



**Universidad Nacional
de Colombia**

Rector
Moisés Wassermann

Vicerrector de sede
Fernando Montenegro

Dirección académica
Andrés Tovar Pérez

Facultad de Artes

Decano
Jaime Franky Rodríguez

Vicedecano
Pablo Abril Contreras

Secretario
Fredy Chaparro

Director CEA
Daniel Rojas

Directora Escuela de Diseño Industrial
Edith González A.

Programa Acunar

Director
Eduardo Naranjo Castillo

Coordinadora ejecutiva
María Toquica Clavijo

Editor
Francisco Díaz-Granados

Diseñadora gráfica
Ana Paula Santander

Equipo de trabajo Acunar

Diseñadores industriales
Viviana Guerrero, Lilia Rojas, Viviana Pulido
Jody Parra, David A. Ríos, Javier Carreño
Gerardo Bolívar, Adriana Castellanos
Fabio E. Bernal, Leonardo Morantes A.
Álvaro Giraldo, Paula Sánchez, Andrés Saza
Claudia Niño, Fernando Ospina
Helbert Cárdenas

Estudiantes de DI
Sonia Rojas y Germán Heraque

diseño & territorio



Beatriz Galán
Tomás Rodríguez Villasante
Fernando Martín Juez
Laura Novik
Alex Blanch
Antonio Rossi
Eduardo Naranjo
María Toquica Clavijo

Autores

Beatriz Galán:

"Transferencia de diseño en comunidades productivas emergentes"

Tomás Rodríguez Villasante:

"Retos de las democracias participativas. La participación en el diseño del habitar"

Fernando Martín Juez:

"Contribuciones al diseño desde la antropología"

Laura Novik y Alex Blanch:

"Diseño, moda y negocios correctos"

Antonio Rossi:

"Programa Camino del Gaucho"

María Toquica Clavijo:

"Nuevos contextos, nuevos enfoques"

Eduardo Naranjo:

"El territorio y los nuevos escenarios del diseño".

Editor

Francisco Díaz-Granados

Diseñadora

Ana Paula Santander

Gráficos pp. 13 - 20

DI Yody Parra

Impresor

Cargráfics, S.A.

© Programa Acunar, Facultad de Artes,
Universidad Nacional de Colombia
acunar_farbog@unal.edu.co
acunar3@gmail.com

Primera edición, Bogotá, D.C.,
noviembre de 2007

ISBN: 978-958-701-882-0

Impreso en Colombia

Los textos y permisos de reproducción se gestionan a través del correo electrónico de cada autor, quien está en entera libertad de reproducirlos o publicarlos, siempre citando esta fuente.

- 12 **PROGRAMA ACUNAR**
Transferencia de diseño en
comunidades productivas emergentes
- 24 **DISEÑO, ACADEMIA
Y COMUNIDAD**
Transferencia de diseño en
comunidades productivas emergentes
Beatriz Galán
- 42 **DISEÑO, GLOBALIZACIÓN
E IDENTIDAD LOCAL**
Retos de las democracias
participativas. La participación en el
diseño del habitar
Tomás Rodríguez Villasante
- 70 **DISEÑO INTERDISCIPLINARIO**
Contribuciones al diseño desde
la antropología
Fernando Martín Juez
- 86 **DISEÑO Y MODELOS
DE NEGOCIO**
Diseño, moda y negocios correctos
Laura Novik y Alex Blanch
- 96 **DISEÑO Y MEDIO AMBIENTE**
Programa Camino del Gaucho
Antonio Rossi
- 106 **DISEÑO Y ENTORNO**
Nuevos contextos, nuevos enfoques
María Toquica Clavijo
- 114 **DISEÑO Y REALIDAD**
El territorio y los nuevos
escenarios del diseño
Eduardo Naranjo

PRESENTACIÓN

LA PRESENTE OBRA es resultado del trabajo conjunto que adelantan personalidades del mundo académico interesadas en acercar el diseño, en su acepción más amplia, a la vida de mujeres y hombres, en especial del ámbito iberoamericano, desde la noción de territorio. En un comienzo, el Programa Acunar pensó dar al público un libro con las memorias del Encuentro Internacional Diseño y Territorio, que tuvo lugar en la Universidad Nacional de Colombia, en abril de 2006, pero se optó por encargar a los participantes más destacados del evento un texto que diera cuenta de sus aportes teóricos y de sus experiencias en *transferencia de diseño*, seguros ya de las calidades literarias, de la sabiduría que les viene de años de trabajo académico y práctico con estudiantes, comunidades e instituciones y de la generosa disposición pedagógica y actitud vital frente a los desafíos que nos presenta este comienzo de siglo, relacionados con todos los aspectos de la vida en los que incide de manera directa el diseño.

Como se verá al leer y meditar en cada uno de los artículos que siguen, el diseño que nos importa a todos va más allá de lo formal, del mero trazado o delineación de objetos, y trasciende incluso su acepción de proyecto o plan, pues busca insertarse en la vida misma de las

comunidades e individuos y dar paso a una nueva visión autogestionada del mundo, que nos empodera a todos de nuestros propios destinos. Lo anterior está ligado a tres componentes: cultura de proyecto, cultura organizacional y gestión de la cultura material, en contextos de desarrollo local sustentable, procesos endógenos y construcción de redes, con lo que se apunta a dilucidar siete temas generales que, en su orden y a juicio de los editores, son los que organizan e identifican los aportes de cada uno de los escritores.

Así, en el artículo “Transferencia de diseño en comunidades productivas emergentes”, relacionado con el tema *Diseño, academia y comunidad*, la profesora Beatriz Galán –Diseñadora Industrial por la Universidad Nacional de la Plata y especialista en Tecnología y Producción del Hábitat por la Universidad de Buenos Aires (Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo)– comparte sus reflexiones y valiosas experiencias, fruto de fecundos años de trabajo en transferencia de diseño. Tomás Rodríguez Villasante –Licenciado y Doctor en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid y Profesor Titular del Departamento de Ecología Humana y Población de esta universidad– escribe el texto “Retos de las democracias participativas.

La participación en el diseño del habitar”, una lúcida aproximación al tema *Diseño, globalización e identidad local*. En lo que respecta al tema *Diseño interdisciplinario*, el profesor Fernando Martín Juez –Doctor en Antropología por la Universidad Nacional Autónoma de México y Maestro en Diseño Industrial y en Enseñanza Superior (UNAM)– como resultado de largos años de pensamiento, discurre con maestría sobre las “Contribuciones al diseño desde la antropología”, desde una perspectiva humanista.

El tema *Diseño y modelos de negocio* estuvo a cargo de Laura Novik –Diseñadora y Urbanista por la Universidad de Buenos Aires– y Alex Blanch –Diseñador Gráfico e Industrial, Bachelor of Arts por la Southampton University–. En su calidad de profesores y consultores, ellos escribieron el texto “Diseño, moda y negocios correctos”, que da claridad y enriquece nuestras perspectivas acerca de estos asuntos. Por su parte, Antonio Rossi –Arquitecto por la Universidad Nacional de la Plata y cofundador, vicepresidente y arquitecto de la Fundación Centro de Estudios y Proyección del Ambiente– nos relata su experiencia, exitosa en todo sentido, al frente del “Programa Camino del Gaucho”, con lo que toca el tema *Diseño y medio ambiente*, cuya importancia se hace cada día más patente.

Como contribución de los editores de esta obra, se abordan las dos últimas temáticas generales: *Diseño y entorno* y *Diseño y realidad*. Respectivamente, Consuelo Toquica –Diseñadora Industrial por la Universidad Nacional de Colombia, Especialista en Gerencia y Gestión Cultural por la Universidad del Rosario y pasante del World Craft Council, Cámara de Oficios, Alemania–, en su artículo “Nuevos contextos, nuevos enfoques”, da una visión panorámica y aterriza a las realidades de nuestros pueblos los últimos logros teóricos en diseño territorial; y Eduardo Naranjo –Diseñador Industrial por la Universidad Nacional de Colombia, y Master en Gestión de Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos y Doctorando en Diseño y Comunicación por la Universidad Politécnica de Valencia– con sus reflexiones sobre “El territorio y los nuevos escenarios del diseño” completa y enriquece el cuadro que del diseño, en su relación con el territorio, han dado las autoras y los autores de este libro. Al comienzo de la obra, el artículo “Transferencia de diseño en comunidades productivas emergentes”, da cuenta de la plataforma del Programa Acunar, que se ve enriquecida en su interacción con las entidades articuladoras en el territorio y con los académicos adscritos y por unirse a la Red Iberoamericana de Transfe-

rencia de Conocimiento en Diseño para la Innovación y la Competitividad en Comunidades Productivas Emergentes (Itaca).

Como se observa en esta breve relación de sus contenidos, la importancia de la obra es enorme. Los textos están imbricados de modo que las experiencias y las reflexiones teóricas se crucen y complementen y que, al llevar este orden, la lectura sea descansada y provechosa. Como un paso más en la consolidación de la red Itaca y para mantener viva la reflexión acerca de nuestra misión como diseñadores, este es un libro que

a la vez sirve de base para futuras publicaciones del Programa Acunar (con los frutos del trabajo de reflexión y aplicación práctica acerca de estos temas en todo el ámbito iberoamericano), como obra de consulta por parte de estudiantes y profesionales del diseño y para guiar a las comunidades y los agentes que participan en el desarrollo local. Esperamos que les resulte lo más sugerente y abierto posible y que lleve a sus lectores a la reflexión crítica y a la acción creativa.^(a)

Los editores

AGRADECIMIENTOS

EN EL TRASEGAR de estos años en busca de un ejercicio profesional del diseño que contribuya a los procesos de desarrollo local, hemos encontrado el apoyo visionario de personas e instituciones que ven en el Programa Acunar una posibilidad de aportar integralmente al mejoramiento de la competitividad y, por ende, de la calidad de vida de las personas que habitan los territorios y hacen parte de las comunidades productivas. A todas y todos, va nuestro agradecimiento, unido a nuestro compromiso de trabajo.

En primera instancia, y con el apoyo de la Universidad Nacional de Colombia, dada su naturaleza pública, se pudieron generar los espacios indispensables para el crecimiento de esta iniciativa. Especialmente, el Arquitecto Fernando Montenegro Lizarralde, vicerrector de la sede Bogotá, en los albores del Programa, como decano de la Facultad de Artes, creyó en esta propuesta quimérica; por su parte, el Diseñador Pablo Abril, entonces director del Centro de Extensión y actual Vicedecano de la Facultad de Artes, nos retó a formular una plataforma que soportara proyectos que atendieran problemáticas de comunidades productivas; igualmente, fue invaluable el concurso de la Profesora Martha Lucía Calle, ex direc-

tora de la Dirección Académica de sede, quien gestionó los recursos para esta publicación. Así mismo, los profesores Samuel Herrera, Alejandro Otálora, William Vásquez, Edith González, Jairo Leal, Clara Perilla, Andrés Sicard, de la Escuela de Diseño Industrial, en diferentes momentos, enriquecieron la discusión con sus análisis y controversias y dieron luces a la consolidación de la plataforma del Programa Acunar.

En lo que respecta a esta publicación, resultado del primer Encuentro Internacional Diseño & Territorio. Experiencias de Transferencia de Diseño en Comunidades Productivas Emergentes (abril de 2006), sin la colaboración entusiasta de las siguientes entidades esta no hubiera sido posible: Universidad Complutense de Madrid, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad de Buenos Aires. Igualmente, en el ámbito nacional, apoyaron la realización del evento: la Oficina de Relaciones Internacionales (ORI), de la Universidad Nacional de Colombia; la Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional (ACCI), a través Dr. Luis Alfonso Hoyos, su director; de la Dra. Sandra Alzate, directora de Cooperación Internacional, y de Henry Carrillo, asesor de la ACCI y amigo y consejero del Programa.

Mención especial merece la profesora Beatriz Galán, de la Universidad de Buenos Aires, trabajadora incansable en la consolidación del tema en el ámbito iberoamericano, que nos exhortó a liderar el proceso de concreción de la Red Iberoamericana de Transferencia de Conocimiento en Diseño para la Innovación y la Competitividad en Comunidades Productivas Emergentes (Itaca). De igual manera, queremos agradecer a los profesores Tomás Rodríguez Villasante, Fernando Martín Juez y al arquitecto Antonio Rossi, por habernos acompañado en la publicación de este libro, así como a los diseñadores Laura Novick y Alex Blanch, de la Corporación Raíz Diseño, además, a Alejandro Martín Cuezva, de la Asociación de Productores Orgánicos Eco Real.

Del Programa Acunar, Jody Parra, Leonardo Morantes, Helbert Cárdenas, Sonia Rojas,

Claudia Niño, Fabio Bernal, Adriana Castellanos, Viviana Guerrero, Javier Carreño, Carolina Liscano, Gerardo Bolívar, Viviana Pulido, David Artemio Ríos, Carlos Beltrán, Andrés Salamanca, Lilia Rojas, Andrés Saza, Guillermo Camino y Fernando Ospina, hoy en su mayoría diseñadores, han sido nuestros compañeros de viaje. Con sus trabajos de grado, pasantías o simplemente desde la afinidad que les generaba la propuesta, ellas y ellos se acercaron al Programa Acunar para construir y validar los postulados y herramientas que lo soportan hoy. Son el germen que lleva consigo una mirada diferente de su ejercicio profesional como diseñadores. Por último, nada habría sido posible sin la labor de las comunidades que nos han permitido interactuar, validar y aprender con ellas; en particular, los artesanos de Tabio; y los productores agrícolas de Ubaque, Choachí y Güicán.^(a)

diseño &
territorio



Desde su fundación, la Universidad Nacional de Colombia fue concebida como un lugar donde se darían cita las distintas identidades culturales y regionales del país, al tiempo con la construcción de conocimiento y la formación de profesionales capaces de construir el proyecto de nación, idóneos para satisfacer las necesidades de la población colombiana y para comprender y expresar el interés general. La natural complejidad de las relaciones entre la Universidad y la sociedad exigió, entonces, abrir espacios transdisciplinarios de reflexión sobre los problemas nacionales y las perspectivas de desarrollo del país, con la tarea implícita de generar condiciones para el fortalecimiento del aparato productivo y la creación de nuevas fuentes de trabajo, todo lo cual dependía, primero, de la capacidad que tuviera de reconocer sus fortalezas relativas; segundo, del modo como lograra desarrollar los campos de trabajo y aprovechara esas fortalezas para satisfacer las necesidades básicas de la población de manera competitiva; tercero, de la formación y potenciación de talento capaz de explorar nuevas formas de organización del trabajo y de la vida social, y, finalmente, de las estrategias con las cuales reco-

ger los frutos de la riqueza asociada a la diversidad cultural y biológica del país¹.

Así, dentro de las perspectivas de desarrollo de la Escuela de Diseño Industrial y frente a las políticas trazadas por la Universidad, en el marco de su misión, el Programa Acunar se instala en la dimensión de la Extensión Solidaria de la institución hacia la comunidad y retroalimenta los procesos de formación académica y, por ende, de investigación, a través de la interacción con el medio externo, en particular con las comunidades productivas. La Universidad Nacional, como ente perteneciente al Sistema Nacional de Innovación, establece relaciones de transferencia con los sectores productivos del país y, a nivel internacional, con instituciones pares; con Acunar la Universidad participa en la construcción de alternativas de desarrollo local e implementa metodologías y herramientas flexibles con las que aprender acerca de los modos participativos de autogestión, de manera que se actualicen y optimicen los conceptos, los recursos y las tecnologías.

En el año 2002, Acunar nace como respuesta a la inquietud de la Gobernación de Cundinamarca, expresada en una convocatoria para atender el desarrollo del sector artesanal del departamen-

¹ Jesús Virgilio Niño Cruz y otros, *Auto-evaluación UN, Programas curriculares*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 2002.

to². El proyecto ganador fue el presentado a nombre de la Universidad Nacional de Colombia por los profesores Andrés Sicard y Max Currea, de la Facultad de Artes. Su estrategia, basada en la realización de un curso-concurso, generó procesos de reconocimiento y evidenció las potencialidades individuales y los beneficios del trabajo colectivo, mediante el seguimiento y acompañamiento por parte de un grupo de profesores y estudiantes de la Escuela de Diseño Industrial a artesanos de diez municipios de Cundinamarca; a su vez, se realizó un diagnóstico por municipios en los aspectos asociados a producción artesanal y manufacturera.

Tal experiencia potenció el impacto positivo de la Universidad en la comunidad y generó un espacio de reconocimiento entre los actores sociales, institucionales, académicos y productivos que participaron en el proyecto. De otra parte, indujo en la Escuela de Diseño Industrial una discusión disciplinar sobre la pertinencia de participar en procesos productivos no industriales³. Y si bien los resultados de este proyecto no reflejaron el pro-

ceso en términos de producto, la Gobernación vislumbró en el diseño una oportunidad para lograr una mayor competitividad de las comunidades artesanales, lo que motivó la segunda etapa de Acunar, durante el año 2004, mediante contrato entre la Gobernación de Cundinamarca y la Facultad de Artes, ejecutado por la unidad Incubadora de Productos, de la Escuela de Diseño Industrial, con la dirección del profesor Alfonso Bohórquez. El objetivo era implantar en talleres artesanales de siete municipios una metodología proveniente del diseño industrial para generar producto. Empero, la estructura del proyecto establecida por la Gobernación –asistencia técnica a 10 artesanos por municipio y selección de uno para desarrollar producto– no llenó las expectativas de la comunidad de artesanos⁴, que se sintió excluida del proceso.

Ya en el año 2005, la Facultad de Artes crea el actual *Programa Acunar. Transferencia de Diseño en Comunidades Productivas Emergentes*, vincu-

2 Asociando el sentido y el contexto del proyecto generado con la Gobernación de Cundinamarca, nació el nombre *Acunar* (Acompañamiento en Cundinamarca de la Comunidad Artesanal).

3 El modelo de seguimiento y acompañamiento de esta primera etapa, junto con sus reflexiones y consideraciones, está consignado en el trabajo de grado de la diseñadora Paula Andrea Sánchez A., “Cartapacio”, Escuela de Diseño

Industrial, Andrés Sicard Currea (dir.), Facultad de Artes, U. Nacional, mayo de 2003.

4 Alfonso Bohórquez, *Informe final de Acunar 2004*, Escuela de Diseño Industrial, Centro de Extensión Académica, Facultad de Artes, U. Nacional, 2004.



lando a un equipo de profesionales, profesores y estudiantes en la construcción de la plataforma, la ejecución de proyectos y consultorías y la consolidación como programa⁵, con el *propósito* de generar una red transversal de competencias que permitan la investigación y la transferencia de experiencias y conocimientos y de establecer relaciones con los sectores productivos del país y, en el ámbito internacional, con instituciones pares que jalonan procesos similares. El *objetivo* es apoyar el desarrollo de escenarios más competitivos y generar, implementar y validar modelos de interacción dinámicos, evolutivos y acumulativos que desde el diseño propicien la consolidación de procesos participativos y autogestionarios de desarrollo local sustentable, soportados en el fortalecimiento del entramado social y el aumento de la competitividad de las comunidades productivas.

De esta manera y desde sus primeras etapas, la ejecución del Programa Acunar ha venido evidenciando la importancia de adoptar una mirada compleja, fruto del trabajo transdisciplinario,

⁵ En la consolidación de la plataforma del programa participaron los diseñadores industriales Jody Parra, Leonardo Africano, Fabio Bernal.

para abordar las problemática de las comunidades productivas desde las perspectivas antropológica, sociológica, económica y estética, y ha enseñado (en sus múltiples acepciones) la utilidad de funcionar según un modelo de interacción dirigido a comunidades productivas emergentes que, desde la perspectiva del diseño, les proporcione herramientas con que optimizar modos de producción y organización, para que sean competitivas en los mercados locales, regionales y globales.

EL DISEÑO EN PROCESOS DE DESARROLLO LOCAL SUSTENTABLE

Al entender la producción material como una manifestación del repertorio cultural de comunidades y colectivos, en donde el objeto/producto –resultado de procesos socioeconómicos– es un elemento articulador del contexto (marco ecológico) con la cultura (base de las relaciones sociales), queda claro que el escenario del diseño es más complejo que el que supone el solo aspecto material productivo. Aprender y concebir así estos nuevos escenarios de acción y reflexión del diseño –en los que las organizaciones existen en tanto existen las personas, sus relaciones productivas y sus expresiones– permite asumirlo como un instrumento articulador de la cultura material, or-

organizacional y de proyecto y, según esta aproximación, generar nuevos campos de acción. En consecuencia, el diseño aborda dinámicas de producción material que incluyen las relaciones entre el objeto, el contexto y la cultura, y desde allí desarrolla su capacidad para gestionar imaginarios sociales, lo que hace de él un factor diferencial y una ventaja competitiva en relación con otras disciplinas con las que colabora con su visión prospectiva. En este sentido, el diseño tiene la posibilidad de actuar como articulador de los aspectos económicos, culturales y organizacionales, en contextos locales, por eso el Programa Acunar aborda los proyectos guiado por tres elementos conceptuales, que asume como acuerdos: 1. un campo de acción, el *territorio*; 2. una caracterización, la *emergencia*; 3. una estrategia, la *participación*.

CAMPO DE ACCIÓN: EL TERRITORIO

El concepto de *territorio* desborda la noción geográfica de espacio físico, ya que también comprende las relaciones que aproximan y unen a los hombres –desde la apropiación que hacen de su entorno–, cuyos intereses llevan a conformar la comunidad. El habitar cotidiano del territorio perfila la identidad de las comunidades, que en un escenario global constituye un valor diferencial en el que se reconocen y adquieren valor los actores, los saberes y los recursos, todo lo cual lle-



va a reconfigurar los sistemas de producción, la capacidad organizacional y las identidades que, a su vez, soportan la construcción de los procesos locales como un capital por desarrollar. Así mismo, en el ámbito de la cultura material se reconfiguran las identidades locales, que se relacionan igualmente con las identidades globales. Con el concepto de *marca región* se construyen los parámetros identitarios y de calidad, en los cuales se ampara la producción de las comunidades, en procesos orientados a la mejora de la competitividad con una visión integral, desde la comprensión de los sistemas productivos como el encadenamiento de procesos y la articulación de los sectores presentes en un entorno próximo.

CARACTERIZACIÓN: LA EMERGENCIA

En comunidades productivas, la *emergencia* es la situación que surge a partir del cruce de nuevas realidades en un sistema con novedades de carácter social, cultural, productivo y económico; la crisis, vista como causa de fractura de las realidades, es la circunstancia que propicia el cambio y permite que emerjan nuevos modos de abordarlas. Cuando las comunidades identifican tales cir-

cunstances, estas son una oportunidad para que ellas replanteen estrategias de acción con que hacerle frente a las nuevas realidades, en un proceso que permite aproximarse al entorno de una manera diferente, *valorizar* el territorio y, a partir del desarrollo de las propias fortalezas y potencialidades, construir nuevas maneras de interactuar en los mercados.

ESTRATEGIA: LA PARTICIPACIÓN

La investigación acción participativa (IAP) desarrolla varios conceptos esenciales, pues plantean un quiebre en la manera de aproximarse a la realidad política, socioeconómica y cultural de las comunidades, en procesos orientados al desarrollo y mejoramiento de las condiciones de producción y organización. Este quiebre o cambio en la relación se establece entre quienes hacen parte del proceso de investigación acción participativa, que pasa de asumir la tradicional relación sujeto-objeto a trabajar con una mirada más compleja de sujeto-sujeto, y lleva, incontestablemente, a construir una sociedad más igualitaria, democrática y participante, que valida al otro como interlocutor capaz de reconocer su propia realidad y de identi-

ficar y emprender procesos orientados a mejorar su nivel de vida⁶. La IAP alienta la acción en los involucrados y les genera sentido de pertenencia a los programas o proyectos adelantados en sus comunidades, con procesos de autogestión sustentables. Otro cambio de enfoque es la aproximación a los participantes como *autores*⁷ que identifican su problemática y definen las orientaciones y lineamientos de las acciones y emprendimientos, lo que lleva consigo la generación de procesos endógenos de corresponsabilidad en los procesos y, por tanto, comporta una mayor apropiación y sustentabilidad de los proyectos en el tiempo.

De este modo, a la luz de estos tres elementos conceptuales (territorio, emergencia, participación), es claro que el diseño da a las comunidades una mirada prospectiva⁸ del sistema de relaciones

6 María Cristina Salazar y otros, *Investigación Acción Participativa. Inicios y desarrollo*, Bogotá, Cooperativa Editorial Magisterio, 1992.

7 La discusión sobre *actores* y *autores* propuesta por el arquitecto Rubén Pecci, director de la Fundación CEPA, en Argentina, se refiere a la capacidad de los involucrados en procesos de desarrollo que se soporten en metodologías IAP para comprometerse en los procesos que consideren pertinente emprender y así incentivar procesos endógenos que sean sustentables, en contraposición al modelo de desarrollo exógeno, en el que expertos definen proyecto y metodologías desde una visión macro, ajena al componente humano: medio y finalidad de los emprendimientos.

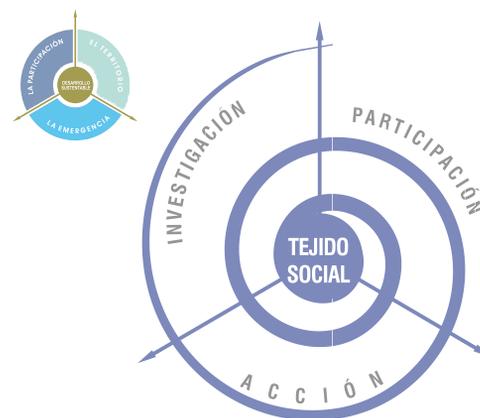
8 Entendida como la capacidad de anticipar factores que intervienen en el proceso de consolidación de la producción

que rodea la actividad productiva y convoca a la construcción colectiva e interdisciplinaria de nuevos modos de hacer, para optimizar los sistemas productivos en todos los eslabones del encadenamiento productivo. En este sentido, propone y pone a prueba modelos de gestión de la producción de la cultura material, así como la gestión del capital humano, para generar procesos organizacionales que actúen como agentes de movilidad social y cohesión.

ÁREAS TEMÁTICAS DEL PROGRAMA ACUNAR

Con estos supuestos, al generar espacios en los que convergen la *investigación*, la *extensión* y la *formación*, desde la aproximación que realiza el Programa Acunar a la problemática de las comunidades –y según los lineamientos propuestos por la investigación acción participativa–, se introducen procesos de interacción, diálogo y negociación. Los proyectos se formulan considerando las expectativas de la comunidad, en un acto de escucha en el que el diseñador se instala como intérprete y traductor, y con el que se convoca al trabajo interdisciplinario para comprender las di-

en un contexto de mercado (p. ej. qué, cómo y para quién se produce).



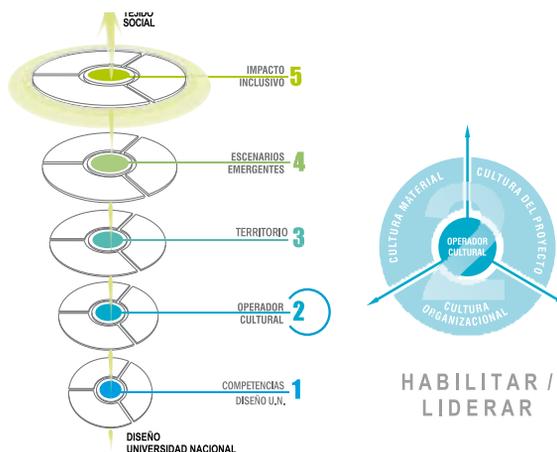
námicas en sus diferentes dimensiones (sociales, organizacionales y productivas) inmersas en una cultura de proyecto que promueve en las comunidades su capacidad de autonomía y autogestión y las habilita para sostener los procesos en el tiempo. En este contexto, el Programa Acunar orienta sus acciones en tres áreas temáticas:

Cultura de proyecto

Instala a las comunidades productivas en una visión prospectiva y, desde la comprensión de aspectos socioculturales y económicos, les aporta los instrumentos para reconocerse y, a partir de ahí, valorar, evaluar y replantear los aspectos culturales, productivos y de mercado que les permitan, en un ejercicio anticipatorio, consolidarse e interactuar de manera competitiva en la cadena de valor del producto.

Cultura organizacional

Genera nuevas visiones y modos de asociación flexibles (alianzas estratégicas, acuerdos temporales) que giran en torno al logro de objetivos comunes y fortalecen los lazos entre la comunidad. Además, con la cultura or-



ganizacional se vigoriza el sentido de gremio de las unidades productivas, articuladas en un contexto en el que confluyen organizaciones, procesos e intereses orientados a potenciar el desarrollo local; y se reconoce, y desarrolla el capital humano de acuerdo con sus pertinencias, para lograr una interacción social eficiente a través de la suma de las fuerzas.

Cultura material

Desde una mirada puesta en el territorio, el diseño gestiona y reelabora el patrimonio cultural con el reconocimiento de las capacidades instaladas, en términos de ciencia y tecnología, y brinda los elementos que permiten a las comunidades reducir la incertidumbre del comportamiento del producto en los mercados.

ÁMBITOS, ACCIONES Y ACTORES DEL PROGRAMA ACUNAR

Los proyectos desarrollados por el Programa están inscritos en los sectores *productivo* (micro, pequeñas y medianas empresas; agroindustria;

artesanía) y *estratégico* (mercado; seguridad alimentaria; turismo y gobernabilidad; paz; ordenamiento territorial). En estos ámbitos, las acciones desarrolladas por los diferentes proyectos están orientadas a:

1. Modelizar procesos de transferencia de diseño en comunidades, como disciplina anticipatoria y vinculante del sistema productivo con el contexto y el mercado. En este campo, se adaptan y construyen herramientas de trabajo encaminadas al reconocimiento y la autoevaluación de los procesos de producción, para optimizar condiciones, procesos y recursos; agregar valor al producto en la región, en procura de generar mayores ingresos, y aproximar los procesos de concepción de producto a las tendencias de consumo.
2. Generar estrategias para la construcción colectiva de imaginarios identitarios, orientadas a implementar el concepto de *marca región*, sustentada en el territorio y sus vocaciones productivas.
3. Situar e instruir a las comunidades productivas –desde sus pertinencias en la cadena de valor del producto– en su incidencia en el contexto institucional y socioeconómico de la región, para constituir las como fuerzas representativas de interlocución que promuevan por el desarrollo local, aumenten la

capacidad de autogestión y, en términos productivos, aumenten la capacidad de respuesta y poder de negociación en dinámicas de mercado.

En la sinergia entre la formación, la investigación y la extensión, el Programa Acunar vincula a estudiantes en la modalidad de pasantías y trabajos de grado, y a profesionales para la ejecución de los proyectos de consultoría. Ejemplo de ello fue la realizada para el programa II Laboratorios de Paz de la Comunidad Europea y la Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional, orientada a incentivar iniciativas productivas, de convivencia y gobernabilidad en comunidades situadas en zonas de alto riesgo de Colombia. Un equipo interdisciplinario de profesionales de Acunar brindó asistencia técnica a comunidades de base y de segundo nivel para formular proyectos integrales, viables y sustentables, que fortalecieran su capacidad de autogestión.

