

Slow Design: “cultivar” cultura y sensorialidad en la forma y en el uso de los artefactos

Este artículo pretende aportar principios clave y ejemplos de aplicación de un “enfoque *slow*” en el diseño de las funciones y experiencias propias de un producto. Algunos ejemplos mostrarán cómo incorporar las “cualidades *soft*” y los elementos culturales/intangibles presentes en los “artefactos culturalmente intensivos”, en pro de una experiencia verdaderamente *slow*, pero al mismo tiempo densa y profunda, en el ámbito de las relaciones y la apropiación entre las personas y la producción de materiales.

Introducción: la filosofía Slow y su aplicación en el diseño y los artefactos

La filosofía y el movimiento Slow proceden del movimiento Slow Food. La asociación Slow Food, de fama internacional, vio la luz en Italia en 1989, cuando, a instancias de Carlo Petrini, delegados de 15 países firmaron el *Manifiesto Slow Food*. Dicho manifiesto constituye la adhesión a unos valores que denuncian el empobrecimiento de la calidad de vida motivado por la industrialización, la producción basada en criterios de eficacia y el consumismo, que son estigmatizados y asociados a la *fast life* (vida acelerada) y la estandarización. En cambio, el movimiento Slow Food propone un modo de “cultivar el gusto (...), abogando por la cultura alimentaria histórica y defendiendo las viejas tradiciones alimentarias”. Desde entonces, Slow Food ha crecido y difundido su actividad, con una apuesta por una comida

sabrosa, limpia y justa, la defensa de la biodiversidad, la protección de la producción local y tradicional, y el apoyo a las cadenas cortas de producción, así como a la coproducción, todo ello ubicado en un sistema global de conexiones, intercambios y redes virtuales. Tras el desarrollo del movimiento, nació la llamada filosofía *slow*, que apostaba por un giro cultural en pro de las cualidades *slow* en otros ámbitos de la vida: el viaje *slow*, los medios de comunicación *slow*, las ciudades *slow*, el diseño *slow*. En la actualidad, el movimiento no es una única asociación u organización, sino una comunidad mundial que promueve un concepto contemporáneo de la lentitud como valor posmoderno.

El vínculo entre *slow* y diseño surgió por dos vías: por un lado, lo *slow* llegó a considerarse un paradigma de la sostenibilidad¹, en un momento en que el diseño se cuestionaba su papel en la producción de materiales, por lo que adoptó varios de los valores del movimiento Slow; por otro lado, especialmente en Italia, el diseño empezó a centrarse en la producción local y a colaborar con el sistema alimentario, por lo que se creó un nexo directo entre el movimiento Slow Food y el Food Design².

1 Fuad-Luke, A. “Slow design” – a paradigm shift in design philosophy? [en línea]. 2002. [Consulta: 13 de abril de 2012]. Disponible en: <http://www.arts.ulst.ac.uk/artm/courses/jdmm/emotion/slow-des.pdf>

2 Manzini, E.; Meroni, A. “The slow model: a strategic design approach”. *Gastronomic Sciences*, núm. 1 (2007), p. 70-75.

Según Fuad-Luke, seguramente el primero en utilizar el término *slow design* en 2002, el incremento de los problemas de sostenibilidad lleva al colectivo diseñador a ejercer de agentes del cambio en pro de la responsabilidad ambiental y social, enfrentados al reto de diseñar para la sostenibilidad. De hecho, Fuad-Luke asegura que el diseño convencional aún necesita cambiar de perspectiva, pues está demasiado vinculado al modelo empresarial del sector y a sus limitaciones temporales, cuando debería centrarse más en el bienestar y las necesidades humanas, prescindiendo del ritmo acelerado de la fabricación de cosas para el mercado. Fuad-Luke propone el paradigma del *slow design* como un “equilibrio entre las necesidades socioculturales e individuales y el bienestar del entorno (...) que celebre la desmercantilización del tiempo”. El *slow design* gira en torno al bienestar; es sostenible, duradero, pluralista y no tecnocéntrico. En sus primeros trabajos, Fuad-Luke aporta ejemplos de varios productos, aunque, de hecho, el *slow design* también puede aplicarse al diseño de servicios, experiencias y procesos, como una etapa hacia la desmaterialización que requiere la sostenibilidad a largo plazo.

