
La belleza ecológica en los objetos

Pero lo adecuado, Sócrates, si está presente, <
hace que las cosas parezcan y sean bellas.

HIPIAS, *DIÁLOGOS DE PLATÓN*

Resumen

Con frecuencia la belleza se relaciona con la apariencia de las cosas, aunque desde hace cientos de años se ha evidenciado que existen otros valores más profundos para entender lo bello. En la actualidad es necesario volcar los esfuerzos de los diseñadores hacia una reconcepción de la belleza, que esté orientada a las necesidades de conocimiento y comprensión de la sociedad con respecto a la conservación de la naturaleza, y como uno de los aspectos más hermosos y sublimes a los que un objeto puede aspirar.

La sustentabilidad y el diseño

En los últimos años, a partir de las investigaciones realizadas en seminarios organizados por algunos miembros del Área de Habitat y Diseño, del Departamento de Investigación y Conocimiento del Diseño de la División de Ciencias y Artes para el Diseño (CyAD) en la UAM-A, en conjunto con la continua búsqueda de la relación entre sustentabilidad y diseño de la maestría en diseño industrial denominada “Del diseño sustentable a los sustentos del diseño”,¹ se ha llegado a diversas conclusiones y reflexiones que motivan este documento. La relación por lo común percibida entre el diseño y la sustentabilidad se sitúa prin-

¹ Para más información sobre este trabajo consultar el número 17 de la revista *Taller Servicio 24 Horas*, disponible en: <http://www.azc.uam.mx/cyad/investigacion/prospectiva/17_TS24HRS-17WEB.pdf>.

principalmente en los aspectos técnico-productivos que aluden a una ecoeficiencia en el desarrollo de los objetos. También se observa un claro interés mundial por insertar los aspectos sociales al discurso del diseño sustentable, elementos muy destacables en la mejora de las condiciones ambientales del proceso de diseño, pero que dejan de lado otros temas que podrían ayudar en este esfuerzo.

Este documento intenta abrir un espacio de reflexión sobre el papel que juega la percepción de los usuarios en relación con el cuidado de la naturaleza. Analiza el concepto de belleza como un aspecto central en el desarrollo de productos de consumo a favor del discurso dominante del crecimiento económico. Si se cambia la percepción de lo bello a favor del medio ambiente, se abrirá más la entrada de un nuevo paradigma basado en el sueño de reencontrar el desarrollo humano con la naturaleza y dejar atrás la codicia como vía de progreso.

El concepto de belleza

La belleza es una cualidad que le asignamos a los elementos de nuestro entorno de maneras muy diversas, casi sin percatarnos del hecho. Cuando afirmamos que algo es bello sólo la subjetividad que conlleva lo hace verdadero, nadie nos podría decir lo contrario, nadie nos podría negar el derecho que tenemos de percibir el mundo de esa manera. Al igual que otras muchas consideraciones, como lo feo, lo grotesco, lo sublime o cualquier otro criterio estético.²

Pero en esencia: ¿qué es lo bello? Según el *Diccionario manual de la lengua española Vox*, lo bello se define como:

bello, -lla adj.

1. Se aplica a la persona o cosa que tiene belleza: una cara bella; una bella poesía; un bello jardín. bonito, hermoso. feo.
2. Se aplica a la persona o cosa que es moralmente buena: es una bella persona; nos ha dado una bella lección (*Diccionario Vox*, 2007).

Desafortunadamente esta escueta definición no nos ayuda mucho para comprender la esencia de la belleza, o mejor dicho, de lo bello.

² Para revisar más sobre estos criterios consultar el número 13 de la revista *Taller Servicio 24 Horas* disponible en: <<http://www.azc.uam.mx/cyad/investigacion/prospectiva/06revistataller24horasmar11.pdf>>.

Las cosas son bellas por lo bello

Ya en el año 390 a.C. la disertación del tema estaba en palabras de Sócrates y en letras de Platón en uno de sus diálogos que alude a la reflexión de lo bello. El diálogo de Platón (2003) señala que las cosas bellas tienen como base lo bello de la misma manera que las justas, la justicia, y las buenas el bien. Es decir, que hay algo que hace a las cosas bellas. Más adelante, después de diversas disertaciones, Sócrates clarifica el objetivo de la conversación orientada a la esencia de lo bello, que al parecer Hippias no entendía. La plática se orienta hacia algunos objetos, y se cuestiona si son bellos o no. En las diversas reflexiones llegan a la conclusión de que lo bello es lo adecuado. Yves Zimmermann analiza este texto con el objetivo de identificar algún aspecto relevante que aclare la definición de lo bello y concluye:

[...] partiendo de la equivalencia “adecuado al uso = belleza”, implícita en la contestación de Hippias, esa belleza de la que están hablando es una belleza que nada tiene que ver con el aspecto visual de la cuchara, pues no se menciona para nada su forma. Según se desprende de las palabras de Sócrates, la cuchara es adecuada y, por lo tanto, bella según Hippias, porque transmite su sabor a las legumbres, además de que no rompería la olla. Habla de una belleza inmaterial, intelectual, de una “belleza” de la inteligencia. Es como cuando los matemáticos o los físicos hablan de “belleza” en sus respectivas disciplinas, por ejemplo de la belleza de una ecuación: $E = mc^2$, según este entendimiento, sería una obra maestra de belleza. Considerar la cuchara de madera de higuera bella por las razones aducidas, da placer al intelecto por la inteligencia de haberla hecho de esta madera, pues así, transmitiéndole su sabor al removerla, enriquece el sabor de la comida. Esta “belleza” de la inteligencia es precisamente lo que, aparte de su belleza formal, caracteriza los objetos señalados al principio de esta indagación (Calvera, 2009).

La belleza en los objetos

Existe una buena cantidad de objetos que han sido elogiados por su belleza, bien justificada, podríamos entender a cada uno como bello en su contexto. Al parecer, cada individuo puede entender la belleza de manera muy personal, la belleza es subjetiva y tal vez no exista lo bello como un concepto universal. Pero aunque la percepción de la belleza sea distinta en cada persona, hay una serie

de categorías generales que pueden ser identificadas en los objetos. Éstos pueden ser bellos en diferentes niveles, en diversos ámbitos y con respecto a muy variados saberes.

Puede ser que los niveles de belleza en el objeto los aporte, por un lado, el grupo de diseño, y por el otro, los saberes del usuario. Estas capas de belleza se hacen evidentes en la medida en que conocemos la adecuación del objeto a los sistemas en los que interactúa, desde los sistemas previos al uso del producto, como la producción, la extracción de sus materiales, su transportación, etc., hasta los que posibilitan la reintegración natural de los materiales utilizados en el objeto.

Un objeto bello no sólo lo es en su apariencia, tal vez éste es uno de los niveles de belleza, pero si es verdaderamente bello debería serlo en todo su “ser”, en cada una de las concepciones de belleza a las cuales se le puede someter. Cada vez que se hace un objeto, cualquiera que sea su material, estructura y forma, por más consideraciones estéticas, de usabilidad, de función, tecnológicas, económicas, sociales y ambientales que tenga, genera un impacto en los ciclos naturales, retarda los procesos y desequilibra algún ecosistema. Cuando estos objetos se proyectan sin la menor consideración y conciencia del ambiente que posibilita la vida de su usuario, pueden alterar a tal grado la naturaleza que si medimos el beneficio en relación con el impacto, tal vez lo mejor sería no comprarlo, ni producirlo, ni siquiera gastar energía en concebirlo de esa manera. Al parecer éste es un grado de belleza con el que no cumplirían la mayoría de los productos en el mercado.

La belleza en la forma o en los materiales del objeto, tal como lo establece Sócrates, no sólo se relaciona con la apariencia. No basta un buen acabado para considerar bello un objeto. La adecuada aplicación del material al uso, su estructura y su función para el desarrollo de alguna localidad, su utilización en problemáticas sociales o la buena relación con los ciclos naturales pueden ser los elementos que embellecen un objeto de diseño.

La belleza ecológica

Si la conclusión de Zimmermann es cierta, existe una belleza ecológica basada en la inteligencia de definir formas, colores, materiales, ensamblajes, empaques, proporciones, etc., que cuiden a la naturaleza. Una belleza dependiente de la capacidad del

diseñador para respetar y preservar el entorno común. Una belleza que da vida y no la quita, que cuida a los seres y a la biodiversidad del planeta. Una belleza que desafortunadamente pocos ven y que todos necesitamos.

Otro aspecto intelectualmente exigente responde a la atemporalidad como criterio de belleza debido a que este aspecto aporta más tiempo de vida al objeto. Entre más tiempo dure un objeto más bello es, no sólo por la apariencia, sino por el menor impacto al medio que genera. También podríamos entender el apego emocional que un usuario tiene con el objeto, como un promotor de la durabilidad del objeto, con este criterio la belleza ecológica es intrínseca.

