

en el caso de que el envoltorio se transforme en un carácter, juega un papel importante: justamente la escisión entre una cara interna, perfectamente funcional y coherente con lo que llena el ambiente, y una externa, en la que se ubican los mandos para manejar la máquina de forma agradable y fácil, hace que la atención proyectual, al menos respecto a los componentes del placer y del gusto, esté concentrada en la cara externa del envoltorio; de ahí la referencia a la escultura, a los criterios ergonómicos, al uso de los materiales más preciados y percibidos como tales por un perfecto acabado, por una fruición táctil y óptica. Naturalmente, como en los contenedores vacíos, también en los llenos el factor distancia-función depende de la volumetría, del tamaño y del peso del objeto que hay que proyectar: una cosa es accionar una turbina, un mecanismo automático, un gran motor; y otra es manejar un ordenador, una máquina de escribir, ya que el primer grupo de objetos ejemplificado normalmente es gobernado a distancia con un cuadro de mandos, mientras que el segundo es accionado directamente por el usuario. Una síntesis de los dos sistemas nos la ofrece el televisor, accionado en parte manualmente y en parte por el mando a distancia.

Las propiedades de los contenedores llenos nos llevan a la categoría de los visualizadores. Ésta contiene tal vez la más amplia gama de productos, destinada a un desarrollo cada vez mayor. A ella pertenece el campo de la gráfica, empezando por la rotulación, que con la invención de la imprenta de caracteres móviles puede considerarse la primera forma de diseño, hasta acabar determinando, a través de los libros, las revistas y los periódicos, un género de industria particular: la editorial. Del cartel publicitario (inicialmente litografiado), los letreros colocados en cualquier clase de embalaje, los rótulos luminosos del escenario urbano, los grandes paneles de anuncios de las carreteras, los objetos que contienen siglas, las marcas de fábrica, las imágenes dispuestas por doquier en el aire, en las paredes, en la ropa de los deportistas... De todo ello emerge el más difuso grupo de los visualizadores: el de la publicidad. A la misma categoría pertenecen los instrumentos de los principales entretenimientos populares, cine, televisión y toda la retahíla de cámaras de cine, proyectores, máquinas fotográficas, etc. Observemos de pasada que cada una de estas formas de expresión visual ha dado lugar a un nuevo ramo de la actividad industrial. Productos visualizadores son también aquellos que hacen visual un proceso natural o artificial: los monitores de las máquinas de los hospitales, las de las sondas de todo tipo, hasta las pantallas de los ordenadores o de otras máquinas de oficina. Si pasamos de la informática a la telemática, la lista de los productos visualizadores se ve aumentada por el televisor, por el teletipo, por el telefax, etc. Entre las características principales de los objetos visualizadores se encuentra la reducción de lo que muestran a la bidimensionalidad. Como se ha señalado, "el mundo parece perder profundidad. El espesor físico

y cultural de las cosas disminuye [...] En efecto, las imágenes emblemáticas de hoy nos presentan un ambiente tendencialmente desmaterializado, fluido como las informaciones que lo atraviesan, achatado por la bidimensionalidad del papel impreso y de la pantalla de vídeo. Por otro lado, este predominio de la bidimensionalidad (y la percepción de la desmaterialización que comporta) se extiende mucho más allá de los soportes informativos. Como por un 'efecto de arrastre' todo el sistema de los objetos parece avanzar en la misma dirección: no sólo una amplia familia de productos, implicados por la electrónica y por la miniaturización de las funciones que permite, tiende a la bidimensionalidad, sino que también los objetos que por su propia razón de ser mantienen las tres dimensiones, tienden a delegar en la superficie una cuota mayor de sus prestaciones y de su capacidad expresiva [...]. Enriquecido en memoria e inteligencia, conectado a una extensa red de informaciones, dotado de esta nueva piel comunicativa e interactiva, el universo hasta ayer inanimado de los objetos toma la palabra y volviéndose coloquial e interactivo, se define como una forma de relaciones en el tiempo, como si quisiera recuperar en la cuarta dimensión temporal lo que ha perdido en la tercera dimensión espacial"¹⁴.