En la dimensión de *formación*, Acunar realiza seminarios taller o eventos como el Encuentro Internacional Diseño & Territorio. Experiencias de Transferencia de Diseño, realizado del 26 al 28 de abril de 2006 en el Auditorio Virginia Gutiérrez de la Universidad Nacional de Colombia, en el que participaron como ponentes profesores de las universidades de Buenos Aires, Complutense

de Madrid, Nacional Autónoma de México y de la Fundación CEPA de Argentina –cuyas ponencias dieron origen a esta publicación.

En el ámbito de la *investigación*, y con el objeto de generar un marco de colaboración entre los países de la región para contrastar el contexto y la caracterización de la actividad productiva de las micro, pequeñas y medianas empresas, el Programa Acunar propicia procesos para la generación de redes, como la Red Iberoamericana de Transferencia de Conocimiento en Competitividad y Autogestión a Comunidades Productivas Emergentes (Itaca)⁹, presentada al Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo (Cyted). La red tiene por objeto establecer procesos de transferencia de conocimiento y modelos de gestión, de interacción y de acompañamiento orientados al fortalecimiento de comunidades y redes productivas.

El Programa, dentro de su enfoque transdisciplinar se aproxima hoy a otras disciplinas dentro de la Universidad y establece los contactos pertinentes para tender una red interna que le permita ge-

⁹ <http://www.facartes.unal.edu.co/Acunar>

nerar procesos de acompañamiento a partir de una mirada holística en la formulación y ejecución de los proyectos de desarrollo en las comunidades.

PRESENTACIÓN DE ACUNAR EN EVENTOS

- Foro Internacional de Diseño Identidad en Asiento (Unesco), Centro de Expresiones Contemporáneas, Rosario, Argentina, del 9 al 11 de agosto de 2007.
- Encuentro Latinoamericano de Diseño, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina, del 31 de julio al 3 de agosto de 2007.
- Jornadas de Investigación: Diseño para el Desarrollo Local, FADU, Universidad de Buenos Aires, Argentina, agosto de 2006.
- Diseño & Territorio, Encuentro Internacional de Experiencias de Transferencia de Diseño, Auditorio Virginia Gutiérrez, Edificio de Posgrados de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 26 al 28 de abril de 2006.
- Foro Diseño y Herencia Cultural, revista *Acto*, Auditorio León de Greiff, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 15 de marzo de 2006.

- Forma 2005, Encuentro de Escuelas de Diseño Industrial, La Habana, Cuba, julio de 2005.
- Conexión, Encuentro y Muestra de Experiencias en Extensión de la Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, mayo de 2005.

RELACIONES Y ALIANZAS INTERNAS:

- Centro de Investigaciones para el Desarrollo (CID).
- Laboratorio de Antropología, Facultad de Ciencias Humanas.
- Oficina de Relaciones Internacionales (ORI).

EXTERNAS:

- Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional.
- Cámara de Comercio Bogotá.
- Corporación Gire.
- Gobernación Cundinamarca.
- Cooperativa Agropecuaria del Municipio de Ubaque, Coagro Ubaque.
- Asociación Campesina Agropecuaria del Palmar del Municipio de Ubaque (Agropalmar).
- Asociación Campesina Agropecuaria el Porvenir del Municipio de Ubaque (Agroporvenir).

- Asociación de Joyeros de Bogotá (Asjoyería).
- Ecoreal
- Cooperativa de Productores Agropecuarios (Coomida).

INTERNACIONALES:

- Universidad de Buenos Aires, FADU, Cátedra Galán, Arquitecta María Beatriz Galán: www.investigacionaccion.com.ar, www.catedragalan.com.ar.
- Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Dr. Martín Juez.
- Universidad Complutense de Madrid, Dr. Tomás Rodríguez Villasante.
- Corporación Raíz Diseño, Chile: www.raizdiseño.org.
- Fundación IMBAR, Ecuador: www.imbar.org.
- Universidad del Estado de Minas Gerais: www.uemg.br.
- Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI), Cuba.
- Centro de Estudios para la Proyección del Ambiente (Flacam), Arq. Rubén Pesci.

Programa Acunar

Eduardo Naranjo, María Toquica Clavijo

BIBLIOGRAFÍA

- Artesanías de Colombia, *Censo económico nacional del sector artesanal*, Bogotá, 1998.
- Bernatene, María del Rosario, María Beatriz Galán, *Nuevas redes sociales como objetos de deseo para el diseño*, Facultad de Bellas Artes, U. Nacional de la Plata-Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo, U. de Buenos Aires, 2005.
- Calvo, S. M., "El pragmatismo y la abducción", en E. Díaz, *La ciencia y el imaginario social*, Buenos Aires, Biblos, 1996.
- Chávez, N. y Pibernat, 1989, *La gestión de diseño*, España, Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa.
- Chiapponi, Medardo, "Cultura social del producto", en *Nuevas fronteras para el diseño industrial*, Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1999.
- Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, *Nuestra diversidad creativa*, Madrid, Unesco, 1997.
- EAPC, *Plegable estadístico de Cundinamarca*, Bogotá, Edicundi, 2004.
- Fomipyme. *Manual de operaciones*, Bogotá Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, septiembre de 2004.
- Galán, María Beatriz, *Formación de diseñadores re-*

flexivos, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, U. de Buenos Aires, 2005.

Manzini, E., *Diseño estratégico, una introducción*, Síntesis de conferencia, U. Nacional de La Plata, septiembre de 1999.

Naranjo Castillo, José Eduardo, *Plan de Acción Escuela de Diseño Industrial*, Bogotá, U. Nacional, 2003.

Netto, J. P., G. Parra y otros, *Nuevos escenarios y práctica profesional: una mirada crítica desde el trabajo social*, Buenos Aires, Espacio Editorial, 2002.

Ortiz, R., *Otro territorio*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998.

Rodríguez Quintero, Henry Humberto, *Plan de Desarrollo Municipal 2004-2007*, Municipio de Tabio, C/marca, Alcaldía, 2003.

Salazar, María Cristina y otros. *Investigación Acción Participativa. Inicios y desarrollo*, Bogotá, Cooperativa Editorial Magisterio, 1992.

Schon, D. A., *La formación de profesionales reflexivos: hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje de las profesiones*, Temas de Educación, Barcelona, Ministerio de Educación y Ciencia, Paidós, 1992.

Touraine, Alain, *Crítica de la modernidad*, Buenos Ai-

res, Fondo de Cultura Económica, 1998.

VV.AA. "Autoevaluación", en *Programas curriculares, conceptos y procesos*, U. Nacional, 2002.

_____, *Una visión retrospectiva de experiencias de transferencia de diseño en la universidad enfrentada a la crisis económica y social en la Argentina*, U. de Buenos Aires, 2005.

PÁGINAS WEB

www.catedragalan.com.ar
www.uba.ar
www.iabd.org
www.uiah.fi/projects/metodi/
www.investigacionaccion.com.ar
www.flacam-red.com.ar
www.inbar.org
www.raizdiseno.org
www.uemg.br
www.facartes.unal.edu.co/acunar (a)



DISEÑO, ACADEMIA Y COMUNIDAD

TRANSFERENCIA DE DISEÑO EN COMUNIDADES PRODUCTIVAS EMERGENTES

BEATRIZ GALÁN

ARGENTINA: Diseñadora Industrial, Universidad Nacional de la Plata; Especialización en Tecnología y Producción del Hábitat, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU), Universidad de Buenos Aires (UBA). Profesora Titular, Teoría y Práctica del Diseño; Metodología, Diseño Industrial; Programa de Unificación de Cargos, FADU. Asesoramiento: D. I. Pedro Senar (Manos del Delta), Arq. Marta Neumann (Proyecto Moreno), Andrés Maidana Legal (Fundación El Riachuelo). Escritora, investigadora, asesora y conferencista.

Correo: bealan@fadu.uba.ar

El desarrollo del diseño en nuestro medio, a partir de los años noventa, fue impactado por el cambio tecnológico, proceso que ha servido como marco para la reestructuración de las prácticas y las categorías que las orientan y que ha estado caracterizado por: 1. la necesidad de explicar la actividad de diseño y su inserción en el sistema científico; 2. la irrupción de las nuevas tecnologías y su impacto en los modos de producción, uso y apropiación de bienes; 3. la crisis de los relatos tradicionales de la cultura: la emergencia de nuevos actores, fenómenos y prácticas; 4. las crisis del contexto local, a partir de los cambios estructurales en los patrones del desarrollo. Ello ha dado lugar a la emergencia de nuevos escenarios profesionales y a un incremento de la complejidad del campo disciplinar. Hicimos una reconceptualización del diseño como innovación, incorporando algunos desarrollos metodológicos en este campo. La construcción de estos nuevos escenarios profesionales se dio a través de un monitoreo de diferentes ámbitos de la realidad local, en experiencias de transferencia de diseño en pequeñas empresas, organizaciones de la sociedad civil y programas de gobierno.

Nuestro proyecto reconoce su origen en un convenio suscripto en 1989 por la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU), de la Universidad de Buenos Aires con universidades suizas¹. Coincidió con la expansión del paradigma universidad-Empresa en un contexto local caracterizado por la apertura institucional y el retorno a la democracia. La hipótesis que animaba estas iniciativas era que la formación de masa crítica en investigación en el campo de las nuevas tecnologías asociadas a un dispositivo de transferencia generaba cambio institucional, siendo el diseño el caballo de Troya que llevaba el embrión de las nuevas dinámicas productivas. Los proyectos de transferencia eran como “ventanas a la vida cotidiana” que servían de dispositivos para develar los comportamientos de las comunidades locales, los obstáculos para la apropiación de tecnologías, las éticas que guiaban sus prácticas tecnológicas y de diseño, al tiempo que adelantaban tareas de inteligencia en el sistema productivo.

1 Los proyectos fueron el World Lab Land 5 y el World Lab Land 6, apoyados por el World Laboratory, Suiza. Los centros involucrados en el convenio eran el Cerient Centre de Recherche des Impacts et Enjeux des Nouvelles Technologies, de la Universidad de Neuchâtel, y el Centre d'Appuy Scientifique et Technologique de l'École Polytechnique Fédérale de Lausanne.

La utilización de nuevas tecnologías no debía ser un objetivo en sí mismo: asumimos que ellas, tanto como el diseño, están en el horizonte de cualquier unidad productiva o comunidad como un componente de sus prácticas. Nuestra tarea fue encontrar grupos, comunidades y emprendimientos mientras recorrían este proceso. La noción de “acompañamiento” se consideró un componente esencial de la propuesta, como toma de posición ideológica: asistimos procesos de autogestión, generadores de autonomía que transforma a las comunidades en sujetos del desarrollo. Cada experiencia observada en el dispositivo condujo a explorar y estabilizar un modelo de gestión. Consideramos la calidad de vida como el objetivo de toda experiencia de animación sociocultural, contextualizando la reflexión e instalando en las prácticas del diseño la problemática del desarrollo endógeno. Las premisas teóricas fueron *el cambio tecnológico como escenario, la investigación-acción participativa como metodología, el desarrollo endógeno como objetivo, el diseñador como animador cultural y el territorio como sistema complejo*².

La estrategia externa fue posicionar³ a los diseñadores, es decir, darles un lugar de primer orden como animadores del sistema de innovación nacional, regional y local, mientras que internamente tratábamos de impactar en la formación académica acercándonos a un nuevo perfil de diseñador. Esta estrategia nos condujo al hermanamiento de experiencias similares y a la institucionalización de foros de discusión, como el Primer Encuentro Diseño y Territorio, organizado por la Universidad Nacional de Colombia, en mayo de 2006, y, posteriormente, en un plano más modesto, las Jornadas de Diseño para el Desarrollo Local realizadas en la FADU en agosto de 2006.

DISEÑO Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL⁴

Entendemos el territorio como un sistema complejo resultado de las acciones e interacciones de individuos y/o grupos de individuos, algunos dentro de instituciones, or-

- 2 Autores: P. Rossel, F. Hainard, M. Bassand, “La galaxie culture”, en *Cultures et reseaux et peripherie, Expériences et évaluations d’animations socioculturelles*, Lausana, Suiza, Edition Réalités Sociales, 1990, pp. 31-73. [*Las redes de la cultura*].
- 3 Aunque las academias de la lengua, en su *Diccionario panhispánico de dudas*, no registran el uso transitivo del verbo “posicionar”, con el sentido de conferir estatus o reconocimiento a alguien o algo, su empleo extendido por parte de diseñadores y publicistas, entre otros, nos permite a acogerlo en esta obra (N. del Ed.).
- 4 Proyecto acreditado por la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación y Justicia, Programa 2005-2007.

ganismos oficiales, organizaciones no gubernamentales, en las que el *conocimiento local* es clave. En nuestra propuesta, la experiencia de socialización del conocimiento en el territorio es la unidad de análisis que reubica y redefine la técnica en el contexto del desarrollo local sustentable, favoreciendo su apropiación por las comunidades emergentes⁵. Sostenemos que el desarrollo está más allá de la competitividad:

Es importante tener una visión integradora de este concepto en donde aparezcan armoniosamente coordinados varios matices, y que no solo se refiere a los aspectos económicos, sino también a los ambientales, culturales, sociales, institucionales y de desarrollo humano que se pueden impulsar en un territorio determinado, por ejemplo: “Participación de la sociedad civil, cooperación público-privada, creación de redes territoriales, coordinación de programas sectoriales, valorización del patrimonio cultural local”⁶.

ROL DEL CONTEXTO LOCAL

Argentina vio derrumbarse en los años setenta el modelo de sustitución de importaciones que animó su desarrollo industrial. Como otros países de Latinoamérica, careció de un proyecto de desarrollo productivo de carácter endógeno. El sistema productivo creció como consecuencia de las crisis de los países centrales y careció, por ende, de una estructura articulada. Lo que se entendió por innovación fue un efecto imitativo de los proyectos de desarrollo fordistas, con las limitaciones de los contextos locales en lo que toca a las dimensiones del mercado, la ausencia de una visión estratégica y, en el plano simbólico, la dependencia cultural de los sistemas ético estéticos de los climas de consumo y producción internacionales.

En el 2001, después de casi 20 años de estancamiento del aparato productivo y de destrucción de redes virtuosas, se precipitó la crisis del sistema financiero. El abandono de la convertibilidad creó nuevamente las condiciones para una reactivación.

- 5 B. Galán, A. Maidana Legal, P. Senar y M. Neuman, “Diseño para el desarrollo: un enfoque en expansión”, en Actas del X Congreso Iberoamericano de Gráfica Digital, Santiago de Chile, Si-gradi, 2006.
- 6 M. L. Herrera Albrieu, S. R. M. Medina, M. M. Pellizier, M. A. Zarate, “Aportes de la extensión universitaria al desarrollo local y regional a partir de la preservación del patrimonio histórico cultural de las misiones jesuítico-guaraníes”, Jornadas de Diseño para el Desarrollo Local, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires, 2006. Énfasis agregado.

Pero un porcentaje importante de la población quedó fuera del mercado de trabajo, incapaz de comprender las nuevas dinámicas productivas y viviendo al amparo de subsidios. Este proceso de disgregación social en los contextos locales se manifiesta en la falta de confianza entre actores del sistema, que socava la formación de capital social e intelectual y afecta la dinámica productiva.

A partir del 2000, comenzó a desarrollarse el sistema del diseño a escala nacional, alimentado por expectativas de reactivación, que tiene como destinatarias a las empresas, especialmente a las Pymes, pero cuyo trasfondo es una sociedad sumergida, en parte por la pobreza que ha dejado la crisis. Así las cosas, nuestra preocupación era vincular la economía social emergente con las actividades dinámicas a escala local y regional. Entendimos que nuestro rol debía ser el de formar los recursos de diseño para alimentar este sistema, atendiendo simultáneamente todos los frentes y escenarios de la transferencia. La generalización de las experiencias al ámbito de la educación superior fue una oportunidad para impactar la dinámica universitaria, romper modelos, revisar cuestiones teóricas y comenzar a generar cambios en los marcos regulatorios de la enseñanza.

En su oportunidad analizamos estas experiencias⁷: Las *asistenciales* no cuestionaban los fundamentos y las prácticas disciplinares; las *sistémicas* buscaban en la crisis los lineamientos para un programa de diseño para el desarrollo. En este contexto, definimos lo que entendemos por transferencia de diseño: la promoción, con prácticas de autogestión asistida, de herramientas conceptuales, vocabulario, incorporación de conductas de planificación, enriquecimiento de imaginarios, que habilitan a las unidades productivas, grupos o comunidades, para proyectar y reposicionarse en los nuevos escenarios productivos.

El objetivo más significativo de nuestro proyecto pasó a ser la reconstrucción del tejido productivo. Nuestras estrategias buscaban vincular las iniciativas de supervivencia en el sector de la economía social con las actividades dinámicas locales o regionales, achicar la brecha digital y emprender la reconstrucción del sujeto social

7 B. Galán, "The economical and social crisis as a context for the assimilation of new technologies in Argentina", *Proceeding de the good, the bad and the irrelevant, the user and the future of the information and communication technologies*, vol. 1, Finlandia, University of Art and Design, Helsinki, Media Lab, 2003, pp. 441-444.

a partir de la expansión de la cultura productiva. Es decir, contribuir a la formación de capital social, como un bien público de las comunidades locales que mejore las posibilidades de articulación para enfrentar nuevos escenarios.

En este marco, nos distanciamos de la postura que reconoce la existencia de un “diseño social” por oposición a un “diseño de mercado”. Comprendimos que la sociedad civil es actor estratégico del sistema de innovación y que es imposible comprender la innovación sin una red de actores que articulen a escala local, regional y nacional el Estado, la sociedad civil y el sector privado. Este último innova en la medida en que los comportamientos ciudadanos generan nuevos escenarios construidos sobre nuevas sensibilidades y valores, mientras que la sociedad civil promueve nuevas estrategias de acción comunitarias.

RELACIÓN ENTRE INNOVACIÓN Y DISEÑO

La relación innovación-diseño fue motivo de intensa reflexión. Sostenemos que el diseño debe ser conceptualizado como innovación, porque esta noción da cuenta de la dinámica del conocimiento y su relación con los contextos locales. Por lo tanto, resulta eficaz en el diseño de proyectos, programas y políticas de conocimiento. Y si bien los productos fueron siempre la plasmación de conocimientos de diversa naturaleza, la novedad en la sociedad del conocimiento es que los insumos no son conocimientos tecnológicos duros, sino información y capacidad de compartir, comprender y ubicarse bien frente a otros sistemas cognitivos, simbólicos y culturales. Es aquí donde el diseño adquiere una importancia crucial, por disponer de competencias en dos campos, que resultan comprometidas en este proceso: las competencias técnicas y las competencias simbólicas, que definen el desempeño de los productos en contextos transculturales.

El territorio adquiere un dinamismo propio, al albergar un sistema de agentes de innovación compuesto por unidades productivas, gobierno y tercer sector⁸, capaces

8 Al respecto del tercer sector, vale la siguiente cita: “Ha habido diferentes intentos por catalogar las organizaciones sin fines de lucro. Se han catalogado como ‘organizaciones no gubernamentales’, ‘sociedad civil’, o en otros países, como el sector ‘voluntario’ o ‘independiente’. Según algunos estudios recientes, otra manera más útil de verlas es como un ‘tercer sector’ de la sociedad moderna, igualmente complejo como el primero (el mercado), o el segundo (el Estado)”, en Fundación Corona, “Investigaciones sobre el tercer sector”, en *Reporte Anual 1999*. Documento en línea: www.fundacioncorona.org.co/descargas/reporte_anual_1999 (N. del Ed.).

de relacionarse en una dinámica particular e influir en las unidades productivas locales. El sistema institucional territorial, representado por universidades, cámaras, cooperativas e institutos de investigación, entra en una dinámica que puede ser tanto defensiva y regresiva como positiva y progresista⁹. En el territorio se establece un movimiento en dos sentidos: uno que transmite conocimientos y energía transformadora desde la unidad productiva al territorio, creando una atmósfera productiva, y otro que tiende a transmitir a las unidades productivas las dinámicas del sistema institucional territorial.

La gestión estratégica de diseño para el desarrollo local queda definida por la búsqueda de un acoplamiento estructural entre un contexto externo, articulado en la lógica de la globalización que se impone como necesidad, y uno interno, cuya lógica viene dada por los recursos y las respuestas locales. El desarrollo resulta del acoplamiento sustentable entre estas estructuras, lo que depende del grado de conocimiento alcanzado por las comunidades: autoconocimiento, conocimiento del contexto y conocimiento de las articulaciones posibles. Esta gestión se desarrolla generalmente en varios niveles jerárquicos, relacionados sistémicamente, por un movimiento doble de abajo arriba y de arriba abajo (*bottom-up, top down*) a escala de unidad productiva, de organizaciones intermedias y de contextos locales. La gestión estratégica de diseño es el reordenamiento de recursos, ya sean materiales o simbólicos, para mejorar la posición de un grupo, comunidad o empresa, y su desempeño, en un contexto productivo y social.

La dinámica del conocimiento que revela la noción de innovación contradice el imaginario del diseñador como autor de objetos, pues representa una noción-obstáculo en la creación de una cultura de producto en una lógica colectiva. La innovación, entendida estratégicamente, nos revela una dinámica de acumulación de conocimientos radicalmente diferente, como sinergia de factores y actores locales en un entramado social articulado en cadenas de valor. Surge de una actitud de complementariedad tecnológica madura y no del mero reflejo imitativo de la innovación

EL DISEÑADOR COMO
AUTOR DE PRODUCTOS
O COMO AGENTE DE
PROCESOS

9 F. Boscherini, L. Poma, "Mas allá de los distritos industriales: el nuevo concepto de territorio en el marco de la economía local", en *El rol de las instituciones en el espacio global*, F. Boscherini, L. Poma (comps.), Buenos Aires-Madrid, Universidad de General Sarmiento, Miño y Dávila Editores, 2000, pp. 23-38.

en relación con los contextos de origen. Para no ser entendida como mero reflejo imitativo, la innovación debe ser conceptualizada en el marco del desarrollo local y requiere una actitud intelectual autónoma. Creemos que el diseñador tiene un rol activo como agente de este proceso.

El diseño de autor suele aproximarse a los problemas del desarrollo sustentable, para renovar su vocabulario, e intenta apropiarse y manipular significados políticamente progresistas, con el fin de transformarlos en valores de mercado o en signos de prestigio e insertarlos en circuitos culturales de élite, sin impacto en la calidad de vida local. Para poner al diseño a salvo de estos intentos de actualización sin profundidad reflexiva, es necesario formar al diseñador, en lo ideológico y en lo ético, preservando el carácter emancipador de la disciplina y el de los nuevos desarrollos teóricos que se van generando en esta nueva gesta del diseño latinoamericano. Para que este objetivo se concrete, es necesario enriquecer los contenidos teóricos de la formación del diseñador, enseñando la dinámica de la innovación y su relación con los contextos locales, en dispositivos de formación con tutorado que administren estos contenidos, en relación con la práctica y en cercanía vital con los mismos¹⁰.

PROBLEMAS ÉTICOS
Y ESTÉTICOS EN LA
TRANSFERENCIA DE
DISEÑO

En relación con otros operadores culturales, como en el caso de los artesanos, se plantean también dilemas éticos, ante la sospecha de que el diseño es el agente de introspección de imaginarios y comportamientos externos al sistema local. La transferencia nos enfrentó a otros operadores culturales, con otras lógicas. La contribución requerida se refería al encuadre de sus producciones, en los patrones de comercialización del mercado urbano e internacional, a través de recursos de diseño estratégico, aplicación de nuevas tecnologías, políticas de producto y comunicación, envase, embalaje y punto de venta, pero sin ceder la autoría de los productos. Esto nos dio una nueva lectura de la gestión de diseño estratégico que, siguiendo una inspiración de Alicia Romero¹¹, consistía en espejar las producciones locales, dándoles visibilidad ante los sistemas culturales externos, las instituciones y los mercados. La intervención del diseño en las producciones artesanales ayuda a valorizar y visua-

10 Galán, B., Senar, P., Besada, P., *La formación de diseñadores reflexivos*, Programa RED. Documento en línea: <http://www.investigacionaccion.com.ar>

11 A. Romero, *Estética-Gestión/Diseño*. Documento en línea: <http://www.investigacionaccion.com.ar/site/articulos.php?id=00000020>

lizar los imaginarios locales, generalmente invisibles a los nativos y a los foráneos, a través de un refuerzo semántico. Así, el diseñador que proponemos presta al servicio de las comunidades locales su capacidad de actuar en sistemas transculturales.

Este conflicto se establece en el eje estabilidad/cambio cultural y alienta miedos ante la pérdida de identidad. Los intercambios, cuando se producen en redes inteligentes, conducen a acentuar las identidades y a desarrollar complementariedades, asumiendo conscientemente los costos y beneficios de las aperturas, que siempre deben ser selectivas. Cuando se actúa en el escenario profesional de la “modernización productiva”, generalmente se asumen en forma entusiasta los beneficios de tal operación y no se consideran los costos, representados a veces por cambios en los sistemas productivos y en los estilos de vida. La relación entre artesanía y diseño muestra su lado más oscuro cuando las operaciones de *marketing* ejercen un efecto de saqueo sobre los imaginarios locales, sin distribuir beneficios ni promover aprendizajes que conduzcan a la autonomía. Ezequiel Ander-Egg sostiene que las industrias culturales pasaron de ser objeto de la crítica cultural a serlo de la tecnocracia¹². Para salir de este paradigma, decimos que la validez de una gestión estratégica de diseño queda definida por su adecuación a un proyecto de desarrollo, concebida en una atmósfera democrática entre los actores locales.

La investigación-acción participativa es una metodología que redefine la gestión de diseño. Es investigación en cuanto emplea métodos sistematizados para arribar a un diagnóstico. Es acción porque proyecta con las comunidades, de acuerdo con un criterio de cercanía vital, y, sobre todo, es participativa porque considera a las comunidades como sujetos y no como objetos de la investigación. La participación da sustentabilidad a la actividad proyectiva y la sustentabilidad, a su vez, se relaciona con la profundidad alcanzada por el conocimiento en el seno del proyecto o programa. La conciencia de los procesos que estructuran las redes de la cultura, que

DISEÑO,
PARTICIPACIÓN
Y DEMOCRACIA
CULTURAL

¹² El autor sostiene que las industrias culturales suscitan adhesiones indiscriminadas o rechazos líricos. Señala la significación de los productos culturales y su rol en la emancipación de los pueblos. E. Ander-Egg, “La emergencia de la animación: Problemas a los que responde la práctica de la animación institucionalizada”, en *Metodología y práctica de la animación socio-cultural*, Buenos Aires, Lumen, 1997, pp. 39-75.

determinan por su lado los comportamientos de los agentes, crea gobernabilidad y da previsibilidad a los contextos locales.

La valoración y ordenamiento de los *recursos, competencias y creencias*, incluso de las actitudes resilientes¹³ de cada comunidad, conduce a un *proyecto-programa* que supone el despliegue de *actividades*. Estas involucran *medios*, que quedan definidos en el marco de *políticas de comunicación y productos*. Vistos desde esta perspectiva como mediadores de interacciones, los productos o interfases deben cumplir con *patrones de desempeño* tanto *cognitivo y simbólico* como *técnico y económico*¹⁴. Este proceso nos ofrece una relectura de la contribución del diseño, aportando recursos específicos:

- A través de mapeos productivos y cartografía social, *aporta visibilidad* a las redes del territorio, que enlazan los recursos y las oportunidades.
- Valiéndose de elementos de comunicación, *facilita los consensos*.
- Como sistematizador de sistemas visuales, que expresan las identidades locales, *es agente de institucionalidad*.
- Como sistematizador de las ofertas de productos locales, articulándolas en las dinámicas de la demanda, *ayuda a madurar las cadenas de valor*.
- Al otorgar visibilidad a las redes de la innovación, es una gente de comprensión y apropiación del territorio, de su estructura, de sus posibilidades, y *contribuye a la formación de capital social*.
- A través de la incorporación de nuevas tecnologías en las prácticas sociales, *transforma las comunidades locales en productores de contenidos*, sujetos de la sociedad de la información y agentes de desarrollo, en una escala geográfica más amplia.

13 S. Toscano, V. W. de Spinadel (superv.), "Utilización de los parámetros de resiliencia de la planificación del desarrollo local", ponencia en las Jornadas de Investigación de Diseño para el Desarrollo Local, Buenos Aires, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires, 2006. Documento en línea. <http://www.dide.investigacionaccion.com.ar>. La autora considera la pobreza como el principal factor de contaminación y asocia el éxito de los proyectos de desarrollo a su implementación de la resiliencia, considerada como "la capacidad de un individuo de reaccionar y recuperarse ante adversidades, lo que implica un conjunto de cualidades que fomentan un proceso de adaptación exitosa y transformación, a pesar de los riesgos e infortunio".

14 B. Galán, L. Orsi, "Diseño para la gestión ambiental: decisiones tecnológicas en escenarios participativos", en *Actas del IX Seminario Iberoamericano de Gráfica Digital*, Lima, Perú, 2005.

LA COOPERATIVA MANOS DEL DELTA

Esta fue una operación de diseño estratégico desarrollada en una cooperativa de artesanos localizada en la segunda sección del delta del río Paraná (Figura 1.1). El objetivo de la gestión era colocar a la organización como referente productivo de la región, aprovechando las ventajas externas e internas. Los medios para lograrlo fueron: la marca, el sitio Web, las postales, el catálogo. Este sirvió para desarrollar y valorizar las características del producto, una fusión estética entre el producto y la experiencia de la cooperativa Manos del Delta. La experiencia se desarrolló entre los años

2004 y 2006 con la colaboración de pasantes e investigadores¹⁵ de nuestro proyecto (Figura 1.2).

La gestión desarrollada constituye un ejemplo del acoplamiento posible entre una estructura, la de la cooperativa, y un contexto externo, el delta. Primeramente, se pudo establecer una diferenciación en políticas de producto en relación con otros productos comercializados en la región, pudiendo identificarse un nicho de producto natural, genuino, de la localidad y de calidad artesanal (Figura 1.3). La Cooperativa defiende un estilo de vida en relación con la región, amenazada por las operaciones inmobiliarias o turísticas y productivas de gran escala. Vemos en el delta del Paraná una cantidad de oportunidades de aplicar tecnologías apropiadas a diversos procesos de cuidado ambiental, saneamiento, residuos, etc., de baja escala e impacto ambiental (Figura 1.4). Las posibilidades de implementación y desarrollo de este estilo de vida y su promoción local dependieron de la posibilidad futura de la Cooperativa para articularse con otros agentes y accionar en las redes que determinan las direcciones en el proyecto de desarrollo local.

¹⁵ Los participantes fueron el Diseñador Industrial Pedro Senar, en calidad de director; el Diseñador Industrial. Antonio Vázquez, como animador; los alumnos Constanza Di Diego y Hernán Balducci, en el desarrollo de la marca; Josefina García Figueroa, en el diseño de catálogos; V. Baines, en el desarrollo de multimedia; y los alumnos de intercambio E. Steer, I. Chaparro y S. Santamaría, en inteligencia de consumo.

