

GESTIÓN DE DISEÑOS PARTICIPATIVOS EN EL CAMPO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA. EL CASO MERCADOS TERRITORIALES

Yedrasiak, Carolina
carolina.yedrasiak@fadu.uba.ar

Spina, Facundo
facundospina@hotmail.com

Angelani, María
maria.angelani@fadu.uba.ar

Centro de Hábitat Inclusivo, Instituto de la Espacialidad Humana, Facultad de arquitectura, diseño y urbanismo. Universidad de Buenos Aires.

Resumen

La Agricultura Familiar se encuentra atravesada por problemáticas que tienen relación con la propiedad de la tierra, el modelo de producción industrializado y la concentración de los mercados. Con una mirada social y solidaria de la economía, la agricultura familiar en Argentina permite la discusión acerca del sistema agroalimentario actual y sobre los modelos de reproducción ampliada de la vida.

Mercados Territoriales es una red de comercialización y consumo con base en la organización social que articula organizaciones de productoras y productores de la agricultura familiar mediante un circuito corto de comercialización de productos en proceso de transición agroecológica. Es una propuesta gestada en la Incubadora de Economía Mercado y Finanzas Solidarias (IEMF) del Programa Universitario de Incubación Social (PUIS) de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), en el marco del proyecto Ubacyt Estrategias tecnológicas para la inclusión a partir del fortalecimiento sociolaboral se conforma un equipo interdisciplinario de docentes investigadores y estudiantes de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU) de la Universidad de Buenos Aires (UBA) con el objetivo de sumarse a la red Mercados Territoriales con el fin de co-gestionar prácticas vinculadas a la generación de piezas de comunicación visual de la red.

El diseño gráfico tiene una larga tradición en la producción de sistemas de identidad visual expresada en un área disciplinar muy consolidada como es el diseño institucional. El objetivo de esta ponencia es describir y analizar críticamente, en función del contexto organizacional específico, posibles estrategias, metodologías y formas de interacción entre diseñadores y organizaciones sociales que posibiliten la participación en el proceso de co-diseño y permitirán luego la implementación de las piezas diseñadas, como así también las posibilidades de replicabilidad y sustentabilidad temporal de las acciones por parte de los sujetos y las organizaciones que componen la red.

La Asamblea General de Naciones Unidas proclamó al período 2019-2028 como el Decenio de la Agricultura Familiar⁹ (AF). La declaración reconoce la importancia de esta agricultura para la seguridad alimentaria y nutricional, el empleo rural, la generación de ingresos y el adecuado manejo de los recursos naturales para la sustentabilidad de la producción agropecuaria.

En Argentina más del 70% de pequeños productores y productoras de la agricultura familiar no son propietarios de la tierra que trabajan y producen más del 60% de los alimentos que se consumen en el país¹⁰.

La alimentación adecuada como derecho humano cuenta con reconocimiento normativo, se encuentra expresado en la propia constitución nacional y en varios otros instrumentos¹¹ entre los que se encuentra el pacto internacional de derechos económico, sociales y culturales, donde dice que el derecho humano a la alimentación adecuada se ejerce cuando todo hombre, mujer o niño/a tiene de manera regular, permanente y libre acceso físico y económico en todo momento a una alimentación adecuada o a los medios para obtenerla que le permita una vida saludable y digna. Sin embargo, en Argentina 1 de cada 5 niñas y niños sufren mala alimentación por pobreza¹². Estadísticas que van en aumento al ampliar la consideración hacia la inclusión de los problemas de calidad alimentaria de la población vinculados con sobrepeso, diabetes, intoxicación crónica y otros.

Proyectar para el fortalecimiento de la economía social y solidaria

El presente proyecto se enfoca en el caso Mercados Territoriales, una red de producción, comercialización y consumo con base en la organización social que articula organizaciones de productoras y productores de la agricultura familiar mediante un circuito corto -de producción, comercialización y consumo- de productos en proceso de transición agroecológica. Es una propuesta llevada a cabo por la Incubadora de Economía Mercado y Finanzas Solidarias (IEMF) del Programa Universitario de Incubación Social (PUIS) de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ).