En la categoría de los transportadores, el parámetro principal para conocerlos y apreciarlos estéticamente es el envoltorio/ambiente. El todo y las partes de los productos transportadores (de cosas, pero sobre todo de personas) —automóviles, autobuses, trenes, tranvías, aviones, naves espaciales, embarcaciones, ascensores y todos los demás hábitáculos contruidos para la movilidad del hombre— pueden reconducirse siempre a la dicotomía ambiente/envoltorio. Aquí resulta obligada la comparación con la arquitectura, aunque siempre hemos sostenido que el diseño no es una parte de la arquitectura, ni ésta una parte de aquél. De todas formas, especialmente por lo que se refiere al placer artístico-estético, en la mayoría de los vehículos transportadores pueden encontrarse todos los valores que dispensan el placer de la arquitectura: la justa relación entre persona y ambiente, la distribución de los espacios, la reducción de los recorridos, el ritmo de los elementos que componen tanto el interior como el exterior, etc. Pero, además de estas propiedades derivadas de la arquitectura, en el vehículo transportador se encuentran todos los criterios y parámetros que nos han permitido la clasificación y también una especie de *summa* de todos los productos que componen cada categoría. En efecto, en cada modelo de vehículo transportador, ya sea un coche, un barco o un avión (ya de por sí un envoltorio/ambiente) o bien un sistema de éstos, es posible reconocer un "contenedor lleno" (el motor), uno o más "contenedores huecos" (las estructuras para colocar partes mecánicas u objetos), "sostenedores" (los elementos de decoración), "sustitutorios" (los aparatos ópticos, acústicos, térmicos), "trabajadores" (los distintos equipamientos de mandos) y "visualizadores" (el cuadro de mandos).

Una confirmación de la pluralidad de los productos contenidos en la unidad de un vehículo puede verse en las numerosas categorías de expertos encargados de las distintas partes de un vehículo: ingenieros, mecánicos, decoradores, diseñadores. La industria automovilística en particular ha creado una categoría propia de operadores: la de los estilistas en carrocería. En resumen, la clase de los vehículos transportadores, al incluir otros muchos productos y al requerir tantos especialistas, puede considerarse un sistema de sistemas de diseño, tanto respecto a la pluralidad de los objetos y de las prestaciones, como respecto a la misma variedad de concepciones de la disciplina.

El problema del "usar-y-tirar"

Como otros muchos fenómenos de nuestro tiempo, el del usar-y-tirar se ha insinuado lentamente en los hábitos contemporáneos casi sin que el público de los consumidores adquiriese una clara conciencia de ello. Los productos que pertenecen a esta categoría no han necesitado grandes lanzamientos publicitarios, no han sido impuestos por la incansante propaganda a la que parece no escapar ningún otro artículo actualmente en producción, sino que se han afirmado por sus propias características. Su creciente éxito se debe, en mi opinión, a la correspondencia con el hedonismo difuso en la sociedad actual. De hecho, es agradable y útil, antes incluso de ser económico y funcional, tirar algunos objetos después de haberlos usado más que conservarlos cuidadosamente. Tales son las características y la misma definición de los productos de usar-y-tirar.

Ciertamente, para poner un ejemplo, es más agradable utilizar platos de porcelana, vasos de cristal, cubiertos de plata que sus sucedáneos de plástico y de papel; sin embargo, es igualmente agradable y cómodo para los dueños de la casa, después de una cena, desembarazarse de dichos objetos, evitando tener que lavarlos y guardarlos en los correspondientes muebles y contenedores. Parecería que entre las dos formas de placer la que sale perdiendo es en primer lugar la de componente estético; es indudable que el gusto de manejar el cristal es mayor que el de utilizar un contenedor de plástico, pero ¿quién nos dice que dentro de poco estos nuevos materiales no acaben produciendo el mismo placer que los tradicionales?

No por casualidad, al introducir el tema del usar-y-tirar, he empezado por el placer estético; éste no sólo responde al argumento del libro, sino que tal vez constituye la solución por lo menos de alguno de los complejos problemas creados por este tipo de productos: ausencia de calidad, derroche de recursos naturales, producción de residuos, incremento de los vertederos urbanos, daño ecológico. Entre los más sintéticos juicios negativos se encuentra el de Guido Viale: "ya ha entrado a for-

mar parte del 'orden natural de las cosas' que todo lo que se fabrica no esté fabricado para durar. Se fabrica para reemplazar, pero la premisa tácita de esta forma de actuar es que todo lo que es reemplazado puede y debe ser desechado. La civilización del usar-y-tirar —que es la meta del consumismo, es decir de una organización social que se perpetúa a través de la multiplicación de las mercancías [...]— tiene sus premisas tanto en una extracción ilimitada de recursos naturales como en una acumulación ilimitada de residuos"¹⁵.