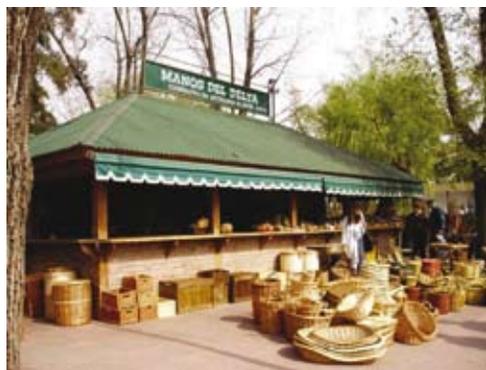


Figura 1.1 Local de la Cooperativa en el Puerto de Frutos.

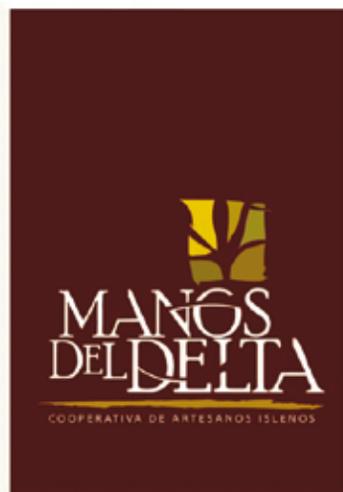


Figura 1.2 Diseño de Isologotipo y aplicación en díptico.

diseño &
territorio

Diseño estratégico y
autogestión asistida
en Buenos Aires

La gestión mostró la potencia del diseño gráfico como agente de institucionalidad y dio visibilidad y sentido a las producciones locales y la posibilidad de obtener resultados más rápidamente que en el campo del diseño de productos, que requiere tiempos más dilatados. En este caso, se optó por el respeto de la autoría de los artesanos y de las características del producto, cuidando de no introducir patrones estéticos o productivos ajenos a los sostenidos por la cooperativa y convalidados por las expectativas del mercado turístico y local.

PREFACTIBILIDAD DE UNA FERIA DE UNIDADES PRODUCTIVAS BARRIALES

Este fue un proyecto a escala barrial¹⁶, cuyo objetivo era identificar, movilizar y articular las competencias y recursos de los barrios Santa Elena, Satélite II y Evita Obrera, y buscaba¹⁷ reconstruir el tejido productivo. El contexto local estuvo liderado por



Figura 1.3 Diseño de postales, serie: Lugares y Artesanos.

activistas de asociaciones civiles de tres comedores comunitarios, con quienes ya se habían establecido vínculos de trabajo cuando un grupo local participó en el Programa Mejoramiento de Barrios (Promeba)¹⁸. El proyecto exploró y propuso movilizar las competencias de estos comedores en el rubro gastronómico, surgidos a partir de la necesidad de enfrentar las necesidades alimentarias de la población infantil. El objetivo inicial era estudiar la factibilidad de una feria que se establecería en un espacio AD HOC proyectado por Promeba.

El partido de Moreno reveló especialmente las ventajas del barrio y su escala adecuada, como primera vinculación con el territorio, para detectar e incubar unida-

16 M. Neuman, J. P. Rufino, "Animación territorial de emprendedores para la organización de una periferia barrial", ponencia en las Jornadas de Comunicación para el Desarrollo Local, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires, 2006.

17 Barrios situados en el partido de Moreno, Provincia de Buenos Aires.

18 Programa del Ministerio de Infraestructura de la Nación que desarrolló un proyecto de urbanización con una metodología participativa e interdisciplinaria.



Figura 1.4 Proceso de fabricación de la cortina de juncos.

des productivas. Esto supuso pasar de producciones domésticas o comunitarias a unidades productivas de la economía social. Mostró también las limitaciones de la escala de barrio para este propósito, ya que el mercado se encuentra localizado en un contexto externo al barrio, cuyos recursos y dinámicas desconocen pobladores. La brecha entre produc-

ciones domésticas y microempresas de la economía social impone la necesidad de reproducir de alguna manera un dispositivo de “incubación” insertado en sus prácticas locales. La articulación con el municipio y sus recursos, ferias locales, resulta entonces fundamental en un segundo tramo, mientras que la feria es importante en una preincubación: elaboración del perfil del producto, identificación de los destinatarios, del tipo de comercialización. El proceso se refuerza con conocimientos de diseño de alimentos, imagen, indumentaria (trajes) y estrategias de comercialización. El perfil de las unidades productivas en el rubro gastronomía surgió de una doble mirada a las competencias barriales y a las oportunidades locales, ya que el (IMDEL) promueve un corredor gastronómico en el municipio. En el proyecto se explotaron especialmente los recursos del diseño gráfico y de la cartografía social, y las actividades se desarrollaron así:

- Mapeo de los recursos en el municipio, buscando la visibilidad de las redes territoriales (Figura 1.5).
- Elaboración del almanaque con los ritmos y los acontecimientos que pueden dinamizar localmente las actividades productivas.

- Introducción paralela de conocimientos sobre nuevas tecnologías, para impulsar a través de la Web la incorporación de recursos en otras escalas diferentes de la del barrio.

Los proyectos de transferencia arrojan resultados indirectos cuya observación, registro y explicación suelen ser claves para entender las dinámicas de la relación universidad y medio social. En el curso del proyecto, dos becarios fueron contratados como tutores de microempresas por el IMDEL, y la Facultad comenzó a actuar como agente activo del sistema local, con cursos de formación de competencias e inserción laboral¹⁹, actividad que involucra siete cátedras del área de tecnología. También podemos citar la animación de iniciativas con jóvenes que permitieron la articulación del grupo con el sector de Cultura Local, con otras ONG, para trabajar temas de droga y causas con la ley. Producto de la animación, hay un CD con una canción musicalizada “Mi mundo es mi barrio” (Figura 1.6).



Figura 1.5 Cartografía del barrio desarrollada por los habitantes.

Figura 1.6 Tapa de almanaque.

INTERNET 2 COMO
SOPORTE DE
COMUNIDADES
EN LÍNEA

CONSTRUCCIÓN DE UN REPOSITORIO DE BUENAS
PRÁCTICAS EN AGUA Y SANEAMIENTO

El trabajo de la Fundación El Riachuelo se desarrolló en Villa Jardín, zona ubicada sobre el río Matanza-Riachuelo, en la conurbación de la Capital Federal, donde solo 67% de sus habitantes cuenta con agua potable y 40%, con cloacas; además, en el mismo habitan 8.600.000 de personas²⁰. El entorno construido es el de un barrio obrero, ya consolidado en su trama y con alta densidad de construcciones de tipo unifamiliar. La Fundación logró con éxito articularse con los habitantes de la zona en una estrategia para tender las redes de agua potable hasta el barrio, con una metodología que va desde la individualización de cada grupo familiar hasta seguimiento de los

19 Cursos acreditados en el Programa Más y Mejor Trabajo, del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, orientado a la reinserción de personas desempleadas en el mercado de trabajo.

20 B. Galán, A. Maidana Legal, “Diseño para el desarrollo: un enfoque en expansión”, en *Actas del X Seminario Iberoamericano de Gráfica Digital*, Santiago de Chile, Sigradi, 2006.

contratistas y empresas a quienes el municipio adjudicó las diferentes obras. Esto forjó una metodología de trabajo que fue socializada en otras entidades barriales, por medio de visitas y asesorías, que se materializaban en reuniones y discusiones sobre la aplicación en cada caso concreto. Tres generaciones coinciden en el mismo barrio, posibilitando la transmisión oral de la experiencia colectiva en torno al problema del saneamiento. En este marco, se planteó el desarrollo de un repositorio y concentrador de iniciativas ciudadanas de estrategias sobre agua y saneamiento que funcionara en Internet 2, como soporte de una red de barrios. Se trabajó en el diseño de una página autoadministrable, con interfaz de *blog*. Se redujeron al mínimo los textos y se incorporó el sonido como elemento de comunicación con relatos de experiencias en la voz de sus protagonistas. Se usaron, igualmente, recursos de la cartografía social, para identificar en el territorio hitos de la zona presentados por los residentes.



Figuras 1.7 Sello de calidad.

Se diseñó un sello de calidad para premiar las buenas prácticas y se desarrollaron marcas barriales (Figura 1.7). El repositorio reúne a las organizaciones de la sociedad civil con la Universidad para fomentar y reivindicar los aportes tecnológicos y metodológicos de soluciones de pequeña escala, opuestas al criterio que privilegia de forma excluyente las grandes intervenciones generadas desde las instancias estatales como única opción de proyecto. Son nuevos criterios tecnológicos para abordar la problemática de agua y saneamiento, con nuevos criterios de diseño de información, sobre la base de dispositivos participativos, horizontales, efímeros y de bajo costo. Internet 2 soporta la formación de una comunidad virtual, en una red que la proyecta más allá del ámbito de barrio.

“El primer sentido general del compromiso de la Universidad con la sociedad es este: aportar una visión lúcida de los problemas y formular alternativas realizables.”²¹

diseño &
territorio

21 A Pérez Lindo, *Universidad, política y sociedad*, Buenos Aires, Eudeba, 1985.

Creemos que el diseño necesita una nueva conceptualización de su accionar para reubicarse socialmente en el contexto local. Tal como lo afirma Bachelard, hay explicaciones que resultan aceptables a la conciencia natural: en este caso, el diseñador es creador-autor de objetos²². Pero esta explicación frena la construcción de cultura de proyecto y de producto. El diseño de autor no crea cultura, porque no revela procedimientos, sino que más bien los oculta, alentando o permitiendo el consumo de mitos: el de la inspiración creativa como acto individual, que mantiene a los propios diseñadores restringidos a circuitos culturales de élite, privando además a la sociedad de los beneficios emancipadores del conocimiento. La universidad es el reaseguro estratégico para preservar este efecto emancipador y su impacto sobre la cultura ciudadana, encuadrando y dando profundidad al diálogo social. Los relatos de las experiencias van delineando las categorías que lo estructuran: de lo tangible a lo intangible, de lo individual a lo colectivo, de lo simple a lo complejo y de lo global a lo local.

22 El concepto de objeto funcionaría como una noción-obstáculo, que, para el autor, frena la cultura y requiere una nueva conceptualización. G. Bachelard, "Las regiones de la epistemología", en *Epistemología*, Barcelona, Anagrama, 1974, pp. 29-80.

BIBLIOGRAFÍA

- Ander-Egg, E., *Repensando la investigación-acción-participativa. Comentarios, críticas y sugerencias*, Buenos Aires, Lumen, 2003.
- _____, *Metodología y práctica de la animación socio-cultural*, Buenos Aires, Lumen, 1974.
- Boscherini, F., L. Poma, "Mas allá de los distritos industriales: el nuevo concepto de territorio en el marco de la economía local", en *El rol de las instituciones en el espacio global*, Boscherini y Poma (comps.), Buenos Aires-Madrid, Universidad de General Sarmiento, Miño y Dávila Editores, 2000.
- Forni, P., M. Siles, L. Barreiro, "¿Qué es el capital social y cómo analizarlo en contextos de exclusión social y pobreza?", *Research Report* No. 35, Julián Samora Research Institute, Michigan, EE.UU, 2004.
- Galán, B., "The economical and social crisis as a context for the assimilation of new technologies in Argentina", en *Proceeding de The Good, the bad and the irrelevant, the user and the future of the information and communication technologies*, vol. 1, Finlandia, University of Art and Design Helsinki, Media Lab, pp. 441.
- Galán B., A. Maidana Legal, P. Senar, M. Neuman, "Diseño para el desarrollo: un enfoque en expansión", ponencia en el X Congreso Iberoamericano de Gráfica Digital, Santiago de Chile, Sigradi, 2006.
- Galán B., P. Senar, P. Besada, *La formación de diseñadores reflexivos*, Programa RED. Documento en línea: <http://www.investigacionaccion.com.ar>
- Herrera Albrieu, M. L., S. R. M. Medina, M. M. Pellizier, M. A. Zárate, "Aportes de la extensión universitaria al desarrollo local y regional a partir de la preservación del patrimonio histórico cultural de las misiones jesuítico-guaraníes", ponencia en las Jornadas de Diseño para el Desarrollo Local, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires.
- Neuman, M., J. P. Rufino, "Animación territorial de emprendedores para la organización de una periferia barrial", ponencia en las Jornadas de Comunicación para el Desarrollo Local, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires 2006. Documento en línea: <http://www.dide.investigacionaccion.com.ar>
- Neuman, M, L. Orsi, B. Galán, "La cartografía social como elemento de mediación para el desarrollo territorial", en Jornadas de Diseño para el Desarrollo Local, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires 2006. Documento en línea: <http://www.dide.investigacionaccion.com.ar>
- Pérez Lindo, A., *Universidad, política y sociedad*, Buenos Aires, Eudeba, 1985.
- Guarga, R., "La pertinencia de la educación superior en el presente de América latina", en M. Bernal, J. L. Parisi (comps.), en *Educación superior, ¿bien público o bien de mercado? Los de-*

bates sobre la internacionalización, desde los noventa hasta la actualidad, Buenos Aires, Pugliese, J. C. Editor, Ministerio de Educación y Justicia, pp. 45-173.

Romero, Alicia. *Estética-Gestión/Diseño. Documento en línea:*

<http://www.investigacionaccion.com.ar/site/articulos.php?id=00000020>

Rossel, P., F. Hainard, M. Bassand, *Cultures et reseaux et peripherie, Expériences et évaluations d'animations socioculturelles*, Lausana, Suiza, Edition Réalités Sociales, 1990.

Toscano, S. y V. W de Spinadel (superv.), "Utilización de los parámetros de resiliencia de la planificación del desarrollo local", ponencia en las Jornadas de Investigación de Diseño para el Desarrollo Local, Buenos Aires, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires, 2006. Documento en línea: <http://www.dide.investigacionaccion.com.ar>

Senar, P., "Gestión de diseño e innovación para la sociedad civil. El caso Manos del Delta, cooperativa de artesanos isleños", en Jornadas de Diseño para el Desarrollo Local, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires, 2006. Documento en línea: <http://www.dide.investigacionaccion.com.ar>

Schon, D., *La formación de profesionales reflexivos. Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje en las profesiones*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1992. (4)



DISEÑO, GLOBALIZACIÓN & IDENTIDAD LOCAL

RETOS DE LAS DEMOCRACIAS PARTICIPATIVAS LA PARTICIPACIÓN EN EL DISEÑO DEL HABITAR

TOMÁS RODRÍGUEZ VILLASANTE

ESPAÑA: Licenciado y Doctor en Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense de Madrid (UCM). Profesor Titular, Departamento de Ecología Humana y Población, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (UCM). Director de los Magister, "Investigación Participativa para el Desarrollo Local", "Planificación de Procesos Participativos". Director de Escuelas de Ciudadanía; Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sustentable (CIMAS). Escritor, investigador, conferencista.

Correo: tvillasante@hotmail.com

Empecemos por retomar un tema que nos coloca en un límite, como un “analizador” o suceso candente, que todos hemos comentado por lo que pueda tener de futuro entre nosotros: la revuelta de los jóvenes de barrios periféricos franceses y también europeos. Es algo que no es nuevo en cuanto a rebeldías de los jóvenes en barrios vulnerables, sensibles, marginados, etc. Lo que es nuevo es la generalización tan rápida entre unas ciudades y otras, y lo que supone de amenaza de nuevas formas de contestación tanto para los próximos años como para nuevos territorios a los que se pudiera extender. ¿Qué pueden hacer las democracias cuando se dan estas protestas generalizadas, cuyo sentido no parece estar claro del todo, al menos con los códigos tradicionales de análisis? Por ejemplo, cuando se queman coches en los propios barrios y no en los centros urbanos, cuando no hay una organización manifiesta que reivindique o que quiera hacer propuestas, etc. Hay nuevos síntomas de malestar por la organización general de nuestra sociedad, no solo al respecto de algunos hechos aislados, sino de fondo.

No se trata de una revuelta islámica, como han querido decir algunos; esto recuerdan mucho más los fenómenos de Caracas, de Córdoba o de Los Ángeles, de hace años. La misma forma de anunciar los hechos la prensa, con titulares como “Los disturbios se cobran la primera muerte”, parece no tener en cuenta las muertes de jóvenes anteriores. Es la sociedad del orden que no entiende a estas bandas juveniles, aunque las haya estado formando con el vocabulario provocativo y descalificador de sus políticos, con la violencia de los video-juegos o de las películas de la TV... Estos jóvenes sienten que no tienen nada que perder. “No tienen interés en ser ciudadanos y es mejor romper”, “Conseguimos cosas: salimos en la televisión y van a dar pasta a los barrios”, “Cuando no hay violencia en los barrios se olvidan a sus habitantes” (Yazid Kherfi, *El País*, 9-11-05). En el fondo es la única vía que les queda para pedir socorro, para integrarse en la sociedad que no les deja otras formas de integración. Salir en los telediarios, aunque sea así, es existir. Si les quitan a los adultos de esos barrios la policía de proximidad, las ayudas a las asociaciones, etc., es porque ha fracasado la vía moderada (por cierto, defendida por muchas entidades islámicas) y triunfa la polarización de los conflictos, y el “¿A ver quién es más macho, el Estado penal, con más cárceles, o mi banda, que es más salvaje que ninguna, más ‘escoria’ que ninguna?”

La opción no la tiene ni el modelo *made in USA* ni el inglés ni el francés. No es una cuestión de formas de distintos tipos de guetos, sino de haber creado guetos urbanísticos y sociales. Da lo mismo que la marginación sea étnica, social o socioeconómica o una mezcla de ellas con lo urbanístico, pues acaban retroalimentándose tanto en lo económico y en lo territorial como en lo simbólico. En Estados Unidos las culturas musicales de los jóvenes lo vienen anunciando desde hace tiempo y en Europa apenas ahora acaban de empezar a mostrar los mismos síntomas. Nos lo están diciendo en los grafitis, en las canciones de rap, etc. Son los gritos de generaciones sin futuro (Holloway). Alguien ha dicho que se trata de ritos de paso. Pero, ¿hacia dónde? No son ritos de paso hacia una sociedad adulta integrada. Sus padres, después de trabajar toda la vida, se encuentran sin trabajo y sus asociaciones apenas son reconocidas; solo el delito o el fundamentalismo se ven reconocidos por los medios de comunicación. Hace años así me lo explicaba un grupo de jóvenes ante una cámara en el municipio de Parla (Madrid): preferían “dar un palo” que ponerse a trabajar como burros y, como su padre, acabar despedidos y borrachos.

“Socialismo o barbarie”, decía el movimiento social europeo hace años. Y como no conseguimos lo primero, pues está llegando lo segundo. La falta de perspectivas vitales abre un nuevo proceso, que por lo menos no va a dejar que perviva la hipocresía y el cinismo de la pura represión sin más. Es la “explosión del desorden” (Fernández-Durán), y aunque no se le vea salida fácil nos sitúa en un nuevo escenario, no solo del terrorismo “externo”, sino en el de los problemas “internos” que no vamos a poder eludir de ninguna manera. Las medidas represivas (expulsar población, recrudescer los controles de entrada, aumentar las cárceles, poner más policía en todas partes) no harán otra cosa que tensionar aún más las situaciones conflictivas. El miedo a la represión puede hacer ganar algunos votos de los electores o detener algunos estallidos de rebelión, pero, en el fondo, la situación de violencia estructural será vivida de peor manera por el conjunto de los ciudadanos. Esto afecta sobre todo a los sectores medios urbanos, porque quienes puedan vivir en sus urbanizaciones de lujo superaisladadas y muy vigiladas, o quienes se muevan en los guetos sin control y abandonados socialmente, no van a vivir estas tensiones tan mal como lo harán a mediano plazo los centros y las zonas urbanas de transición. Ya lo dijo Umberto Eco en los años setenta: estamos viviendo en una nueva Edad Media y cada cual se refugia en sus castillos, sus bosques, sus chozas, sus gremios, etc.

Las medidas de urgencia del gobierno francés parece que no han entendido la cuestión que se plantea. Además de la represión sin más, de tipo policial “duro”, aparecen otras de tipo “blando”, que tratan de restaurar más de lo que ya tenían (y habían suprimido). Poner más dinero para empleo, para agencias de renovación urbana y de cohesión social, y para asociaciones civiles. Poner a 5.000 pedagogos en los colegios de estos barrios y citar a entrevistas personales a “todos los jóvenes de menos de 25 años” al servicio de empleo. No aparecen por ningún lado medidas comunitarias ni participativas con las redes sociales de estas poblaciones, más allá de algunas reuniones simbólicas para la prensa. Son medidas cuantitativas en lo que toca al dinero y cualitativas en lo que toca a las agencias profesionales, pero los poderes decisivos los siguen manteniendo lejos de estas comunidades barriales. Incluso se justifican contraponiendo los valores “republicanos” y los “comunitaristas” (Vidal-Beneyto). Pero no es cuestión de más profesionales o de más dinero, que traten de acallar el ruido, sino del modelo de toma de decisiones. Se trata de que las redes sociales de estos barrios y de toda la ciudad puedan manifestar sus necesidades de forma integral y guiar planes que den soluciones a lo que plantean: aterrizar y concretar la *dignidad de cada lugar*, las *democracias participativas* y los *recursos disponibles*.

Existen metodologías participativas que permiten responder a estas exigencias en los barrios, tal como las tratamos de poner en práctica, pero es necesario partir de la implicación de importantes redes por parte de la propia población involucrada. No se trata de mitificar las comunidades, pues efectivamente pueden estar manipuladas por fundamentalismos o por clientelismos varios, pero tampoco cabe escudarse en estas dificultades para desconocer los síntomas manifestados por sus propios afectados. Hay que partir de donde duele, no porque sea la causa profunda del dolor, sino para poder llegar a construir el camino que nos permita que las energías fluyan creativamente por esas vías, en vez de bloquearlas. Las relaciones entre la administración y las entidades ciudadanas, entre las mismas entidades y entre la ciudadanía de a pie y las entidades y la administración suelen funcionar con muchas deficiencias.

Es en estas relaciones de la vida cotidiana donde debemos fijar nuestra atención para que las energías puestas en ellas consigan hacer más fluidos y eficientes los procesos de toma de decisiones y de ejecución de las mismas. Lo que podemos avanzar en estos momentos va más allá de las grandes teorías de filosofía política, de los

ideales de la democracia, para tratar de demostrar con ejemplos concretos (seguramente parciales y limitados aún) cómo se puede articular una planificación participativa eficaz, cómo se pueden integrar colectivos de diferentes culturas, cómo se puede hacer seguimiento y control de las decisiones públicas, cómo se puede medir con otros indicadores que no sean el dinero.

Antes de ver cómo hacer las cosas y qué caminos emprender, conviene pensar un poco para qué pretendemos hacerlas. El habitar tiene que ver con el hábitat, pero no se reduce a sus aspectos espaciales o tecnológicos. Es una distinción importante, pues así podemos considerar para qué y para quiénes hacemos las cosas y qué contenidos espaciales se pretende relacionar con los sujetos y las redes de uso y convivencia. Estas cuestiones a veces se pasan con conceptos genéricos, como habitabilidad, calidad de vida, democracia, en los que aparentemente todos coincidimos, pero acerca de los cuales cada quien entiende cosas muy distintas cuando los concretamos a lo largo de los procesos. Si no se aclaran los problemas y las paradojas que pueda haber escondidos en ellos, el campo donde nos hemos de mover o ni siquiera qué es lo que no queremos, acabarán por surgir las disputas cuando menos se lo piense.

Al principio no es necesario precisar tanto qué es lo que queremos, pues cada cual acabaría por excluir incluso a los más cercanos. Es preferible empezar por excluir lo que no queremos, pues esto nos permite delimitar un campo con varias posibilidades de construcción colectiva. Así podemos mantener algunos objetivos generales, sobre todo si establecemos distinciones lo más claras posibles con lo que serían sus contrarios. Por ejemplo, en el campo del habitar, podemos establecer una primera distinción entre el urbanismo especulativo segregacionista que se ha venido dando y el objetivo de desarrollo sostenible o sustentable. Es un primer paso para empezar a rechazar lo que no queremos, aunque en esta dicotomía no se concrete ni siquiera si es sostenible (tecnológicamente, desde arriba) o sustentable (sustentado desde abajo).

Parece que necesitaremos construir participadamente indicadores que nos concreten en cada caso cuánto de cada cosa se precisa para cada momento del proceso. Por ejemplo, otro eje más emergente desde las prácticas habituales estaría entre los planes comunitarios, de un lado, y las ocupaciones (de familias necesitadas) y

DISTINCIONES
ACERCA DE ALGUNAS
CONTRADICCIONES EN
QUE NOS MOVEMOS

“okupaciones” (de grupos alternativos), del otro. Como vemos, en cada práctica y concepto aparecen a su vez nuevas distinciones que van precisando qué es lo que vamos queriendo hacer, cuánto de tal o cual aspecto y cuánto de aquel otro. Son campos que exigen ir tomando decisiones durante el proceso y no dependen de lo idónea que sea en abstracto una idea, sino de qué tanto están dispuestos a realizarla las personas y grupos implicados. Hay muchas formas de oponerse a la especulación y la segregación de un territorio, pero saber cuál es la combinación adecuada en cada caso es algo que solo es viable y deseable que se construya con la presencia de las propias redes sociales.



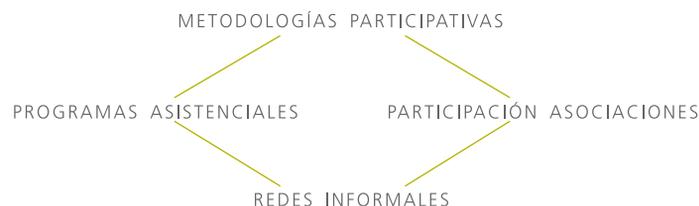
Podemos seguir profundizando en estos juegos de distinciones y construyendo estos “tetralemas”, que superan los dilemas iniciales. Siempre hay un primer eje dominante que nos permite delimitar en contra de qué estamos y que nos pone de acuerdo con los participantes en estas primeras tomas de decisión, en un campo que debemos ir profundizando bastante más. Siempre podemos ir construyendo nuevos ejes emergentes, cuando vayan siendo planteados por los implicados, para que las decisiones sean participativas y mejor asumidas por el conjunto. En el caso de los planes comunitarios, sin duda hay muchas formas de realizarlos, y lo mismo pasa con las “ocupaciones” de tierras o de edificios. Lo más importante es saber que estamos moviéndonos en campos de decisiones no cerradas, al ritmo de la construcción colectiva, dependiendo de las fuerzas sociales presentes y de sus intereses. Los tetralemas entonces nos sirven para no cerrar de antemano los procesos y para devolver a los grupos y sectores una democracia y un procedimiento antiespeculativo.

Pero también debemos tener en cuenta los aspectos económicos, para los procesos de reurbanización, por ejemplo. La precariedad estructural de muchos de los habitantes de estos barrios segregados es un elemento clave para establecer estrategias viables que no se queden en el mero diseño arquitectónico de viales y edificios. He-

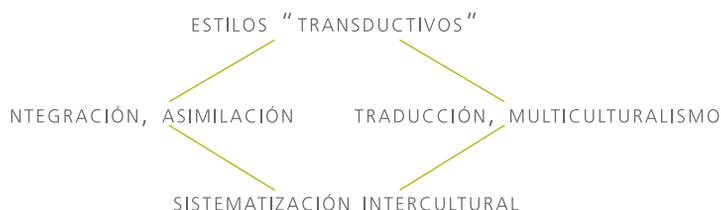
mos visto demasiados edificios premiados por su diseño cuyo uso ha sido el contrario del que se pretendía, ante la imposibilidad de las familias de atenerse a la capacidad de mantenimiento requerida. Así, lo que se diseñó para garaje también se puede usar como almacén o como taller o como tienda. Es prioritario establecer distinciones en las iniciativas de trabajo que cada sujeto puede asumir, para no diseñar todo según tipologías uniformes, sin referencias concretas a los usos que se le dará a cada espacio. Frente a la precariedad estructural del mercado en que se sitúan muchos sectores, cabe plantearse una *regulación de espacios para la formación y el trabajo* en las reurbanizaciones. Pero dentro de este objetivo también cabe otro eje emergente, entre sistemas de iniciativas cooperativas o de las subvenciones planificadas, aunque sean improductivas desde el punto de vista del mercado. Más tetralemas se nos abren en este campo.



La organización de estos procesos es trabajo aparte, que no debemos olvidar para poder aprovechar toda la potencialidad de las iniciativas en juego. Por un lado tenemos las administraciones públicas y sus profesionales, que adelantan programas más o menos asistenciales, en función de necesidades que creen observar, en el mejor de los casos, y en función de las campañas de prensa y las polémicas entre los partidos, más frecuentemente. En el otro polo de este dilema aparecen las distintas asociaciones que reclaman formas participativas, dado su mayor conocimiento de las necesidades de los sectores que se ven involucrados en cada proceso. Pero tampoco aquí las cosas son tan sencillas, pues en el terreno participativo también se dan redes informales que a veces son clientelas de tal o cual dirigente o grupo social o político. El eje emergente en estos procesos nos confronta con las redes corporativas, con sus intereses particulares, con las metodologías participativas de los “conjuntos de acción”, por ejemplo. Pues hay modos de que puedan limitarse los vicios –de los profesionales, de las asociaciones o de las redes informales– y, en cambio, se fomenten ambientes creativos y solidarios desde las iniciativas particulares.



Las cuestiones culturales y simbólicas siempre están presentes al considerar el habitar. Y hay diversas formas que no siempre han de pasar por la integración o asimilación a la cultura dominante. Sin duda, las primeras dicotomías se plantean entre el afán de los que viven en un lugar y suelen pretender que los demás se acoplen a sus costumbres y el respeto por las multiculturales formas de vida de cada cual, pues a lo más que podemos llegar es a “traducir”, hacer inteligibles, unas y otras culturas. En la práctica, la cosa suele ser más compleja y se dan diferentes grados de interculturalidad, porque se van produciendo diversas formas de “sistematización” entre lo que aportan unas y otras culturas. Pero en el eje emergente se nos vuelven a plantear los problemas de saber cuál es la buena sistematización o cuáles son las traducciones acertadas. Como mucho, podremos rechazar el inmovilismo de la integración a una cultura que no acepta cambiar ni crecer, el regreso a una identidad pura que, por inexistente, solo puede encubrir la imposición a quienes no la compartan enteramente. Pero también se pueden plantear estilos creativos en el eje emergente, que no supongan una sola sistematización, sino la apertura de saltos “transductivos” a variadas propuestas desde las culturas vigentes.



Al presentar estos tetralemas se pretende, en primer lugar, desbloquear los dilemas en los que muy a menudo nos encierran, como en callejones sin salida, los planteamientos tanto de los promotores de los procesos como de los propios usuarios, cuando no se trasciende lo inmediato ni se va más allá de las necesidades más sentidas. Estas distinciones no son solo conceptuales, sino que apuntan a un proceso de pro-

fundización en prácticas diversas y posibles. Sirven para hacernos algunas preguntas, muchas veces con las mismas frases recogidas de sectores de la población que no suelen ser escuchados (jóvenes, minorías, etc.) y que abren los procesos más allá de debates interminables entre dirigentes muy polarizados. Es en esta complejidad de contradicciones y paradojas donde surge la creatividad, cuando se consigue generar un ambiente adecuado confiados en que, entre todos los presentes, podemos construir caminos que nos resulten viables y que respondan a buena parte de nuestras necesidades. Construir los “para qué” (los objetivos) no es algo que podamos hacer evidente al principio de la concreción de un proceso. Se trata más de un proceso de cierta duración en el que se van encadenando dilemas y tetralemas y para el que lo más importante es rescatar toda la creatividad de los sectores potencialmente implicados. Y no por ser muchos los que acuden a asambleas masivas, sino por la posibilidad de cada cual de aportar en conversaciones, en talleres o en reuniones, donde la gente pueda aprovechar una construcción colectiva desde los diferentes intereses en juego.

