



5 ECO ACTITUDES PARA ENTENDER QUÉ ES LA SOSTENIBILIDAD

Inma Bermúdez, Mireia Vilalta, Núria Moliner, Núria Vila y Sonia Monclús/Alba Obiols son profesionales con un gran conocimiento en los campos del diseño industrial, la arquitectura, la comunicación y la empresa. En su quehacer diario y en su actitud vital, todas ellas expresan visiones de un concepto, la sostenibilidad, tan fácil de esgrimir como difícil de hacer realidad. — **POR JOSÉ F. LÓPEZ AGUILAR ILUSTRACIÓN: QUENTIN MONGE**

ENTRE LAS FORMULACIONES TEÓRICAS Y LA MATERIALIZACIÓN PRÁCTICA, lo que llamamos creación y desarrollo sostenible esconde una complejidad que requiere de una multiplicidad de voces y enfoques. Necesitamos el contraste de opiniones fundadas y el conocimiento de la experiencia profesional y personal al más alto nivel. Por eso, en *Arquitectura y Diseño* hemos hablado con expertas que lideran la transición hacia la sostenibilidad. Todas ellas trabajan en campos fundamentales para lograr el cambio: el diseño industrial, porque es en la fase de diseño donde se determina la relación que el producto tendrá con las personas y con el planeta; la arquitectura, una actividad con un innegable impacto ambiental; la comunicación, porque importa tanto la veracidad de la información como el modo en que se transmite, y, obviamente, el mundo de la empresa, porque en nuestro sistema socioeconómico su papel es capital en la definición de cualquier estrategia hacia la sostenibilidad que sea realmente viable. ■





Inma Bermúdez

La primera diseñadora española que trabaja para IKEA encamina su compromiso con la sostenibilidad hacia proyectos con un fuerte respeto por los procesos, los materiales y los usos de los productos.

Tus últimos proyectos están muy empapados de sostenibilidad... En el estudio siempre lo tenemos muy presente y lo intentamos implementar en cualquier fase de desarrollo de producto. Aunque todavía llegan proyectos en los que la sostenibilidad ni se nombra, siempre le proponemos al cliente soluciones con materiales reciclados o utilizando algún tipo de proceso más respetuoso con el medioambiente. Como diseñadora industrial y creativa siempre estoy interesada en conocer nuevos procesos de producción y materiales que sean más respetuosos con el medioambiente.

¿Cuál es tu fuente de aprendizaje? Colaborar con IKEA me permite conocer esas nuevas prácticas más sostenibles ya que son las empresas multinacionales las que disponen de los recursos económicos y los especialistas para innovar en ese campo. Y a su vez, cuando tenemos la oportunidad de participar en proyectos más innovadores medioambientalmente, ese conocimiento ya adquirido lo podemos aplicar en otros proyectos u empresas convirtiéndonos en especialistas.

¿Cómo es el diseño de producto sostenible? Junto al uso

de material reciclado, algo muy importante es diseñar productos fáciles de montar o desmontar para ofrecer piezas de repuesto y alargar su vida útil. Igual de importante es crear un apego emocional por los objetos que haga que no se quieran tirar, aunque a veces es muy difícil de conseguir cuando el valor económico de los productos es muy bajo. Y la estética debería ser independiente de la sostenibilidad. Me repele toda esa imagen de papel reciclado y tonos desaturados que tienen muchos productos eco.

¿En qué estás trabajando ahora? Estoy involucrada como creativa y diseñadora en un nuevo proyecto con el que estoy muy ilusionada, Contenedor Blanco, que por cierto ha sido ganador del premio MINI de diseño en el Madrid Design Festival. El objetivo es dar una solución sostenible y eficiente a la recogida de envases plásticos domésticos, en la que el ciudadano se sitúa en el centro y tiene el poder de cambiar el sistema. Anteriormente hemos trabajado en diversos proyectos con plásticos reciclados, como redes de pesca y plásticos recogidos en el Mediterráneo, que sirven para poner el foco en el gravísimo problema de la contaminación de nuestros mares y para recordarnos que el futuro también depende de nosotros, de que sepamos reciclar, reparar, consumir lo justo y necesario. ■

"Es importante crear un apego emocional por los objetos que haga que estos no se quieran tirar"

Inma Bermúdez (Murcia, 1977) predica con el ejemplo: vive y trabaja en una casa de campo a 20 kilómetros de Valencia con muros aislados con corcho, orientación al sur para aprovechar el sol, placas solares, ventilación cruzada este-oeste, cubierta vegetal, lucernarios interiores, enlucidos de cal...