Más adelante, junto a Carolyn Strauss, en slowLab 6, propuso una serie de directrices para el *slow design*, más orientadas a las dimensiones inmateriales del diseño, que superan el objeto materializado, para centrarse en la localidad, la comunidad y el potencial local³:

1. **Revelar:** el *slow design* revela experiencias cotidianas a menudo pasadas por alto u olvidadas, incluyendo los materiales y procesos fácilmente ignorados en la existencia o creación de un artefacto.
2. **Expandir:** el *slow design* aborda las “expresiones” reales y potenciales de los artefactos y entornos

más allá de sus funcionalidades percibidas, atributos físicos y durabilidades.

3. **Reflejar:** los artefactos/entornos/experiencias del *slow design* inducen a la contemplación y al “consumo reflexivo”, término acuñado por el slowLab.
4. **Implicar:** los procesos del *slow design* son de dominio público y colaborativos. Se basan en compartir, cooperar y en la transparencia de la información, para que los diseños puedan seguir evolucionando en el futuro.
5. **Participar:** el *slow design* anima a los usuarios a participar activamente en el proceso de diseño, adoptando ideas de convivencia e intercambio, para fomentar la responsabilidad social y mejorar las comunidades.
6. **Evolucionar:** el *slow design* sabe bien que la maduración dinámica progresiva de artefactos, entornos y sistemas puede dar lugar a experiencias más ricas. Con la mirada puesta más allá de las necesidades y circunstancias del presente, los diseños *slow* son agentes del cambio (conductual).

“Un enfoque *slow* estratégico tiene que abordar los ‘intangibles’ o cualidades ‘soft’ de las cosas”

Para Ezio Manzini⁴, “el enfoque *slow* pone de relieve un modelo de producción y consumo alternativo, subversivo y factible a la vez, un modelo que desafía frontalmente las ideas y prácticas de la globalización actual. Sin embargo, puede ponerse en práctica de inmediato localmente y, como Slow Food se ha encargado de demostrar, con éxito”. En un contexto en que “los problemas relacionados con el diseño están cambiando” y “surge un nuevo diseño (a menudo no reconocido como actividad propia del diseño y no practicado por los diseñadores) del bienestar y del modo de alcanzarlo”, el encuentro con el movimiento Slow Food generó una perspectiva con respecto al Food Design no centrada en la

espectacularización de la experiencia, sino en la aportación de economías alimentarias distribuidas, basadas en el diseño tácito de comunidades creativas. Según Manzini, las cualidades de un enfoque *slow* son la atención a la localización (siempre más “conectada” a lo global) y un carácter distintivo de experiencia humana y sensorial que implica cognición, emoción y motivación. Se trata de un matiz distinto de la sostenibilidad, que se decanta por la cultura, entretrejiendo ética y estética⁵.

Una propuesta de trayectoria para pasar de las cualidades *slow* a las *soft*: cultivar la densidad y la intensidad culturales y sensoriales

A partir de estas premisas, vamos a tomar tres elementos para proponer nuestra visión personal acerca de cómo el *slow design* puede desarrollarse y aplicarse en el ámbito del diseño de productos-servicios-sistemas.

1. **El holismo**, representado por la actitud sistémica de la lentitud, puede entenderse como la multiplicidad de significados y experiencias que los artefactos deben transmitir mediante sus cualidades sensoriales.
2. **La durabilidad**, fomentada por la sostenibilidad ambiental de la lentitud, puede entenderse como la atención a la “temporalidad” de los objetos, así como a su uso y experiencia, el modo en que deberían incorporar el tiempo en su forma y apreciación.
3. **La diferenciación**, con respecto a los recursos locales y territoriales, que promueve la lentitud puede concretarse en la peculiaridad de incorporar elementos patrimoniales en el diseño de artefactos.

Estos aspectos llevan a centrarse en el diseño de las cualidades intangibles de los artefactos, o las cualidades *soft*, frente a las cualidades *hard* (duras), tangibles, de los objetos y productos. Así, al concepto de lentitud se le suma la idea de la intensidad y profundidad de la experiencia, gracias a esta nueva “densidad” de los objetos. Desde esta óptica, el tiempo se concibe tanto físicamente (tiempo de experiencia y apreciación) como conceptualmente (conexiones y redes de significado), y la metáfora del “cultivo” desemboca en una traducción apropiada de la lentitud a esta dimensión inmaterial de la experiencia y las conexiones.