La Red Mercados Territoriales surge por un lado para reducir la dependencia de productores y productoras del mercado convencional donde una larga cadena de intermediación toma la mayor ganancia sobre la producción, y por otro, la necesidad de los consumidores y consumidoras de poder acceder a alimentos saludables, frescos y a un precio justo. Articula organizaciones de productoras y productores y un entramado de nodos de consumo en diferentes territorios urbanos. Cada nodo de consumo es un grupo de consumidores y consumidoras que se organizan de manera colectiva para comprar productos saludables, en un mercado justo y con valores solidarios. Actualmente existen 35 nodos de consumo en la zona sur y 65 nodos de consumo en la zona CABA, comercializan en promedio 2.500 bolsones mensuales de 7 kilos de verdura. El proyecto integra a 2 organizaciones de productores hortícolas familiares, vinculando 23 familias de trabajadores de la tierra y a productores cooperativos de otras regiones del país quienes proveen productos de almacén y frutas.

Dentro de las demandas comunicacionales de la red, manifestadas por el equipo de gestión de UNQ, se

⁹ Fuente: Res/72/239 Asamblea General de Naciones Unidas 20/12/2017 <https://undocs.org/es/A/RES/72/239>

¹⁰ Fuente: <https://uniondetrabajadoresdelatierra.com.ar/2018/04/16/situacion-de-los-pequenos-productores/>

¹¹ Declaración Universal de Derechos Humanos, Declaración americana de derechos y deberes el hombre, Convención americana sobre derechos humanos, Pacto internacional de derechos civiles y políticos, Pacto internacional de derechos económico, sociales y culturales, Convención de naciones unidas contra los derechos del niño, Convención de naciones unidas para eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer y la Convención de naciones unidas para eliminación de todas las formas de discriminación racial.

Fuente: Marcos Filardi en Curso sobre soberanía alimentaria y desarrollo CALISA, FAUBA, octubre 2018.

¹² Fuente: Informe de la Universidad Católica Argentina (2019). Pobreza, derechos e infancias en la Argentina: <http://wadmin.uca.edu.ar/public/ckeditor/Observatorio%20Deuda%20Social/Documentos/2019/2019-BDSI-DOCUMENTO-INVESTIGACION-POBREZA-INFANCIA-BOLETIN-1.pdf>

encuentran la necesidad del rediseño del sistema de identidad visual con una estrategia general e integradora -a partir de elementos simbólicos de la red- y contemplando las piezas que se encuentran en funcionamiento en la actualidad, el desarrollo de aplicaciones de marca y la representación visual de la red, que incluya a todos los actores y sus dinámicas.

A partir de esta caracterización contextual y en el marco del proyecto de investigación UBACyT: Estrategias tecnológicas para la inclusión a partir de fortalecimiento sociolaboral-espacial¹³, se conforma un equipo con docentes investigadores y estudiantes¹⁴ y se planifica un proyecto que pretende realizar actividades de investigación y desarrollo proyectual que favorezcan la visibilización de la red, generando mecanismos participativos para que distintos actores puedan formar parte en alguna/s etapa/s del proceso de co-gestión y de co-diseño a fines de realizar mejoras en el sistema de identidad visual y comunicacional, tendientes a ser sistematizados y sostenibles temporalmente de manera colaborativa por los integrantes de la red.

Así como el propósito principal del diseño para el mercado es la creación de productos para la venta, la intención principal del diseño social es la satisfacción de necesidades ontológicas de la sociedad (Papanek, 1971; Clavel, 1997; Bernard, 1997; Meurer, 1997; Bonsiepe, 1999; Margolin, 2012). Necesidades que pueden ser de índole cultural, política o medioambiental, entre otras. Sobre la definición de la categoría de diseño social trabaja María Ledesma quien lo define como el pasaje de la proyectualidad objetual a la proyectualidad situacional (Ledesma, 2018). En el marco del diseño social, más específicamente el enfoque del diseño para la inclusión sociolaboral refiere a la acción proyectual en interacción con unidades productivas de subsistencia (Senar, 2011). Este marco conceptual es base para el posicionamiento proyectual del equipo.

Al momento hemos realizado tareas de introducción a la temática, relevo de la asamblea llevada adelante en el mes de mayo, del nodo Agronomía, comunicaciones digitales de los nodos vecinox de San Telmo, Lomas Oeste, Cultural Totorá y Adrogué, relevo de piezas de comunicación digital de la red que se encuentran circulando actualmente por redes sociales. Hemos desarrollado piezas de comunicación como formas de reflexión acerca de la realización de posibles mejoras en la comunicación de la red a través del diseño de piezas para el sistema de identidad visual.