Ya existen suficientes experiencias y modalidades diversas de democracias participativas para que no tengamos que hablar en abstracto. Pero eso no quiere decir que ya tengamos soluciones claras y contundentes, sino que estamos iniciando caminos diversos, con sus pros y sus contras, y que aún tenemos muchos retos por delante. Algunos de esos elementos problemáticos son los que queremos discutir con base en las controversias actuales acerca de los presupuestos participativos, de los ritos democráticos, de los sistemas de planificación social, de los sistemas de indicadores, etc. Porque las causas profundas del malestar de muchas comunidades locales tienen que ver con la insatisfacción producida ante las formas como ellas se ven marginadas de las actuales tomas de decisiones, ante las formas de organizar el trabajo, ante los valores, que se declaran pero no se cumplen, etc. Por eso vamos a tratar de comparar las diferentes soluciones que se vienen aportando, sus complementariedades y sus contradicciones. Muchas de estas contradicciones se formulan a veces de manera demasiado simple, en plan de dicotomías o dilemas: es esto o lo otro. Pero las cosas no suelen ser tan simples, pues además suele suceder que no es ni esto ni lo otro o que es esto y también lo otro. Como vamos a ver, estos tetralemas amplían el campo de discusión acerca de lo que se puede hacer y hacen emerger unos ejes nuevos de propuestas que van más allá de los habituales. Veamos algunos casos concretos.

RETOS DE LAS
DEMOCRACIAS
PARTICIPATIVAS

Se plantea como forma de llevar más cerca los servicios al ciudadano, pero no siempre da los mismos resultados. La cuestión es que no siempre se trata de hacer lo mismo, aunque la expresión sea semejante, y resultan posiciones realmente contrapuestas y hasta contradictorias. Por eso hay que entrar a hacer formulaciones más concretas en cada caso y no quedarse en un debate de principios abstractos; por ejemplo, si la descentralización es buena o mala, muy cerca de discusiones ideologizantes y maniqueas. Para empezar, las formulaciones más habituales ya nos plantean una dicotomía restringida entre descentralización con reglas de mercado hacia empresas y ONG, a quienes la autoridad delega algunas de sus responsabilidades, o bien desconcentración hacia algunas unidades burocráticas menores, con más funcionarios, para estar más cerca de los problemas cotidianos. Este debate remite en seguida al de la privatización de lo público (con intereses particulares en juego) frente a la burocratización (con falta de control y eficacia de los servicios), de modo que no deja ver muchas veces qué tanta razón tienen unos y otros, en las críticas, aunque no en las alternativas.

El modelo tradicional, en el que la administración pone más funcionarios o técnicos contratados para solucionar cualquier asunto, desde luego hace que se multipliquen las instancias de responsabilidad y las coordinaciones, en el mejor de los casos, pero no garantiza la dedicación cualitativa a los problemas. Los sistemas de control y de incentivos a los trabajadores públicos dejan bastante que desear, pues las autoridades no pueden llegar a todas partes, los sindicatos tienden más al corporativismo que a la autocrítica y la ciudadanía apenas posee formas de criticar o estimular un servicio. El modelo basado en delegar competencias en entidades privadas, con ánimo o sin ánimo de lucro, tiene su lógica en la falta tradicional de resultados de las burocracias estatales. Pero las experiencias de este tipo de mercado de servicios tampoco nos garantizan que se eliminen las burocracias, sobre todo en el caso de grandes empresas, que aunque a veces pueden dar servicios más baratos, por las condiciones de explotación del trabajador, traen también mala calidad en los servicios. Y en las ONG hay de todo, pues algunas no son más que empresas disfrazadas y otras en cambio ponen un voluntarismo que les permite aportar unas calidades que pueden ser interesantes para los usuarios del servicio. Pero, aun así, tanto las mejores ONG como las mejores empresas son controladas más por las reglas de la competencia del mercado que por los objetivos de planificación y control públicos.

Así podemos ver en un territorio competir a varias ONG por las subvenciones o los convenios, en vez de establecer una cooperación más beneficiosa para los intereses de la gente.

Por estas razones, aparecen frecuentemente experiencias de luchas populares que surgen de las bases sociales enfrentadas con las administraciones. Y si no surgen más luchas no es porque no haya un descontento latente, sino porque no se cree que sirvan para algo, pues tras la reivindicación se suele contestar desde la administración con más funcionarios o con más servicios privatizados. La cuestión pública no se ve como un modo de dar protagonismo a la ciudadanía, sino como una manera de atender con dinero y trabajadores cuando hay algún brote de protesta. Son escasos y se cuentan como casos singulares en cada ciudad los planes comunitarios surgidos de demandas de la ciudadanía. A veces se consigue articular los diversos servicios implicados en la localidad y se prevé con tiempo, a partir de un diagnóstico participativo, cómo deberían hacerse las cosas para que funcionen los servicios que existen. Evidentemente, cuando se dan y se multiplican tales situaciones de eficiencia, se pueden combinar elementos de la administración, de ONG, religiosos, privados y de movimientos sociales, en una suerte de democracia participativa, si las metodologías son las adecuadas. Este camino sí entra a controlar a los funcionarios y a los no funcionarios, sí hace propuestas desde la base e incluso les discute a los políticos sus papeles a veces demasiado prepotentes, razón por la cual desde las mismas administraciones o desde entidades privadas se prefiere seguir discutiendo sobre la privatización o la burocratización en términos más ideológicos que prácticos.



Los movimientos sociales y las protestas son los síntomas de que la cosa ya no se aguanta más, pero no por eso tienen razón siempre. Sobre todo cuando se parte

de situaciones donde un colectivo social se toma la protesta en plan corporativista o sectorial, sin tener en cuenta a los otros sectores que conviven en la localidad. Es bueno que se parta de la base de procesos continuos de retroalimentación, que son los que pueden prevenir los malestares, pero ha de hacerse de manera coordinada y no burocrática. Esto requiere de formas concretas de democracia participativa a pequeña escala, que hay que estudiar en cada caso. Ni tan pequeña que nos ahogemos en el conflicto de escalera, a pequeña escala, o en la pelea entre familias ni tan grande que la mayoría de la ciudadanía no organizada se desentienda, por no sentirse cercana a la problemática. En las ciencias sociales estos temas están bastante estudiados y hay varios ejemplos a partir de los cuales se puede ir construyendo y reconstruyendo, para hacer las cosas de la mejor manera. El debate hoy está en el eje vertical entre las protestas y las propuestas de los planes potenciales, para atender a la calidad de los servicios que se van haciendo necesarios en nuestras sociedades cambiantes. Avanzar en la articulación horizontal y vertical de los sectores, recursos y responsabilidades democráticas es una primera condición para superar las ineficiencias del actual sistema.

En el caso de Sevilla, como en otros, antes de los *presupuestos participativos*, ya se había elaborado el Plan General de Ordenación Urbana, el Plan Estratégico, la Agenda Local 21 de Sostenibilidad, etc., que marcan las grandes líneas del modelo de ciudad. Pero entre esas líneas propuestas por comités técnicos y de asociaciones para bastantes años y lo que se ha de hacer cada año (con asambleas de la ciudadanía) caben unos elementos intermedios, que llamamos *grupos motores*: gente voluntaria que en los barrios quiere articular la democracia participativa, o grupos motores de algún sector de la ciudad (mujeres, inmigrantes, etc.) que también quieren que las nuevas formas democráticas vayan tejiendo redes entre las asambleas de cada año y las grandes decisiones estratégicas de la ciudad. Son las personas que se mueven en cada barrio o sector para promover los planes integrales, sectoriales, o comunitarios, pero que no se quedan en luchas puntuales, sino que apuntan a articular todo lo que se mueve en cada ciudad. Desde distintos tipos de reivindicaciones o propuestas, tratando de ampliar las redes sociales, sin quedarse anclados en los intereses partidistas o de un colectivo determinado. En la medida que actúan sobre redes y conjuntos de acción plurales, estos grupos tienen el apoyo de técnicos municipales para que se incorporen nuevas asociaciones y sobre todo personas o colectivos. Se trata de que en cada zona o sector con problemáticas concretas se

puedan ir uniendo la mayoría de las personas interesadas tanto en conseguir lo más urgente para el año siguiente como en proponer a medio plazo una mejora de la calidad de vida local.

INGRESOS DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y DE LOS TRABAJADORES

En este tema hay también polémicas que desbordan el asunto de los gastos de las administraciones y su control. Porque no se trata solo de gastar para resolver los problemas sociales. La cuestión suele venir en primer lugar de un debate no resuelto sobre los incentivos requeridos para trabajar y dar buenos servicios. No está claro si aportar más trabajadores y más salarios para un servicio implica que estará mejor atendido, aunque más medios y más recursos deberían garantizarlo. No se puede trabajar bien con inestabilidad laboral y con bajos salarios, por lo que esto es un requisito necesario. Pero también es cierto que los trabajadores bien pagados y estables de las universidades, del Estado o de las administraciones locales no prestan mejores servicios, una vez que se han instalado en sus rutinas burocráticas. Tampoco vemos que los sindicatos se afanen o aporten sistemas de incentivos para que los trabajadores sean más creativos y atiendan mejor los servicios, más bien se instalan en la defensa del puesto de trabajo y del salario, oponiéndose a cualquier otra forma de contratación o estímulo. En Europa esto es un problema, pues los funcionarios ven pasar no solo a la población, sino incluso a los políticos, con aire de que casi nadie puede controlar su trabajo; como mucho, se logra trasladarlos. En Latinoamérica y otras zonas, el problema es más de inestabilidad, como aquí es el de los contratos precarios, pero a fin de cuentas no tenemos un sistema público ágil y resolutivo.

Las soluciones que apuestan por el mercado tal como está, privatizando los servicios, porque así sale más barato limpiar las calles o atender a los enfermos, no están pensando tanto en servicios de calidad para toda la población como en hacer un buen balance económico entre ingresos y gastos. Y es cierto que las economías públicas han de mejorar sus desequilibrios, controlando mejor sus ingresos y gastos, pero la cuestión es cómo mejorar la eficiencia de sus trabajadores. Los incentivos actuales del mercado no se rigen por procesos democráticos, ya que la gente adopta un comportamiento dependiente de quienes tienen capacidad de inversión. Por eso tampoco en el mercado de servicios la ciudadanía puede encontrar respuestas a sus necesidades, sino en la construcción de demandas mediante una oferta limitada

a unos cuantos pudientes en servicios de cierto lujo, o bien en la resolución de las demandas mediante trabajos muy precarios para atender a la generalidad con bajas calidades. De cualquier modo, solo las minorías que tienen dinero pueden sentirse protagonistas de la resolución de sus necesidades, e incluso en estos casos las soluciones aportadas son más de *marketing* de productos de moda que de construcción participativa y creativa. Los incentivos de la privatización tampoco son los idóneos para las cuestiones públicas que hay que resolver.

Desde hace algún tiempo, el llamado “tercer sector”¹ ha venido creciendo en este tipo de servicios, pues pareciera tener capacidad para resolver las contradicciones que venimos planteando. Por un lado, no lo componen empresas con ánimo de lucro, y como sus motivaciones no están en la acumulación de capital, pueden prestar servicios más centrados en las motivaciones sociales y humanitarias que las mueven. Por otro lado, su estructura está centrada más en las iniciativas sociales de los colectivos que dicen tener vocación de servicio no burocrática. Así, la agilidad que se supone que posee la pequeña empresa y las motivaciones de un servicio público debieran significar un avance sustancial en los incentivos para dar una mayor calidad a sus actividades. Pero no todo es tan claro, pues en no pocos casos se sustituye la burocracia estatal por un clientelismo más o menos encubierto. La concesión de servicios en despachos de una u otra administración a entidades afines al jefe de turno es una práctica que en no pocos casos puede significar clientelismo y en otros, directamente corrupción. Además, muchas de estas entidades, por no tener una finalidad lucrativa y no ser gubernamentales, se valen de un voluntariado y de una precarización de sus empleos, lo que está más cerca de la explotación que de la justicia social con sus trabajadores. Es necesario que se aclaren mucho más los mecanismos de este sector, que está llamado a ser una buena alternativa tanto a la burocratización como a la empresa capitalista.

1 “Ha habido diferentes intentos por catalogar las organizaciones sin fines de lucro. Se han catalogado como ‘organizaciones no gubernamentales’, ‘sociedad civil’ o, en otros países, como el sector ‘voluntario’ o ‘independiente’. Según algunos estudios recientes, otra manera más útil de verlas es como un ‘tercer sector’ de la sociedad moderna, igualmente complejo como el primero (el mercado), o el segundo (el Estado)”, Fundación Corona, “Investigaciones sobre el tercer sector”, en *Reporte Anual 1999*. Documento en línea: www.fundacioncorona.org.co/descargas/reporte_anual_1999 (N. del Ed.).



La articulación pública entre colectivos de trabajadores está muy cerca del llamado tercer sector, pero no tiene una definición negativa (no lucrativo, no gubernamental), sino positiva, pues se trata de un grupo de funcionarios o de trabajadores públicos que deciden mejorar sus servicios y presentan una iniciativa, la cual resulta interesante a juicio de la población y de los responsables. Hay que ver cómo se pueden articular estas iniciativas democráticas dentro de la administración y cuáles son sus modos de participación, para mejorar los servicios desde dentro del sistema y no solo con protestas o propuestas de la ciudadanía, desde fuera. Defendemos las “asociaciones libres de trabajadores” tanto fuera como dentro de la administración, de modo que puedan acceder a incentivos adecuados, por ejemplo, de flexibilidad de horarios o a mejores recursos y medios para su trabajo, etc. No todo tiene que pasar por salarios más altos, sino por un trabajo más digno y creativo. Se trata de un mercado de iniciativas regulado por otros incentivos, no tan costosos. Nosotros mismos estamos funcionando en nuestro Instituto Universitario de esta manera, sometiendo la eficiencia de nuestros servicios al criterio de la población con la que trabajamos y de las administraciones con las que tenemos convenios. Se puede desarrollar mucho más un “mercado” entre equipos de entidades públicas (estatales o sociales), siempre que se tengan claros los elementos que incentivan y controlan.

En el caso de los funcionarios en Europa, se ha de estudiar cuáles son realmente sus intereses, más allá de garantizar el puesto de trabajo y un salario digno. Un equipo de antropólogos en Sevilla estudia las culturas del trabajo en relación con los presupuestos participativos de la ciudad, los cambios que ven desde dentro los propios trabajadores y cómo piensan mejorar su eficiencia y sus condiciones de trabajo. Las nuevas formas de las democracias participativas no solo movilizan a la gente, sino que también obligan a que se cuestionen las formas de trabajo tradicionales en la administración. Varios equipos universitarios tenemos convenios con el Ayuntamien-

to, unos para trabajar con los técnicos internos, otros para trabajar con los niños y adolescentes, otros con los indicadores de calidad del proceso, etc. La cuestión es que pueda haber control de la ciudadanía (grupos motores, asambleas, etc.) y de la dirección política de la ciudad (renovación o no de los convenios) y que estas iniciativas se puedan articular entre sí y con los sectores interesados. Además, también se ha de considerar que, desde el punto de vista del presupuesto público, funcionar así sale más económico que contratar o nombrar como funcionarios a los miembros de todos estos equipos. La cuestión no es tanto que seamos funcionarios o no, y de qué entidad, sino si se pueden articular estos equipos para hacer viables las nuevas propuestas democráticas. Las metodologías participativas no es preciso que sean elaboradas por técnicos universitarios, pueden también provenir de distintas capacitaciones e incluso de colectivos, siempre que se articulen para profundizar la democracia.

DEMOCRACIAS PARTICIPATIVAS, PLANES COMUNITARIOS E INICIATIVAS DE BASE

Con estos temas llegamos a la cuestión de cómo las democracias participativas pueden tanto encuadrar en los planes comunitarios o ciudadanos como coordinarse con los trabajadores sociales y las iniciativas de base. Pues hay que diferenciar, ya que detrás de cada forma de hacer las cosas siempre hay unos contenidos más o menos encubiertos, que acá queremos desvelar, no tanto para insistir en las críticas al mercado o a las democracias representativas, como para avanzar en las nuevas propuestas que estamos poniendo en marcha. No es lo mismo un mercado de valores financieros, como la bolsa, que un mercadillo de barrio, pero los rituales de compra y de venta, en un aparente caos y con elecciones aparentemente libres, son símbolos del mercado, sistemas que se autorregulan según unas leyes que no son muy transparentes y que subyacen a él, sin ser del todo evidentes. No solo hay problemas democráticos en la capacidad desigual de compra, sino también en la capacidad de oferta. Los trabajadores que producen tienen poco que decir en las grandes transacciones internacionales, los consumidores medios sabemos poco del *marketing* y de los productos que llenan los supermercados, y ni siquiera en los mercadillos más tradicionales compramos siempre lo que necesitamos, sino lo que la labia del mercader nos dicta. Estos juegos desiguales, sin embargo, construyen una cultura de libertad del mercado en la que todos vivimos y en la que hemos aprendido a tener cuidado, para no ser engañados ni convencer a otros de que lo nuestro es lo mejor.

Las votaciones periódicas apuntan, en cambio, a otro lado. Se supone que esto es lo más democrático, pues no interviene el dinero en la compra, pero no se repara tanto en que la oferta sí que es muy cara de montar, pues las campañas de los partidos hacen que las pequeñas propuestas ni se vean, al lado de las grandes. Así, la pluralidad y complejidad social se reduce a unas pocas expresiones que tienen posibilidades electorales, que además se presentan como excluyentes, pues solo se puede votar por un partido o candidatura, aunque no acabe de convencer (recientemente, un catedrático catalán ha propuesto la posibilidad del voto negativo, pero no creo que prospere: por si hay más negativos que positivos...). En todo caso, si alguien quiere propuestas de una y otra opción no puede conjugarlas en ninguna proporción, ni puede alterar las listas cerradas y bloqueadas, etc. Hemos luchado muchos años contra una dictadura y no estamos por denigrar sin más el sistema electoral, pero hemos de reconocer que tiene muchos defectos. En general, al respecto, es más permisivo con los abusos del poder, que podemos corregir más o menos cada cuatro años, que propiciador de formas creativas y participativas que abran espacios a las iniciativas de la ciudadanía. Quien sale elegido se cree legitimado para atender en su despacho a diversos colectivos y poder conceder tales o cuales ayudas, siempre que no quebrante la ley. Estas prácticas han ido creando una muy mala opinión de la política y de los políticos, muy cercana del amiguismo o clientelismo, cuando no de la corrupción. Es necesario pensar en otros rituales o fórmulas en las que la ciudadanía pueda volver confiar, en interés de las cuestiones públicas. Y no solo por una cuestión de la ingeniería electoral entre partidos, sino para que la política pueda dignificar sus sentidos.

Aparecen fuera del sistema habitual partidista otras formas de expresión sociopolítica, como son los referendos, las asambleas, las manifestaciones, la acción directa, las ocupaciones, etc. Hay una gran diferencia de forma entre cada uno de estos ritos de participación, aunque existen elementos comunes que no siempre resultan tan democráticos. Se suelen asociar varias de estas prácticas con la democracia directa, pero hay mucho que precisar cuando nos ponemos a profundizar en ellas. Los referendos pueden ser una fórmula populista de legitimación de opciones poco discutidas, y los han usado tanto dictadores como movimientos sociales, por lo que hay que ver en qué condiciones se están convocando en cada caso. Una asamblea muy numerosa puede significar que solo hablen quienes se atrevan o estén acostumbrados a hacerlo, y en no pocos casos volvemos a esquemas de la democracia

representativa. Adicionalmente, el conjunto de los asistentes no suele tener tanta información como para poder discutir en pequeños grupos y hacer propuestas para marcar de qué se ha de hablar o cómo tener en cuenta nuevas iniciativas. Cuando las reuniones son poco numerosas o de grupos muy concienciados, sí es posible un mayor debate, pero a veces se cae en unas discusiones muy sectarias, sin tener en cuenta los puntos de vista de los que no están presentes. Por esto no basta decir que lo mejor es la democracia directa y tratar de legitimar así cualquier actuación, pues hay muchas variantes y muy controvertidas.



Hay otras formas o ritos que tenemos que perfeccionar para que quienes participen sientan que están siendo protagonistas de iniciativas que son tomadas en cuenta. No se trata únicamente de que participen las acostumbradas redes asociativas, sino de que lo haga también la ciudadanía no organizada. La mayoría está en asociaciones, pero no se pretende que toda la gente esté implicándose al tiempo en estos procesos, sino que tenga posibilidad de acudir en paridad de condiciones cuando haya un asunto que le interese. Y además se trata de debatir propuestas y no de ver quiénes las proponen; se trata de que la democracia sirva para impulsar asuntos candentes y no para hacer figurar a tal o cual persona. Muchos de los problemas surgen porque la intención de tal o cual persona es figurar, y en estas formas participativas debemos hacer que prime el contenido de lo que queremos conseguir por sobre quienes lo hayan propuesto o quien haya de hacer el seguimiento para que llegue a realizarse.

Lo primero es conseguir que un gran número de iniciativas surjan desde la propia gente, que se estimule la creatividad y el protagonismo desde la pluralidad de sectores sociales. Y luego, que se pueda ir llegando a acuerdos, en unas primeras reuniones, concretando y mejorando las propuestas, hasta que se vote de manera ponderada para priorizarlas. Pero no de modo excluyente, sino dejando abierta la

posibilidad de que cada año se ponga en marcha esto o aquello, y al otro año otra cosa, en la que colaboren todos desde la diversidad de intereses. En la escala local, hay muchas cosas en la que puede coincidir una mayoría y que son de cierta urgencia, y otras que se van abriendo paso promovidas por colectivos más minoritarios que pueden convencer en determinados casos. Así, se pueden ir educando redes en otras formas de democracias participativas, a partir de vivir las experiencias de tener protagonismo, sin necesidad de aguantar reuniones agotadoras.

El tema de las reuniones tan largas a que nos acostumbran las militancias sociales o políticas es un ritual que echa para atrás a la mayor parte de la gente. Son reuniones con ritos muy formalizados y aburridos, en las que no se hace más que discutir interminablemente e incluso algunos se empeñan en hablar lo que en otras partes no pueden. En Sevilla se está intentando encontrar fórmulas que permitan agilizar esas asambleas tan largas para hacerlas más ágiles y productivas. Por un lado, los niños y adolescentes de los colegios se han dotado de una suerte de mercadillo de iniciativas donde presentan lo que quisieran para el año siguiente en su colegio y en su barrio. Los asistentes o electores pueden distribuir entre varias de las iniciativas, ponderándolas, sus preferencias, hasta un máximo de puntos de que dispone cada cual. Hay que mejorar distintos aspectos de esta práctica, en el sentido de alejarla del cabildeo y acercarla a la cooperación, sobre todo para que a los chavales los tengan más en cuenta los adultos. También se está buscando que las asambleas de presupuestos participativos en cada distrito sean más ágiles y menos multitudinarias y que los grupos motores puedan prepararlas previamente, para que las iniciativas de la gente vengán bien presentadas. Aún queda mucho por caminar en este reto, pues una democracia con iniciativas de miles de personas, que se puedan sentir protagonistas, no es fácil de construir, si no se quiere caer en las desprestigiadas rutinas pasadas.

CAMBIOS CULTURALES E INDICADORES

Todas estas transformaciones piden un cambio paulatino de la cultura que domina nuestras sociedades. No es que primero tengamos que hacer el cambio de cultura o que este venga después, cuando cambien las normas, sino que todos estos retos han de ir concretándose simultáneamente: las formas económicas de producir, los sistemas de planificación participada, la manera de tomar decisiones, etc. El reto de cambiar la cultura no se puede quedar tampoco en un deseo general y abstrac-

to, y por eso apostamos por cambiar los instrumentos de medición, es decir, los indicadores. Pues estos no son nada neutrales, como modos de manifestar el valor de las cosas y los servicios, y nos vienen educando en que lo natural es luchar por acumular más dinero, más poder, más territorios, etc. Siempre *más* de todo, no *mejor* de todo. Más alto nivel de vida, no mejor calidad de vida, por ejemplo, o más dinero, aunque luego no se tenga tiempo para disfrutar lo que se ha conseguido; más consumo, aunque luego no se tenga salud, y haya que seguir viviendo a base de medicinas.

No solo a título personal, sino como región o país, los indicadores se miden monetariamente, es decir, en dinero, en producto interior bruto (PIB). Y esta medida resulta efectivamente bastante “bruta”, pues la zona puede estar perdiendo capacidad productiva al tiempo que puede estar subiendo la circulación de moneda y las inversiones especulativas, lo que daría un incremento del PIB y posiblemente de la renta per cápita. Algunos pueden estar obteniendo plusvalías exageradas por compraventa de inmuebles, mientras se están cerrando fábricas, y otros pueden conseguir que sus movimientos de capital les den enormes dividendos, mientras los empleos precarios aumentan y la productividad desciende. Las cifras macroeconómicas, como podemos comprobar, pueden ser muy engañosas.

Como ya se está teniendo en cuenta a escala internacional este desajuste entre indicadores monetarios y otros indicadores, varios organismos han ido proponiendo otros sistemas de medir el desarrollo. Y de esta forma han ido apareciendo en la última década nuevos indicadores que integran otros parámetros que dan cuenta también de la esperanza de vida, del analfabetismo, etc. Se trata de indicadores universales que intentan comparar unas naciones con otras, no solo en términos económicos sino con otros criterios, más sociales y humanitarios. Pero también estas medidas han resultado problemáticas, pues no es fácil coincidir en las cuestiones que se deben ponderar según las diversas culturas. Por ejemplo, ¿deberíamos medir la salud a partir del número de médicos y de consumo farmacéutico o de que no haga falta tomar medicinas ni ir al médico? El aumento de número de coches en una ciudad, ¿es un índice de progreso o de contaminación y de congestión del tráfico? Lo que es interesante en unas circunstancias puede no serlo en otras: los metros cuadrados de áreas verdes de una ciudad no tienen la misma significación en un pueblo rodeado de bosques. O lo que en unas etapas puede ser significativo, como la alfa-

betización, en otras (cuando ya está básicamente resuelta) no viene a decirnos casi nada, y es mejor escoger otro indicador más adecuado a los nuevos retos. Porque la cuestión es qué se compara, con quién se compara y qué significan estas comparaciones desde el punto de vista pedagógico de los cambios culturales.

Tiene bastante más sentido comparar en una ciudad una serie de años o décadas sucesivas y ver cómo ha ido mejorando o perdiendo algunas características, que hacerlo entre dos ciudades cuyas condiciones son diferentes. No todas las regiones o localidades han de aspirar a los mismos parámetros de referencia, pues los estilos peculiares de ser y de vivir de cada cultura no tienen por que equipararse. Es decir, ¿cómo es posible que alguien piense en definir un único código de valores y de indicadores que imponer a toda la humanidad! Incluso en lo que toca a las condiciones mínimas de cada comunidad seguramente hay prioridades diferentes, según las culturas, las generaciones, etc. Este tipo de criterios no tendría por que llevarnos a un relativismo generalizado, sino a otras formas de precisar y establecer los índices de referencia que deben aplicar para cada caso. Algunas redes sociales están redactando sus códigos de ética y sus valores referentes para sintetizar que “otros valores son posibles”, que se pueden mover con criterios de solidaridad o religiosos, etc. Pero para poder contrarrestar la exclusividad del dinero como referente de valor, hay que aportar otros elementos que puedan ser manejados con facilidad, tanto a la hora de establecer una planificación como en la evaluación de los resultados que se vayan consiguiendo a escala local. Es una tarea que aún necesita al mismo tiempo de mucha experimentación y de pedagogía, para que sea la cultura de los nuevos referentes de valor la que vaya marcando sus índices.

REDES CON CRITERIOS ÉTICOS ALTERNATIVOS

CRECIMIENTO DE INDICADORES SOCIALES
MONETARIOS (PIB) UNIVERSALES

FOROS CÍVICOS CON ÍNDICES PARTICIPATIVOS

A partir de la experiencia de los años noventa en Seattle, se han venido construyendo indicadores de sustentabilidad en algunas agendas locales 21. No son indicadores universales para comparar ciudades o regiones entre sí, sino para establecer series bienales que permitan hacer un seguimiento de los cambios de cada lugar.

No son indicadores monetarios, sino de unidades que se eligen específicamente para cada caso (número de peces en el río, dispersión entre lo que gana el 20% más rico y el más pobre, etc.) Primero se agrupan según criterios que se definen previamente en un *foro cívico*, donde se debate qué es lo más sintomático y pedagógico para el cambio en esos años y esa ciudad. Y luego se miden los índices que puedan reflejar de la mejor manera esos criterios, cuyos resultados se publican y difunden por los medios de comunicación y se usan como referentes de la planificación medioambiental, social, presupuestaria, etc. Estos foros cívicos están compuestos por personas y colectivos que surgen de la sociedad civil, de sindicatos, universidades, federaciones de asociaciones, prensa, movimientos sociales, etc., y que cada dos años proponen un número limitado de criterios para indicar qué significa la calidad de vida para este conjunto de entidades. Luego ya es una cuestión más técnica, como pasar a números o a datos concretos las mediciones de cada parámetro, que perfectamente puede elaborar, por ejemplo, un grupo de profesionales universitarios. Aunque cada año pueda cambiar alguno de los temas referidos, siempre habrá otros que se mantienen para poder comparar los datos de unos años con otros.

Estas unidades pueden usarse también para incidir en los presupuestos participativos y calibrar los déficits existentes, o en las planificaciones comunitarias, para tener orientaciones generales que puedan sustituir los criterios de eficiencia monetaria. En Sevilla se han venido usando criterios de calidad democrática de la participación, con los cuales un equipo universitario ha puesto en marcha un proceso paralelo que hace el seguimiento de los presupuestos participativos. Pero cabe mejorar estos procedimientos con el fin de que los referentes de valor de un proceso estén más ajustados a lo que la gente vaya entendiendo pedagógicamente por calidad de vida (no solo el nivel de vida al uso). No es cosa de un día ni de una década, pero el reto está justificado en que necesitamos otros referentes de valor que no sean las simples unidades monetarias. Índices fáciles de manejar y de explicar que muestren claramente los nuevos referentes que estamos construyendo. A medida que se van teniendo otros referentes o *equivalentes generales de valor*, se pueden ir popularizando los nuevos instrumentos de medir la calidad de vida. Es cierto que la calidad es algo muy subjetivo, pero a partir de ahí también podemos lograr la construcción de valores compartidos de manera intersubjetiva, para cada localidad y tiempo concretos. Con estas formas de construir las democracias participativas damos un

gran salto adelante para poder articular planes comunitarios integrales, colectivos de iniciativas, votaciones ponderadas, etc., de tal modo que no solo se proclame de manera abstracta que otros mundos son posibles, sino que desde ya estemos en la construcción de estas herramientas de transformación social.