Gran parte de estas observaciones se puede compartir; no así la idea o la ideología según la cual toda pasividad desemboca en el consumismo, sujeto también él a un proceso de rápida modificación, de imprevisibles transformaciones, por tanto a su vez de "consumo". Pero sobre este aspecto volveré más adelante. En cualquier caso dichas observaciones, aunque útiles para describir una condición, no sirven para comprender el fenómeno ni para solucionar los problemas que plantea. De momento los mismos críticos del usar-y-tirar reconocen como positivos muchos tipos de productos pertenecientes a esta línea: pensemos en los relativos al campo quirúrgico, farmacéutico e higiénico en general. En segundo lugar, son indiscutibles cualidades de todos los artículos de usar-y-tirar su bajo precio; el poco espacio que ocupan antes de ser utilizados —propiedad que los hace compatibles con la reducida dimensión de nuestras casas y con nuestros continuos desplazamientos de un lugar a otro—; su inmediata retirada y, justamente, por definición, la eliminación del problema de su conservación. Mencionemos también algunas formas de percibir la cuestión no advertidas por todos los usuarios, pero que no obstante hay que tener en cuenta: la indiferencia al sentido de la posesión duradera, el placer de controlar todo lo que necesitamos *hic et nunc*, la coincidencia con el gusto por lo efímero, el rechazo a lo que suscita recuerdos, etc. Con ellos no hace falta recurrir a las "instrucciones de uso", dada su inmediata reconocibilidad. Ésta constituye uno de los principios de la teoría clásica del diseño que, como sabemos, indica en la función manifiesta el principal significado de cada objeto. Dicha propiedad adquiere valor hoy cuando, gracias a la miniaturización, van difundiéndose los productos multifuncionales y justamente poco reconocibles de los que hemos hablado anteriormente. También hay que decir que la producción que estamos analizando responde al menos a dos de los fundamentos originarios del diseño, la cantidad y el bajo precio, quedándole por añadir el tercer factor, el de la calidad. ¿Es posible que la originaria filosofía del diseño encuentre precisamente en este campo su más fiel realización?

Después de haber considerado los aspectos negativos y positivos de los productos de usar-y-tirar, es obligado declarar cuál es, a mi juicio, su mayor limitación: no es desde luego la ausencia de calidad, supongamos, de platos, vasos y cubiertos de papel

o de plástico, todavía feos y deficientes incluso funcionalmente, al ser poco rígidos e inestables, pero siempre susceptibles de mejora; ni el problema de que al producir embalajes, cajas, instrumentos provisionales en general, objetos de papel, cartón, vidrio y resinas sintéticas se contamina la atmósfera, problema que siempre puede resolverse con sistemas más eficientes de selección y filtraje; ni por último que la sobreabundancia de desechos se traduce en residuos no biológicamente degradables: también en este caso poseemos sistemas tecnológicos que limitan el daño al medio ambiente. Pese a reconocer la gran importancia de los citados inconvenientes y la todavía escasa eficiencia de los correspondientes remedios, en mi opinión el mayor riesgo del fenómeno analizado es otro. Consiste precisamente en que, después de haber tirado todo lo que se ha usado, nos encontramos probablemente frente a una civilización que no habrá dejado tras de sí ningún signo de su cultura material, prácticamente ningún testimonio de buena parte de nuestra historia. Y paradójicamente esta ausencia de signos es tanto mayor cuanto más vasta es la masa de los productos que deberían ser portadores de dichos signos. En efecto, en las culturas del pasado, la separación entre lo que se destruía y lo que se conservaba, además de implicar a menos artículos y a un menor número de los mismos, "se hacía a mano", es decir, según una lenta y decantada selección natural. Hoy debemos desbaratarlos más rápidamente de los desechos, hacerlo mecánicamente y sin matices, sin reflexionar sobre si es posible reutilizar alguna clase de artículos. Evidentemente, pese a las oportunas iniciativas de recogida selectiva, de mejoras tecnológicas en la depuración de los residuos e incluso en los intentos de traducirlos en fuente de energía, nos encontramos siempre ante la circunstancia de que las soluciones para reparar los daños producidos por la marea de desperdicios llegan siempre demasiado tarde.

