

El documental se ha estrenado en exclusiva en el marco de Madrid Design Festival 2021

Bajo el título “Rediseñando el mañana” aborda desde diversas disciplinas cómo debemos diseñar el futuro para afrontar los desafíos ecológicos, demográficos y de convivencia a los que nos enfrentamos

Dirigido por el cineasta vasco Pedro Aguilera, cuenta con ocho personalidades internacionales de diferentes materias, que van desde la arquitectura a al diseño, pasando por la filosofía o la educación

La obra nos invita a replantearnos y transformar de forma radical nuestra forma de vida y nuestra relación con la naturaleza

La innovación, el diseño de las ciudades, los nuevos materiales o la educación, algunas de las claves para rediseñar el mundo

El documental se estrenará el día 4 de forma virtual en la web de Madrid Design Festival y se proyectará en el Círculo de Bellas Artes del 5 al 8 de febrero.

¿Cómo podemos desde el diseño afrontar los desafíos ecológicos, demográficos y de convivencia a los que se enfrenta el mundo? Esta es la pregunta a la que pretende responder el documental de IKEA, “Rediseñando el mañana”, dirigido por el cineasta vasco Pedro Aguilera (“La crisis”, “Demonios tus ojos”) que será presentado en el marco del Madrid Design Festival, que celebra su cuarta edición durante los meses de febrero y marzo.

El documental explora, desde un enfoque multidisciplinar, cómo podemos afrontar estos grandes retos a través del diseño de nuestras ciudades, de la innovación y la tecnología o de cambios radicales en nuestras formas de vida.

Para arrojar luz sobre estos grandes interrogantes a los que se enfrenta el mundo, el cineasta cuenta con ocho personalidades internacionales, que, desde la óptica de la arquitectura, el diseño, la filosofía, la sociología y la educación, aportan ideas para rediseñar el mundo del mañana y hacerlo mejor y más sostenible.

La obra cuenta con las reflexiones de: Vicente Guallart, arquitecto español experto en

interacción entre naturaleza y tecnología; Stephanie Chaltiel, arquitecta francesa, fundadora del estudio de arquitectura MuDD architects; Gilles Lipovetsky, filósofo y sociólogo francés; Mar Romera, maestra, licenciada en pedagogía y psicopedagogía, Cyrill Gutsch, CEO de Parley for the Oceans; Juhani Pallasmaa, arquitecto y exdirector del Museo de Arquitectura Finlandés, Javier Goyeneche, CEO de Ecoalf y Jeannette Skjelmoose, Subdirectora de Desarrollo de Producto de IKEA.

El título de documental, “Rediseñando el mañana” alberga una aspiración muy ambiciosa: replantearnos y transformar de forma radical nuestra forma de vida y nuestra relación con la naturaleza para diseñar un mundo sostenible. Para ello los protagonistas del documental abordan esta transformación desde diferentes ángulos:

1. Innovación

La innovación aparece como una de las vías de cambio más poderosas a lo largo de toda la obra. Así, para el filósofo Gilles Lipovetsky, rediseñar el mundo “significa reinventar el crecimiento. Necesitamos encontrar un crecimiento verde y ecológico que sea compatible con la preservación del medio ambiente. Y esto obviamente implica cambiar los métodos de producción, y la forma en la que nos movemos y vivimos, es una reorganización completa y debe venir por la innovación”. Piensa que, “los discípulos del decrecimiento que demonizan la ciencia son algo peligroso, lejos de parar la corriente del progreso científico, hay que acelerarlo”.

Por su parte, la arquitecta Stephanie Chaltiel añade que: “Rediseñar el mundo es un trabajo de cooperación entre diferentes profesionales y disciplinas, pero hace falta una pizca de atrevimiento. En nuestro caso, estamos trabajando con pilotos de drones y fabricantes de drones”. Para el fundador y CEO de Parley for the Oceans, Cyrill Gutsch, “el nuevo concepto de producto nos está llevando hacia una nueva idea de la economía, una economía basada en la ecología, en la colaboración con la naturaleza, en las nuevas tecnologías”.

2. Diseño

Los protagonistas también dejan claro que el diseño como disciplina debe estar implicada en esta transformación. Para Vicente Guallart “es fundamental que cuando diseñemos las cosas no solo pensemos que son buenas o malas por lo que son, si no por los materiales y la energía que han consumido para su producción”. Por su parte, Jeanette Skjelmoose afirma que

“todos nuestros productos deben cumplir las cinco dimensiones del diseño democrático que son forma, función, sostenibilidad, calidad y precio bajo, no lanzamos un producto al mercado si no tiene alguna de ellas. Además, tenemos que asegurarnos de que todo lo que diseñemos pueda ser reusado o reciclado” .