Se selecciona el nodo de Agronomía por ser el nodo abierto más grande, cuenta con 265 consumidoras y consumidores y hace cuatro meses se despliega en lo que se encuentra conformándose como otro nodo en el barrio Villa Pueyrredón, con entrega de bolsón a unas 10 cuadras aproximadamente del nodo Agronomía. Una hipótesis de trabajo es que al ser uno de los nodos con más consumidores y actividades sociales y culturales, presenta una complejidad comunicacional y plantear una estrategia de comunicación visual sobre esta complejidad abarcaría la posibilidad de que la comunicación desarrollada pudiera trasladarse luego al resto de los nodos, con las adaptaciones necesarias según las singularidades de cada nodo.

Los materiales desarrollados durante esta etapa fueron: un video y una aproximación a la representación visual de la red MT. El video contiene testimonios de productores y productoras que describen diversos aspectos de su actividad, que a su vez son identitarios de la red. Fue filmado en la quinta de la organización 1610 en Florencio Varela, permite la visualización del contexto de producción de alimentos,. La representación visual de la red MT tiene como centro la asamblea, punto de reunión de todas las partes

¹³ Proyecto de investigación UBACyT código 20020170200398BA, programación 2018-2020, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo. Dirección: Mg DI Pedro Senar.

¹⁴ Gestión de diseños participativos con organizaciones productivas del hábitat popular. Fortalecimiento de la red Mercados Territoriales: sistema de comunicación visual hacia un sistema de garantía participativa. Equipo de Trabajo: Mg. DI. Pedro Senar (Dirección) – DG Carolina Yedrasiak (Coordinación) – DG María Angelani (Co-coordinación) – Facundo Spina (Pasante DG) – Romina Lareo (Pasante DG) – DI Daniela Borromeo (Pasante DG) – Delfina Caruso (Pasante DG) – María Paula Imaz (Pasante DG)

involucradas y momento en el que las productoras y productores tienen contacto con las consumidoras y los consumidores de manera directa, siendo esta una característica particular de esta red.

En el nodo Agronomía se realizaron doce entrevistas a consumidores, vecinos, equipo de organización del nodo y vendedores de otros productos en el contexto del nodo, se mostraron los avances del proceso de representación de la red MT. Las entrevistas se encontraron orientadas al relevo de herramientas, producción y puesta en circulación de mensajes, reconocimiento de procesos (acciones, sujetos involucrados, responsabilidades, insumos, canales). Se tomaron fotografías de momentos de entrega de bolsón al nodo, de armado del nodo, retiro del bolsón, dinámica de circulación por el espacio, comunicación de la circulación o recorrido a ser realizado por los consumidores, pesado de frutas, interacción entre diversos sujetos, retratos de entrevistados y entrevistadas y otros aspectos relevantes. Toda esta información se encuentra sistematizada.

En el marco de la economía social y solidaria, la identidad es una construcción colectiva y forma parte del proceso de construcción de autonomía decisional (Pastore, 2014). Partiendo de su extraordinaria diversidad de formas y modos de organización, la configuración de la identidad de la economía solidaria es un desafío (Razeto, 2010), esto implica la definición de dimensiones simbólicas y políticas, y requiere de una dinámica de interacción acorde al contexto organizacional.

Creemos que el análisis crítico y el desarrollo de prácticas proyectuales vinculadas al sistema de identidad visual será un aporte para el fortalecimiento socio-tecnológico de la red.

El diseño gráfico tiene una larga tradición en la producción de sistemas de identidad visual expresada en un área disciplinar muy consolidada como es el diseño institucional. Nos proponemos revisar críticamente los métodos disciplinares tradicionales, intentando hallar aquellas estrategias en tanto procesos y resultados que permitan la implementación, replicabilidad y sustentabilidad temporal de las acciones por parte de los sujetos y de la red.

Participación: la construcción social del diseño

Las dinámicas de interacción entre diseñadores y organizaciones sociales a la hora de llevar adelante proyectos hoy son foco de análisis críticos en términos de las dificultades que presentan para la praxis, enfrentándose con nuevos desafíos en el contexto actual. En las últimas décadas, y especialmente en los últimos años en Argentina se produjeron cambios en los espacios de interacción con actores, organizaciones sociales y equipos de trabajo. Sin embargo, la co-gestión no es un modo de acompañamiento habitual sino alternativo, requiere del desarrollo de estrategias y metodologías que permitan superar las deficiencias del modelo clásico.