Estas propuestas que estamos planteando ante los retos de las democracias participativas hay que ir las construyendo con la gente de cada localidad, sin idealizarla, sino sabiendo de sus problemas y tratando de encontrar respuestas adecuadas a cada situación. Por eso es conveniente ir dando los pasos o saltos metodológicos pertinentes, según la fuerza de cada cual y de quienes lo rodean, para no hacer propuestas inalcanzables o idealistas. Hemos venido planteando durante diversas prácticas estratégicas (presupuestos participativos, planes comunitarios, agendas locales 21, cogestión de centros ciudadanos, agencias de desarrollo local, etc.) la necesidad de no olvidar algunas cuestiones clave en todo proceso participativo. Para no hacer muy extenso este escrito, las resumimos a continuación en seis saltos de enfoque respecto de las formas más tradicionales de proceder. No todo lo que se llama metodologías participativas responde a los mismos criterios, y hay bastantes diferencias que debemos ir depurando para que cada vez podamos hablar y, sobre todo, hacer las cosas con más conocimiento de causa. Esta es una de las posibilidades que existen y es, desde luego, la que tratamos de aplicar, fruto de haber conjugado otras muchas (socioanálisis, filosofía de la praxis, investigación-acción-participativa, teoría de redes y de vínculos, diagnóstico rural participativo, planes estratégicos situacionales, ecofeminismos, pedagogía popular, etc.). Esto quiere decir que habrá que seguir cruzando resultados para ir mejorando cada paso y cada salto adelante, en una construcción continuada de lo que precisamos para las democracias participativas.

Lo primero es participar en los asuntos que nos unen –como dolor o como síntomas– y que queremos superar. Tiene que haber una predisposición inicial de una o más personas o grupos ante algo que no los convence, y por lo mismo se abren caminos de convergencia entre los más decididos. La participación debe darse desde el principio, aunque sea con poca gente, con un buen ambiente, para construir confianza, que luego ya se podrá ir ampliando. Es preferible ir cargando las baterías en el proceso, en vez de empezar con mucha gente y mucha fuerza e irse descargando por mal ambiente. Es probable que no más empezar aparezcan dicotomías, diferencias y

dilemas, y que con estas confrontaciones simples echemos a caminar. Lo primero es saber cuál parece ser el problema que nos reúne y para quién concretamente es un problema. No hay por que preocuparse si a medida que avanzamos vemos que las cosas son más complejas, que hacen falta metodologías para abordar los temas en profundidad y que hay que aprovechar la creatividad de la mayoría de las iniciativas posibles. Los análisis más complejos y la construcción de los tetralemas pueden venir más adelante. Para empezar, puede ser suficiente con que nos pongamos de acuerdo en lo que no queremos y exista un buen ambiente de colaboración.

Lo segundo es hacer un plan de trabajo con un grupo motor, es decir, con un grupo mixto de las personas voluntarias y de profesionales que acometerán la tarea. Al principio aparecen distintos intereses que hay que saber manejar, sin asumir actitudes prepotentes, sino, más bien, autocríticas; que se pueda saber qué de bueno aporta cada cual, pero también los límites de cada aporte. Por ejemplo, no se puede esperar que las administraciones sepan de todo o que puedan dirigirlo todo, porque lo tengan escrito en un programa. Pero sí se les puede pedir que aporten medios físicos y económicos, pues es el fruto de los impuestos de la ciudadanía para hacer políticas públicas. No se puede esperar que los dirigentes sociales sean los más representativos, pero sí que haya grupos o personas muy activas que se avengan a colaborar. La ciudadanía no tiene por que tener la verdad al respecto de lo que esté pasando o saber si es así o de otro modo, pero aporta el punto de arranque, la vivencia, sin la cual no se entendería el fondo del problema. No se puede pretender que los técnicos tengan la solución a la mano, pero sí que aporten metodologías, en un proceso que vaya ganando en rigor y creatividad. Los profesionales se necesitan para que nos hagamos las preguntas que más convienen al proceso y no para mostrar que saben de todo.

En tercer lugar, cabe estructurar y organizar las demandas a partir de las preguntas por las necesidades, tanto por las más sentidas como por las más estructurales. Ni las demandas se pueden resumir en una sola para toda una comunidad ni son tan individuales que no constituyan conjuntos de intereses de cierta similitud. Es decir, siempre habrá alguna "muestra" que responda a las distintas tipologías sociales de los grupos y sectores con presencia local, de modo que se puedan construir las soluciones participadamente con el grupo motor inicial o en algún taller para hacer un "mapeo" de la localidad. No solo debe importar saber qué grupos o sectores tienen

intereses económicos diferentes, sino también qué posiciones culturales mantienen acerca del problema de referencia. Con estas dos variables podríamos tener un cuadro de doble entrada, pero además también nos interesa el tipo de relaciones de cotidianeidad, confianzas y desconfianzas que históricamente se han ido construyendo. Así tendremos un análisis de redes, además de un cuadrante de condicionantes más estructurales. Agrupar y autoorganizar las demandas según los conjuntos de acción presentes es lo que nos permitirá avanzar al siguiente paso.

En cuarto lugar, hay que pasar a retroalimentar con esta información, con sus protestas y sus propuestas, al conjunto más amplio que se pueda de personas involucradas. Se trataría de técnicas para detectar de forma participada los “nudos críticos”, los bloqueos, sobre los que prioritariamente debemos centrar nuestra atención. Ya que no podremos resolver todos los problemas de una sola vez, empecemos por aquellos acerca de los cuales existe más consenso al respecto de su capacidad de bloquear o de potenciar el proceso. Aquí cabe coordinar esfuerzos para entrar en los tetralemas, sin que importe quien formuló tal o cual posición. Priorizamos algunos caminos que puedan resultar más colectivos y más creativos, coordinando intereses y voluntades, más allá de una votación de mayorías y minorías, sino tratando de sumar consensos, con los conjuntos de acción más amplios y más dinámicos que se pueda. Coordinar redes sociales para un modelo de ciudad que supere los estrechos intereses particulares de tal o cual visión corporativa. Aquí los criterios del habitar entre los participantes deberían llegar a la mayor reflexividad posible, profundizando en sus propias razones y construyendo posiciones comunes, lejos de los intereses particulares de cada colectivo. No se puede esperar que todo el mundo esté de acuerdo, pero sí que las principales posiciones se puedan articular en propuestas que desbloqueen los problemas planteados, para que el proceso dé un salto y tenga capacidad de ilusionar a los participantes y potenciales beneficiarios.

En quinto lugar hay que aterrizar en programas y proyectos más concretos todo lo que se está planteando. También esto se puede hacer de manera participada, ajustando a necesidades más específicas cada proceso. Así, por ejemplo, se puede concretar un esquema organizativo para la toma de decisiones, que sea democrático y participativo; aprovechar las mesas de trabajo específicas y las tareas de coordinación, con los sectores populares, en sus redes informales y cotidianas o con una comisión de seguimiento común, o concretar una idea-fuerza con capacidad

para atraer a buena parte de los afectados, de manera que los anime en la puesta en marcha de sus vidas y los involucre en el proceso emprendido; es decir, activar “analizadores construidos” o eventos capaces de movilizar las voluntades a favor del proceso. También es necesario ir concretando los recursos económicos (dónde poder obtenerlos) y los medios (lugares disponibles y medios de información); los tiempos que cada cual puede dedicar (de los profesionales y de los voluntarios), para que todo ello tenga credibilidad y viabilidad, más allá de los voluntarismos bienintencionados. Esto es hacer un “programa de acción integral y sustentable”.

El sexto y último punto, que no hay que olvidar, es la participación en la ejecución y monitoreo del proceso. Se trata de hacer seguimiento con comisiones de control y apoyo a las rectificaciones, que sin duda se tendrán que producir. Ningún plan o proyecto, por bien hecho que esté, se ajusta a la realidad sin más, y siempre habrá que estar haciendo ajustes, según las circunstancias. Así, pues, los cronogramas no tienen que ser cumplidos estrictamente, pues sirven más para saber y justificar en cada caso por qué nos desviamos en tal o cual momento. Disponer de un cronograma del conjunto de los proyectos sectoriales da pie para compararlos entre sí en su grado de realización y de sinergias, pero también para compararlos con la marcha de un cronograma de tareas comunes, en el que tendremos que seguirle el ritmo a la difusión en la población, y consultarla en determinados momentos, a la autoformación de los grupos y mesas de trabajo y a la toma de decisiones, en sus momentos concretos. De esta forma se puede hacer una evaluación continua de cara al monitoreo, es decir, para ir rectificando de forma participativa ante los imprevistos que sin duda irán apareciendo. El habitar es un proceso que ha de estar siempre ajustándose a las nuevas realidades que la misma vida va produciendo.

Habitar es algo más que alojarse, y democratizar es algo más que votar. Si partimos de situaciones conflictivas que se vienen dando en algunos barrios de nuestras periferias y que acabarán por perturbar las ciudades enteras, es para que se vea con hechos contundentes lo que está escondido en las formas de urbanización y de organización que nos estamos procurando en este cambio de siglo. Ni en las grandes urbanizaciones superprotegidas se podrá estar a gusto, nunca, aun si se está encerrado en jaula de oro, pues no sabemos si al salir alguien está esperándonos para vengarse (con razón o sin ella). Estas aclaraciones las proponemos como un ejercicio de salud mental, para ver que no tenemos por que quedarnos en los primeros dilemas que

se nos plantean, que es posible ir construyendo otros ejes emergentes, entrar en procesos de complejización de las problemáticas, hasta dar con salidas y propuestas que se ajusten más a los amplios conjuntos de acción que están demandando las soluciones más creativas y operativas para sus necesidades, y que todo esto se puede hacer con las muchas técnicas y metodologías participativas disponibles, que están demostrando dar buenos frutos.

La construcción de las democracias participativas no es un simple asunto teórico, sino un debate sobre las realidades que están en marcha en varias ciudades y regiones. No nos detuvimos en ejemplos concretos o casuísticas particulares, porque para eso ya hay colecciones de libros que las cuentan (algunos están en la bibliografía), sino que hemos querido destacar algunos retos que nos parece importante no olvidar, para establecer las distinciones y alternativas en las que nos estamos moviendo, sin cerrarnos a ningún proceso, por considerarlo el mejor o el único. Por suerte, hay variadas propuestas, aunque aún bastante minoritarias, pero ya se pueden establecer algunos caminos muy creativos. Además, hemos visto que hay que conocer los pasos importantes de un proceso, algo así como las preguntas que no se nos debe olvidar contestar, sobre todo para saber si estamos transitando un camino con trampas o un proceso participativo y creativo.

BIBLIOGRAFÍA

- Adell, R. y M. Martínez, *¿Dónde están las llaves?*, Madrid, La Catarata, 2004.
- Davis, M., *Control urbano: la ecología del miedo*, Bilbao, Virus, 2001.
- Debord, G., *La sociedad del espectáculo*, Madrid, Castellote, 1976.
- Eco, U. et ál., *La nueva edad media*, Madrid, Alianza, 1974.
- Fernández, D., R., *La explosión del desorden*, Madrid, Fundamentos, 1993.
- Galtung, J., *Hay alternativas*, Madrid, Tecnos, 1984.
- Holloway, J., *Cambiar el mundo sin tomar el poder*, Barcelona, El Viejo Topo, 2002.
- Ibáñez, J., *Por una sociología de la vida cotidiana*, Madrid, Siglo XXI, 1994.
- Jara, O., *Para sistematizar experiencias*, Costa Rica, Alforja, 1998.
- Naredo, J. M., *Ciudades para un futuro sostenible*, Hábitat II, Madrid, Ministerio de Obras Públicas, 1996.
- Santos, B. S., *La caída del ángelus novas*, Bogotá, ILSA, 2003.

- _____, *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*, Porto, Afrontamento, 2004.
- _____, *El milenio huérfano*, Madrid, Trotta, 2005.
- Sassen, S., *Contra geografías de la globalización*, Madrid, Traficantes de Sueños, 2003.
- Situacionistas, *La creación abierta y sus enemigos*, Madrid, La Piqueta, 1997.
- Villasante, Garrido, *Metodologías y presupuestos participativos*, Madrid, Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África (Iepala)-Cimas, 2003.
- Villasante, T. R., "El habitar (ciudadano) frente al hábitat (segregado)", en L. Cortes, *Pensar la vivienda*, Madrid, Talasa, 1995.
- _____, *Cuatro redes para mejor-vivir*, Buenos Aires, Lumen Humánitas, 1998.
- Villasante, T. R. y Marti Montañés, *La investigación social participativa*, Barcelona, El Viejo Topo, 2000.
- _____, *Procesos locales de creatividad social*, Barcelona, El Viejo Topo, 2001.
- Villasante et ál., *Retrato de chabolista con piso*, Madrid, Ivima-Alfoz, 1989.
- Wainwright, H., *Cómo ocupar el Estado*, Barcelona, Icaria, 2003.^(a)



DISEÑO INTERDISCIPLINARIO

CONTRIBUCIONES AL DISEÑO DESDE LA ANTROPOLOGÍA

FERNANDO MARTÍN JUEZ

MÉXICO: Doctor en Antropología, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); Maestrías en Diseño Industrial y en Enseñanza Superior, UNAM; Especialización en Planeación y Prospectivas de la Educación Universitaria, UNAM; Licenciatura en Diseño Industrial, UNAM. Profesor, Centro de Investigaciones y Estudios de Posgrado, Facultad de Arquitectura, UNAM. Investigador Nacional, Sistema Nacional de Investigadores (Conacyt); Vicepresidente fundador de la Academia Mexicana de Diseño Industrial. Escritor, investigador, asesor, conferencista.

Correo: fmj@servidor.unam.mx

Hace algunos años, en un encuentro académico de profesionales con estudiantes universitarios, Emiliano Godoy, joven y brillante diseñador, nos mostraba imágenes de algunos automóviles –de esos que solemos calificar como bellos y eficientes– y preguntaba si podíamos considerarlos buenos diseños a la luz de las advertencias que durante las últimas tres décadas nos han venido haciendo, entre otros, los ecologistas. La pregunta de mi colega seguirá siendo válida mientras no cambie nuestra idea de lo que son los objetos; en tanto no tengamos otra manera de relacionarnos, de concebir y desear las cosas. Nos han dicho que un *buen* diseño debe ser:

- Producto de una disciplina y un profesional que guíe la actividad proyectual.
- Una buena solución de los factores relativos al uso.
- Una buena solución de los factores funcionales, simbólicos y culturales.
- Una buena solución de los factores técnicos y económicos (constructivos, sistemáticos, productivos y distributivos).

Esta propuesta corresponde a la definición elaborada por Tomás Maldonado¹ en 1961 para el Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial (International Council of Societies of Industrial Design, ICSID), que es la que se sigue enseñando en las escuelas y está aún vigente para muchos. En términos similares se han expresado otras disciplinas del diseño: la arquitectura y el interiorismo; los diseños textil, gráfico, de interfaces y museográfico; el paisajismo y el urbanismo. Sin embargo, cuarenta años después, en la página electrónica del ICSID, encontramos una nueva definición con las precisiones siguientes:

Diseño es una actividad realizada por un amplio espectro de profesiones que convergen en el desarrollo de productos, servicios, gráfica, interiores y la arquitectura. en conjunto, estas actividades deberían mejorar –en sintonía con otros profesionales relacionados– el valor de la vida. [...] el término diseñador se refiere a una persona que practica o ejerce una profesión que domina las implicaciones éticas de su ejercicio y no simplemente una ocupación o un servicio para empresas².

¹ Tomás Maldonado, *El diseño industrial reconsiderado*, Barcelona, Gustavo Gili, 1977, p. 13.

² ICSID: www.icsid.org (traducción de Carlos Hinrichsen).

Vemos cómo, con el tiempo, la definición dio más importancia a lo humano que al objeto; al usuario que a la utilidad:

El diseño es una actividad creativa cuyo propósito es establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios y sus sistemas, en todo su ciclo de vida. Por lo tanto, el diseño es el factor principal de la humanización innovadora de las tecnologías, y el factor crítico del intercambio cultural y económico. [Es su propósito:]

- Mejorar la sustentabilidad mundial y la protección del medio ambiente (ética global).
- Dar beneficios y libertad a toda la comunidad humana, usuarios finales individuales y colectivos, productores y protagonistas del mercado (ética social).
- Apoyar la diversidad cultural, pese a la globalización del mundo (ética cultural).
- Dar a los productos, servicios y sistemas, formas expresivas (semiología) y coherentes (estética) con su propia complejidad.

La definición mejoró, no así la práctica. Los diseñadores construimos una carta de compromisos; los usuarios seguimos sin saber qué es un buen diseño. ¿Son las ilustraciones de las Figuras 3.1 ejemplos de buen diseño?:

Alguno de estos diseños es muy popular, otro crea adicción, algunos sirven para fortificarnos, hay el que nos guarda durante muchas horas del día, y también los hay que nos llevan muy lejos. ¿Ha descubierto cuál es cual? ¿Tienen todos buen diseño? Si nos ajustamos a la primera definición, todos son “buen diseño”. Si atendemos a la más reciente, saltan los contrasentidos. Para muchos se trata de diseños necesarios, útiles y bellos. Cada cual representa un modo de vida –legal, conforme a las leyes, y legítimo, conforme a los consensos que algunos creen correctos–. Cada diseño acoge las aspiraciones y los empeños de seres humanos diversos que ejercen así su “libertad” para escoger. Cada uno fue producido para darnos, según sus creadores, una vida *mejor*.

Decía que hay objetos para fortificarnos... Se trata, por ejemplo, de los rascacielos (edificaciones emblemáticas de las metrópolis y del progreso). Construcciones que

hace tiempo, al igual que las ciudades, dejaron de ser una manera de garantizar los servicios, organizar la convivencia de lo diverso y aspirar a una mejor *calidad de vida*. Edificios de departamentos para uso y especulación. Un horizonte amurallado, y el impulso de encaramarse cada vez más alto sobre la ladera de las montañas que forman el relieve natural y el paisaje del prestigio social. Rascacielos donde anida una idea de la habitabilidad. Un modelo, para un buen número de ciudadanos, de *cómo se vive bien*. Aunque para ello se despoje a la naturaleza, se agobien los recursos y se fortifiquen los accesos para apartarse de los diferentes. Desde hace tiempo, en la ciudad, en los rascacielos, edificios y multifamiliares, *se vive con precaución*.

Hay también objetos que nos guardan –nos aíslan– muchas horas durante el día... Se trata de veloces máquinas para llegar, no a tiempo, sino con prisa. Unos son más bellos, otros más potentes; los hay sencillos y algunos menos costosos. Transportes que ocupan demasiado espacio: en las ciudades, por su uso –generalmente por un solo usuario–, y en nuestras fantasías, por el deseo de poseerlos. Son tantos ocupando las calzadas y entorpeciendo la circulación, que los usuarios vivimos una buena parte de la jornada atrapados en ellos: ¡inmovilizados!, vaya paradoja, en un móvil donde ejercer la libertad de tránsito. Contaminan al ser producidos, al ser usados, al producirse el combustible para utilizarlos³. Los automóviles –el equivalente en nuestros días de las catedrales góticas, como señalara Roland Barthes⁴– son algunos de los objetos más bellos del diseño y una de las inspiraciones más populares para alcanzar un lugar en la sociedad. Sin embargo, son también algunos de los objetos que más corrompen el aire, la socialización en el medio urbano y la economía doméstica.



Fuente: www.mercedes-benz.com.



Figuras 3.1
Ejemplos de diseño.

- 3 Los automóviles “alternos” (entre ellos, los híbridos y los eléctricos) resuelven parcialmente los problemas de contaminación, pero no los derivados del uso privado, las aglomeraciones de tránsito o los costos de satisfacer los deseos de alcanzar a través de ellos prestigio social.
- 4 Roland Barthes, *Mitologías*, México D. F., Siglo XXI, 1980, p. 81.



Fuente: www.galeon.com/armasonline/

El automóvil es sucio, aísla y es costoso; por ello, muchos lo *viven con preocupación*.

Hay objetos que son muy populares; las armas, entre ellos. Nos parecieron, como tantos otros diseños, la solución a propósitos y visiones que alguna vez consideramos importantes. (Habría que plantearnos de nuevo las visiones y responder con paciencia, generosidad y sabiduría a los propósitos.) La industria para la guerra se sustenta en el mito de la libertad y en los rituales del miedo –películas como las de Michael Moore y Eugene Jarecki nos muestran los detalles⁵–. La industria armamentista necesita de diseños eficientes y alta tecnología; de recursos humanos e inversiones extraordinarias para dar enormes beneficios a quienes la administran desde el poder económico y a la cabeza de los gobiernos: aquellos que gobiernan a través de la duda, la amenaza y la discordia entre los diversos. Según reza la definición: el diseño “es el factor principal de la humanización innovadora de las tecnologías, y el factor crítico del intercambio cultural y económico”. Cuando los factores principales, críticos y decisivos de la “humanización” y los intercambios son las tecnologías armamentistas, algo anda muy mal. Hay *diseños para vivir con miedo*.



Fuente: www.mediterranea.org/cae/denuncia/aerogenemira.htm

Hay también obras de la arquitectura, la ingeniería y el diseño que nos llevan muy lejos... desplazados a tierras lejanas; exiliados como jornaleros o emigrantes indocumentados; desterrados a lugares distantes donde no nacimos, donde los otros y el paisaje son extraños. Sin certezas, *sin proyectos de vida*. Con respecto a las plantas hidroeléctricas y los aerogeneradores, nos preguntamos: ¿mejoran estos objetos “la sustentabilidad mundial y la protección del medio ambiente”? La experiencia con las grandes plantas hidroeléctricas dice que no; basta saber de las poblaciones desalojadas y de los ecosistemas destruidos. Tampoco las mejoran los aerogeneradores gigantes instalados sin consideración en el camino de las aves migratorias y las proxi-

5 Dos ejemplos: Michael Moore, *Bowling for Columbine*, Alliance Atlantis and United Artists, 2002. (distribuido en formato digital con el título en español *Masacre en Columbine*). En línea (13/11/2006): www.michaelmoore.com.y; y Eugene Jarecki, *Why We Fight*. Sony Pictures Classics, 2005 (distribuido en formato digital con el título en español *Las razones de la guerra*). En línea (13/11/2006): www.sonyclassics.com/whywefight/.

midades a las tierras de cultivo. Buscando el *progreso*, intentando la *modernidad*, se siguen diseñando objetos que a la larga descubrimos que no son ni tan eficientes ni tan inofensivos.

Finalmente, entre los ejemplos mostrados hay objetos que crean adicción (tal vez todos). Hoy vivimos atentos a la posibilidad de que “entre” una llamada, un correo electrónico o un mensaje; esperando una señal, noticias, imágenes o sonidos retransmitidos... Los teléfonos celulares propician nuevas modalidades de dependencia; nos distraen de las tareas y compiten por la atención. Pendientes de sus servicios, *vivimos con impaciencia*. El uso de los nietos del telégrafo, la televisión y la telefonía se convirtió en abuso; los propósitos y, luego, los beneficios notables de sus ancestros no fueron superados; al contrario: lo que impulsaría lo colectivo fomentó el individualismo. “Uno para cada norteamericano”, dijera, con respecto al automóvil, Henry Ford. Uno para cada ser humano, nos dicen las corporaciones de la telefonía⁶. “La ventaja con los celulares –me confesaba una joven– es que no saben desde dónde hablo ni con quién estoy... se puede mentir sin que te descubran [...] Cuando estoy aburrida en una reunión o en una clase, me puedo salir, porque digo que me están llamando [...] La verdad es que me gustan mucho y no podría vivir sin ellos. Aunque siempre estoy esperando que me llamen, ando chateando o distraída, y eso desespera a algunos.” Creados para la comunicación a distancia, sabotean la comunicación en la proximidad; útiles para informar, ocultan los hechos; creados para dar libertad de movimientos, nos hacen dependientes; buenos para abrir una ventana al mundo, encierran en su diminuta pantalla una perspectiva estrecha de lo que nos rodea.



Fuente: www.spiritofbaraka.com/default.aspx



Fuente: www.spiritofbaraka.com/default.aspx

⁶ “[Según la compañía Informa Telecoms and Media] en 2007, el número total de usuarios superará los 3 mil millones, [...] casi la mitad de la población mundial. Como usuarios, dependemos cada vez más de estos dispositivos [...] Y a la vez que crece esta dependencia, también crece la sed por nuevos aparatos”. Jonathan Fildes, *Larga vida a los teléfonos celulares*, BBC, 23 de diciembre de 2006. La agencia de noticias inglesa publica la nota en la dirección electrónica: http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_6206000/6206149.stm

Buena parte de mis transcurros cotidianos los hago en un automóvil. La computadora en la que escribo estas líneas se alimenta de energía proveniente de una hidroeléctrica. Las noticias que leo son enviadas por corresponsales que utilizan la telefonía celular. Con armas en la mano algunos insurgentes defienden, ahora mismo, proyectos mejores de vida. Los objetos que he comentado no son buenos diseños. Comenzamos a comprender que todos están lejos de proporcionarnos una *vida mejor*. Algunos tendrían que desaparecer; algunos, los que hace tiempo dejaron de ser una buena solución a los propósitos que les dieron origen, tendrían que convertirse en otros productos. En espacios, por ejemplo, configurados para la habitabilidad de lo diverso, que nos protejan de la intemperie sin menoscabo de la naturaleza, que redimensionados a la escala de lo humano favorezcan la colectivización de servicios y sean una morada digna. Transportes terrestres públicos, más que privados. Modos de comunicarnos a la distancia que sean eso y nada más. Otras formas de obtener energías sin sacrificar vidas y sin menosprecio de las comunidades.

Algunos colegas y empresarios sensatos han procurado mejorar estos y otros diseños, considerando, como dice la definición: “la sustentabilidad mundial y la protección del medio ambiente”; sin embargo, el problema de fondo persiste: la mayoría de los seres humanos ignoramos las consecuencias de su uso y nos resignamos a su existencia: no queremos dejar de utilizarlos; toleramos sus inconvenientes y los usamos, generalmente, de mala manera. Hay quien sostiene, convencido por la idea del progreso tecnológico, que es cuestión de tener paciencia y esperar el siguiente modelo, con el diseño “mejorado”. Hay quienes creen, con respecto a la presunta “necesidad” de las armas, que los seres humanos somos por naturaleza malos y belicosos, y que las guerras nunca van a terminar, pues somos incapaces de convivir en paz. Hay, por ilustrar con un par de ejemplos cotidianos, quien piensa que si un automóvil puede alcanzar los 250 kilómetros por hora o un amplificador casero posee 150 vatios de potencia, es para correrlo a toda velocidad y para poner el volumen al máximo, sin comprender que, en un caso, es para hacer a los vehículos más estables en su manejo a 120 kilómetros por hora y, en el otro, para escuchar sin distorsión a volúmenes medios. Pendencieros incorregibles, llenos de esperanzas en el “progreso”, sin calidad de vida, a toda marcha y a todo volumen, prolongamos una realidad construida por algunos contra los otros. Una realidad en la que hacemos con nuestras cosas y de nosotros el peor de sus usos y lo peor de nosotros.

¿Hay responsables de que persistan y se reproduzcan los objetos descritos? ¿De que todavía a muchos les parezcan buenos diseños (útiles, necesarios y bellos)? ¿Hay culpables de ello? Sí. Conocemos los nombres de corporaciones y políticos, de sus cómplices y servidores, responsables de continuar con la producción de estos diseños, y de que los utilicemos mal y sigamos apreciándolos. Sin embargo, como señala Alejandro Llano⁷, tal vez seamos muchos más los responsables:

Impera una imagen mecanicista del ser humano, que lo encierra dentro del estrecho cerco de su corporalidad, del ámbito de sus sensaciones y emociones, del área de sus placeres inmediatos y de sus influencias palpables. Surge así un individuo clausurado en sí mismo, al que se le han arrebatado las facultades de comunicarse con sus semejantes y de lanzarse con ellos a proyectos que tengan una envergadura comunitaria, que dejen sentir su peso en esa sociedad cada vez más compleja en la que habitan. De debilitación tan honda proceden el conformismo político de este individuo masificado, su anorexia cultural, sus pocas ganas de complicarse la vida, su hedonismo, su abocamiento a un consumo en el que las cosas inútiles e indigestas pretenden llenar una oquedad existencial. Una buena manera de mantener y acrecentar este sometimiento es buscar un chivo expiatorio y echarles las culpas a la televisión, a los políticos, a las grandes superficies, a los teléfonos móviles o a los directivos de las multinacionales. Es decir, a nadie: nadie que se pudiera identificar que tuviera cara y ojos sería el responsable de esta especie de juego de prestidigitación en el que resulta que la sociedad de las libertades, la sociedad del conocimiento, la sociedad abierta, se saca de la manga multitudes solitarias, dóciles, apocadas, incapaces de decir “vamos a cambiar las cosas”, pero vamos a cambiarlas de verdad, no como esos lemas retóricos que padecemos en unas campañas electorales que ilustran a gritos y a colorines todo lo que acabo de decir. Tenemos voto, pero no tenemos voz.

Producto del autismo (vale la pena volver a la definición)⁸ o producto de la ignorancia, la resignación y el desánimo, nos quedamos mudos, sin argumentos para

⁷ El texto, sin referencia directa ni fecha (un ensayo, probablemente posterior a 1999), aparece publicado en la dirección electrónica (Documento en línea consultado el 24-11-2006): www.ecologia-social.org/pdfpensamiento/Individualismo%20y%20humanismo%20civico.pdf.

⁸ Según el Diccionario de la Real Academia Española (2006), la palabra *autismo*, que en griego significaba “uno mismo”, se refiere a: “Repliegue patológico de la personalidad sobre sí mis-

imaginar o declarar que lo cotidiano debe ser de otra manera. Los culpables –que, por supuesto, tienen nombres, caras y ojos– utilizan para su descargo el silencio de los millones que estamos paralizados, sin comprender por qué y de qué otra manera. ¿De dónde provienen el mutismo o la autocensura, la ignorancia o la resignación? ¿Por qué esto nos conmueve poco o casi nada?

Pienso en dos mecanismos causantes: uno, nuestra tolerancia al malestar, la acrecentada capacidad para soportar (casi todo) a través de la indiferencia; el otro, la ausencia (estamos desprovistos) de argumentos para disentir. Con el primer mecanismo empujamos cada vez más lejos el límite de la tolerancia al malestar. El “umbral de excitación” (como señalara Sigmund Freud) se expande, se amplía: requiere de emociones, de hechos, de noticias que superen los efectos de las anteriores. Queremos más para conmovernos, ¡más para reaccionar! El individualismo y la esperanza son conducidos por dogmas de fe, como el progreso, o por la creencia en una vida mejor, siempre situada en el futuro. La existencia y la muerte nos parecen asunto de cada uno, lejos de pensar en ellas como asuntos colectivos. Nos hemos habituado a lo que está mal hecho, al dolor, al drama, a lo que ofende. Hoy, a pocos conmueve una huelga de hambre⁹. Hoy, entre los muchos agravios que documenta la prensa diaria, sabemos que en el mundo “los niños son en su mayoría los pobres... y que pobres son en su mayoría los niños del mundo”, que el desempleo y la violencia crecen, que la contaminación aumenta¹⁰, que el cambio climático es producto de los pedacitos de indiferencia de cada uno, cada día.

ma. Síndrome infantil caracterizado por la incapacidad congénita de establecer contacto verbal y afectivo con las personas y por la necesidad de mantener absolutamente estable su entorno. En psiquiatría, síntoma esquizofrénico que consiste en referir a la propia persona todo cuanto acontece a su alrededor”.