"Los diseñadores podemos ser agentes del cambio, ser superhéroes en lugar de supervillanos"



Cuando en 2009 dejó la agencia de publicidad en la que trabajaba vendiendo productos en los que no creía, Núria Vila se fue a El Salvador a grabar un documental. Allí se inició un camino de investigación y experimentación que la llevó a ser un referente en sostenibilidad gráfica y de comunicación.

¿Cuál es tu propuesta? Vamos a trabajar la sostenibilidad de verdad y vamos a dejar de asociar lo eco al papel Kraft. Visión de ciclo de vida, entender cuáles son los soportes, los objetivos. Alargar el ciclo de vida y encajar las piezas para llegar a la opción más sostenible es un ejercicio creativo más divertido, más experimental, que te puede llevar a diseñar las aplicaciones gráficas de una marca de café impresas en tinta procedente de los residuos que genera ese mismo café al tostarse. Y resulta que el impacto de las tintas no es mucho en el total, pero lo que transmite es muy potente. Te habla con hechos de la circularidad, te está diciendo no tires nada, todo se aprovecha. El mundo es circular y tú formas parte de esa rueda.

El impacto va más allá del soporte... Aunque sea un intangible, la comunicación puede tener una repercusión mucho mayor que el impacto directo de un producto. Llegamos a muchísima gente. En el sector de la comunicación tenemos una responsabilidad muy grande, pero es verdad que desde nuestra profesión se ha invertido mucho esfuerzo en confundir al público. Ser diseñador ahora es algo muy emocionante, porque podemos ser los agentes del cambio, podemos decidir de qué lado estamos, si somos supervillanos o superhéroes.

Y tú, que has elegido ser superhéroe, ¿cuál es tu superpoder? Motivar a mis alumnos, a los visitantes de una exposición o un cliente. Trato de comunicar y llegar al máximo de gente posible, con un tono informal, aunque de lo que estamos hablando son temas muy serios. ■

¿Cómo está el sector del diseño gráfico en términos de sostenibilidad? Muy verde, y no precisamente por eco. Hasta hace poco, la respuesta más común que me encontraba de la mayoría de clientes al proponer un trabajo desde la perspectiva más sostenible era considerarlo una tontería. Ahora está cambiando mucho. Estamos hablando de emergencia climática y la gente está despertando, y eso empapa todos los sectores, también el gráfico. El confinamiento ha hecho un "clic" en mucha gente y todos estamos empezando a ser más conscientes de todo lo que hacemos, en el trabajo, en la vida personal, con nuestro consumo... Pero ahora hay mucha gente que quiere saber cómo funciona, cómo ser más sostenible. Quiere saber qué puede hacer para reducir su impacto ambiental. Desde la etiqueta de un producto, que es algo muy pequeño, a proyectos que van mucho más allá y que pueden ser una instalación o una exposición.

Licenciada en Ingeniería Técnica en Diseño Industrial por Elisava, Mireia Vilalta cuenta con más de 20 años de experiencia en el desarrollo técnico de packaging. En la actualidad desempeña el cargo de R & I Sustainability & Ecodesign Coordinator en Danone a nivel europeo.