La idea no es del todo nueva: como Flusser apuntaba en 2003⁶, la forma es un tipo de modelo no consumible ideal; la forma de los objetos es lo contrario de la materia. En 2008, Flaviano Celaschi propuso un modelo centrado en el fenómeno del diseño como un sistema equilibrado de forma, función, valor y significado⁷. En otras palabras, los aspectos intangibles (valor, significado) también “informan” sobre la forma de los objetos. Para Giulio Ceppi, las cualidades sensoriales constituyen la calidad de la experiencia derivada del disfrute y consumo de productos, y basa su afirmación en la capacidad relatora de los objetos: desde los procesos hasta los valores de marca, desde el diseño de experiencias hasta el diseño estratégico⁸.

En este contexto más amplio, en cualquier caso, lo que queremos sin lugar a dudas señalar es que un enfoque *slow* estratégico tiene que abordar los “intangibles” o “cualidades *soft*” de las cosas:

- mediante la incorporación de elementos culturales;
- por medio de las cualidades sensoriales.

3 Strauss, C.F.; Fuad-Luke, A. “The slow design principles: a new interrogative and reflexive tool for design research and practice” [en línea]. En: *Changing the Change*, conference, Turin 2008. [Consulta: 29 de febrero de 2012]. Disponible en: http://www.slowlab.net/CtC_SlowDesignPrinciples.pdf

4 Manzini E., Meroni A. *Op. cit.*

5 Lupo, E.; Campagnaro, C. “Formare comunità, in-formare territori. Designing connected places: fare scuola di design per il territorio”. *Tafter journal: esperienze e strumenti per la cultura e per il territorio* [en línea]. Roma, núm. 15 (2009). [Consulta: 13 de abril de 2012]. Disponible en: <http://www.taftjournal.it/2009/07/15/formare-comunita-in-formare-territori-designing-connected-places-fare-scuola-di-design-per-il-territorio/>

6 Flusser, V. *Filosofía del design*. Milán: Mondadori, 2003.

7 Celaschi, F. “Design mediatore di saperi”. En: Germak C. (ed.). *Uomo al centro del progetto: design per un nuovo umanesimo*. Turin: Umberto Allemandi & Co., 2008, p. 40-52.

8 Ceppi, G. *Design storytelling*. Milán: Lupetti, 2011.

La incorporación de elementos culturales responde a la necesidad de valorar el carácter reconocible y la tipicidad de las cosas, y redescubrir así el valor de la tradición y el pasado. Algo que implica la capacidad del diseño para aumentar el valor del bien cultural, como un sistema de conocimiento abierto⁹; por medio de un proceso de diseño hermenéutico e interpretativo, se puede identificar, así como aislar y definir claramente, un sistema de elementos reconocibles y constantes de un patrimonio cultural, en términos de “calidades auténticas” de formas y procesos, codificadas en arquetipos culturales, que pueden emplearse como repertorio de fuentes creativas con el fin de diseñar artefactos y prácticas innovadores, básicamente mediante estrategias de activación del bien cultural: la recontextualización, la modernización, la autenticación. En este sentido, los elementos culturales son una fuente en la que inspirarse a la hora de diseñar, pero, por encima de todo, la experiencia y valoración por parte de usuarios de “objetos culturalmente intensivos”. Estas unidades culturales mínimas, utilizables como rasgos de diseño, están relacionadas en las formas y los procesos: rasgos formales, visuales y materiales; pero también rasgos procesuales, como la historia, los recuerdos, el conocimiento, las técnicas de producción, etc. pueden incorporarse y actualizarse como un significado y placer añadidos en la función y el uso de objetos contemporáneos. Se obtienen, con ello, dos resultados: la innovación de las tradiciones y el enriquecimiento de los productos. La innovación puede tener lugar con la recontextualización del activo cultural (o, en su defecto, de sus aspectos formales o procesuales) en el seno de un nuevo sector o ámbito productivo (por ejemplo, transformar productos tradicionales en piezas de vajilla contemporánea – ver ejemplo 1–, o piezas de vajilla en complementos de moda –ver ejemplo 2), o en un contexto geocultural¹⁰ (por ejemplo, deslocalizar el patrimonio pro-

pio de un lugar y transmitirlo mediante productos globales, como muestra el ejemplo 3).