El diseño participativo reconoce a los sujetos como partes interesadas legítimas con la capacidad de impactar en el proceso proyectual (Cross, 2006; Cederman-Hayson y Brereton 2006; Krippendorff, 2007; Ehn, 2008), propiciando situaciones de participación como empoderamiento de los agentes del proceso (Obando-Salazar, 2006). Mirada que se complementa con los estudios entorno a la agricultura familiar y la necesidad de condición de horizontalidad en la construcción del conocimiento y soluciones posibles (Pazmiño, Concheiro, Wahren, 2017).

Partimos del supuesto que la dinámica de interacción establecida de co-gestión para el proceso proyectual de comunicación visual que acompañan procesos de fortalecimiento sociolaboral de organizaciones productivas del hábitat popular, determinan tanto los resultados obtenidos, como el grado de participación, posibilidades de implementación, replicabilidad y sustentabilidad temporal de las piezas diseñadas.

La toma de decisiones en la red Mercados Territoriales se realiza de manera colectiva, a través de asambleas de las cuales es invitado a formar parte cada actor involucrado en el circuito. Creemos entonces que el acompañamiento a la red para la realización de mejoras en el sistema de identidad visual, requiere necesariamente de la participación de las partes involucradas para la toma de decisiones.

Procurando invitar a participar a distintos referentes de la red MT, a todas las partes involucradas a lo largo del desarrollo del proyecto, de ser posible, en sus espacios de trabajo e intentando adaptarnos a las dinámicas de interacción actualmente establecidas y vigentes. Buscando realizar parte del proyecto de diseño en el marco de las actividades que sean realizadas por los representantes de MT.

La dimensión sociopolítica de las imágenes

Entendemos que las imágenes no son neutras, imponen valores, formas de pensar, de interpretar, generan significaciones, aportan visiones del mundo, modelos de comportamiento y conocimiento. Las imágenes no son puras, no son objetivas, la imagen ocupa un lugar político en el campo de la re-presentación, donde lo re-presentado porta el posicionamiento del autor frente al tema. Analizamos críticamente y cuestionamos las convenciones establecidas que invisibilizan el hábitat popular o lo estigmatizan y avalan modos opresivos y excluyentes.

Suelen utilizarse lugares comunes y reiterados para la re-presentación, esto se da en diversos lenguajes visuales como la fotografía o ilustración; en diversas técnicas como dibujo, stencil o serigrafía; y en diversos formatos como la iconografía y cartografía, entre otros.

Nos proponemos problematizar tipologías de representaciones estereotipantes a partir de la decodificación, deconstrucción y decolonización de modos de representación de imágenes.

Esos usos comunes con los que se asocian objetos, sujetos, contextos o situaciones al momento de re-presentar generan re-producciones que revelan mecanismos de control con los que operan las imágenes, los estereotipos se instalan en nuestro imaginario por repetición mucho antes de que podamos cuestionarlos con capacidad crítica. La consecuencia de los estereotipos es la invisibilización de lo que no re-presentan y por lo tanto estigmatizan y generan anomalías.

Nos proponemos problematizar y poner en discusión los modos específicos en que re-presentaciones estereotipadas y globalizadas reproducen prácticas de exclusión hacia los sectores populares, estudiando tipologías de re-presentaciones estereotipantes con el objetivo de generar imágenes que desafíen las re-presentaciones dominantes a partir de saberes, experiencias y visualidades existentes en territorio.

Desde nuestra perspectiva, esta experiencia nos permite poner en discusión los modos específicos en los que las imágenes que creamos re-presentan el hábitat popular. Buscando crear imágenes conscientes del sentido que portan como forma de desafiar las narrativas dominantes y apoyar la resiliencia de organizaciones sociales del hábitat popular.

Reflexiones finales y conclusiones

Creemos que el análisis crítico y el desarrollo de prácticas proyectuales vinculadas al sistema de identidad visual será un aporte para el fortalecimiento socio-tecnológico de la red.

El desafío radica principalmente en poder generar una dinámica de interacción acorde a la forma de organización de MT.

Por otro lado, realizar acciones de formación-investigación-acción orientadas a construir desarrollos territoriales sustentables e inclusivos, fortaleciendo para ello la vinculación de la universidad pública con los actores sociales y las instituciones públicas. Buscamos sistematizar y reflexionar sobre estas temáticas con la finalidad de aportar a la construcción de aprendizajes y saberes que contribuyan, al mismo tiempo, al fortalecimiento de la ESS y a mejorar nuestra propia práctica académico-territorial. De allí que la orientación general que nos guía recoge las propuestas de la investigación-acción participativa, la educación popular, la sistematización de prácticas y el diálogo de saberes desde un enfoque de la complejidad de la horizontalidad.