Es posible resolver positivamente estos complejos problemas, como apuntaba, con una mejor organización administrativa y tecnológica, por otra parte ya emprendida en algunos países; pero ¿qué decir sobre el problema que hemos planteado del peligro de borrar los signos de nuestra cultura material y con ellos las huellas de nuestra historia? En definitiva, respecto a lo que nos interesa en este libro, ¿es posible reconocer en la actitud de usar-y-tirar un fenómeno característico de la cultura del diseño?

En otros ensayos he indicado como positivas alternativas la necesidad de que los mismos productos usar-y-tirar se convirtieran en objetos privilegiados de la cultura del diseño (como ocurre ahora, por ejemplo, con el *packaging*). A este remedio proyectual habría añadir uno histórico: sólo el coleccionismo, como ha ocurrido en el pasado, podrá conservar algunos testimonios de nuestra cultura material. Puede encontrarse un precedente en las colecciones de "plásticos históricos", es decir de objetos en celuloide, parquesina, baquelita y similares que considerábamos defini-

tivamente olvidados y sepultados en el montón de las "cosas de pésimo gusto" de nuestra infancia post-liberty.

En general el coleccionismo puede entenderse como una síntesis de historia y estética: el coleccionista recoge el objeto porque le proporciona placer y, al conservarlo, no sólo lo asigna a la historia y le confiere duración, sino también aprecio: el originario placer se convierte en belleza. De este nexo se deriva la necesidad de que también el proyecto de usar-y-tirar exija una mayor atención proyectual, entre en la cultura del diseño, llame la atención del diseñador y se convierta en una obra de autor. Pero ahora conviene hacer otras consideraciones, a fin de ampliar el campo de investigación, que pueden resumirse en la idea de que no resolveremos los problemas propios e incrementados por el usar-y-tirar si no los enmarcamos en el escenario más vasto de la producción industrial.

Señalemos ante todo que cuando hablamos de usar-y-tirar no nos limitamos a la merceología "pobre" de los objetos de papel, plástico y vidrio, aunque constituye el modelo de referencia, sino que extendemos el análisis a todo el ámbito de la producción industrial, incluidos los objetos caros y de lujo. En efecto, teniendo en cuenta que el sistema industrial necesita producir incesantemente, incentivar constantemente la demanda, a veces incrementar la producción a fin de reducir costes y precios, resulta propio de su lógica construir artículos programados para durar lo menos posible. Entonces ¿cuál es la diferencia entre una mercancía de lujo, rica, de larga duración y otra pobre que se consume nada más desarrollarse su única prestación? En realidad muy poca, es más, la mercancía de usar-y-tirar constituye incluso un modelo que sin hipocresía nos anuncia por adelantado cuál será la suerte de nuestro nuevo ordenador; de nuestro flamante coche, del elemento de mobiliario recién adquirido. La experiencia cotidiana nos enseña que existe una duración larga y otra breve, pero una reflexión apenas más atenta nos dice que la noción de duración es muy relativa; que, sin ofender a Braudel, la *longue durée* es sólo un paradigma historiográfico: todo lo que pertenece al mundo de los vivos, incluidos los utensilios, tiene breve duración.

Desde esta perspectiva, la línea del usar-y-tirar es la síntesis de todo el diseño del siglo xx, emblemática de una mentalidad y de una cultura propias de nuestro tiempo. Esta línea resulta problemática a efectos de la mejora y la recualificación proyectual, incluso de la conservación de las citadas huellas de la cultura material mediante el coleccionismo, sin ser considerada por ello un fenómeno marginal. Al contrario, es tan importante que implica no sólo los aspectos materiales de la producción, sino también los psicológicos que determinan el consumo de productos. Como se ha señalado, "en los procesos que definen la duración de los bienes de consumo resulta evidente que la decadencia física de un producto, su deterioro, no representa en

absoluto el momento que desencadena la sustitución: el desgaste de las cosas aparece menos ligado a la función material de uso que a un sistema más complejo que implica la idea de los productos como vehículos de significados. Un sistema por el cual el ciclo de vida de los productos tiende a abreviarse cada vez más. El abandono o la simple sustitución pueden depender de diversos factores, como la innovación tecnológica rápida o innovaciones de gusto para adaptarse a las cuales hay que idear un 'maquillaje de la forma consumida' [...] el mismo sistema productivo que, en la urgencia por mantener alta la demanda de bienes, actúa en la reducción del factor duración favoreciendo la sustitución: como evidentemente no puede actuar en el terreno de la deficiencia física (iría en contra de la misma idea de calidad) tiende a intervenir en el contenido comunicativo. La pregunta que hay que hacer por tanto no es: ¿cuánto duran las cosas?, sino ¿durante cuánto tiempo se usan?''¹⁶

