

La revolución celular

Por Martin Groisman

Algunas consideraciones sobre el diseño y la realidad (virtual).

El proceso proyectual

El diseño es anticipación. Lo propio del diseño es su capacidad para prefigurar un objeto, atrapar algo del futuro y traerlo al presente. Imaginar lo que no existe, hacer visible lo no-visible, poder tocar lo intocable.

Un par de zapatos, un edificio, un afiche, una película. Son objetos que para poder existir necesitan ser diseñados.

Todo el proceso parte de una idea. Lo que sostiene toda la estantería del diseño es el partido conceptual,¹ esa piedra angular del proceso proyectual. Solo después de haber encontrado esa idea, se avanza sobre la materia, la textura, el color, el tono, el ritmo.

La fuente principal de esta idea proviene mayormente del estudio a fondo del escenario actual, la observación de sus personajes. Se trata de prestar atención a las influencias y avatares del entorno (natural y artificial), detectar lo que llamamos ¿las tendencias?.

Desde ese estudio del presente, se proyectan líneas hacia el futuro, configurando la trama del (próximo) objeto en circulación, que será consumido, visualizado, usufructuado por un sujeto.

De este modo, el partido conceptual define al objeto y al mismo tiempo le da forma al sujeto de la acción. En un mismo acto se diseña al objeto y también se configura al sujeto, en términos de cliente/usuario.

En el trayecto de esa construcción, la función del diseño se complejiza, por los requerimientos que impone la Marca. La cuestión de la imagen, la necesidad de encontrar el formato que garantice la transmisión del ¿espíritu? institucional como señal inequívoca de Identidad Corporativa, se ha convertido en el valor más difícil de preservar en nuestra sociedad hiper-conectada y global.

Así es que el diseño ocupa hoy un rol estelar en el desarrollo de los planes estratégicos de cualquier empresa o entidad social. A esta altura ha quedado claro que gran parte de la lucha por el poder se libra en el paisaje mediático-virtual-audiovisual.

Pero el desarrollo de un proyecto de diseño pone en juego otros factores que no necesariamente tienen que ver con el marketing y la satisfacción al cliente. Consideramos

fundamental mantener una reflexión constante sobre la función social del diseño y analizar las diversas mutaciones que van sufriendo el objeto y el sujeto de su práctica, al ritmo de los cambios que impone el mundo real.

Para tal fin, elegimos concentrarnos en el análisis de un fenómeno de convergencia tecnológica que sintetiza muy bien la confluencia de las industrias más pesadas de la comunicación, el entretenimiento, las telecomunicaciones, la microinformática y el diseño: el teléfono celular de última generación.

Diseñando la experiencia. El modelo de lo real

Un nuevo objeto ha irrumpido en nuestras vidas. Lo vemos surgir desde afiches callejeros, avisos de la tele, la radio, el cine, la Web, es decir, desde todos los frentes del universo mediático. Se trata de un aparato con el que es posible sacar fotos y videos, editarlos, enviar y recibir archivos, utilizar un navegador satelital con GPS, escuchar música, navegar por la Web, jugar al *Packman*, más todas las funciones de una *Palm* como la agenda, la planilla de cálculo, etc. y además, sirve para mantener una conversación telefónica! Lo más sorprendente es que a esta mini-central móvil de entretenimiento y telecomunicaciones personales, le siguen llamando ¿teléfono?.

En esta contundente campaña de publicidad y marketing, las compañías de venta de celulares nos pintan un mundo apasionante, donde el placer y los negocios van acompañados *siempre* de un teléfono celular.

Nos muestran como toda esta artillería comunicacional concentrada es ideal —por ejemplo— para mandar una foto desde la montaña mientras esquiamos, o desde la playa mientras saboreamos un *Daikiri*. Este maravilloso aparato nos brinda la posibilidad de registrar una experiencia personal, y transferirla en directo a un amigo. Pero la esfera personal en un instante puede hacerse pública y de pronto, se arma una escena que el marketing nunca imaginó.

Sucede que una explosión hace estallar un subterráneo en Londres. Las víctimas de ese atentado, en medio de su estupor, lo transmiten con sus cámaras celulares en tiempo real. En ese acto, el control de la información del complejo mediático revela sus agujeros. Con la aparición de esos registros personales en los medios masivos se inaugura un nuevo dispositivo: el móvil de telecomunicaciones personal. No pertenecen a ningún medio, a ninguna agencia de noticias, es solo gente que está ahí.