Otro posible resultado de este enfoque de la potenciación cultural de los productos es una sensibilidad elevada con respecto a las técnicas artesanales y la estética (ver ejemplo 4), que, a veces, implica proponer y valorar la calidad de la imperfección en el diseño del producto, en tanto que rasgo estético dis-

“Estos ‘productos culturalmente intensivos’ son una concentración de artículos en una única forma, que exigen una apreciación pausada”

tintivo, así como la visibilidad del proceso creativo, en tanto que técnico, cuando los productos ofrecen pistas sobre cómo y quién los hizo (personalidad, intereses, origen, recuerdos individuales). Estas conexiones contribuyen a que la experiencia y la interacción del usuario con el objeto vayan más allá de la funcionalidad y la resolución de problemas, y se amplíen la comprensión y conciencia de la producción de cultura material, a través de un aprendizaje cultural tácito e inconsciente de su estratificación y profundidad. Podríamos dar por hecho que estos “productos culturalmente intensivos” son una concentración de artículos en una única forma, que exigen una apreciación pausada.

Por otro lado, incorporar calidades sensoriales significa dar pie a la relación con las cosas en tanto que experiencia física y emocional polifacética. “Un producto no es simplemente una forma con una única función, sino una colección de mensajes e historias tomados en cuenta” que capta la atención o la respuesta del usuario. Mediante sus calidades sensoriales, los productos pueden entablar conversacio-



▲ Formafantasma. *Baked*, 2009

nes con sus usuarios que trascienden la funcionalidad. Según Kenia Hara¹¹, lo que tenemos enfrente “no son productos, sino un mecanismo para aportar estímulos”, independientemente de sus potenciales y posibilidades; son una oportunidad de descubrir algo hasta entonces desconocido o inexplorado. En consecuencia, estos productos pueden alejarse de las reglas del mercado y la empresa, de su ritmo y eficacia, y apostar por los hallazgos casuales e innovadores, muchas veces mediante el uso de nuevos materiales, así como la participación del usuario y la interpretación de su potencial.

De hecho, los “objetos expresivos sensoriales” comprenden una relación con las personas en las dimensiones táctil y visual. Ahora bien, estos objetos expresivos necesitan, por encima de todo, que tenga lugar una interacción temporal para revelar y exteriorizar sus calidades. En este caso, también, la experiencia multidimensional requiere otra articulación, así como una multiplicación del tiempo: los objetos expresivos sensoriales pueden ejercer una especie de “refracción temporal” mediante una sola forma.

Las dos opciones estratégicas pueden usarse juntas o por separado. En los párrafos siguientes mostramos varios ejemplos.

La incorporación de elementos culturales en los objetos

En este apartado esbozaremos algunos ejemplos que incorporan elementos culturales en el diseño de nuevos objetos: desde el uso y la modernización de códigos visuales arquetípicos, modelos, materiales y procesos hasta la interpretación contemporánea de actividades artesanales. Las han alumbrado tanto diseñadores consagrados como jóvenes diseñadores.

1. *Baked* es un proyecto de Formafantasma, un dúo de diseñadores italianos residente en Eindhoven, que aboga por la reevaluación de las técnicas artesanales en riesgo de desaparición. Este proyecto transforma elementos inmateriales vinculados a rituales locales y tradicionales en sugerencias para nuevos objetos materiales, teniendo en cuenta forma y proceso. Los diseñadores se inspiraron en un espectáculo folklórico siciliano celebrado en Salemi, donde se utiliza un material a base de harina para generar elementos de decoración arquitectónica; el

9 Lupo, E.; Giunta E.; Trocchianesi R. “Design research and cultural heritage: activating the value of cultural assets as open-ended knowledge system”. *Design principles and practices journal*, vol. 5, núm. 6 (2011), p. 431-450.

10 Lupo, E. “Beyond craft culture: designing a new contemporary authentic”. En: *Design&Craft. Proceedings of the 7th Conference of the International Committee for Design History and Design Studies* [en línea]. Bruselas, septiembre 2010. [Consulta: 10 de octubre de 2012]. Disponible en: http://designview.files.wordpress.com/2010/06/paperdesigncraft_lupo.pdf

11 Hara, K. *Senseware*. Holon, Israel : Design Museum Holon, 2010.

mismo proceso tradicional empleado en la cocción de ingredientes sencillos se aplica a las formas básicas de recipientes y vasijas. Formafantasma mantuvo el proceso y la técnica de producción, innovando la forma y función de los objetos, de la decoración a la vajilla, del folklore a la vida diaria. En los códigos lingüísticos y expresivos de texturas, colores y superficies, pueden encontrarse referencias culturales, aun habiendo una gran discontinuidad formal en el nuevo sistema de productos (de devocional a funcional), desarrollado con una interpretación no literal y a la vez sofisticada.