BIBLIOGRAFÍA

- BERNARD, P.** (1997): *El diseño cobra sentido si persigue un fin social*. Revista Tipográfica No 33, Buenos Aires.
- BONSIEPE, G.** (2012): *Diseño y crisis*. Valencia: Camp Gràfic.
- CEDERMAN-HAYSON, T.; BRERETON, M.** (2006): *A participatory design agenda for ubiquitous computing and multimodal interaction*. Proceedings of the ninth conference on Participatory design: Expanding boundaries in design
- CORAGGIO, J.** (1998): *Economía urbana. La perspectiva popular*, Quito, Abya Yala.
- CORAGGIO, J.** (2008): *¿Cómo construir otra economía? La economía popular en el marco de una economía mixta como punto de partida*. En *Economía social y agricultura familiar*. INTA.
- DAGA, A., ERRECALDE, S., FERNÁNDEZ, G., MARCHAND, N.** (2017): *Incubando procesos en clave de economía social y solidaria* Revista Hábitat Inclusivo No 10. Bs.As.
- DEVALLE, V.** (2009): *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948-1984)*. Bs As: Paidós.
- EHN, P.** (2008): *Participation in Design Things*. In *Participatory Design Conference Proceedings*, Sept. 30 – Oct. 4, Bloomington, Indiana, USA.
- FALS BORDA, O.** *El problema de cómo investigar la realidad para transformarla*. Bogotá.
- GRASSI, E.** (2012) *Política socio laboral en la argentina contemporánea*. Alcances, novedades y salvedades. Revista Ciencias Sociales, 135-136, No. Especial. 2012, p.p 185-198.
- JULIER, G.** (2010): *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili Diseño.
- KRIPPENDORFF, K.** (2007): *Design research, an oxymoron?* In R. Michel (Ed), *Design research now. Essays and selected projects* (pages). Basel: Birkhäuser.
- LEDESMA, M.** (2015): *Panorama del diseño social en Argentina*, Mimeo.
- LEDESMA, M.** (2015): *Empoderamiento y horizontalidad en los nuevos emergentes del Diseño Social argentino*. Revista Inventio. México.
- LEDESMA, M.** (2017): *Construcciones en torno al diseño social*. Entrevista en Revista Hábitat Inclusivo No 10.
- LEDESMA, M.** (2018): *Retóricas del diseño social*
- MANZINI, E.** (2015): *Revista iF: Diez desafíos del diseño*, No 10, Buenos Aires, Centro Metropolitano de Diseño (CMD).
- MATUS, C.** (1985): *Planificación, libertad y conflicto*. Cuaderno de IVE-PLAN, Venezuela.
- MONTERO, M.** (2006): *Hacer para transformar: el método en la psicología comunitaria*. Cap. 6: La investigación-acción participativa: aspectos metodológicos. Buenos Aires: Paidós.
- PAPANEK, V.**, (1973) *Diseñar para el mundo real* H. blume ediciones
- PARIS CLAVEL, G.** (1997): *El diseño cobra sentido si persigue un fin social*. Revista Tipográfica, año XI, No 33, Buenos Aires, Argentina.
- PAZMIÑO, C; CONCHEIRO, L; WAHREN, J** (2017): *Agriculturas alternativas en Latinoamérica* Tipología, alcances y viabilidad para la transformación social-ecológica.
- PASTORE** (2014) *Miradas y controversias del desarrollo territorial en Argentina*. Aproximación a un enfoque analítico. Fidel, C. y Villar, A. (Comp). BsAs: pensamiento crítico.
- RAZETO, L** (2010). *Desafíos y proyectos de la economía solidaria*. Texto de la Videoconferencia, ofrecida en la Universidad Nacional del Litoral, Santa Fé, República Argentina, en el marco del V II Foro de Economía Social.
- SENAR, P.** (2009): *Hacia un diseño disciplinar inclusivo: Roles sociales del diseño industrial en Argentina*. Otra Economía, 3(4), 98-121. Recuperado a partir de <https://revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/1127>

SENAR, P. (2011): *Una década de consolidación del diseño inclusivo en Argentina. Expresión local de la acción proyectual global. Diseñar la Inclusión, Incluir al Diseño*. Buenos Aires: Ediciones Azzurras.

SENAR, P., GIMÉNEZ, M., ROMERO, A. (2017): *El diseño social en perspectiva latinoamericana. Recorrido por algunas de sus instancias históricas*. Buenos Aires: Revista Hábitat Inclusivo No 10.