En ese mismo sentido Javier Goyeneche afirma que “para que un producto al final de su ciclo de vida útil sea reciclable y reutilizable, hay que empezar por su diseño”. Por su parte, Cyrill Gutsch nos habla del rol de los diseñadores en esta transformación: “La comunidad del diseño tiene un papel importante que desempeñar para convertir estos nuevos materiales en símbolos de cambio, en productos innovadores que sean atractivos, que generen mucho entusiasmo. Así podemos acelerar la revolución de los materiales con la suficiente rapidez”.

3. Materiales

Los materiales son para los protagonistas del documental una de las claves a la hora de rediseñar el mañana. Así el arquitecto Vicente Guallart, parte de la premisa de que “la nueva economía es la ecología”. Para él, el nuevo material para la construcción es la madera.

“Una madera industrializada basada en la gestión sostenible de los bosques y para ello hay que reforestar el mundo, hay que plantar millones, billones de árboles”, afirma. Jeanette Skjelmoose coincide con que la madera es el material del futuro: “La madera es uno de los materiales que más usamos. Es un material fantástico desde la perspectiva de la forma y diseño y además es un material sostenible y renovable, si se cultiva de una manera sostenible”. Además, añade: “el mayor impacto en la huella de carbono no es el combustible ni la energía, es la materia prima”. Por su parte, Cyrill Gutsch piensa que tenemos que darnos tiempo para desarrollar nuevos materiales:

“Dependeremos del plástico los próximos 10, 15, probablemente 20 años, y no hay necesidad de fabricar más plástico, hemos hecho suficiente. Está ahí fuera, recojámoslo, recolectémoslo y démosle una nueva vida para darnos tiempo para contar con un nuevo material que pueda reemplazarlo”.

Juhani Pallasmaa afirma que los materiales deben ser algo primordial en la arquitectura: “Les sugiero a mis estudiantes que tengan más interés en todo lo referente a materiales, su gravedad y tactilidad, como arquitectos y diseñadores diseñamos un mundo táctil, pero nos han enseñado que la arquitectura y el diseño son disciplinas visuales”.

4. El hogar y las ciudades

El futuro del hogar y de las ciudades es otro de los temas que se abordan en el documental como uno de los aspectos esenciales para lograr esa transformación. Para Vicente Guallart las ciudades del futuro “deben ser como bosques que absorban CO2 en lugar de emitirlo” y afirma que internet va a suponer un cambio de paradigma: “Tendremos internet de la energía, los edificios emitirán energía y nos la intercambiaremos, podremos producir alimentos en invernaderos, tendremos pequeñas industrias que nos imprimirán bicicletas o patinetes eléctricos. Podremos democratizar el uso de la energía utilizando una fuente universal como es el sol que no tiene coste alguno”.

Stephanie Chaltiel piensa que la gente va a buscar cada vez más un estilo de vida saludable. “Lo hemos visto recientemente en la alimentación y esperamos verlo también en arquitectura.

Las personas empiezan a entender que el hogar también necesita ser saludable.” En esa misma línea Cyrill Gutsch cree que “en el futuro no podremos asumir que se intoxique a la gente que vive en un edificio o que anda por la calle en un entorno urbano. La Covid-19 nos ha enseñado que probablemente no tengamos que pagar unos alquileres carísimos en las grandes ciudades y podamos vivir en otros lugares cerca de la naturaleza”.

5. La educación

La educación aparece como una de las palancas de cambio para rediseñar el mañana partiendo del propio individuo. Para Mar Romera “el futuro del planeta viene de la mano de la educación, la infancia es la materia prima más valiosa”. Además, apuesta por una escuela en la que se “rompan” los muros de la escuela tradicional y que “ayude a cada niño y cada niña a encontrar su mejor versión”.

Por su parte, Gilles Lipovetsky indica: “Rediseñar el mundo implica rediseñar la educación y en particular la escuela. El mundo de mañana será mejor si las mujeres y los hombres no nos consideramos solo productores, si no como personas que se pueden expresar, hacer las cosas que amamos y dar un lugar a las enseñanzas artísticas en el colegio”.

