

# DISEÑAR SIENDO AGORERO PARA EVITAR EL MAL

POR BORJA VENTURA ILUSTRACIÓN MIRIAM PERSAND



**ALBERT EINSTEIN** murió arrepentido porque creía que, por su culpa, el mundo estaba entrando en una carrera nuclear de desenlace incierto. Es verdad que tanto sus investigaciones como sus cartas al presidente Roosevelt sirvieron para que se desarrollaran las bombas atómicas, pero también es verdad que su teoría de la relatividad va mucho más allá de conseguir una enorme cantidad de energía con una cantidad limitada de masa.

La historia está llena de situaciones así: ocurrencias o hechos que en un primer momento parecen buenos, pero que a medio o corto plazo pueden ser terribles. Otro ejemplo: resulta mucho más lucrativo vender maíz para fabricar biodiésel que para alimentar a la gente, y eso ha empeorado la hambruna en África por culpa de la explotación de cultivos y la consecuente subida de precios. Dicho de otra forma, el combustible natural es fantástico desde el punto de vista ambiental, pero catastrófico desde la perspectiva social.

«Es un tópico, pero es real: el buen diseño apenas se percibe porque es invisible»

Por eso, a la hora de pensar no hay que limitarse al ahora, sino pensar en el mañana. «Cualquier producto puede ser usado de maneras inapropiadas», explica David Álvarez, director de UX en Sngular. Cita los ejemplos de Wallpop usado como plataforma para ligar o de Airbnb como fuente de estafas. Son, en su opinión, «usos inapropiados de funcionalidades de un servicio pensadas para otras funciones».

Para explicarlo cita a Jakob Nielsen, padre del concepto de *usabilidad*, cuando en sus principios habla de «deslices» y «equivocaciones», siendo los primeros errores que podemos cometer por distracción y los segundos errores que se comenten porque el sistema no está bien diseñado. Por eso existen soluciones desde el diseño, como la metodología japonesa *poka-yoke* (literalmente, *a prueba de errores*), según la cual las cosas solo pueden usarse de la forma correcta porque el propio sistema evita que te equivoques. «El ejemplo más clásico es el del USB original, que no permite conectarlo al revés», por más que eso haya acabado por ser un problema en sí mismo.

#### LO INAPROPIADO, LO INESPERADO Y LA MALA IDEA

Cabría distinguir a los *inapropiados* de los *inesperados*. A veces, los usuarios se empeñan en usar las cosas para algo que sus creadores no habían contemplado. «El papel de burbujas se inventó para dar rugosidad a la pared, y luego alguien pensó que iría genial para envolver cosas grandes y frágiles», pone como ejemplo el diseñador Jesús Gallent. Hay casos mucho menos positivos, como Blackberry quebrando años después de no haberse dado cuenta de que su Messenger podría haber sido lo que WhatsApp acabaría por ser.

En ese *inesperados* entra la experiencia del usuario. Básicamente, estar atento a lo que hacen con nuestro producto o servicio para adaptarlo, en consecuencia, tras detectar errores o vías de mejora. Puede hacerse eliminando funcionalidades, reordenando opciones, introduciendo cambios o, sencillamente, reorientando el producto. Entender al usuario, vaya.

En el cajón de *inapropiados* entrarían los errores fatales, como cuando una buena idea puede acabar rematadamente mal por no anticipar

posibles problemas. Y ahí está la clave: en no diseñar pensando solo en el ahora, sino en el mañana... y en que al otro lado alguien puede tener muy mala idea, o muy mala suerte. Álvarez rememora, por ejemplo, el caso de un bebé prematuro que falleció porque le alimentaron por el tubo erróneo entre dos que eran idénticos.

Quizá por eso, previendo posibles desgracias, en Apple les dio por pensar en desenlaces fatales a la hora de lanzar sus Airtags. Se trata de pequeñas balizas GPS que sirven para poder localizar cosas (unas llaves, una cartera, una mochila). Tecnológicamente son dispositivos avanzados ya que no necesitan estar cerca de tu teléfono para que los localices, sino que usan la red que teje la compañía entre sus dispositivos para ello: basta que haya un iPhone o similar cerca, que lo detectará y te avisará de la ubicación sin revelar por el camino qué es o quién eres tú.

