los principales teóricos de la sostenibilidad y el diseño: más bienestar igual a menos consumo de recursos naturales y más sociabilidad. Por desgracia, nos dice, la manera de vivir en las sociedades industriales va exactamente en dirección contraria: más bienestar igual a más consumo y menos sociabilidad.

Una pregunta, dirigida a los lectores con el máximo respeto y sin ningún ánimo de juzgar ni aleccionar. Durante este último año ¿en cuántas ocasiones y hasta qué punto se han planteado seriamente, en su actividad, la cuestión del ecodiseño? E inevitablemente eso lleva a esta otra: ¿ha conducido esto a la toma de alguna acción o medida?

CURRO CLARET

Diseñador industrial