

EXIT



ADP

Esta sección, coordinada por la ADP, la Asociación de Diseñadores Profesionales, es una recopilación de opiniones vinculadas al mundo del diseño.

www.adp-barcelona.com

DISEÑAR EL MUNDO SECUNDARIO

Cuando pienso en el binomio internet-diseño, creo que lo más importante es la enorme cantidad de oportunidades que supone para el sector del diseño la colonización-construcción de internet. No es ninguna exageración decir que todo un nuevo mundo está por hacer y para ser diseñado. Preparémonos, porque es muchísimo más que una simple cuestión de diseño gráfico digital.

En el mundo virtual o secundario, como se le podría llamar ahora, desde que Second Life ha alcanzado tanto éxito, mediático al menos, las cosas no son exactamente como en el mundo de los espacios y de los objetos físicos. Pero vayamos por partes. Primero aclaremos un poco más qué es internet.

El internet que más conocemos se basa sobre todo en el correo electrónico y los webs que ofrecen información y servicios. Todo tipo de empresas, instituciones, organizaciones, y recientemente también los particulares (blogs), utilizan internet como fuente y base de su información. Estas prestaciones ya han supuesto cambios en la sociedad, nuevas entidades financieras que operan tan solo en internet o directorios que permiten identificar posibles empleados entre muchos miles de currículums. La lista de novedades sería muy larga pero, en general, el diseño de estas nuevas ventanas, abiertas a la red, ha requerido la creación de interfaces que fueran usables y amigables. Ha aparecido una nueva disciplina, o subdisciplina según se mire, que gira esencialmente alrededor de la creación digital. Este ámbito del diseño irá cada vez a más, puesto que la apertura de nuevas ventanas no parará, como tampoco lo hará la cons-

tante aparición de innovaciones en nuevos dispositivos y prestaciones del software.

El internet emergente, que se conoce como internet 2 o como web 2.0, a pesar de que se basa exactamente en la misma tecnología que internet 1, representa un salto adelante en su utilización por parte de los usuarios. Los internautas han empezado a construir redes sociales con toda clase de finalidades, desde hacer sofisticados paseos virtuales (Second Life), la construcción colaborativa de enciclopedias (Wikipedia) o la creación de mercados masivos en los que se subasta absolutamente de todo (E-Bay). En este nuevo estadio, el diseñador quizás deba pensar más en términos de espacio que de ventana o escaparate. Del mismo modo que se diseñan y se amueblan espacios interiores y exteriores para estar, encontrarse y socializar, bien sean un espectáculo o para la intimidad, también hará falta perfilar los nuevos espacios secundarios que se generan en internet. Por este motivo, más que en diseñadores digitales como modalidad derivada del diseño gráfico, se debe empezar a pensar en el espacio internet como una cuestión de urbanistas, de interioristas y de arquitectos digitales.

De hecho, todavía hay una nueva dimensión de internet de la que el diseñador debe tomar conciencia: la de los objetos, que se conoce como internet 0. Hasta ahora podemos decir que en la red, en su condición de objeto, tan sólo hay ordenadores, una cuestión de hardware, pero a la larga todas las cosas también estarán en internet. Los teléfonos ya han empezado, después los coches, las cámaras fotográficas, y más tarde o más temprano, se incorporarán los mue-

bles, la ropa y todos los productos de consumo. Todo objeto que sea susceptible de incorporar un chip -los habrá muy económicos- podrá recibir y enviar información. Los objetos hablarán entre ellos de fechas de caducidad, de eficiencia energética, de incompatibilidades, de alternativas y de otras muchas cosas que ahora mismo aún no nos hemos ni tan solo planteado.

Estas tres dimensiones de internet, la 0, la 1 y la 2, se pueden combinar entre ellas. Y lo más interesante es establecer conexiones entre el mundo físico y el mundo virtual que den lugar a nuevas experiencias, o que mejoren las condiciones de vida de las personas. Las oportunidades que internet ofrece al sector diseño y a los diseñadores son prácticamente infinitas. Hay muchos ejemplos, pero para ilustrar lo anterior recomiendo solo un par de visitas: el Barbie's Second Life, que la empresa Mattel ha creado para sus niñas-clientas, y la oferta de publicidad de Google.

JOSEP MA. MONGUET

Profesor de la UPC

Universidad Politècnica de Catalunya