Con base en los aspectos anteriores, hablar de la belleza ecológica parece un tema importante para la adecuación de la intervención humana con el entorno. La ecobelleza del objeto puede marcar algunos rasgos que definan el futuro del ser humano en este planeta. Construir una vía para que cada vez más personas entiendan que lo bello está implícito en el cuidado del ambiente, debería ser una de las prioridades del quehacer de los diseñadores. Transformar el objeto de consumo en un puente de conocimiento y en un soporte para la vida es uno de los retos de innovación más importantes de este siglo para nuestra disciplina.

Aparentemente ecológico

Según Sócrates, la apariencia de belleza no necesariamente es lo bello. Esto se aplica a lo “ecobello”. Hacer parecer los objetos como si fueran ecológicos los hace bellos en apariencia, pero no en esencia. Este engaño provee al objeto de una antítesis de lo bello, que podría entender como feo. Pero no sólo es una fealdad formal, es una carencia de belleza en el alma y la concepción del objeto mismo, y transmite esa misma sensación de la empresa creadora y de los diseñadores detrás de la obra, tal como lo propone Sócrates con la apariencia de lo bello y lo verdaderamente bello soportado en lo adecuado. La belleza ecológica fingida, estrategia de infinidad de empresas en la actualidad, evidencia una maquiavélica manera de concebir los objetos con un fin más primitivo, menos espiritual del verdadero cuidado del entorno, un interés marcado por el paradigma dominante del crecimiento económico sin interés en lo correcto ni en lo adecuado. Una transformación de los valores adheridos en el objeto como un intento de convencer para vender a partir de una mentira forzada, malentendida por el usuario carente del conocimiento ecológico necesario para captar la doble moral de los creadores. Los objetos verdes sin fundamento son los que más daño le hacen

al ambiente. Los que mal informan y pervierten las intenciones de algunos, los que hacen desconfiar de todos los productos preocupados por el ambiente de la misma manera que se desconfía de la economía verde que gana y gana terreno.

También, cuando un objeto educa o ilustra a las personas en favor de la preservación y el cuidado del sistema natural, cuando los productos hacen a las personas más virtuosas en el arte de entender su dependencia y relación sistémica con la naturaleza, cuando acercan a las personas a la intrincada magia de la vida y las sensibilizan de la maravillosa capacidad de la naturaleza para generar vida y equilibrio, el objeto se hace más bello en ese sentido. Tal vez no sea la misma belleza que lo hace reciclable o que lo hace emocionalmente durable, pero esa belleza intelectual cambia la sensación y la percepción del mundo de los que están cercanos a él. El encuentro de los individuos con el conocimiento necesario para detectar esta belleza, es decir, la educación y la difusión de los criterios necesarios para percibir la belleza ecológica puede considerarse como otra importante vertiente de la ecobelleza misma.

Conclusiones

La belleza está basada en la percepción de los que la juzgan, esa opinión es algo tan subjetivo que parece imposible su predicción. En cambio, lo bello es el principio que hace bellas a las cosas y que al parecer, está relacionado con lo adecuado y la inteligencia para percibirlo.

Los objetos pueden adecuarse a diferentes sistemas. Uno de ellos debe estar relacionado con el cuidado de la naturaleza. La belleza ecológica es la adecuación de los objetos al sistema natural en todo su ciclo de vida, está ligada al respeto y al cuidado de la naturaleza en el desarrollo del artificio humano. Que reduzca o cancele el impacto, que permita una rápida reintegración a los ciclos naturales, que no altere la vida, que eduque sobre los principios del cuidado del ambiente en los objetos y que difunda un nuevo orden social basado en una visión ecocéntrica del desarrollo, deberían ser los fines de los objetos producidos por el diseñador.

Finalmente, Ronald Shakespear dice: “Si el diseño no sirve para que la gente viva mejor entonces, no sirve para nada. No se me ocurre nada más importante que el cuidado de la naturaleza para que la gente viva mejor; sustento de la vida, soporte de toda acción humana, en dos palabras: ‘Madre Tierra’”.

Referencias

- Calvera, A., *De lo bello de las cosas*, México, Gustavo Gili, 2009.
- Diccionario Manual de la Lengua Española Vox*, México, Larousse, 2007.
- Flores, J., “Una tipología para la estética de los diseños”, *Taller Servicio 24 Horas*, año 7, núm. 13, CyAD, UAM-A, marzo-agosto, 2011.
- Platón, *Diálogos. Obra completa en ocho volúmenes*, Madrid, Gredos, 2003.
- Sahagún, R., “Del diseño sustentable a los sustentos del diseño”, *Taller Servicio 24 Horas*, año 9, núm. 17, CyAD, UAM-A, marzo-agosto, 2013.