- 9 “Cuando las huelgas de hambre pierden la capacidad de conmover a un pueblo que malcome a diario, surgen los que para fortalecer el mensaje sacrificial de su ayuno se cosen los labios con hilo de sutura. Luego vienen los que se cosen los párpados para renunciar al sentido de la vista. Y los que se crucifican ante las puertas de los patrones o de las autoridades. Y los que se sacan la sangre para escribir con ella sus demandas de justicia.” Jaime Avilés, “Desfiladero”, *La Jornada*, 18 de noviembre de 2006. Documento en línea:

www.jornada.unam.mx/2006/11/18

- 10 Por ejemplo: “para 2010, se arrojarán a la basura 100 millones de teléfonos y 300 millones de computadoras personales. La mayoría de estas contiene un cóctel de sustancias tóxicas que incluye el plomo, el mercurio y el arsénico. Actualmente, buena parte de este desperdicio termina, frecuentemente de manera ilegal, en basureros alrededor del mundo, especialmente en

El segundo mecanismo es aún más grave. Se trata de la dificultad para construir individual y colectivamente un paradigma contestatario; es decir, un conjunto de hechos, modelos, teorías y conductas capaces de traducir el malestar y sus causas en razones argumentadas y propósitos que confronten el paradigma dominante. Poder aguantar sin poder argumentar es lo que autoriza el abuso.

¿Argumentos en contra de qué y a favor de qué? A favor, desde luego, de una vida *mejor* y sin *miedos*; a favor de lo que concibamos como *calidad de vida* –la que ninguno de los diseños mostrados nos proporciona–. Y en contra, por supuesto, de las argumentaciones (hechos, modelos, teorías y conductas) que sustentan las partes más oscuras e influyentes del paradigma de dominio y control que ejercen algunos miles de fulanos nefastos sobre varios millones de seres humanos. Se trata de saber, de estar convencido, por ejemplo, de cuáles objetos vale la pena que nos acompañen y cuáles no; qué es buen diseño y qué no lo es o dejó de serlo. Pero cómo hacerlo, y de manera colectiva.

LA AUTOORGANIZACIÓN

Las palabras que dicen *cómo* resultan simples y trilladas: con educación, democracia, solidaridad, respeto, amor, bondad, etcétera. Estructuras de gobierno, educación, producción y mercado, que son jerárquicas y verticales, funcionalistas y lineales, no pueden –está visto– “establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios y sus sistemas, en todo su ciclo de vida... Dar beneficios y libertad a *toda* la comunidad humana, usuarios finales individuales y colectivos, productores y protagonistas del mercado (ética social)”. Solamente estructuras de gobierno, educación, producción y mercado, sustentadas en la *autoorganización*¹¹, logran alcanzar aquellos propósitos de la definición y pueden “apoyar la diversidad cultural, pese a la globalización del mundo (ética cultural). Dar a los productos, servicios y sistemas, formas expresivas (semiología) y coherentes (estética) con su propia complejidad”.

países en desarrollo.” Yo Takatsuki, *Más basura digital*, BBC, 27 de diciembre de 2006. Documento en línea:

http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_6211000/6211647.stm.

¹¹ Para una idea cabal de lo que es la autoorganización en este contexto, consúltese Steven Johnson, *Sistemas emergentes. O qué tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software*, México D.F., Turner-Fondo de Cultura Económica, 2003.

La autoorganización suele ser al principio desordenada, caótica e imprecisa, pero pronto muestra su forma lateral, horizontal y ascendente de regularse, de impulsar decisiones comunitarias. Luego, a la luz de éxitos y fracasos colectivos, se retroalimenta con otros acuerdos para iniciar un nuevo ciclo (por otro camino, si es necesario) y alcanzar otros consensos. La autoorganización revela quiénes somos y qué nos conviene. La democracia (basada en la división de poderes, el sufragio universal y los derechos humanos)¹² se construye desde lo local y a través de la autoorganización. Como también desde lo local se construye la comprensión, la solidaridad y el afecto por lo diverso, y por un saber que no es indiferente a todo aquello que concierne a lo humano. Un saber que sea sustento para una educación abierta y sensible a la historia y sus lecciones, a sus certezas y sus mudanzas, a la evidencia y los misterios. Una educación (citando a Terence McKenna, en referencia a la ciencia) cuyo propósito “debería ser la comprensión, no solo la técnica”¹³. Hace tiempo que la ciencia, al servicio de la rentabilidad del capital, y con ella la educación, dejaron de ser un fin para convertirse en medios al servicio de la técnica: de técnicas prácticas, productivas, cosificadoras; técnicas ajenas a la reflexión sobre los procesos y la génesis de las cosas.

¿Permite la autoorganización recuperar el conocimiento que subyace a las técnicas?
¿Nos permite reconocer qué es buen diseño y qué no lo es o dejó de serlo? Los objetos, desde la ciudad hasta el más sencillo de los instrumentos, son prótesis buenas para usar y metáforas buenas para pensar¹⁴. Estas prótesis y metáforas, utilizadas por muchos otros usuarios, son sometidas diariamente a diversas pruebas de funcionalidad, eficiencia, manipulación, semántica, calidad, etc. (valoraciones que ninguna empresa sería capaz de realizar). En las evaluaciones de los usuarios se muestra que no hay universales, estándares, normas fijas de uso, de manipulación y sentido, sino múltiples variables entrecruzándose, impredecibles, de las que emergen lo ordinario y lo extraordinario de las cosas. Se comprueba que estas sirven o no sirven; gustan

12 Al respecto, el trabajo de Alejandro Llano, *Humanismo cívico*, Barcelona, Ariel, 1999, trata con claridad y amplitud el tema de la democracia y la ética de lo humano.

13 Y agrega el autor: “Necesitamos refrenarnos mientras asimilamos lo que sabemos en nuestro nivel actual; no profundizar implacablemente en la aplicación de las técnicas. Eso es un abuso, una violación.” McKenna (1990), citado en Rupert Sheldrake; Terence McKenna y Ralph Abraham, *Caos, creatividad y conciencia cósmica*, Barcelona, Ellago, 2005, p. 182.

14 Véase, al respecto de tema, el capítulo “Prótesis, metáforas y designios”, en Fernando Martín, *Contribuciones para una antropología del diseño*, Barcelona, Gedisa, 2002.

o no gustan (a pesar de los empeños de publicistas y empresarios por convencernos de las bondades de sus productos y el uso “correcto” de ellos).

Cuando se registran las experiencias de la comunidad y estas se comunican y discuten compartiendo saberes –que no ignorancias–, se construye una argumentación capaz de superar los prejuicios del paradigma dominante; se comprende la razón de ser, el propósito de las cosas y sus mejores empleos; surgen propuestas sensatas y novedosas. Un buen ejemplo de autoorganización en la comunicación y el manejo de la información lo dan los espacios de las redes electrónicas comunitarias –radio, tv e Internet (entre ellas, las comunidades en línea). En estas redes se presentan experiencias y se plantean dudas que atañen a lo cotidiano, a los objetos y sus usos, por ejemplo. En ellas se habla con libertad de lo que le preocupa a cada individuo y colectivo, y se construye la conciencia de lo que nos preocupa a todos.

Lo que sigue, si es el caso, es darle una solución de diseño a las dudas y las preocupaciones. Y aquí surgen varias preguntas: ¿Estamos los profesionales dispuestos a integrarnos y comprender estas formas *participativas* de hacer diseño? ¿Hay empresarios conscientes y dispuestos a invertir en la producción de estos diseños? ¿Hay quienes los promoverán y distribuirán? La respuesta es sí. Cada vez hay más diseñadores, productores, inversionistas y distribuidores conscientes de qué forjó su historia y cuál puede ser su porvenir; del compromiso con la democracia, la sustentabilidad, los derechos humanos y la conservación de la biodiversidad¹⁵.

Las necesidades son percepciones culturales: creencias inducidas en provecho de una manera de pensar y actuar, cuyas razones, las más de las veces, desconocemos. Regresamos a ellas, pues nos parecen imprescindibles, parte de nuestra integridad física y mental, una manera de ser similares o ser diferentes, un modo adecuado de comportarnos y ser reconocidos. Nuestro sometimiento y nuestra tolerancia hacia algunos objetos y el malestar que nos producen provienen en parte de la ignorancia de causas y efectos; de desconocer cómo construir otras percepciones permitiendo fluir la autoorganización, en lugar de las reglas y los hábitos consabidos.

¹⁵ Un buen ejemplo de este cambio de paradigmas es visible en la película de Mark Achbar y Jennifer Abbott, *The Corporation*, Films Transit, 2004 (distribuido en formato digital con el título en español: *La corporación*. En línea (1-1-2007): www.thecorporation.com/index.cfm

Los procesos de emergencia en la autoorganización son impredecibles y requieren de paciencia, de información cabal sobre los asuntos; de afecto y disposición. El nacimiento, la evolución y organización de *campos de vinculación*¹⁶ capaces de correlacionar inquietudes y probar otras variables y valores para construir nuevas percepciones, pueden tardar... pero son muy probables.

Dice la letra de una canción compuesta por Peter Gabriel: “Del dolor viene el sueño. / Del sueño viene la visión. / De la visión viene la gente. / Y de la gente viene el poder. / De ese poder, ¡viene el cambio!” Es común entre los diseñadores, en la academia y los eventos gremiales, discurrir respecto de la historia de los fundadores y las sucesivas transformaciones de nuestras escuelas, los vínculos con personalidades o nostálgicas e intrascendentes anécdotas. A veces, también, discutimos los alcances de este o aquel otro método de enseñanza o de diseño; platicamos de productos exitosos y tecnologías de moda; hablamos de nuevas herramientas, de materiales y técnicas... Pero ¿y qué de la gente?

De la gente suponemos, producto de algunas encuestas, sus medidas y, en ocasiones, sus preferencias (unas y otras, estandarizadas). El usuario, el empresario y el vendedor nos parecen personajes de los que sabremos algo realmente importante en cuanto nos contraten para hacerles un servicio; ¡no antes! Pensamos que son muchos, son complejos y son caprichosos. Hablamos poco de la gente, y cuando lo hacemos esta pareciera ser un objeto para ser diseñado de manera tal que pueda utilizar nuestros diseños. Objetos que usan objetos. Sin embargo, por otra parte, las leyes sociales, culturales y del mercado nos parecen fijas e imperturbables; nuestra disciplina –creemos– en poco o nada las puede cambiar.

¿Es hoy el diseñador “una persona que practica o ejerce una profesión que domina las implicaciones éticas de su ejercicio y no simplemente una ocupación o un servicio para empresas”? El diseño, como disciplina y como producto, tiende desde hace décadas a ser un mal diseño. Una disciplina que abusa, por ignorancia u omisión, de lo humano y de la naturaleza, de la vida y de las condiciones que la sustentan. Y, ¿fue así siempre? ¿Hubo un tiempo cuando el diseñador y sus productos no ofendían a

VISIÓN Y CAMBIO:
¿Y LA GENTE?

la naturaleza y a la humanización? ¿Qué circunstancias quebraron los buenos propósitos de muchos diseños? ¿Cómo será en unas décadas el mundo de los objetos? ¿Cuáles son nuestras relaciones con ellos? ¿Qué impulsará, por citar unas cuantas cosas, que el transporte aéreo, la maquinaria pesada, las presas o los aerogeneradores, las ciudades, las casas y los rascacielos, los electrodomésticos o los medios impresos, sean proyectos diferentes de los que hoy conocemos? ¿Será distinto el modo de diseñar? ¿En qué y por qué? Será, como deseamos algunos:

- Un diseño comprometido con la optimización en el uso de los recursos energéticos.
- Un diseño comprometido con el manejo de tecnologías y materiales que preserven el medio ambiente y la vida planetaria, realizado por un diseñador respetuoso de la coevolución y los sistemas ecológicos que la sustentan.
- Un diseño que sea producto del pago de la mano de obra y del comercio justos, realizado por diseñadores, productores y distribuidores generosos con todos los seres vivos y comprometidos con todas las etapas en la historia de vida del objeto.
- Un diseño que sea una buena solución de los factores técnico-constructivos, sistemáticos, productivos, apropiables y distributivos, desde una práctica ecológica, democrática, incluyente, justa, respetuosa y solidaria.
- Un diseño que sea el resultado de la práctica transdisciplinaria y del pensamiento complejo.

La sustentabilidad, la democracia y el buen diseño (asunto para algunos más modesto) son producto de los pedacitos de interés de cada uno, cada día. Por ello, ninguna pregunta la resolveremos solos; ninguna definición la podremos adoptar sin la participación de la gente.

Una aclaración antes de terminar: la antropología del diseño no es una nueva disciplina, ni la única perspectiva para comprender lo humano. Se trata solamente de una mirada juiciosa de lo que parece contradictorio o ambiguo, de lo que está siempre en movimiento. No tiene como un hecho incuestionable sus observaciones ni se agobia con lo inconmensurable; quiere comprender la dignidad de lo humano y sus producciones, hacerse cómplice de sus utopías.

BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, Roland, *Mitologías*, México D.F., Siglo XXI, 1980.
- Johnson, Steven, *Sistemas emergentes. O qué tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software*, México D.F., Turner y Fondo de Cultura Económica, 2003.
- Llano, Alejandro, *Humanismo cívico*, Barcelona, Ariel, 1999.
- Maldonado, Tomás, *El diseño industrial reconsiderado*, Barcelona, Gustavo Pili, 1977.
- Martín, Fernando, *Contribuciones para una antropología del diseño*, Barcelona, Gedisa, 2002.
- Sheldrake, Rupert; Terence McKenna y Ralph Abraham, *Caos, creatividad y conciencia cósmica*, Barcelona, Ellago, 2005.

OTRAS FUENTES

Achbar, Mark y Jennifer Abbott. *The Corporation*, Films Transit, 2004 (distribuido en formato digital con el título en español: "La corporación". En línea (1/1/2007): www.thecorporation.com/index.cfm

Gabriel, Peter, "Fourteen Black Paintings", del CD *Us*, Geffen Records, 1992.

ICSID (International Council of Societies of Industrial Design). Página Web (6/11/2006): www.icsid.org

Jarecki, Eugene, *Why We Fight*. Sony Pictures Classics, 2005 (distribuido en formato digital con el título en español *Las razones de la guerra*). En línea (13/11/2006): www.sonyclassics.com/whywefight/

Moore, Michael, *Bowling for Columbine*, Alliance Atlantis and United Artists, 2002. (distribuido en formato digital con el título en español *Masacre en Columbine*). En línea (13/11/2006): www.michaelmoore.com ^(a)



DISEÑO Y MODELOS DE NEGOCIO

DISEÑO, MODA Y NEGOCIOS CORRECTOS

LAURA NOVIK Y ALEX BLANCH

ARGENTINA: Diseñadora y urbanista, Universidad de Buenos Aires; Becaria, Cooperación Italiana de Postgrado, Gestión de Diseño Mercosur; Design y Estudio de Clusters Italianos; Cooperación Española en Gestión de Diseño para Mypes Artesanas. Docente de diseño y moda, universidades de Buenos Aires (Argentina), Los Andes (Colombia), Del Pacifico (Chile) y Unerj (Brasil); Profesora invitada, Escuela Elisava (Barcelona), y Postgrado Mercosur Design. Socia consultora para moda y publicidad de blink.d-sign.

Correo: blinkdesign@vtr.net

ESPAÑA: Diseñador Gráfico e Industrial, Bachelor of Arts, Southampton University. Subdirector de la Escuela de Diseño Elisava de Barcelona. Socio consultor en tendencias de blink.d-sign; Director del Comité Asesor del Circuito Identidades Latinas; Evaluador de proyectos, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Santiago, y Sigradi; Asesor de Corfo/Sercotec; Diseñador y Consultor de la Unión Europea en Identidad Corporativa; Miembro del Comité Ejecutivo de Index: Copenhagen. Escritor, investigador, conferencista.

Correo: blinkdesign@vtr.net

Es común presenciar debates en los círculos académicos y profesionales del diseño en los que se discute una dicotomía que enfrenta a dos categorías de esta actividad proyectual. En un lado se sitúa el proyecto desarrollado a partir de “principios puros” –el “auténtico”– y en el lado opuesto, el diseño volcado a las demandas del consumo y la empresa y, por tanto, “contaminado por el mercado”. A este segundo grupo se adscribe el diseño orientado a los vectores de la moda. Se trata de una discusión que para algunos pudiera pertenecer a tiempos pasados, pero que extrañamente está muy presente en determinados ambientes, en especial en el académico.

Lo que planteamos en este texto es la inconsistencia de dicha discusión, puesto que el diseño (que incluye el proyecto de moda), en cuanto sistema, está intrínsecamente ligado a la evolución del capitalismo contemporáneo¹. En consecuencia, la discusión debería centrarse en el foco ideológico con el que operan los modelos de negocio con contenido creativo. Para ello analizaremos el entramado que sustenta la moda y el diseño, situándolos en el marco de la lógica del capitalismo industrial, fenómeno del que participan varios agentes, instituciones y prácticas que otorgan dinamismo al proceso de intercambio de todo tipo de bienes y que reconocemos en el contexto de lo que Donald Lowe denomina la “sociedad burocrática del consumo controlador del siglo xx”². Al final, veremos algunos ejemplos de empresas y productos con “contenido ideológico” orientado a lo social, pero preparados para competir con naturalidad en los mercados actuales.

Moda, diseño, marketing y publicidad son fenómenos propios de la sociedad industrial capitalista de libre mercado. Sus vectores inclinan de varias maneras la balanza social, cultural, económica y medioambiental del planeta, mientras que sus disciplinas de estudio impactan en los procesos de creación y circulación de bienes. Las

1 Existen diversas perspectivas respecto de la relación entre moda y capitalismo. Una de ellas plantea el nacimiento de la moda ligado al surgimiento de la era moderna en Occidente. Es el caso de Gilles Lipovetzky en *El imperio de lo efímero*, Anagrama, 1990. Otra es la de René Köning, para quien el capitalismo funciona como un “potenciador” de la moda, cuyo origen establece en la mediana y tardía edad de piedra. Esta mirada incluso analiza la introducción de la moda en las sociedades socialistas. Véase R. Köning, *La moda en el proceso de la civilización*, Valencia, Engloba, 2002.

2 D. Lowe, *Historia de la percepción burguesa*, México, Fondo de Cultura Económica, 1972.

disciplinas del diseño, el marketing y la publicidad han intercambiado ideas y compartido espacios de discusión en medios corporativos, académicos y periodísticos. Ejemplos de esta realidad son los programas de enseñanza de diseño y negocios, seguidores del rumbo marcado por el Design Management Institute –organización que entiende al diseño como parte esencial de toda estrategia corporativa–, cuyo brazo editorial, el *Design Management Journal*, publica artículos de gurús de la empresa, como Tom Peters (que insta a las gerencias a pensar en términos de *Design Mindfulness*³) o de expertos en economía de la experiencia (quienes abren las puertas del marketing de experiencias al diseño de nuevos productos y servicios⁴). Alimentos, automóviles, productos editoriales, farmacéuticos, electrodomésticos, vestimenta, objetos industriales, edificios o ciudades: el desarrollo de todos ellos toma en cuenta conceptos, vocabulario y métodos de estas tres disciplinas.

Sin embargo, no sucede lo mismo con la moda, sobre la que pesan –según Baudrillard– condenas morales y estéticas, incluso en los ámbitos que necesariamente obedecen a sus designios. Estigmatizada por los estudios científicos a raíz de ciertas connotaciones asociadas a la vanidad femenina⁵, estos crearon prejuicios y “barreras cognitivas” para la difusión de modelos de trabajo y actuaciones profesionales llevadas a cabo desde el siglo pasado por diversos agentes de la industria de la moda, con gran impacto económico, social y cultural.

En este sentido, es necesario establecer algunas nociones que el término *moda* abarca. Por un lado, la moda es comprendida como sistema histórico y geográfico de producción y organización de la indumentaria originado durante el siglo XIV y desplegado durante la explosión del capitalismo mercantilista desde Europa al resto del mundo. Con este origen, el diseño de moda conforma la disciplina vinculada a los procesos de creación y desarrollo de productos textiles y de confección. La moda directamente ligada al vestuario está anclada en el nacimiento histórico de la revolu-

3 T. Peters, “Design is it!, *Design Management Journal*, verano, 1998.

4 Una introducción interesante al tema aparece en el artículo de Bernd Schmitt “Experiential Marketing: A New Framework for Design and Communications”, *Design Management Journal*, primavera, 1999.

5 Pohlemus afirma que las cuestiones de la moda están ligadas a la frivolidad y la estupidez, y que ambas suelen ser asociadas al mundo de la mujer. Véase J. Entwistle, “Teorías sobre la moda y el vestir”, en *El cuerpo y la moda, una visión sociológica*, Barcelona, Paidós Contextos, 2002, p. 75.

ción industrial (con los textiles se inicia el proceso industrial en Gran Bretaña) y desde entonces ha madurado, hasta redefinirse a mediados del siglo xx, cuando consolida su posición, junto al diseño y los estilos de vida, en el mismo nivel que las demás manifestaciones artísticas tradicionales. Por otro lado, desde la perspectiva que interesa al presente trabajo, se entiende la moda como un dispositivo de la sociedad de consumo masivo, cuyo florecimiento se asocia a las dinámicas del mundo capitalista sellado por conflictos políticos y de clase. En este contexto, la moda arraiga como un mecanismo contradictorio que soporta los ideales de igualdad mediante una incesante producción de valores que reproducen diferencias sociales y culturales⁶.

POLÍTICA Y PROYECTO

El poder de la producción industrial ha sido fuerza de progreso en la llamada *era de la ingeniería*⁷, contexto en el que *la responsabilidad del individuo hacia el bien común de la sociedad dio forma a un modelo capaz de reaccionar para que el individuo alcanzara el equilibrio con la sociedad, para que la economía alcanzara un equilibrio con la política, etc.*⁸. Pero este poder deja de ser autosuficiente a partir de la crisis del modelo industrial, intuida con las revoluciones obreras del siglo xix, afirmada en la primera década del siglo xx y desplegada con la revolución bolchevique.

El movimiento Arts and Crafts de finales del xix plantea por primera vez, desde el diseño, la relación estructural entre consumo, producción y posición política. En una postura crítica a las prácticas productivas industriales, define la propuesta de un vínculo virtuoso entre el bienestar de los actores del sistema productivo y el mundo del consumo de productos⁹. Con la conformación del modelo social europeo nacen diversas teorías que ya hablan de la mística del producto en la sociedad de consumo, tanto en ámbitos filosóficos –es el caso del estudio acerca de los pasajes comerciales, de Walter Benjamín¹⁰– como en el ámbito de las artes proyectuales, con las reflexio-

6 A. Martínez Barreiro, “Moda y Estratificación: De las teorías clásicas a las teorías contemporáneas”, *La moda en las sociedades modernas*, Madrid, Tecnos, 1998, p. 56.

7 R. Neutra: “La arquitectura condicionada por la ingeniería y la industria”, *El Carrer de la Ciutat*, No. 7, ETSAB UPC, Barcelona, 1979.

8 L. Gideon, “E-valoración para el diseño: e-economía, e-cología y é-tica”, dossier *Anuario de investigación*, CMD, Buenos Aires, 2001.

9 J. Heskett, *Breve historia del diseño industrial*, Madrid, Alianza, 1982.

10 S. Buck-Morss, *Dialéctica de la mirada: Walter Benjamín y el proyecto de los paisajes*, Madrid, A. Machado Libros, 2001.

nes sobre la modernidad de Adolf Loos¹¹ y sus controvertidas posiciones en relación con las corrientes Art Nouveau.

Sin embargo, es con el *Styling* norteamericano, surgido en la Gran Depresión de los años treinta, donde por primera vez, y de manera dramática, se plasma la relación estructural entre progreso económico, mística del producto y fomento del consumo¹², asociada, entre otros, a la política del New Deal. Esta relación es puesta en crisis en la obra *Das Leben des Galilei (La vida de Galileo)* de Bertold Brecht, centrada en los argumentos que rodean al *objeto fetiche*¹³. Entre tanto, desde la Bauhaus, y sus secuela en la Escuela de Ulm y sus adalides de la *gute Form* (la buena forma), se proponen mecanismos para la “democratización” y “socialización” del producto industrial, principalmente sobre la base de su factibilidad y buena forma¹⁴, como camino hacia una sociedad mejor –a diferencia de los que propone el modelo de producción masiva en los Estados Unidos, orientado al crecimiento económico–, abaratando costes y convirtiendo el producto en accesible para grandes masas de consumidores.

Pero es con el surgimiento de la posmodernidad que se definen más claramente las relaciones entre diseño, moda, consumo y poder, plasmadas por Barthes, Bourdieu y Baudrillard. Este, desde obras como *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras; El sistema de los objetos*, y *La economía política del signo*¹⁵, establece una superación de la idea del consumo de objetos en términos de necesidad o valor utilitario, en pos de su significación y prestación social. A su vez, Agustín García Calvo define el mecanismo del poder posmoderno como la sustitución de la realidad por abstraccio-

11 A. Loos, *Das Andere*, No. 1, Verlag Kunst, Viena, 1903.

12 Heskett, *op. cit.*

13 Brecht sitúa el valor de utilidad del telescopio de Galileo en el terreno de lo político, al convertirse en herramienta mediante la cual se puede demostrar la invalidez de un determinado modelo cosmológico, poniendo en jaque el *statu quo* vigente y mostrando la trascendencia del producto a su valor estrictamente funcional. Véase *Das Leben des Galilei*, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 1997.

14 Heskett, *op. cit.*

15 J. Baudrillard: *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*, Barcelona, Plaza & Janes, 1974; *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI, 1969; *La economía política del signo*, Madrid, Siglo XXI, 1974.

nes plasmadas en objetos¹⁶. Se cierra así el círculo iniciado por Adolf Loos en el relato *Acerca de un pobre hombre rico*¹⁷, donde narra el dilema de un hombre que, una vez completamente representado por la casa y los objetos que conforman su entorno –la urna convertida en habitáculo, de la que habla Karl Kraus¹⁸–, pierde su capacidad de evolucionar. Sea como fuere, el desarrollo de objetos otorga poder. Así lo demuestra la aparición del imperialismo europeo, devenido en imperio occidental, sustentado por adecuadas dosis de moral religiosa¹⁹, modelo económico y tecnología²⁰.

DISEÑO, MODA,
PRODUCCIÓN Y
CONSUMO

Es conveniente remontarse al período de entreguerras en Estados Unidos y de la posguerra en Europa para observar como cámaras industriales, empresas de publicidad, empresas editoriales y gobiernos cimentaron una estrategia para movilizar el consumo y así fortalecer la cadena industrial. En ese momento se creó una gigante estructura de gestión basada en la administración adecuada de la información con foco en tres factores: innovación, diseño y comportamientos de consumo, presentada como resultado de la concertación de intereses de los sectores industriales. Tal como refiere Françoise Vincent-Ricard²¹ en su relato sobre el caso de la cadena de la moda en Francia, la administración política y económica de esta información quedó desde entonces en manos de cámaras y organismos sectoriales nacionales e internacionales, así como de entidades gubernamentales. De hecho, durante los

16 Agustín García Calvo define el poder postmoderno sobre la base de su capacidad de sustituir la realidad por abstracciones sustentadas en productos y símbolos, a los que, desde esta perspectiva, sitúa en planos iguales. Algunas de estas reflexiones, centradas en la sustitución de la noción de territorio por la de patria, del olor corporal por el perfume, de la noción de transporte por el automóvil como símbolo de estatus, etc., aparecieron en el programa “Caravana de Hormigas” de Radio 3, Radio Nacional de España, entre 1979 y 1982. Véase *Contra la realidad*, Madrid, Lucina, 2002.

17 A. Loos, “Acerca de un pobre hombre rico”, en *Ins Leere gesprochen*, París, Georges Crés, 1921.

18 K. Kraus, *Die Fackel*, Munich, Kösel Verlag, 1952

19 En sus estudios sobre moral y capitalismo, Max Weber relaciona el concepto de predestinación calvinista con la actitud orientada a la creación de riqueza *per se*, que, a su vez, subyace a la posterior actitud de fomentar la cadena de riqueza mediante el consumo de otros. De este estudio, se deduce que el origen de estas actitudes no es una visión materialista de la vida, sino una visión moralista no exenta de cierto integrista. Los grandes ventanales sin cortinas que permiten ver hasta el fondo de las viviendas en los edificios tradicionales de Holanda, y que con ello transparentan la vida de la vida urbana, son un ejemplo de ello. Véase M. Weber, *La ética protestante y el “espíritu” del capitalismo*, Madrid, Alianza, 2001.

20 A. Crosby, *The measure of reality*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997.

21 F. Vincent-Ricard, *Las espirales de la moda*, Río de Janeiro, Paz e Terra, 1989.

veinte años que siguieron al fin de la Segunda Guerra Mundial, Europa se demoró en la implementación de este modelo, que finalmente le redituó mejores y mayores beneficios a sus empresas, y contribuyó a la reconstrucción del continente.

Esta nueva dinámica brindó la oportunidad para el surgimiento de una oferta de servicios, como los *bureau du style*²², dirigidos por los creativos provenientes de las cadenas de almacenes que, interpretando los cambios del sector, constituyeron las primeras *oficinas creativas externas* especializadas en diseño y estilismo industrial. Otro formato novedoso fueron los laboratorios de tendencias²³, especializados en brindar información sobre las oportunidades presentes y futuras en el mercado para los sectores de productos electrodomésticos, farmacéuticos, alimenticios, textiles, automóviles y, más adelante, el sector *retail*.

Estudios de diseño y laboratorios de investigación de consumo fueron nucleares en el sistema burocrático industrial durante el capitalismo maduro, y se convirtieron en los principales mecanismos, junto con la publicidad, para el fomento y aceleración del consumo. Recién a finales del siglo xx, con la crisis del modelo industrial, estos mismos laboratorios de tendencias detectaron en forma latente lo que hoy es una realidad: la transformación de la conciencia social orientada a la obtención del equilibrio ecológico y humano del planeta²⁴. Surge una poderosa matriz que vincula innovación, diseño, empresa y sustentabilidad.

Proyectar proviene del latín *proiectare*, que significa lanzar hacia adelante. Lanzamos hacia adelante una mirada, una visión de cómo queremos que sea el futuro. Proyectar es un ejercicio de pensamiento, y en él no nos podemos sustraer a la pregunta por cuál es nuestra voluntad de futuro. No es casualidad que el principal evento de la escena del diseño mundial del año, INDEX²⁵, que organiza los premios de diseño

DISEÑO Y FUTURO:
ALGUNOS EJEMPLOS
DE CONSUMO
SUSTENTABLE

22 En Francia, Promostyl fue una de las primeras oficinas de estilo. Véase www.promostyl.com

23 Es el caso de Lee Edelkhort, fundadora de Trend Union, una de las pioneras en el área de Estudios de Tendencias. Véase www.trendunion.com

24 Arnold Wasserman, "The New Design", *Index Magazine*, No. 1, Copenhage, 2004.

25 El proyecto Index está conformado por tres iniciativas: el Premio Index, en el cual se premian productos, sistemas, servicios y toda iniciativa que se haya desarrollado mediante la aplicación del método del diseño; el proyecto Future Scenarios, en el que estudiantes de todas las civilizaciones del mundo trabajan en red para visualizar futuros escenarios de consumo y detectan oportu-

mejor dotados de la historia, tenga como lema *Diseño para la mejora de la vida*, y que se trate de una iniciativa gubernamental. En efecto, la intención del Ministerio de Industria de Dinamarca y de la Ciudad de Copenhague, patrocinadores del proyecto, es instalar en la agenda internacional la discusión sobre la sustentabilidad del modelo económico actual, poniendo foco en un cierto tipo de ética de la producción y del consumo.