Sobre el papel es muy útil. Pero también puede ser un arma terrible en manos de un acosador o un celoso patológico. Alguien dentro de la compañía pensó en esa posibilidad: qué sucedería si alguien *dedizara* una de esas balizas en el bolsillo de otra persona, que pasaría a estar localizable contra su voluntad. Como en las películas de espías, pero con el terrible halo de que aquí el malo no es de mentira. Y, anticipando la tentación, Apple dotó a la baliza de un modo antiacoso: si un iPhone o similar detecta cerca un Airtag que no reconoce como propio, aparece una alerta haciéndote saber que quizá alguien te podría estar siguiendo.

#### PREVISIÓN PARA INNOVAR... Y PARA EVITAR

Por eso los procesos de diseño son a veces como la película *Minority Report*, donde había *precogs* capaces de ver el futuro que advertían a la Policía para que detuvieran a los culpables antes de que cometieran el delito. En este caso, no se trata de culpabilizar ni hacer Justicia, sino de anticipar un mal uso. Porque por más sólido que creas que es tu diseño siempre habrá algún usuario capaz de encontrarle las vueltas.

«En todo proceso de diseño hay una parte fundamental de investigación, que es por donde empieza todo trabajo creativo», explica Gallent.

«No podemos permitirnos tener sesgos con lo que diseñamos. Tenemos que ser agnósticos de lo que hacemos, no enamorarnos, sino verlo desde fuera, abstraernos para juzgar si de verdad lo que hemos hecho es una solución o mejora al problema inicial», explica. «Pero también verlo con perspectiva: a veces estás mejorando algo, pero a la vez empeoras otra cosa», concluye.

«Eso es el buen diseño», explica Xavi Calvo, director de València Capital Mundial del Diseño 2022, que cita un ejemplo tan clásico como el boli Bic. «En su concepción, se quiso hacer un bolígrafo universal, sencillo y asequible para cualquiera, y eso incluía a un niño, que podía tragarse la tapa. Por eso lleva un agujero, para que si eso sucedía no pudiera morir ahogado, porque podría seguir respirando».

A veces, una solución tan sencilla como esa sirve para cambiar las cosas. Como sucede con las tazas de café de Ikea, que llevan hendiduras en la base pensadas para que el agua no se acumule cuando se meten en el lavavajillas. «Es un tópico, pero es real: el buen diseño apenas se percibe porque es invisible», concluye. «No es que haya una rama como tal del diseño destinada a evitar el uso negativo de productos y servicios», añade Álvarez, «es el propio proceso de diseño centrado en el usuario el que intenta hacerlo».

Gallent, por su parte, habla del «diseño de futuros» como una posible aproximación al reto de crear algo pensando en el después. «No es algo nuevo, pero ahora está más en boga. No es que diseñemos el futuro, sino que, en el proceso de diseño, abrimos el campo a todas las diferentes posibilidades a las que nos lleva algo», como podría ser prevenir evitar casos de acoso gracias al dispositivo de Apple. «Es un trabajo destinado a ver todo lo que puede suceder: sabiendo cuál es el punto de partida y pensando en cómo será la realidad y el entorno en el futuro podemos intentar ver posibles escenarios en los que ese producto o servicio puede ubicarse», explica.

#### DISEÑADORES DISEÑADOS

Y ese abanico es inmenso. Ni siquiera es fácil verlo del todo en el presente, donde entran factores éticos y culturales, como para ir al futuro. «Lo que en una cultura puede ser gracioso puede resultar



ofensivo para otra, o en un contexto determinado». Por eso en esas fases de investigación y estrategia se incorporan equipos cada vez más amplios y más multiculturales para poder analizar posibles impactos desde perspectivas más amplias.