▲ Floriana Palmieri. Vajilla de *pietra ollare*, 2006
▶ Floriana Palmieri. Accesorios de última moda de *pietra ollare*, para la marca Acquistapace, 2006

2. Un tipo de piedra, la *pietra ollare*, utilizada tradicionalmente en el norte de Italia para hacer unas jarras polivalentes llamadas *lavec*, cuya forma esencial se ha asentado en una especie de diseño invisible y anónimo, ha pasado por un proceso de renovación y reaplicación en un taller artesanal local (primero bajo la dirección de Antonio Corrado, luego bajo la de Goffredo Minocchi y por último a cargo de Ginevra Mattioli y Floriana Palmieri). En este caso, los diseñadores querían conservar el material y su



proceso de producción, dotando al objeto de un ámbito de aplicación innovador, de pieza de vajilla a accesorio de moda.

3. *Opera gloves-extraordinary craft* es una idea de Giorgio Affinito, desarrollada en un taller, en el seno del proyecto de investigación *Inspired by Beijing Opera*¹². El propósito del proyecto era la recogida de fondos para la fundación Ada Ceschin Pilone (Zúrich). Se trata de una colección de vestidos y atuendo de la tradicional Ópera de Pekín. El patrimonio se analizó y redujo a los arquetipos y unidades culturales mínimos, y se propusieron visiones inspiradoras a rediseñar en el taller. Affinito se aleja



▲ Giorgio Affinito. *Opera Gloves*, 2010

de un escenario definido como “hipercharacterizado”, dado que en la Ópera de Pekín cada elemento es inequívocamente significativo, con una serie de convenciones (es decir, la caracterización de los protagonistas que personifican papeles extremos, valores y sentimientos universales con un maquillaje aplicado con precisión, así como el uso de colores y accesorios característicos). El diseñador quiso trasladar esta capacidad a los accesorios contemporáneos, como los guantes, que ayudan a los usuarios a representar los cuatro personajes principales de la ópera china.

4. El trabajo de Hella Jongerius es un ejemplo de protagonismo de las huellas de la tradición y el contexto en nuevos diseños. Casi todas sus creaciones se caracterizan por una reinterpretación de formas y pautas existentes, con el afán de ir más allá en el significado y profundizar. Al igual que otros diseñadores holandeses, se fija en los detalles y en las técnicas artesanales olvidadas, sin las connotaciones negativas de la regresión o la nostalgia. De hecho, las técnicas y motivos artesanales se han incorporado a los nuevos “discursos” (medios de comunicación, procesos de producción, canales de distribución y contextos sociales), no literalmente, sino reinterpretando elementos más sutiles no in-



◀ JongeriusLab. Jarrros para IKEA, 2005
▼ JongeriusLab. *7 Pots / 3 Centuries / 2 Materials*, 1997
▼ JongeriusLab. *B-set*, 1997



¹² Proyecto fundado en 2010. Coordinación científica Eleonora Lupo. Grupo de investigación: Elena Giunta, Raffaella Trocchianesi. Disponible en: <http://designview.wordpress.com/2011/01/26/inspired-by-beijing-opera-final-delivery/>

mediatamente reconocibles, pero genuinos, originales y distintivos. Con su actitud y contribución personal, actualiza la tradición desde el punto de vista holandés contemporáneo. Rebelándose contra la cultura perfeccionista del sector, introdujo expresamente irregularidades en una vajilla de porcelana de Royal Tichelaar Makkum, con lo que un producto industrial adquiriría un matiz artesanal, como de



Son muchos los diseñadores y empresas interesados en este intento de tomar rasgos culturales (materiales o inmateriales) y reinterpretarlos: Patricia Urquiola, Marcel Wanders, Heloisa Crocco, Moroso y Ekobo¹³, entre otros.



▲ Nendo. Tejido inflado para Tokio Fiber Senseware, 2009
 ◀ Ross Lovegrove. *Seed of Love*, para Tokio Fiber Senseware 2009

hecho a mano. Con fragmentos del Medievo donados por el museo Boijmans Van Beuningen, hizo jarros y ollas, pegando los trozos con epoxy. Diseñó jarros destinados a la producción a gran escala a mano en China para Ikea PS, y fundó un proyecto de apoyo a las mujeres de la India, para que montaran su propio taller de costura; para ello, introdujo el trabajo de las mujeres (cuya presencia es visible en el producto final, junto a sus nombres bordados) en la creación de murales colgantes bordados para el mercado internacional.