Observando algunos de los premiados y finalistas, se visualizan dos grandes hitos: 1. El diseño, entendido no como conceptualizador de productos sino como proceso, es aplicable a innumerables campos que lo convierten en un poderoso resorte de transformación del mundo, y 2. La bondad del diseño y del modelo de negocio del que surge se mide con el impacto real que ambos tienen sobre la vida de las personas, lo que hace de la ética del consumo un factor de negocio y un resorte natural de sustentabilidad del modelo económico.

En la categoría Trabajo, el premio fue para el Observatorio Latinoamericano para la Innovación en la Artesanía²⁶, iniciativa de la Fundación para el Desarrollo de la Artesanía, dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología, del Ministerio de Economía y del Observatorio de Artesanía de las Comunidades Autónomas de España, que ha aportado herramientas de desarrollo a miles de artesanos y microempresarios en España, Portugal y Latinoamérica, llegando a obtener efectos macroeconómicos en varios de los países en los que opera. En la categoría Cuerpo, fue premiado el *Lifetraw*, un dispositivo que permite beber agua contaminada sin peligro para la salud. Más allá de su función primaria, que puede reducir drásticamente los costes sanitarios y económicos del impacto de catástrofes que colapsan los sistemas de agua potable, el modelo de negocio sobre el que se basa consiste en su venta en el primer mundo a seis dólares de EE.UU. (su coste puesto en el mercado es de dos dólares) y su distribución gratuita a aquella población que no dispone de recursos económicos para su adquisición, además de la venta masiva a organizaciones internacionales a precio de coste y transporte. Es decir, el primer mundo subvenciona a precio razona-

tunidades para la mejora de la vida de la gente; y Views, iniciativa en la que se reúne a líderes de opinión de los campos del diseño, la empresa, la política y los medios de comunicación en un ejercicio similar al de Future Scenarios, pero desarrollado con profesionales. Su página de Web es: www.index2005.dk

26 Su página de Web es: www.fundesarte.org

ble la solución a un problema que afecta a poblaciones desfavorecidas o víctimas de catástrofes cada vez más frecuentes, con el consecuente impacto económico.

El premio en la categoría Juego ha ido al combinado iPod-iTunes, de Apple. El iPod es el líder mundial en reproductores MP3 y uno de los productos más premiados de la historia. Pero lo que premia INDEX es el modelo de negocio resultante de su asociación al software iTunes, a través del cual los usuarios pueden descargar música de Internet pagando solamente por dicha descarga. Es decir, ya no es necesario comprar la totalidad de un determinado disco, sino que se pueden comprar solamente las canciones que interesan al usuario. Este mecanismo está provocando que millones de usuarios que antes usaban profusamente las redes *peer to peer* migren a este sistema, con el consiguiente beneficio para el sector discográfico y, en particular, para los músicos, al estar las descargas sujetas al pago de derechos de autor.

Otro ejemplo de empresa rentable basada en la ética del consumo es la mallorquina Camper²⁷. Su modelo de negocio se basa en los preceptos del comercio justo, pero además fomenta una determinada forma de vida sustentable basada en su eslogan *Camina, no corras*. Camper ha adoptado el modelo *slow growth* (crecimiento lento), por el cual una empresa decide no crecer para mantener sus rasgos identitarios y modelo de negocio. Se trata de un "antiguo concepto griego de un límite natural del crecimiento de todo organismo u organización"²⁸. La empresa no solo adopta un sistema de producción sustentable, sino que divulga actitudes proclives a la preservación del medio ambiente. Con ello capta un público más fiel que el que pueda obtener cualquier procedimiento tradicional de fidelización, y adquiere solidez empresarial, siendo capaz de competir de forma solvente en un mercado presionado por los actores asiáticos.

En el ámbito de las redes orientadas al emprendimiento, se encuentra Identidades Latinas²⁹, organización latinoamericana que organiza talleres itinerantes de diseño y moda, los cuales ponen en discusión el rol de la identidad como factor de desarrollo local. La identidad local o regional, como contrapunto al movimiento homogenizador de la globalización libremercadista, se está convirtiendo en uno de los caballos

27 Véase: www.camper.com

28 L. Mumford, *La ciudad en la historia*, cap. XV, Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1979, p. 681.

29 Véase: www.identidadeslatians.org y el blog World Press.

de batalla del pensamiento crítico actual, junto con los movimientos antiglobalización, el movimiento pro comercio justo y los movimientos ambientalistas de diversos signos, entre otros. A diferencia de las iniciativas de corte antropológico, orientadas a preservar la identidad local tradicional, Identidades Latinas se pregunta acerca de los roles que las comunidades latinoamericanas pueden jugar en el mercado global, cómo se pueden distinguir de lo estándar y cómo pueden proponer, desde una actitud emprendedora, productos que fomenten el desarrollo local con miras al futuro. Se trata, pues, de un esfuerzo por forjar una nueva mirada hacia lo latinoamericano que fomente el progreso de innumerables pyme y microempresas a partir del diseño y, con ello, la mejora de la calidad de vida de las personas que las componen o dependen de ellas.

Finalmente, un ejemplo de diseño con compromiso político, cuyo foco es también la identidad local, es el brasilero Ronaldo Fraga, que puede definirse como un verdadero creativo de la Aldea Global, ese mundo que auguraba un tecnoentramado en el que las voces locales tendrían eco³⁰. El modelo ideológico de Ronaldo Fraga, lejos de sentir la propia identidad como un lastre, busca apropiarse y extender esta noción desde nuevas miradas. A su trabajo para la marca que lleva su propio nombre se suman actuaciones patrocinadas por el Servicio Brasileño de Pequeña y Mediana Empresa (Sebrae) orientadas a distintas comunidades del interior brasilero que, a través de la intervención estratégica del diseño de moda, desarrollan proyectos sustentables con miras a los mercados europeos. Estos proyectos han beneficiado a las comunidades destinatarias no solamente en la generación de trabajo directo, sino situando los lugares de intervención en la agenda del sector turístico.

A la luz de los ejemplos que mostramos, el futuro de los mercados no pasa solamente por un proceso de comprar y vender. En el futuro del intercambio comercial está implicado un compromiso a la vez con la ética y con el negocio, que tiene muchas facetas y al que el diseño y la moda deben volcar sus apuestas, de las que aquí destacamos tres: el compromiso con la calidad de vida, el compromiso político y el compromiso con la sustentabilidad.^(a)

30 M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, Routledge & Kegan Paul, 1962.



DISEÑO Y MEDIO AMBIENTE

PROGRAMA CAMINO DEL GAUCHO

ANTONIO ROSSI

ITALIA: Arquitecto, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional de la Plata; Docente, Universidad Nacional de La Plata y Universidad de Belgrano; Cofundador, Vicepresidente y Arquitecto, Fundación Centro de Estudios y Proyección del Ambiente (CEPA); Fundador e integrante del Comité Directivo de la revista Ambiente; Tesorero de la Mesa Directiva del Foro Latinoamericano de Ciencias Ambientales (Flacam), Cátedra Unesco para el Desarrollo Sustentable. Escritor, conferencista.

Correo: antoniorossi@fundacioncepa.com.ar

Hace 32 años, con otros tres colegas arquitectos creamos la fundación Centro de Estudios y Proyección del Ambiente (CEPA)¹, con sede en la ciudad de La Plata, Argentina, que actúa desde entonces con la visión integradora del enfoque ambiental en proyectos y acciones de desarrollo urbano y territorial, pues desde ese tiempo se ha creído en la falacia según la cual desde la acción disciplinaria y sectorial se pueden resolver los múltiples problemas que conlleva el manejo y la transformación del territorio. En ese entonces, comenzamos a comprender que nuestro accionar profesional disciplinario era insuficiente. Nos preocupaba el ambiente, y era nuestra permanente motivación todo lo concerniente a él. Aquello que nos desafiaba, aquello que ponía en marcha nuestro arsenal de conocimientos, era la transformación de dicho ambiente.

El dolor y la impotencia que surgen de estar frente a barrios marginales sin arraigo, frente a cursos de agua contaminados, frente a un patrimonio cultural depredado, frente a un valle fértil abandonado, la periferización urbana incontrolable, la aparición de los barrios cerrados (guetos para ricos), en contraposición con asentamientos marginales (guetos para pobres), una interacción ciudad-campo cada vez más deteriorada, y otros hechos, aumentaban nuestro compromiso proyectual con esa realidad que se traducían en imaginar las acciones necesarias para mejorarla, para sentirnos parte activa de su destino. La esperanza proyectual era nuestra solución.

Adoptamos entonces la semántica de la palabra *proyección*, como la definió Tomás Maldonado en su libro *La speranza progettuale*, donde sostenía: “Ningún artificio verbal puede hacernos olvidar que la proyección es el nexo más sólido que une al hombre con la realidad y la historia. Es un acto creativo con esperanza”. Y no se trata necesariamente de aceptar la denominación “proyección ambiental” –que nosotros hemos adoptado como paradigma de este enfoque de actuación transdisciplinario y holístico para intervenir en este complejo y desafiante ambiente que nos toca vivir, en la búsqueda de corregir sus defectos y potenciar sus virtudes²–, pues las facetas de la realidad y del proyecto ambiental son solo puntos de vista de una filosofía mayor unificadora: el desafío de vivir recuperando la capacidad para protagonizar el proyecto de mejorar nuestro ambiente de vida.

¹ Página Web: www.fundacioncepa.com.ar

² Rubén Pesci (coord.) y Jorge Pérez (comp.), *Proyección ambiental, Documentos Ambiente, Serie 2, Año 1, Buenos Aires, Fundación CEPA, julio de 1995.*



Figura 5.1

La demostración gráfica para expresar esta modalidad es aquella de que CEPA no espera detrás del mostrador en actitud pasiva al cliente o comitente que le encargue un proyecto. Por el contrario, asume una actitud proactiva de generar un proyecto de interés, desarrollarlo y luego iniciar gestiones de financiamiento nacional y/o internacional, para su cumplimiento, logrando, además, participar de toda la cadena proyectual que contiene y define un proyecto: por qué, para quién, dónde, cuándo y cómo, y su verificación en el tiempo. Esta modalidad de actuación es perfectamente aplicable a los diseñadores industriales, pero transmisible a cualquier otra de las disciplinas que actúan en la transformación física o jurídica del territorio (abogados, ingenieros, agrimensores, geógrafos, ecólogos, diseñadores, etc.).

Por eso, en la búsqueda de insertar el diseño industrial en la problemática territorial o ambiental, como nos gusta más definirla a nosotros, hay que comenzar por resaltar la importancia de diseñar productos benéficos para el ambiente y no apenas objetos del consumismo depredador. Así todos los involucrados comprenderán el rol fundamental del diseño industrial incorporando su saber disciplinario a un proyecto transdisciplinario, con mayores posibilidades de alternativas laborales y en la búsqueda de un mundo con mayor equidad social y, en consecuencia, con mejor calidad de vida. El proyecto Camino del Gaucho, que a continuación se presenta, es un ejemplo tangible de la modalidad de actuación de CEPA, antes descrita.



Figura 5.2

Para comprender los orígenes y alcances del proyecto que nos ocupa, describiré a continuación en breve síntesis el contexto natural y cultural de su área de actuación, así como también los impactos negativos producidos por el supuesto desarrollo económico.

CONTEXTO NATURAL Y CULTURAL

Localizada en Suramérica, reino neotropical, la región del bioma pampeano o “provincia de pastizales pampeanos” tiene extraordinaria importancia para la conservación de la biodiversidad (Figura 4.1). Esta región biogeográfica abarca el sur de Brasil, toda la República Oriental del Uruguay y toda la pampa húmeda argentina.

ÁREA DEL PROYECTO

diseño & territorio

El camino del gaucho

Adquiere una concentración espacial de todos sus atributos geomorfológicos y funcionales en el sector litoral costero, donde los pastizales comienzan a alterar, además, con dunas marítimas, humedales (Figuras 4.2) y lagunas costeras. El conjunto interactivo de estos ecosistemas funciona en escala subregional y no como islas ecológicas. Si se conjuga su buen estado de conservación dominante con el interés por un manejo integrado de esta unidad biogeográfica, se puede lograr un avance considerable en el enfoque de manejo de la conservación de la biodiversidad y la más reciente línea de investigación en materia ecológica, la ecología de paisaje o *landscape ecology*.

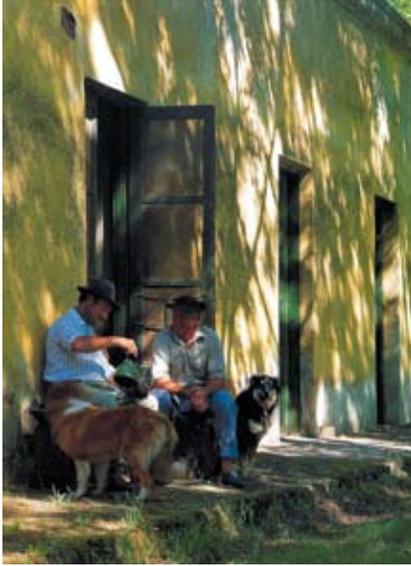


Figuras 5.2

La región se caracteriza por la presencia histórica y contemporánea de la cultura gauchesca, que llega viva y activa hasta nuestros días. En

ella se fue conformando una sociedad y una cultura de diestros jinetes, capaces de arrear el ganado silvestre y llevar tropillas de caballos a través de largos viajes por las inmensas llanuras. Estos jinetes de a caballo, denominados troperos, fueron consolidando el intercambio comercial en todos los confines de los pastizales pampeanos y generaron las primeras huellas de lo que después terminarían siendo caminos, que demandaban sitios de aprovisionamiento, y finalmente posibilitaron el desarrollo de las grandes estancias de producción de ganado. Son estos troperos los que se denominan genéricamente *gauchos*.

La cultura gauchesca, que quizás contenga en este extendido litoral al menos tres diferencias antropológicas importantes (*gaúcho* del sur de Brasil, gaúcho oriental uruguayo y gaúcho surero bonaerense), está completamente vigente, pues su iden-



Figuras 5.3

tividad cultural tiene la virtud de recrearse cada día a través de sus prácticas habituales (Figura 4.3). La vigencia actual de este excepcional patrimonio cultural, en su profunda articulación con el patrimonio natural, se hace presente en cada punto de este enorme territorio y en particular en su franja litoral.

IMPACTOS DEL DESARROLLO ECONÓMICO

La riqueza de la producción agro exportadora, consolidada entre 1880 y la Segunda Guerra Mundial, y las grandes posibilidades portuarias que la región ofreció para sacar dicha producción hacia los grandes mercados mundiales consolidaron un sistema de asentamientos que rápidamente mostró una de las mayores dinámicas económicas y urbanísticas en toda América Latina. Se trata de un gran sistema metropolitano (red de ciudades no conurbadas, pero de alta interacción económica y cultural), que posee alrededor de 60 millones de habitantes, el 95% de los cuales son urbanos. El mayor mercado urbano de América Latina, y uno de los más promisorios en el mundo, es al mismo tiempo una amenaza de impacto al patrimonio de toda esta región litoral costera y una gran oportunidad de demanda turística.

Figura 5.4



Las grandes concentraciones urbanas de la región desarrollaron un intenso turismo balneario, concentrado en localidades bien equipadas, y con una intensa estacionalidad veraniega. Esta demanda se dirigió inicialmente a Montevideo (Uruguay) y Mar del Plata (Argentina), que creció hasta constituirse en una ciudad de 600.000 habitantes que recibe anualmente más de dos millones de veraneantes. Esta modalidad ha venido cambiando en los últimos decenios y se ha extendido a muchos tramos de todo el litoral costero, en el que han surgido otras ciudades balnearias, como Punta del Este y Pirlópolis, en Uruguay; Torres y Laguna, en Brasil, y Villa Gesell, Pinamar, Miramar y Necochea, en Argentina. Se trata siempre de turismo de enclave y de baja estacionalidad, que moviliza en su conjunto casi cinco millones de veraneantes. Esta gigantesca demanda encuentra, sin embargo, baja diversidad de oferta instalada y desaprovecha los restantes recursos naturales y culturales de todo el litoral (Figura 5.4).

diseño & territorio

El camino del gaucho

Es urgente intervenir en las amplias áreas rurales, en particular en las del litoral costero afectado por el turismo de playas. Los fenómenos descritos han ocasionado fuertes impactos negativos en los roles y funciones que la producción agropecuaria asignó históricamente a esas zonas, y con ello han generado una tendencia de crisis en la sustentabilidad de los ecosistemas naturales. El abandono del manejo tradicional rural, en especial con prácticas extensivas de ganadería, y el abuso de tecnologías de manejo no sustentables (agroquímicos, labranza intensiva), están fomentando un aumento de presión antrópica sobre la ambientalmente frágil zona costera, cuyos humedales han hecho en general de filtros naturales para el mantenimiento de la calidad de las interfases agua-tierra.

Por otro lado, las tradiciones gauchescas se ven amenazadas por el abandono del campo hacia la ciudad en búsqueda de empleos de servicios. En síntesis, la sustentabilidad ambiental de este territorio requiere implementar urgentemente sistemas de gestión capaces de articular un equilibrio dinámicamente estable entre:

- La *sustentabilidad ecológica-natural*: con el uso racional adecuado de los recursos naturales y el aprovechamiento y conservación de la diversidad natural y paisajística.
- La *sustentabilidad socioeconómica*: al estimular procesos de desarrollo económico endógenos que supongan la promoción de actividades económico-productivas capaces de sustentar las economías locales.
- La *sustentabilidad sociocultural*: pues supone la recuperación y promoción de los atributos históricos, artísticos y culturales locales.
- La *sustentabilidad social*: al prever y planificar procesos de ocupación, uso y gestión del territorio armónicos entre las necesidades socioeconómicas y la oferta y potencialidades del medio propiamente físico natural.
- La *sustentabilidad socioespacial*: que implica la distribución social de los beneficios y el consecuente mejoramiento de la calidad de vida de la población, así como la recuperación del poder de decisión e iniciativa de la ciudadanía en las cuestiones que afectan la vida de la sociedad.

Para revertir estos procesos, la fundación CEPA ha creado este Programa Camino del Gaucho, que ha merecido la calificación de la Unesco como un “modelo experimental de desarrollo sustentable”. Para eso estamos trabajando.

Existe aún una fuerte memoria viva y expresiones tangibles de ese camino de naturaleza y cultura que enlaza centenares de hitos paisajísticos, de valor tanto natural como cultural, y que testimonia aún la rica biodiversidad de los pastizales pampeanos y sus costas, así como la diversidad de culturas (aborigen, gauchesca, de la inmigración europea, de los centros rurales poblados, de la economía agropecuaria exportadora y de la cultura balnearia actual). En términos de patrimonio cultural, son centenares los sitios que testimonian un pasado y presente plenos de atractivo, y para ellos se ha adoptado el modelo de los “ecomuseos” (muy desarrollado en Francia, en la Borgoña) y la iniciativa de potenciar como red estos sitios de sumo interés, tanto de patrimonio de estancias, iglesias, poblados, postas y pulperías, como de artesanías, literatura, fiestas populares, música y gastronomía. Un verdadero tesoro para el turismo cultural, cada vez más apreciado en el mundo.

Para tal fin se ha creado la Red de Ecomuseos del Camino del Gaucho, un esfuerzo asociativo, entre pequeños y medianos productores, agentes culturales y artistas, para un turismo amigable que le permita enlazar estos sitios de fascinación, de una vida con valores profundos, y que ha sostenido una cultura ambientalmente compatible (Figura 4. 5). En el litoral de la provincia de Buenos Aires, entre Buenos Aires y Mar del Plata, Argentina, se desarrolla este primer tramo del Camino del Gaucho. El corredor costero de la Ruta Provincial No. 11 es un discurrir permanente de paisajes y cultura gauchesca. El eje troncal de la Autovía Nacional No. 2 enlaza algunos de los principales pueblos históricos. Se puede elegir el itinerario completo y sus múltiples variantes o seleccionar alguno de los circuitos zonales más apetecibles. Se han identificado cuatro circuitos o áreas ambientalmente compatibles:

- *Circuito de río de La Plata:* paisajes y costumbres de la cultura gaucha rioplatense, en un territorio que comenzó a formarse desde finales del período colonial hispánico (siglo XVIII) con los primeros caminos de carreta al sur de Buenos Aires y los primeros establecimientos de estancias, pueblos y fortines.
- *Circuito de los pueblos históricos:* notables estancias y museos reciben al visitante con el sabor de lo ancestral y lo telúrico, en la línea de avanzada de lo que se denominó “la conquista del desierto” y las luchas entre federales y unitarios, del período que va del inicio de la organización institucional

argentina en 1810 a la definitiva organización institucional en 1852. En este circuito se destacan los pueblos históricos de Chascomús, Dolores y Maipú.

- *Circuito de las lagunas y playas:* la inmensidad de la llanura pampeana y su entretejido de lagunas y canales de la cuenca del Río Salado, y su trabajado desagüe en el océano Atlántico, con lagunas costeras, cordones duníferos gigantescos y enormes playas de arena fina. Por aquí el Ferrocarril Provincial (hoy inactivo) instaló docenas de pequeñas estaciones y poblados rurales que hoy forman parte de un rico patrimonio. También merecen visitarse los pueblos históricos de General Lavalle y General Madariaga.
- *Circuito del mar y las sierras:* en serranías y praderas, sobre el imponente océano Atlántico, se dan las prácticas agropecuarias y las bellezas naturales de una de las zonas más ricas de Argentina. Las ciudades de Mar del Plata, sobre el mar, y Balcarce, enclavada en las sierras, son escenarios urbanos importantes que se entremezclan con el medio rural, en una zona donde el turismo ya tiene tradición centenaria.

Por último, su reciente incorporación como *corredor potencial* prioritario de la región Buenos Aires, dentro del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la República Argentina, significa un hito para el Programa Camino del Gaucho y un reconocimiento oficial en la política de Estado del sector turístico y en la agenda de prioridades de inversión de la Secretaría de Turismo de la Nación.

PRINCIPALES EJES TEMÁTICOS

Por tratarse precisamente de un programa, como lo definió la Unesco, “modelo experimental de desarrollo sustentable”, el mismo desarrolla tres ejes temáticos principales:

- *Agua, territorio y biodiversidad:* con el manejo integral de una región de extraordinaria importancia para la conservación de la biodiversidad. En especial, se puede dar una aportación de gran interés para el manejo en general del litoral costero atlántico y del Río de La Plata, propiciando la articulación entre investigaciones de base e investigaciones aplicadas, manejo agropecuario, manejo turístico y la planificación de los asentamientos humanos.
- *Turismo y patrimonio:* con la puesta en valor del patrimonio natural y cultural para el desarrollo del turismo eco-cultural, generando fuentes de trabajo

y evitando la migración de los pobladores rurales a los centros urbanos, que ha provocado en los últimos años un vaciamiento del campo y la pérdida de una cultura centenaria.

- *Microemprendimientos y desarrollo local:* para generar un proceso de empoderamiento de las poblaciones locales para la autogestión de su desarrollo. Programas de capacitación para la creación y desarrollo de microemprendimientos, control de calidad y plan de negocios.



Figura 5.5

La Fundación CEPA, en su condición de autora y promotora del Programa, asumió la gerencia técnica por pedido expreso de la Asociación Red de Ecomuseos Camino del Gaucho, Sociedad Civil, y en tal sentido propuso una serie de acciones para el período 2006-2007, que se detallan a continuación:

- *Acción 1: Comercialización del producto turístico Camino del Gaucho.* Se firmaron convenios con agencias de turismo para su comercialización nacional e internacional, con diseño e impresión de folletos de promoción y actualización permanente de la página Web: www.camino-delgaucho.com.ar
- *Acción 2: Comercialización de productos artesanales con control de calidad, creación de la empresa Ecodiseño.* Microemprendedores asociados a la fabricación de productos gastronómicos y objetos artesanales, con control y normas de calidad, para su transformación a través del Ecodiseño en productos sustentables.
- *Acción 3: Capacitación productiva a pequeños y medianos emprendedores.* Cursos de capacitación para la creación y desarrollo de microemprendimientos, control de calidad y plan de negocios.
- *Acción 4: Manejo sustentable de los recursos naturales y educación ambiental.* Presentación del proyecto “Manejo sustentable de la laguna Kakel Huincul”, en la localidad de Maipú. Convocatoria 2005 del Fondo para el Medio Ambiente Mundial. Monto solicitado US\$160.000.
- *Acción 5: Proyecto y construcción del Portal 1.* Se concretó el diseño y el financiamiento para la construcción del Portal 1, en la localidad de Maipú, sobre la Autovía 2. Es el primero de un sistema de portales (centros de inter-

pretación e informes), con la finalidad de hacer de puente entre los ecomuseos integrantes de la Red y el gran público demandante que circula por los ejes troncales del Camino del Gaucho (Figura 5.5 y 5.6)

SÍNTESIS

La consolidación del Programa Camino del Gaucho, en sus casi seis años de vida, y las acciones ya realizadas, han permitido una redefinición conceptual del mismo y de sus alcances. El proceso de empoderamiento de las poblaciones locales, el apoyo de los distintos niveles gubernamentales, su extensión a un amplio litoral de tres países del Mercosur, el manejo integrado del paisaje y el territorio, y, finalmente, el turismo como una modalidad cultural que afianza la memoria, la identidad, el empleo y, en definitiva, rescata el patrimonio, son factores que encaminan a todo el conjunto del Programa Camino del Gaucho, en su proceso de desarrollo en el tiempo, como una ocasión extraordinaria para probar en la práctica el tan deseado *desarrollo sustentable*. (4)



Figura 5.6



DISEÑO Y ENTORNO

NUEVOS CONTEXTOS, NUEVOS ENFOQUES

MARÍA TOQUICA CLAVIJO

COLOMBIA: Diseñadora Industrial, Universidad Nacional de Colombia; Especialista en Gerencia y Gestión Cultural, Universidad del Rosario; pasante, World Craft Council, Cámara de Oficios de la Región de Rheiland-Pfalz, Alemania. Docente, Universidad Nacional de Colombia; tallerista, Banco de la República. Asesora en Cooperación Internacional y Divulgación, Artesanías de Colombia S.A.; cofundadora, Designaciones Ltda. y Red Defacto; coordinadora, Programa Acunar: Coordinadora de consultores, Comisión Europea y Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional, programa Laboratorios de Paz. Museografa. Correo: mctoquicac@bt.unal.edu.co

El diseño industrial ha participado de manera dialéctica en los procesos sociales a partir de su inicio en Inglaterra en la transición del siglo XVIII al XIX como disciplina, posee la cualidad de la flexibilidad inherente a su capacidad inventiva y creativa, que le exige estar atenta a las pulsaciones de la sociedad en términos socioeconómicos, de ciencia y tecnología y de imaginarios o expectativas, para proyectar escenarios futuros desde una visión multidimensional, en donde radica su capacidad prospectiva. La razón de ser, desde el inicio, ha sido contribuir al mejoramiento de la calidad de vida del ser humano, y en su transcurrir ha enfatizado diferentes aspectos acordes al momento histórico: los desarrollos tecnológicos y su capacidad de respuesta en lo que tiene que ver con la adaptación y optimización de procesos; la búsqueda de nuevos materiales; la configuración de producto, y su problemática de usabilidad; el mercado, las tendencias de consumo y las expectativas de los usuarios.

Estos abordajes tácitos al desempeño profesional del diseño hoy no son suficientes en escenarios cada vez más complejos en los que se reconoce su capacidad de *gestión* para actuar como activador de procesos orientados a mejorar la competitividad en términos de la productividad de una región y sus comunidades. Instalado en una cultura de proyecto, el diseño desarrolla las facultades que le permiten articular los recursos humanos, medioambientales, económicos, tecnológicos, de saberes y de mercado; en escenarios en los que países y regiones basan su capacidad productiva en la extracción de materias primas a partir de su riqueza natural, y en una industria mayoritariamente manufacturera, soportada en las micro, pequeñas y medianas empresas.

En este contexto, el diseño afronta un reto más, dado que la problemática ya no solo se remite a los sistemas de producción, producto y usuario, en escenarios de mercado cada vez más complejos: el abordaje desde los aspectos técnicos de los sistemas productivos se ve desbordado como consecuencia del alto componente humano inherente a estos, lo que exige una mirada múltiple en la que concurren otras áreas del conocimiento, como las ciencias humanas, ambientales y económicas, que nos permitan establecer relaciones respetuosas de colaboración entre las comunidades con su potencial de conocimientos, creencias y saberes; las instituciones, en el cumplimiento del rol asignado a ellas por la sociedad, y el medio ambiente, con su riqueza y posibilidades renovables, encaminadas a reconocer las potencialidades de una región y desarrollarlas, en pos del aumento de su competitividad, lo que debe derivar en la mejoría de la calidad de vida de sus habitantes.

Volver la mirada al ser humano, como razón de ser de cualquier acción por emprender, es el resultado de la crisis suscitada por un enfoque unidimensional tecnicista de crecimiento económico y tecnológico que omitió, primero, el sentido que los diferentes grupos humanos que habitan el planeta dieron a su existencia y, segundo, la valoración de diferentes aspectos y su relación con el entorno. Las consecuencias del optimismo de la modernización, visibles en el deterioro del medio ambiente, en la concentración de capital, a expensas de un creciente sector de población desfavorecida, y en la exclusión ocasionada por una pretendida homogenización de la cultura, entre otros, dieron lugar a un viraje en el discurso. En los años ochenta presenciábamos el planteamiento de una nueva ética que destacó valores como la *corresponsabilidad*, la *sustentabilidad* o la *diversidad*, como factores que debían incidir en una mirada más holística que considerará diferentes dimensiones del desarrollo. El tema ingresó entonces a la agenda internacional y se manifestó en foros, comisiones o convenciones, como reflejo de las reflexiones suscitadas en diferentes ámbitos de la sociedad. “El Desarrollo a escala humana es entendido no solo como proceso de crecimiento económico, sino como proceso que aumenta la libertad efectiva de las comunidades que se benefician de él, para llevar adelante cualquier actividad a la que atribuyan valor”¹.

El concepto de desarrollo adquirió una complejidad que llevó consigo la valoración de aspectos no contemplados anteriormente, a partir de un sentido de pluralidad y el reconocimiento de que la civilización es un mosaico de culturas diferentes, en el que la *diversidad* es un valor que constituye por sí mismo una oportunidad. Esto, traducido a políticas y programas de desarrollo, alienta a las colectividades a asumir el reto, primero, de garantizar a sus miembros las condiciones para mejorar su nivel de vida, y segundo, de reorientar las acciones, en procesos democráticos y participativos que reconozcan a los actores involucrados en el ámbito local, a partir de su incidencia en la sociedad, y que valoren las condiciones de su entorno, en términos geográficos, de sus prácticas y desarrollos técnicos, así como de su capacidad de gestión del patrimonio físico, medioambiental y, por supuesto, cultural. Los anteriores aspectos que definen el sesgo particular de las comunidades en la manera como interactúan con el entorno en sus diferentes dimensiones definen el concepto de *territorio* y consti-

1 Amartya Sen, “Culture, Economics and Development”, documento para la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, mayo de 1995, en *Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo: Nuestra diversidad creativa*, Unesco, 1997, p. 15.

tuyen un *capital* con un potencial por desarrollar, como un valor de contraste que permite el diálogo entre lo global y lo local. Como menciona Renato Ortiz, “es en la noción de territorio donde se define por complementariedad lo local y lo global”².