El germen:

El documental, “Rediseñando el mañana”, tiene su germen en los datos y conclusiones

extraídas del último informe de IKEA, Life at Home¹ así como en un informe elaborado por IPSOS en noviembre de 2020 que ahonda en los grandes desafíos que representan los cambios climáticos y demográficos a los que se enfrena nuestro planeta antes y después de la pandemia.

Así, el análisis de IPSOS indica que la Covid-19 ha puesto sobre la mesa algunos posibles cambios de paradigma que rompen con ideas establecidas sobre cómo estaba previsto nuestro futuro. Uno de ellos es nuestro modelo de vida: antes de la Covid-19, más del 50% de la población mundial ya vivía en áreas urbanas y se preveía llegar a casi el 70% en 2050. Sin embargo, uno de los cambios que ha originado esta pandemia es que la forma de vida en las ciudades ha comenzado a replantearse y se ha generado la huida hacia entornos rurales. ¿Deberá, por tanto, el diseño seguir apostando por la concentración urbanita o por el contrario deberá pensar en espacios abiertos?

Otra cuestión de la que nos hace reflexionar es el cambio climático, ¿se puede concienciar desde el diseño a la población sobre la importancia de los aspectos relacionados con el cambio climático y la sostenibilidad? Además, el diseño tendrá que analizar las necesidades de la gente mayor, ya que la población mayor de 60 años se duplicará entre 2000-2050 y España será uno de los países con más personas de edad: se calcula que en 2050 un 42% tendrá más de 60 años.

Asimismo, las necesidades de los hogares también han cambiado y hay que darles respuesta. Según el informe anual de IKEA, Life at Home, en 2020 dos de cada cinco personas hicieron reformas en sus casas para cubrir necesidades que antes satisfacían fuera, como oficinas, gimnasios o escuelas, adaptando los hogares a la nueva situación: el 37% de los encuestados ha ampliado las horas dedicadas a cocinar, el 29%, a hacer deporte, y cerca del 20% ha comenzado a trabajar desde casa. Por ello, más del 30% necesita aumentar las zonas de trabajo y hobbies, y desea contar con un espacio al aire libre.

El documental se estrenará el día 4 de forma virtual y se proyectará en el Círculo de Bellas Artes del 5 al 7 de febrero (pases a las 10:00, 11:30, 13:00 y 14:15 horas) y el lunes 8 (pases a las 17:00, 18:15 y 19:30). Quienes lo deseen podrán verlo online en <https://www.lafabrica.com/madriddesignfestival/mdfinside/>.

La participación de IKEA en el festival se completa con una serie de charlas y mesas redondas con ponentes de diversas disciplinas que seguirán ahondando en los desafíos del diseño para la transformación del planeta. Puedes consultar la agenda completa y horarios aquí: <https://www.lafabrica.com/madriddesignfestival/actividad/ikea/>

Sobre IKEA

1943, Suecia. Hace 78 años nació IKEA para ayudarte a transformar tu hogar. En España aterrizamos hace 25 años. Desde entonces, nuestra misión es crear un mejor día a día para la mayoría de las personas. Nos apasiona la vida en casa y queremos ayudarte a que hagas de tu hogar un lugar mejor. Por eso defendemos firmemente en “el diseño democrático”: que todo el mundo pueda acceder a productos funcionales, de diseño, sostenibles, de calidad y a un precio asequible. Ese es el “concepto IKEA”: ayudar a que cada vez sean más las personas que disfruten de su hogar. A que en él encuentren un bienestar necesario, fundamental. Y para llegar a ese objetivo nos guiamos por nuestros valores, con gran pasión por lo que hacemos. Nuestros puntos fuertes somos los que formamos IKEA España, el espíritu de equipo y el entusiasmo. Trabajamos duro, pero nos divertimos haciéndolo. Somos una empresa inclusiva, que apuesta por la igualdad y que cuida el planeta. De hecho, el 52% de los puestos de mando de IKEA en España lo ocupan mujeres. Nuestro objetivo para el 2020 es ser 100% sostenibles, utilizando madera procedente de bosques mucho más sostenibles y produciendo tanta energía como necesitamos en nuestras tiendas. Por eso, nuestras instalaciones de fotovoltaico producen ya cerca del 20% de la energía verde que consumimos y somos el primer consumidor de algodón orgánico. Y esto es solo el principio. Para continuar, te necesitamos.