"Quien no tenga este tipo de cuestiones en su agenda ya va tarde. Esperar a ver qué hacen otros no es una opción"

se comportan de forma distinta en función de con qué "gafas" los evaluemos: reciclabilidad, posibilidad de integrar material reciclado con contacto con alimentos, huella de carbono... **¿Y en qué situación nos encontramos?** El cambio es sin duda real. Quien no tenga este tipo de cuestiones en su agenda ya va tarde; esperar a ver qué hacen otros no es una opción. Diseñar con el enfoque de reutilizar, reciclar e integrar el máximo de material reciclado es ya parte de nuestro día a día, huyendo de meras posturas *greenwashing* que solo contribuyen a "parecer" más sostenibles sin serlo realmente. Algo importante es pasar de una posición inicialmente reactiva (la de cambiar simplemente para cumplir con nuevas legislaciones) a un enfoque proactivo. Estamos aún en la curva inicial, pero es necesario aprender para tomar decisiones que impacten de manera positiva en el planeta, no porque el *packaging* sostenible sea una tendencia, sino porque es un deber y una manera de aportar valor. **Dicen que tenemos diez años para actuar...** El panorama va a cambiar mucho en los próximos diez años. Tendremos acceso a nuevos materiales más sostenibles, se adoptarán sistemas eficientes de reciclaje y los consumidores empujados por las nuevas generaciones, más concienciadas con el medioambiente, pedirán otros modelos de consumo. Mi esperanza es que en ese plazo hayamos hecho realidad la circularidad del *packaging* y nos planteemos hablar de modelos regenerativos. **¿Cómo actúas en tu día a día?** Soy muy afortunada por mi *know how* profesional a la hora de tomar decisiones de compra que impacten positivamente y por eso aprovecho cualquier ocasión para hacer didáctica en mi círculo de amistades y hacerles reflexionar. ¡Espero no volverme muy pesada! ■

Mireia Vilalta

Experta en ecodiseño de packaging en Danone, trabaja en desarrollar envases basados en un modelo de economía circular. Recalca la importancia del saber, de la didáctica y del activismo en cada uno de nuestros actos.

¿Envases biodegradables sí o no? No soy muy partidaria de los envases biodegradables ni de los compostables. ¿Por qué esperar que un envase se biodegrade o se convierta en compost si puede tener nuevas vidas? En 2025, todos nuestros envases contendrán una media del 50% de material reciclado y el 100% tendrán un comportamiento circular optimizado siendo reutilizables o reciclables; y cuando esto no sea posible, entonces sí, serán compostables.

¿Cuál es el material ideal? En la fase de diseño se determinan el 80% de impactos, y es en este trayecto donde hemos visto la importancia del conocimiento. Trabajamos para entender cuáles son los materiales acertados para cada tipo de aplicación, porque el material ideal no existe. Todos los materiales

Núria Moliner

Presenta el programa Escala Humana en TVE, desde el que ha logrado romper la distancia entre arquitectura, diseño y urbanismo con el resto de la sociedad, aportando una mirada cercana y comprometida con la sostenibilidad.

Pocos programas se han emitido en la televisión generalista sobre arquitectura... El eje principal debe ser la sostenibilidad y la conciencia ambiental porque es el signo de nuestro tiempo, es lo verdaderamente importante ahora. Cada capítulo es temático alrededor de una hipótesis, y ya en la primera temporada hicimos monográficos sobre economía circular, edificios de consumo casi nulo o que producen más energía de la que necesitan... Todas las facetas de la sostenibilidad en la arquitectura ya no son un añadido, son un *must*. Es el punto de partida de todo proyecto. Y es eso lo que intentamos explicar en *Escala Humana*. No señalamos aquello que está mal hecho, sino que buscamos los proyectos que enfatizan lo bueno y lo acercamos a la sociedad. Nuestro programa es positivo.

Hablas de acercar arquitectura y sostenibilidad a la gente... Sí, porque lo que llega son obras faraónicas de arquitectos estrella que ignoran las necesidades de las personas, su entorno, que son insostenibles y que triplican el presupuesto. Eso no tiene ningún futuro. Como tampoco ver de una manera tan brutal esa arquitectura que busca especular con una necesidad básica de las personas para enriquecimiento propio. Toda esa decepción nos lleva a replantear qué es la arquitectura a día de hoy. Todo esto está cambiando. Ahora vemos ya proyectos en los que las personas y el planeta están en el centro, y esto queremos enseñarlo en el programa de una manera cercana.

¿En qué situación nos encontramos y hacia dónde vamos?