La nueva paradoja es que la información ya no precisa de los Medios para circular masivamente.

Otro tema que nuestros comunicadores dejan de lado, es el de los efectos nefastos que produce la exposición prolongada de transmisiones con micro ondas en el cerebro y otros órganos vitales. Esta cuestión parece no importarle a nadie ya que la venta de celulares ha crecido geoméricamente en los últimos años, habiendo ya superado en cantidad al teléfono de línea. Todo hace suponer que en el futuro todos seremos felices poseedores de un celular.

El Sujeto modelado

El diseño de este pequeño aparato pone en juego tal cantidad de usos y funciones que ha hecho expandir el campo proyectual hacia terrenos aun muy poco explorados.

La superposición de acciones, entornos y situaciones que durante mucho tiempo han sido contradictorias y excluyentes entre sí, como por ejemplo: caminar y escribir, sacar fotos y hablar por teléfono, se ven articuladas en un mismo acto por la magia del celular.

Una vez más, el objeto de diseño se desvanece, para dar lugar al desarrollo de una *experiencia* inédita hasta el momento, que demanda soluciones a problemas nunca antes planteados.

Esto obliga a pensar el diseño de las interfaces incorporando el concepto de movilidad y desplazamientos constantes, sumado a la multiplicidad de acciones simultaneas. Y en términos generales, por la serie de acciones programadas incluidas en los requerimientos, plantea una reformulación de toda la experiencia cotidiana personal.

El teléfono celular ha pasado a convertirse en el objeto tecnológico de deseo maspreciado por los jóvenes y adolescentes de toda condición y lugar, constituyéndose en el fetiche infaltable de toda ocasión e intercambio.

En el mundo laboral, es una herramienta insustituible. Hay que ser muy necio o muy valiente para no tenerlo, ya que uno puede ser considerado un peligroso outsider, un ser antisocial.

Y ni que hablar del universo infantil, donde su notable capacidad para generar ruiditos, luces de colores, juegos y sorpresas amenaza con destronar a la mismísima televisión en el imaginario lúdico de los más chicos.

Celular

La palabra ¿celular? evoca múltiples sentidos que varían notablemente (como todas las palabras) de acuerdo al contexto. En este caso, esta claro que su acepción esta tomada de la biología, refiriéndose a la célula como el modo de organización de vida más primitivo y básico. En una célula se encuentra presente toda la información de un organismo vivo. A partir del trabajo del metabolismo celular y de sucesivas divisiones, el organismo crece.

Cuando una persona con celular se desplaza, su señal es captada por antenas ubicadas en diferentes celdas. Por esa razón resulta tan simple ubicar espacial y temporalmente a cualquier sujeto que utiliza este sistema.

Y hablando de celdas, la palabra celular también evoca el sistema de traslado de detenidos, conocido como ¿camión celular?, en el que la división por tabiques impide la comunicación e intercambio de los presos con el exterior y entre ellos mismos.

Una tercer acepción, la más inquietante por cierto, se refiere al modo de organización de las redes terroristas. La organización de la actividad terrorista en células, responde a una estrategia de guerra donde sus miembros desconocen a los integrantes de otras células. Así se

construye una red clandestina en la que el anonimato y la falta de información sobre la totalidad del sistema es inherente a la seguridad de sus miembros.

Todo este rodeo semántico, que no por casualidad nos lleva a terrenos tan delicados, tiene por fin alertar sobre posibles derivaciones sociales que el uso masivo de celulares puede acarrear en el futuro, en relación con el incremento de los niveles de vigilancia y control sobre la población.

Un aparato que esta siendo consagrado como el símbolo máximo de libertad, autonomía, modernidad y eficiencia, puede convertirse —paradójicamente— en un instrumento privilegiado de dominación y control, convirtiendo a los felices usuarios de estos aparatos, en patéticos repetidores de *slogans* gastados y consignas de ocasión, monitoreados hasta en sus acciones más privadas y conducidos mansamente hacia la nada, por el mero ¿placer de estar comunicados?.

Publicado el 09/11/2005

-
1. Daniel Wolkowicz define al partido conceptual como el conjunto de conceptos que permiten tomar decisiones para el proyecto. Aquellos que, proviniendo de distintas disciplinas, aportan elementos para constituir lo que será el corpus de fundamentos.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/la-revolucion-celular>