Planteadó el tema del tiempo de uso, vuelve a aparecer el del binomio útil-deleitable, este último referido al placer, objeto de nuestro ensayo y en definitiva medida de la duración de los productos. Éstos evidentemente duran mientras gustan, mientras son acogidos por el favor popular. Por tanto, si es necesario ralentizar el final de los productos que se usan, la cultura del diseño no puede hacer más que mejorar su calidad, hacer que aumente su lado agradable. La tarea es nueva, en primer lugar porque, tras adquirir conciencia de que cualquier producto, incluidos los de lujo, entra en la lógica del usar-y-tirar, tanto el diseñador como el consumidor tendrán que apostar de forma realista no ya por la larga duración de los artículos, sino por el placer que nos dispensan; en segundo lugar, ampliando la base de la línea usar-y-tirar, la tarea, por decirlo así, de proyectar el placer y el de consumirlo llevarán a revisar toda la gama de los productos industriales y a utilizarlos desde un punto de vista completamente nuevo: más proyecto, más producción, más venta y más consumo; en definitiva, más diseño.

Respecto a la relación entre este complejo proceso y el consumismo, es necesario por último despejar el campo de la ideología y el moralismo que siguen acompañando dicha noción. Ésta no indica un concepto estático y objetivo, sino un fenómeno a su vez sujeto a las diversas condiciones del mercado, de los valores-intereses, de los cambios del gusto; de ahí la idea de su propio consumo como parámetro económico-social. Para no caer en las reiteradas obviedades de la crítica al consumismo indicaré sólo dos puntos a su favor. El primero se refiere al tema del libro: no se da ninguna forma de placer si no se consume el objeto que lo suscita; el segundo es válido en general: llamemos consumismo a una organización económico-social que se perpetúa a través de la multiplicación de los bienes, cuyo principal defecto es no estar extendida a toda la esfera social ni a todos los países del mundo.

NOTAS

- ¹ G. Dorfles, *Introduzione al disegno industriale*, Einaudi, Turín, 1972, pág. 123.
- ² M. Vitta, voz "Imballaggio", en *Dizionario del design italiano*, A. Pausera (ed.), Comuni Editore, Milán, 1995, pág. 165.
- ³ E. H. Gombrich, *La historia del arte*, Debate, Madrid, 1977.
- ⁴ P. Behrens, "Zur Aethetik des Fabrikbaus", en *Gewerbefleiss*, núms. 7-9, 1929.
- ⁵ G. C. Argan, *Progetto e destino*, Il Saggiatore, Milán 1965, pág. 25.
- ⁶ I. Calvino, "La sfida al labirinto", en *Il menabò*, núm. 5, 1962.
- ⁷ U. Eco, *Appunti per una semiologia delle comunicazioni visive*, Bompiani, Milán, 1967, pág. 164.
- ⁸ M. Foucault, *Los palabras y las cosas*, Siglo XXI, Madrid, 2006.
- ⁹ E. Battisti, "I mobili e la loro storia", en *La casa*, núm. 1, 1955.
- ¹⁰ M. Praz, *La filosofia dell'arredamento*, Longanesi, Milán 1964, pág. 54.
- ¹¹ D. Formaggio, *Arte*, Isedi, Milán 1973, pág. 9.
- ¹² G. Dorfles, "Dieci anni tra due convegni", en *Calendoscio*, núm. 29, 1983.
- ¹³ Cfr. A. D' Auria y R. De Fusco, *Il progetto del design. Per una didattica del disegno industriale*, Etsa Libri, Milán, 1992.
- ¹⁴ E. Manzini, *Artefáctos*, Celeste, Madrid, 1992.
- ¹⁵ G. Viale, *Un mondo usa e getta. La civiltà dei rifiuti de la civiltà*, Feltrinelli, Milán, 1995, pág. 109.
- ¹⁶ S. Pizzocaro, "La lunga vita dei prodotti", en *Modo*, núm. 136, 1991.