La incorporación de cualidades sensoriales en los objetos

En este apartado presentamos ejemplos centrados en las cualidades sensoriales, más concretamente las dimensiones visual, táctil y temporal, así como la implicación del usuario. Como en el caso anterior, incluimos proyectos pertenecientes tanto a profesionales consagrados como a jóvenes diseñadores.

5. Kenia Hara, diseñador japonés y director de Muji desde 2001, dio a conocer el proyecto *Tokyo Fiber Senseware* en 2009, con el objeto de experimentar con nuevas aplicaciones para nuevos materiales, y en particular nuevas fibras artificiales. Acuñó el término *senseware* para definir “la materia que remueve el instinto creativo humano y despierta el deseo

de hacer cosas”, citando el ejemplo de las cualidades de una piedra que sugiere usos a los humanos. Escogió a siete fabricantes de fibra japoneses y a siete creativos de varios ámbitos (diseño, arquitectura, medios de comunicación, arte, moda, etc.) y los puso a colaborar para alumbrar nuevos productos o aplicaciones utilizando fibras artificiales. Todos estos productos estimulan los sentidos y las sensaciones, visuales y táctiles. Ross Lovegrove creó una mochila ultraligera hecha de un material triaxial tejido, aplicando el potencial de la fibra a la creación de una original forma tridimensional, llamada *Seed of Love* (La Semilla del Amor). La propuesta era en blanco, para transmitir el carácter íntimo y seductor de un vestido de novia. Nendo, un estudio de diseño de productos, diseñó una serie de pantallas de lámpara moldeables no tejidas, infladas como globos en agua caliente. Debido al método de producción, no industrial, cada producto tiene una forma, in-

spirada en la lámpara de papel tradicional. Las arrugas y pliegues de la base atestiguan el proceso de fabricación.

6. “In Residence” es un taller fundado por Barbara Brondi y Marco Rainò para estudiar el diseño contemporáneo en el marco de la cita World Design Capital, celebrada en Turín en 2008. El tema “La naturaleza a través del artefacto” se asignó a 5 diseñadores, con la idea de codificar la relación entre lo natural y lo artificial, ya fuera inspirador o conflictivo. Los resultados desembocaron en un desafío a la “naturaleza” de los objetos, incluso en su vertiente sensorial y estética. Los diseñadores alumbraron una “falta de naturalidad natural”, capaz de transmitir nuevos significados y emociones, y la expresividad se extrapoló de la naturaleza a la materialidad inanimada del objeto. Pieke Bergmans, diseñador de los Países Bajos, alteró los procesos productivos

▼ Studio Glithero. *Blueware*, 2010. Foto: Petr Krejci'



▼ Pieke Bergmans. *Crystal virus*, 2005



◀ Pieke Bergmans. *Light blubs*, 2009

¹³ Estos casos de estudio han sido investigados por Nariné Tchilinguirian, en su tesis doctoral en el Politécnico di Milano en 2011. Tutor de tesis: Eleonora Lupo.



▲ Kristine Bjaadal. *Underfull*, 2009
 ► Kristine Bjaadal. *Underskog*, 2009

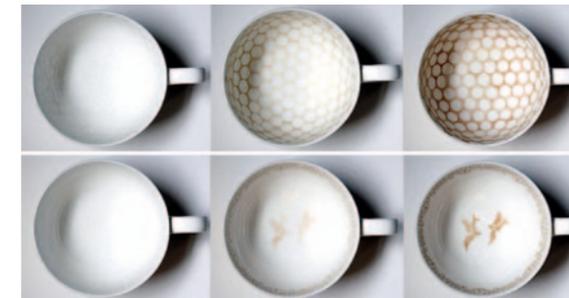
existentes para crear nuevas formas e imperfecciones controladas: lámparas (*Light blubs*), botellas (*Crystal virus*) y jarrones (*Unlimited Edition*) deformados. Studio Glithero abordó en su trabajo el tiempo y la transformación, con el fin de captar la belleza del momento en que las cosas se hacen e incorporarla al objeto de un modo expresivo; con el proceso correspondiente al anteproyecto, aplicado a jarros y tejas, las superficies cubiertas con productos químicos sensibles a la luz y expuestos a lámparas de rayos UVA experimentaban una transformación cromática intensa, del blanco al azul de Prusia. Con la ayuda de especímenes botánicos, plasmaron siluetas blancas de diseños florales sobre el fondo azul.