No podemos seguir actuando como hasta ahora. El inmovilismo hacia las causas sociales y medioambientales me cabrea, es egoísta. Todo esto tiene que ver con la empatía. En el momento en que eres capaz de ponerte en el lugar de otras personas, de otras especies o de este sentimiento que va más allá del individualismo, todo va a mejorar. Esa es la virtud que debe tener el arquitecto. La más importante o quizá la única importante: la empatía.

¿Cómo se refleja todo esto en tu faceta personal? En mi caso, en los últimos años he procurado adaptar cada decisión de mi vida para reducir mi huella ecológica. Nada puede ser de golpe, pero sí que es posible que todos nos sumemos al cambio. Soy vegana, no tengo coche ni quiero, tampoco tomo ningún avión y como no puedo instalar placas solares en mi casa he contratado el suministro eléctrico en una cooperativa de energía limpia. Son cosas que suman y que, además de más sostenible, te hacen sentir mejor. ■

"La virtud más importante o quizá la única que debe tener un arquitecto es la empatía hacia otras personas y otras especies"



Núria Moliner es una arquitecta que, desde una visión rupturista con generaciones anteriores y coherente con sus principios sociales y medioambientales, ha apostado por no construir y formar parte del cambio desde la investigación y la divulgación.



Desde la dirección del área de Innovación y Diseño y del Clúster Diseño de Barcelona centro de Diseño respectivamente, Alba Obiols y Sonia Monclús entienden la creatividad como un factor de transformación para la competitividad, la sostenibilidad y el impacto positivo en la sociedad, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (Agenda 2030).

del número de productos que se lanzan al mercado y una apuesta por la calidad y la durabilidad en un proceso que implica a todos los proveedores de la cadena, incluidos los diseñadores. Y en cuanto a modelo, se ha emprendido un cambio profundo que implica a los activos industriales, la relocalización, la eficiencia energética, la trazabilidad...

¿En qué situación nos encontramos? Estamos ante una situación esperanzadora, pero también de alto riesgo: lo sostenible se ha convertido en *mainstream*, y la pandemia ha pisado a fondo el acelerador de algunas tendencias que ya veníamos observando. Pero demasiadas veces el proceso se lidera desde el marketing, y eso puede llevar a un lavado de cara poco creíble. Es estratégico que el cambio sea liderado desde los equipos directivos con poder de decisión y bajo una mirada integral que implique a I+D, logística, diseño y marketing también, claro.

¿Qué pueden hacer los consumidores con su opción de compra? Es crucial que las empresas accedan a herramientas que les permitan contabilizar y contrastar el impacto de su actividad sobre el medioambiente. Todo ello, que es clave para definir la estrategia integral sobre el modelo de negocio, también lo es para poder comunicar a sus clientes de una manera veraz y sin apelar, como ahora, a la sensibilidad de los consumidores. Solo de esta forma la decisión de compra podrá ser consciente y con impacto positivo. ■

Alba Obiols / Sonia Monclús

Ambas lideran la acción en sostenibilidad en Barcelona centro de Diseño, una entidad que ayuda a las empresas a encontrar soluciones para sus residuos y para incorporar material reciclado en sus procesos.

¿Qué papel tiene el diseño en la crisis ambiental y qué hacéis desde Barcelona centro de Diseño y el Clúster Diseño?

Como decía el diseñador canadiense Bruce Mau, "si el diseño nos ha metido en este lío, ahora toca que nos saque de él". Desde Barcelona centro de Diseño promovemos el diseño como uno de los principales impulsores para integrar la economía circular en los modelos de negocio, en los procesos de producción y en los hábitos de la sociedad en general. A medio plazo estamos trabajando en una línea de identificación de acciones para ayudar a que los fabricantes encuentren nuevas soluciones para sus residuos y a la vez puedan incorporar la mayor cantidad de material reciclado, por ejemplo.

Llevamos años hablando de economía circular y de sostenibilidad en el diseño... Ha llegado el momento de actuar y de pasar a la práctica. La transición hacia la sostenibilidad es uno de los principales retos de la actualidad, sino el principal, y así lo es también para las empresas que operan en el sector del diseño. El primer eje sobre el que se está actuando son los materiales, pero otra tendencia que estamos observando es la reducción

"Es crucial que las empresas tengan herramientas con las que contabilizar y contrastar su impacto en el medioambiente"