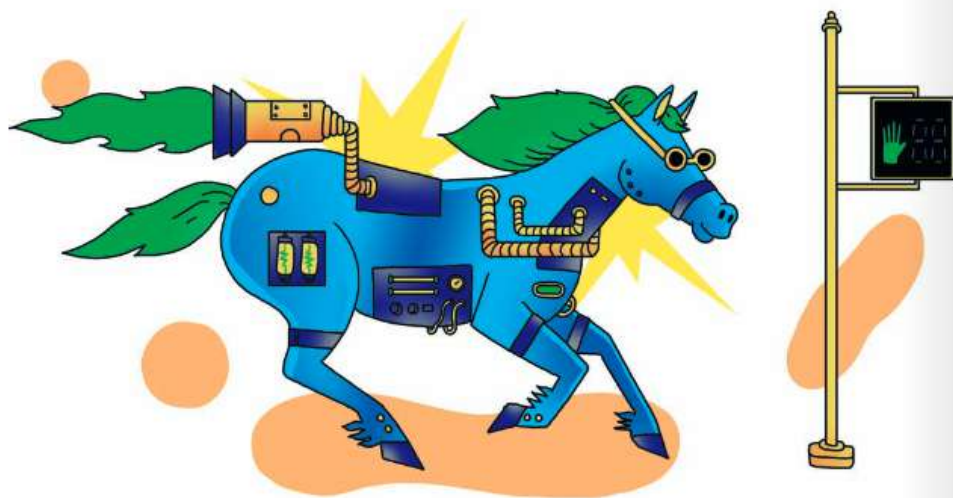
«El diseñador piensa en solventar retos, no solo en lo que el cliente cree que quiere», añade Calvo, que parafrasea la mítica frase de Henry Ford al respecto: «Si le hubiera dado a la gente lo que quería, estaríamos haciendo caballos más rápidos». Como demuestra el ejemplo de Ford, eso de diseñar pensando en el futuro no es cosa de ahora.

«Anne-Marie Willis describió el diseño como un doble movimiento con el que, diseñando nuestro mundo, este reacciona diseñándonos a nosotros», explica. Es decir, que al diseñar algo para encajar en la realidad, la realidad también se readapta, sobre todo después de la llegada de alguna innovación, como la del coche, a la que siguió todo un entramado de consecuencias: gasolineras, áreas de servicio, carreteras, talleres...

El diseño tiene mucho de previsión y de innovación, pero también de observación. Dentro

de eso hay un montón de ejemplos, y todos son diseño, aunque puedan no parecerlo. Es el caso, por ejemplo, de esos trazados que se abren sobre los jardines a base de ser pisados por la gente, que, en lugar de seguir los senderos marcados, abren sus propios caminos. Se llaman *caminos del deseo* y están por todas partes. Y si se proyectan las cosas bien, son la base sobre la que se fijan dichos caminos, como sucedió, por ejemplo, en el trazado de la universidad de Ohio.

«Amanda Burden hizo las mejores fases de peatonalización de Nueva York, y no es diseñadora ni urbanista. Sencillamente, estudió la conducta de los animales. Su trabajo consistió en sentarse a observar y aplicarlo», añade Calvo. «La cultura condiciona al diseño, que, a su vez, condiciona a la cultura. Ese diseño ontológico consiste, en pocas palabras, en que el diseño diseña». Hacemos cosas que cambian el mundo, y en ese cambio, el mundo nos cambia a nosotros. Quizá en otra sociedad, o en otro momento, nadie pensaría en vigilar a su pareja a través del teléfono móvil. Pero, por si acaso, mejor evitar que nadie pueda hacerlo de una forma tan fácil.



# La ZITY es tuya

Los mejores planes en Madrid que no te habían contado.

- Un centro comercial de aventuras**  
XMadrid
- La mejor tortilla de Madrid**  
Taberna Pedraza
- Productos sostenibles y de proximidad**  
La Osa Supermercado Cooperativo
- El kebab al que van los Reyes**  
New Ahil Ebla Bar

¿Quieres más planes?  
Síguenos en IG y no te pierdas nada.  
@Zity\_Es



Descárgate la App y empieza a moverte por Madrid con **5€ GRATIS.**

**Código: PLANESZITY**

Código válido para nuevas altas hasta 30/12/22

**ZITY**