7. Para muchos diseñadores¹⁴, la implicación del usuario en el tiempo reviste importancia a la hora de revelar la naturaleza sensorial y experiencial de las cosas. Kristine Bjaadal, diseñadora noruega, otorga la capacidad de expresar cualidades ocultas al uso y el consumo: *Underfull* (un mantel) tiene un dibujo oculto que solo puede verse cuando se moja o mancha de vino, y *Underskog* (una tela de tapicería) lleva un dibujo oculto que solo aparece



al gastarse la tela. Sus proyectos tratan de cambiar progresivamente el aspecto del producto y asociarlo a recuerdos personales. Las tazas para el té *Stain* de Bethan Laura Wood desafían la idea de que el uso deteriora el producto; cuanto más se utiliza la taza, más se ve el dibujo, gracias a una superficie con un

▼ Óscar Díaz. *Ink Calendar*, 2007



▲ Bethan Laura Wood. *Stain*, 2006

tratamiento que retiene la pátina de la mancha de té en algunos lugares más que en otros, con lo que salen a la luz los hábitos individuales a la hora de tomar la infusión. El *Ink Calendar* (Calendario de tinta) de Óscar Díaz es un calendario que potencia la percepción del paso del tiempo, en vez de limitarse a señalarlo: para indicar el tiempo, la tinta va extendiéndose por el papel. La tinta se absorbe poco a poco, y los números del calendario “se imprimen” a diario. Uno por día, se van llenando de tinta hasta acabar el mes.

Los diseñadores pueden potenciar y desarrollar esta actitud cultural y sensorial gracias a las aportaciones de las ciencias humanas y sociales a la comprensión del sentido de las cosas (y su rediseño): los elementos culturales y estilísticos deben estudiarse históricamente, localizarse geográficamente y comprenderse antropológicamente... para darles un uso innovador y transformarlos en algo a la vez auténtico y contemporáneo. Todas las disciplinas, como la historia, la sociología, la antropología, la semiótica y su aplicación en el llamado *humanities centered design*¹⁵, son esenciales para incorporar elementos culturales y añadir cualidades sensoriales al diseño de objetos “intensos”. Tan solo un “enfoque *soft*” es capaz de transformar el potencial de los nuevos procesos de fabricación en un objeto dotado de poesía y espiritualidad que alcance un equilibrio entre la ética y la estética.

Bibliografía complementaria

- BRAMSTOM, D. *Visual conversations*. Lausana: Ava Publishing, 2010.
- BRONDI, B.; RAINÒ, M. (eds.). *In residence design dialogue: diary #2, matter matters*. Mantua: Corraini, 2010.
- . *In residence design dialogue: diary #1, nature through artifice*. Mantua: Corraini, 2009.
- CEPPI, G. *Epigenesi del design*. Roma: Aracne, 2010.
- DE MARTINO, M. *Tra ragione ed emozione: il significato della forma degli oggetti*. Florencia: Alinea, 2007.
- FUAD-LUKE, A. “Slow design”. En: M. Ehrloff, T. Marshall (eds.). *Design dictionary: perspectives on design terminology*. Basilea: Birkhäuser, 2008, p. 361-363.
- MOJOLI, G.; MANZINI, E.; et al. “Slow + design: slow approach to distributed economy and sustainable sensoriality (manifiesto + abstract)” [en línea]. En: *International seminar, Milan, 6 October 2006*. [Consulta: 29 de febrero de 2012]. Disponible en: http://www.experientia.com/blog/uploads/2006/10/slow_design_background.pdf
- SACCHETTI, V. *Il design in tasca*. Bologna: Editrice compositore, 2010.
- VLASSENROOD, L. (ed.). *Tangible traces: Dutch architecture and design in the making*. Róterdam: NAI Publishers, 2009.

¹⁴ Estos otros casos de estudio también han sido investigados por Nariné Tchilinguirian, en su tesis doctoral en el Politecnico di Milano en 2011. Tutor de tesis: Eleonora Lupo.

¹⁵ Ver <http://www.humanitiesdesign.org/wordpress>