Entender esta dialéctica y situarnos en un tiempo y un espacio que nos induzca al autorreconocimiento es el inicio para emprender procesos de desarrollo localizados y escalados, en consecuencia, con las posibilidades, expectativas y proyecciones de las comunidades. El traslado de las problemáticas de desarrollo a los contextos locales es un proceso largo de aprendizaje social que se valida en ejercicios democráticos, concensuados y participativos, que parten del autorreconocimiento con la consiguiente valoración de identidades manifiestas en diferentes aspectos de la cultura material e intangible, reconocidos por la mayoría como representativos de una región.

Localizar el proyecto de desarrollo en proyectos de región implica fortalecer los procesos organizacionales, de tal manera que cada miembro, institución y organización entienda su rol dentro de la comunidad y se articule en un sistema de relaciones próximas, en la búsqueda de un objetivo común con beneficios que se reviertan a la población civil, a partir de los intereses particulares de los sectores productivos y de servicios y del compromiso de la voluntad política de los gobernantes de una región. Este planteamiento lleva consigo la interiorización de principios de responsabilidad social, en el entendimiento de que la competitividad, el bienestar y la seguridad pasan por el bienestar de la sociedad en general. La conjunción de los anteriores elementos favorece la sustentabilidad de los procesos, en la medida en que se genera sentido de apropiación, pero también pone a prueba las capacidades prospectivas, de gestión y ejecución de quienes los emprenden.

En el escenario del *desarrollo local*, la aproximación que el diseño hace al *territorio* le permite interactuar con diferentes sectores para gestionar recursos y conocimientos. En lo referido a la expresión material, el diseño identifica parámetros identitarios, rescata y destaca conocimientos, prácticas y saberes, y potencia y preserva los recursos naturales y físicos, que enmarcados en una visión empresarial de región los proyecta y soporta en unos parámetros de calidad, éticos y de responsabilidad social

² Cf. Renato Ortiz, *Otro territorio*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998, p. 32.

y ambiental, que son los insumos con los cuales se construye la noción de *marca región* como estrategia de mercado que apunta a estandarizar y certificar procesos, mejorar la capacidad de negociación de los productores de una región, lograr visibilidad en los mercados y lograr cohesión y compromiso en torno a la actividad productiva de la región con visión empresarial.

La consolidación de estas iniciativas debe estar acompañada por políticas orientadas a incentivar la producción de las regiones mediante la adjudicación de presupuestos autónomos, la mejoría de la infraestructura vial y de servicios y la atención a los marcos de regulación de mercados, lo que implica una visión integral por parte de los administradores, una gran capacidad de gestión y la voluntad para generar crecimiento económico equitativo, pero también la responsabilidad enorme de cada uno de los miembros de la comunidad y de los sectores productivos de asumir los retos que se han propuesto.

“La pobreza y el desempleo son de las consecuencias más dramáticas de la problemática nacional, que afectan de manera inmediata los niveles de bienestar y calidad de vida de la población”³. Con estas palabras se introduce la presentación del bloque temático Desarrollo Productivo Alternativo, uno de los seis propuestos por el gobierno colombiano a la cooperación internacional, orientados a la reconstrucción de una sociedad que convive con la guerra: Reincorporación a la Civilidad; Fortalecimiento del Estado Social de Derecho y Derechos Humanos; Programas Regionales de Desarrollo y Paz; Desplazamiento Forzoso, y Asistencia Humanitaria.

En el Plan de Desarrollo del período presidencial 2002-2006, una de las estrategias de reactivación de la actividad económica como solución a los altos niveles de desempleo fue la generación de políticas que incentivaran el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), al ser un segmento empresarial estratégico por su alta capacidad para absorber mano de obra e incorporar avances tecnológicos. En Colombia, según estudios sobre las mipymse realizados por la Asociación Colombiana de Medianos y Pequeños Industriales (Acopi), la Corporación para la Investigación Socioeconómica y Tecnológica de Colombia (Cinset), la Escuela

EL CONTEXTO SOCIAL
PRODUCTIVO

3 Agencia Colombiana para la Cooperación Internacional (ACCI) y otros, *Estrategia de cooperación internacional*, Cartagena, Presidencia de la República de Colombia, febrero de 2005, p. 35.

de Administración de Negocios (EAN) y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), existen “un poco más de un millón de establecimientos de manufactura, comercio y servicios. De ellos, solo 5.700, el 0,5%, son grandes empresas, es decir, que cuentan con más de 200 empleados. Las 995.000 restantes, el 99,5%, son medianas, pequeñas y microempresas, con 50 a 200, 11 a 49 y hasta 10 empleados, respectivamente”⁴, que se encuentran disgregados por el territorio nacional en el ámbito urbano, pero también en el rural, estas últimas con una vocación predominantemente agropecuaria, actividad que se combina con la labor artesanal, que para algunas comunidades se ha convertido en la base de su economía, pasando a un segundo plano la labor agropecuaria como complemento de su sustento.

Frente a las condiciones de un aparato productivo con un desarrollo industrial incipiente y unas características que distan mucho de cumplir las metas propuestas por los antiguos modelos de desarrollo, se abren nuevos escenarios en los que el diseño está invitado a participar como disciplina flexible y prospectiva, mediante la aproximación a estas realidades a partir de un ejercicio transdisciplinar, en la medida en que las problemáticas económicas y de producción en estos contextos pasan por las problemáticas sociales y culturales de los grupos productores y de los consumidores.

INNOVACIÓN
Y PROCESOS DE
DESARROLLO LOCAL

El trabajo con comunidad nos permite aproximar desde el diseño los conocimientos y las competencias de nuestra disciplina a las realidades locales, en un ejercicio que parte de la construcción consensuada y participativa de una *visión estratégica del territorio* por parte de las comunidades y los agentes regionales, y pasa por la identificación de escenarios emergentes en los que es posible implementar procesos de innovación tecnológica que permitan desarrollar el *capital del territorio* para agregar valor al producto en una región, soportado en las relaciones y alianzas que se establezcan entre los diferentes sectores y agentes dispuestos a articularse en redes operantes.

En la presunción del dinamismo de las culturas, entendidas como organismos vivos, la capacidad de adaptación de las comunidades y la sinergia que procuren entre el *capital del territorio*, los procesos de desarrollo en ciencia y tecnología y las nue-

4 Acopi, Cinsset, EAN, DANE, *Observatorio Económico para la Pyme Colombiana. Las pequeñas y medianas empresas en Colombia 1992-2001*, Bogotá, 2004.

vas dinámicas de mercado está su posibilidad de permanecer y mejorar los niveles de competitividad. En un medio en el que tradicionalmente las exportaciones se han basado en la extracción de materias primas y bienes de poca elaboración, con la consecuente baja rentabilidad, la atención se ha centrado en la formulación de políticas encaminadas a introducir en los sistemas de producción el concepto de innovación, como una práctica que incorpora el uso de ciencia y tecnología, con el objeto de agregar valor a partir de las exigencias en términos de calidad del producto, optimización de procesos o sustentabilidad en el uso de recursos naturales, pero también como una práctica que innova en los sistemas de organización social para la producción, así como en las nuevas visiones que surgen de las motivaciones del “hacer”, lo que conlleva una visión de empresa soportada en la sustentabilidad social, la cualificación del recurso humano y el pago justo por los servicios. Estos procesos, enmarcados en las políticas de instauración de sistemas de innovación, basan su acción en la consolidación de redes sociales a partir de la construcción de lazos de colaboración efectivos entre los miembros de una comunidad.

En los contextos productivos locales, los procesos de innovación son referidos a los nuevos abordajes de la actividad productiva, lo que implica un cambio de premisas en las maneras de hacer de los productores: en la primera la entrada a los procesos varía, por cuanto pasa por una *visión estratégica del territorio*, como mencioné anteriormente, en la que se articulan empresa privada, administración y entidades de apoyo al desarrollo, en pos de alcanzar objetivos comunes, lo que en el ámbito macro se refleja en la construcción de una *cultura organizacional*⁵ de las Mipyme. Se entiende que solo en procesos de asociatividad, alianzas temporales o cooperativismo se gana capacidad de negociación y respuesta, así como visibilidad frente a las administraciones, las entidades financieras y organismos de fomento y promoción.

En la segunda premisa, la *cultura de proyecto*⁶ –que proviene de las metodologías de trabajo del diseño industrial y lleva consigo un cambio en la lógica del hacer– introduce a los productores en una visión prospectiva que les permite anticiparse a escenarios futuros, en términos de uso-usuarios, con sus implicaciones medioambientales y sociales, aparte de identificar sus potenciales y situarse como unidad

5 Véase, en esta obra, el artículo 0. “Programa Acunar, Transferencia de diseño en comunidades productivas emergentes”.

6 Ídem.

productiva en un sistema de encadenamiento de competencias, desde una visión sistémica en la que inciden los aspectos sociales, económicos y ambientales.

En el ámbito de la *cultura material*⁷, el diseño, en el campo de acción de la materialidad, basa su potencial en la creatividad que como disciplina exploratoria está llamada a un ejercicio permanente de adaptación y desarrollo de capacidades, metodologías y herramientas, para aproximar los contextos productivos del *territorio* –al valorar y potenciar las particularidades locales manifiestas en su producción– a los escenarios de mercado, en un ejercicio que contribuya al mejoramiento de las condiciones productivas y al aumento de la competitividad de las comunidades.

Señalar el marco desde donde decidimos ejercer el diseño nos sitúa en el entorno productivo particular y en la escala en la cual queremos incidir. “El diseñador es un profesional que tiene que explorar tierras nuevas, y para esto necesita herramientas específicas, necesita un modelo cognitivo, un mapa y, por cierto, necesita una visión”⁸. Para algunos, ese lugar del diseño se sitúa en función de lo colectivo y, en esa media, se corresponde con un arraigado sentimiento de responsabilidad social. Así, el ejercicio profesional del diseño se inscribe en el contexto productivo de un país con un desarrollo industrial incipiente y con un sector de Mipyme creciente en el ámbito urbano y rural; se soporta en la noción de *territorio* para tender puentes entre lo local y lo global; y escala las acciones en beneficio de un uso sustentable de los recursos medioambientales. En un ejercicio de corresponsabilidad (mi responsabilidad por el otro), el diseño empieza a pensar en la *sustentabilidad* como un requerimiento de usufructo responsable de los recursos para las futuras y actuales generaciones. (a)

7 Ídem.

8 Giulio Ceppi, *Diseñar en código genético: el proyecto estratégico es producción de un proceso*, Encuentro Internacional Diseño Estratégico Pyme, Centro Metropolitano de Diseño, Buenos Aires, 2005.



DISEÑO Y REALIDAD

EL TERRITORIO Y LOS NUEVOS ESCENARIOS DEL DISEÑO

EDUARDO NARANJO

COLOMBIA: Diseñador Industrial, Universidad Nacional de Colombia; Especialista en Proyectos de Desarrollo, Escuela Superior de Administración Pública (ESAP); Máster en Gestión de Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos, Universidad Politécnica de Valencia; Doctorando en Diseño y Comunicación, Universidad Politécnica de Valencia. Catedrático en las universidades Nacional de Colombia, Autónoma de Colombia. Ex director de la Escuela de Diseño Industrial de la Universidad Nacional; Director del Programa Acunar. Coordinador de la Red Iberoamericana de Transferencia y Competitividad en Comunidades Emergentes "ITACA".
Correo: jenaranjoc@unal.edu.co

En las dos últimas décadas, el diseño ha sufrido cambios significativos de enfoque, causados por los procesos de globalización que han tenido lugar en nuestras naciones. Economías fundamentadas en una mal entendida reconversión industrial, dirigida a eliminar la brecha existente con los países “desarrollados”, traían consigo la construcción de escenarios que causaron, en muchos casos, crisis todavía más profundas que aquellas que pretendían solucionar en las dimensiones social, cultural, productiva y, por ende, económica. El desarrollo, visto desde la óptica de la dinámica de productividad asociada a economías de escala, enmarcadas en los productos de bajo costo, elevó las cifras de desempleo y condujo a una pérdida de competitividad gradual, asociada con el crecimiento de los tigres asiáticos y de China, cuya calidad se ha incrementado progresivamente a la par con la inversión extranjera, convirtiéndolo en un país altamente competitivo.

Por las condiciones de un país como el nuestro, cuyas economías de escala en producción de bienes actualmente son casi imposibles de desarrollar, dadas las características de inversión que requieren y la baja capacidad de innovación tecnológica en productos y en procesos –que debe estar ligada a estos renglones productivos, si quiere mantener la ventaja competitiva–, es preciso pensar en la formulación de nuevos escenarios para la producción, la empresa y el diseño que jalonen los procesos de innovación, tecnología y mercado asociados al consumo, de modo que permitan reestructurar la economía interna y dar nuevas opciones de desarrollo, específicamente a las comunidades menos favorecidas, que no pueden instalarse en la economía de mercado imperante.

Una de las características del tejido industrial en Colombia –compartida por la mayoría de los países de la región– es la diversidad de tamaños y tipos de empresas, que van desde la empresa familiar hasta la gran empresa (mediana, en la mayoría de países); de empresas de carácter artesanal a empresas altamente tecnificadas; de empresas asociativas conformadas por madres cabeza de familia hasta sociedades anónimas movidas por capitales privados. Pero este escenario, bastante complejo, que es donde se debe instalar el diseño, en estos momentos y en la mayoría de los casos no está siendo atendido.

Por estas razones, el sistema de relaciones que generan estas realidades da lugar a la emergencia de nuevos escenarios profesionales y a un incremento de la complejidad

del campo de conocimiento asociado a las actividades de diseño y de planificación en el marco proyectual. En Latinoamérica vienen desarrollándose exploraciones al respecto, desde finales de los años ochenta, tratando de mirar, desde los campos teórico y práctico –acción directa con los agentes involucrados–, los nuevos roles del diseño y, por consiguiente, los nuevos paradigmas que lo constituyen como disciplina, frente a la respuesta que debe dar a la sociedad.

La innovación, la competitividad, la productividad, la sostenibilidad, la sustentabilidad, la viabilidad económica y comercial o, en síntesis, la factibilidad del producto en mercados cambiantes son referentes conceptuales para la construcción de los nuevos escenarios del diseño que estén instalados en la realidad –pues su discurso en muchos casos la ha dejado de lado o ha asumido que ella está implícita en la sociedad de consumo y la comunidad productiva–, como respuesta a los cambios que se han generado en los últimos años en el mercado y a la agresividad de la oferta que se ha establecido por la tercerización de la economía, el desplazamiento hacia los servicios y, por ende, a los sistemas de distribución y comercialización.

Por su lado, la reacomodación de las fuerzas del mercado hizo que se cambiaran las reglas del juego, y nosotros no hemos sido ajenos a dicho cambio. La aparición de estos escenarios emergentes hace que los conceptos anteriormente nombrados tomen diferentes matices frente a la realidad y se asuman de diversas maneras, como bien lo establece Beatriz Galán, de la Universidad de Buenos Aires, en diálogo con la revista *m2*: “las crisis generan nuevos comportamientos, nuevas formas productivas e intereses. A veces sucede que en esa condición existencial, en la cual uno tiene que romper con el pasado, cuando logra hacerlo y no queda pegado a él, surgen las mejores opciones”¹.

Así las cosas, el campo ideal de la innovación es la emergencia. Pero debe estar alejada de lo que en nuestro entorno –en una especie de efecto imitativo de lo que es novedoso en los países desarrollados– llamamos innovación, tan conocida y admirada. Pero esa dimensión de la innovación se modifica en organizaciones que asumen una ética productiva particular y se interesan por el arraigo territorial, la autosatis-

1 Véase en esta obra, de Beatriz Galán, el artículo. “Diseño estratégico y autogestión asistida en buenos aires: casos y cuestiones teóricas”.

facción en el trabajo y lo colectivo –como es el caso de la artesanía–, estableciendo de otra manera relaciones entre estos factores asociados a la innovación y a sus relaciones con el mercado. Y es esta dimensión compleja la que hay que explorar, lejos de la postura lineal que impera en estos momentos en un modelo económica y ambientalmente insostenible.

EL PROGRAMA
ACUNAR

Cuando inició el viaje del Programa Acunar², sabíamos que el camino era intrincado, más en un país no industrializado en el que el diseño “industrial” sólo existe en la academia y en el que las necesidades están instaladas en el aparato productivo de las micro, pequeñas y medianas industrias, con sistemas productivos híbridos de producción “flexible”, cuyos procesos de diseño y organización deben ser de carácter adaptativo y participativo, pues ellas también tienen características particulares, como, entre otras, ser de origen familiar en su gran mayoría y, por ende, comportarse más como negocios que como empresa reales, pues sus procesos de toma de decisiones asociadas al producto en muchos casos dependen de agentes ajenos a la empresa y a los equipos de trabajo requeridos para el desarrollo de las actividades.

Hay que preguntarse, entonces, por la vía que requiere seguir un país como Colombia en las condiciones enunciadas. En primer lugar, es preciso tener en cuenta que adoptar una sola vía como respuesta a realidad tan compleja sería catastrófico. La historia nos ha demostrado en los últimos años que es funesto centralizar los esfuerzos en una sola estrategia –o, como dice el adagio popular, “poner los huevos en la misma canasta”–, y que incluso desaparecen sectores y renglones económicos enteros. Además, es bastante sospechoso que, contando con un modelo “ideal” en el que se hace la tarea, los problemas cada vez se agudicen más, la inconformidad de la comunidad vaya en aumento y se generen brechas sociales de tal magnitud que hoy, más que nunca, se habla de una mala distribución del ingreso, reflejada en los problemas de orden público, en la inconformidad de la sociedad y en la pérdida de gobernabilidad por las vías democráticas y participativas.

2 Véase en esta obra el artículo 0. “Programa Acunar: Transferencia de diseño en comunidades productivas emergentes”.

De modo que el diseño tiene que repensarse y desplazar su centro de interés, siempre puesto en el objeto, dado que está instalado allí, y revisarse en otras dimensiones, a donde no ha ido y donde lo están esperando para que asuma un cuerpo de conocimientos cambiante, no estático ni rígido, como el que hasta ahora lo ha caracterizado. Los objetos ya no existen por sí mismos, existen por el sistema de relaciones que los genera. Y ese intrincado sistema de relaciones entre la sociedad, la tecnología, la cultura y el medio está enmarcado en una dimensión territorial que lo valida, al tiempo que le otorga un factor diferencial en un mundo globalizado, además que posibilita o no que las cosas existan y, así mismo, da valor a la existencia de objetos-producto. El diseñador ya no es un creador, es un cocreador, un intérprete y traductor de realidades que posibilita la concreción de las aspiraciones del colectivo.

Las nuevas realidades mejoran la calidad de vida, posibilitan bienestar y, en últimas, satisfacen la expectativa y el deseo de vivir bien, de modo que alientan una auto-transformación del entorno, sin que esto afecte los ciclos vitales para mantener la especie. Y tal complejidad evidenciada en estos sistemas de relación hace que no tengan sentido las visiones disgregadoras que permiten las polarizaciones y los desarrollos aislados de la técnica, la tecnología, el mercado, la producción, la sociedad y otros, pues siempre será cierto eso de que "todo tiene que ver con todo".

La aparición de nuevos escenarios a partir de los cambios en el mercado evidencia espacios emergentes que es necesario no perder de vista y en los cuales hay que participar, valiéndose de herramientas como la inteligencia de consumo, que permite una aproximación a los escenarios de consumo y deja establecer esos matices que diferenciarán un producto de otro. Es claro que en estos momentos el rol de la oferta ha variado en comparación con el que tuvo en los años ochenta, cuando pasó de proponer la materialidad que se debía asumir en la sociedad a leer y reproducir las expectativas y deseos del consumidor. Es en este espacio donde emerge la innovación, que adquiere los matices pertinentes requeridos por la situación particular.

Innovar por innovar ya no es una vía segura, las organizaciones no pueden darse el lujo de inventar lo que se requiere, porque esta no es una fórmula que funcione en la relación espacio-tiempo actual. El ser innovador está mediado por la capacidad de interpretar lo que se espera de él, en el momento que se requiere y en el entor-

no donde se va a mover esta nueva realidad objetual. El diseño actual debe ser lo suficientemente flexible para asumir los roles que la sociedad le exija. El diseño académico, en su acepción tradicional, debe explorar las nuevas realidades, los nuevos sistemas de relación sociocultural, y acompañar los procesos de generación tecnológica en los diferentes niveles que se requieran.

Y no debemos olvidar, tampoco, que el diseño impulsa la tecnología (sea blanda y dura) y que su carácter anticipatorio le permite ser partícipe del desarrollo de nuevos productos, bienes o servicios, y que en la medida que el país lo requiere, la dimensión proyectual del diseño lo lleva a asumir nuevos roles en los que tradicionalmente no participa. Por esta razón, debe explorar y construir desde su dimensión territorial la participación en sectores productivos de la economía, de los que se alejó los últimos 20 años, como es el caso del sector agrícola, y en áreas en las que está llamado a proponer y dar respuestas, según las expectativas, como en el sector educativo, etc.

Estamos, pues, frente a un salto cualitativo del diseño, del cual vamos a ser partícipes y autores en la historia, y asistimos a la pérdida del centro de interés del diseño: el objeto, y a la recuperación de su centro original: el hombre, en todas sus dimensiones y con las consecuencias que ello acarrea, como es la desaparición de la tecnología por la tecnología, el objeto por el objeto e, igualmente, el diseño por el diseño. La construcción de las nuevas dimensiones del diseño, asumido como herramienta social y disciplina participativa, es el reto que debe ser abordado, entonces, en los próximos años.

DEL TERRITORIO Y OTRAS COSAS³

El territorio está de moda. Las dinámicas generadas en los últimos años como consecuencia del proceso de globalización trajeron consigo la revaloración del concepto de territorio y su resignificación como medio de diferenciación, en un mundo en el que las regiones, a diferentes escalas –sea Latinoamérica, Comunidad Andina de

3 Este aparte del escrito se construyó desde las discusiones, la investigación y el documento generado en el trabajo de la estudiante Claudia Y. Niño Sánchez "Catalejo: Una mirada desde el Diseño para la construcción de Marca Región a partir de la dimensión del territorio", desde la plataforma del Programa Acunar, para optar al título de pregrado de la carrera de Diseño Industrial de la Universidad Nacional.

Naciones (CAN), Mercosur, G3 o la pampa (Camino del Gaucho), Región Andina, Municipios de Oriente de la Gobernación de Cundinamarca, Localidad de Suba...) se ven obligadas a reconocerse en las diversas dimensiones que el concepto de territorio implica, con el fin de potenciar su desarrollo a escala humana. El desarrollo por el desarrollo fortalecido en las últimas décadas del siglo XX ha sido reevaluado por la crisis económica que generó esta dinámica, que abre una brecha cada día más amplia entre muy ricos, pobres y más pobres.

El repensarse de las comunidades en su dimensión territorial permite que se proyecten a sí mismas en su dimensión productiva como entes corporativos que compiten en los mercados y se caracterizan y diferencian con la Marca Región. La diversificación, la especialización de saberes, la implementación y adaptación de nuevas tecnologías, el autoreconocimiento identitario y, dentro de este último, el reconocimiento de la diferencia y del otro como herramientas de aproximación a las dinámicas socioeconómicas, todo ello permite a la comunidad instalar y construir el concepto de producto, aproximarse a las dinámicas de mercado y de desarrollo de nuevos productos y formatos, y caracterizar claramente lo que los diferencia y los identifica, fortaleciendo de esta manera su participación en los mercados.

En este punto es importante introducir la reflexión de Romeo Cotorruelo Menta sobre la cuestión de *la identidad y la imagen territorial* como un aspecto importante de las estrategias de desarrollo local. El autor señala que "para competir con éxito y poder impulsar un proceso de desarrollo genuino, resulta necesario que el territorio logre diferenciarse positivamente y llegue a poseer un cierto estilo propio"⁴, y es trascendental generar una identidad territorial entendida como la identificación de todos los actores de la comunidad local con su territorio, instituciones, organizaciones, productos y servicios.

La imagen territorial también lleva a la rápida identificación del territorio por agentes foráneos. "Como una *marca*, la imagen territorial personaliza e identifica los atractivos y productos del territorio"⁵, lo cual permite el reconocimiento suprarre-

4 Cotorruelo Menta Romeo, "Aspectos Estratégicos del Desarrollo Local", en Óscar Madoery y Barquero Vázquez, *Transformaciones globales, institucionales y políticas de desarrollo local*, Rosario, Homo Sapiens, 2001.

5 *Ibidem*.

gional de lo que hace particular dicho territorio frente a otros. Cabe aclarar que si esta imagen no posee en realidad aquellos aspectos que son sugeridos como valores de marca en el mercado, terminará en la misma situación que aquellas empresas que consideran que la marca es solo una imagen con la cual la identifica el cliente consumidor: perderá credibilidad y generará una imagen negativa, que termina en su eliminación del mercado. En esta dimensión, el territorio debe ser entendido y asumido como una gran empresa sustentable en el tiempo, en cuya gestión participan día a día los agentes y actores, que desde este instante denominaremos autores (como lo considera la D.I. Carolina Liscano, estudiante de la maestría, del CEPA), por ser protagonistas de su propio destino.

No se debe olvidar que las dinámicas cambian en una economía de mercado y dependen de muchos factores, entre ellos, de la competencia y la competitividad, que están determinadas por las dinámicas de innovación generadas en la oferta, razón por la cual el comportamiento del territorio en su dimensión productiva debe, citando a Manfred Max Neff, “derivar en estado de alerta”, con el fin de responder a estos cambios y generar el factor diferenciador que le permita ser sustentable a largo plazo.

Una de las estrategias propias del diseño para lograr esta diferenciación y generar la dinámica de cambio constante instalada en el territorio es trabajar con los autores y los agentes del mismo, mancomunadamente –lo que denominaríamos en *Acunar* procesos de Investigación Acción Participación– en el autoreconocimiento del territorio, de su cultura y de su identidad. Hablar de identidad en Latinoamérica no es nuevo, y pueden existir enfoques similares cuyo abordaje implique una mirada identitaria surgida de la comunidad misma y no de agentes externos, como ha sido tradición en el país. Se debe tratar de fracturar esa relación objeto-sujeto y pasar a una relación sujeto-sujeto, en la que las disciplinas que deben acompañar, soportar y apuntalar en estos procesos de construcción territorial contemporánea establezcan plataformas transdisciplinarias, para las cuales el respeto por el otro y la conciencia de los procesos de transferencia de conocimiento y saberes es de doble vía (profesionales-comunidad, comunidad-profesionales), y no hay que olvidar ni perder de vista que los procesos pertenecen a las comunidades y no a los agentes externos; allí el objetivo final es generar dinámicas de autogestión que permitan a la comunidad continuar su proceso cuando el nuestro haya terminado.

En las relaciones que se establecen entre lo humano, lo social y lo natural, se distinguen componentes tangibles e intangibles, análisis que posibilita incluir el concepto de “cultura material”⁶, entendida como el conjunto de relaciones materiales que conforman la esencia de la materialidad social, que permiten darle valor a los contenidos de la “cultura espiritual” o cultura intelectual, basada en el conjunto de relaciones ideológicas evidenciadas en la cultura material. De la misma manera, se entiende que no se puede prescindir de ningún componente para describir los efectos culturales en un territorio; más allá de describir y clasificar los elementos objetuales desde su materialidad, se hace imprescindible evidenciar el sistema de relaciones sociales, productivas e ideológicas que se conjugan para la creación de esa materialidad⁷.

La *territorialidad* se entiende como la relación dinámica entre los diferentes componentes –sociales, económicos, culturales, institucionales– y aquellos que poseen valores materiales e inmateriales propios del territorio donde se habita, se vive, se convive y se produce. El geógrafo y miembro del Instituto de Geografía Alpina, Bernard Pequeur, distingue la territorialidad como un conjunto de “activos específicos”, imposibles de encontrar de la misma forma en otros lugares, por oposición a los factores genéricos, que se encuentran en varias localidades; en otros términos, ella está referida a los *activos endógenos*. Acá, y al respecto de la identidad cultural y territorial, vale transcribir dos citas: “Las nuevas identidades ya no se construyen mediante la delimitación nacional-cultural, sino más bien a través de una trasgresión sistemática de las tradiciones, estructuras y fronteras, como efecto de la imposición de nuevas realidades sociales en el marco de la globalización: la cultura se ha convertido en un reto, también para la sociología”⁸ y “La identidad no es otra cosa que aquello que nos diferencia de los otros tanto en el ámbito individual como colectivo. Supone la conciencia de pertenencia a un grupo determinado y una simbología propia que reclama ser reconocida, protegida y promovida”⁹.

6 Pablo Guadarrama y Nikolai Perdiguin. *Lo universal y lo específico de la cultura*, Universidad Incca de Colombia, Santa Clara de Cuba y Universidad Centra de las Villas, Edición Santa Clara Unincca, 1988.

7 Claudia Y. Niño Sánchez, op. cit.

8 Gerhard Steingress, *La cultura como dimensión de la globalización: Un nuevo reto para la sociología*.

9 David Uribe Soto, “La identidad cultural y el desarrollo territorial rural”, *Rimisp*, abril de 2006.

La capacidad del territorio de ser actor del desarrollo acoge otro término, el de desarrollo endógeno, asumido como una “propiedad emergente de un sistema territorial que posee un elevado stock de capitales intangibles y sinérgicos”¹⁰. Sobre estas premisas es que el diseño puede instalarse en la dimensión del territorio, pues su carácter anticipatorio y posibilitador de nuevas realidades le permiten ser uno de los agentes detonantes de las dinámicas de potenciación de capitales tangibles e intangibles. Lo endógeno del desarrollo territorial¹¹ se da en cuatro dimensiones que interactúan cruzándose entre sí:

- *Dimensión política* o capacidad para diseñar y ejecutar políticas de desarrollo, así como de negociar.
- *Dimensión económica* o de apropiación y reinversión regional de parte del excedente para diversificar la economía regional y darle sustentabilidad en el largo plazo.
- *Dimensión científica y tecnológica* o habilidad para generar impulsos tecnológicos de cambio propios, capaces de provocar modificaciones cualitativas en el sistema.
- *Dimensión cultural* o capacidad para generar una identidad socioterritorial en los colectivos que se instalan en el mercado y en el territorio.

Esta categorización nos permite comprender que en las dinámicas de acompañamiento a escala territorial el carácter multidisciplinario se convierte en un factor determinante para el éxito de cualquier proceso de desarrollo en el que se instale la comunidad. En el plano de la cultura encontramos la dimensión patrimonial, que se convierte en uno de los activos territoriales más importantes para caracterizar el concepto de marca región. Hay que acotar que en un mismo territorio se pueden encontrar diferentes escalas patrimoniales acordes todas con la diversidad social de cada caso. Para valorar el patrimonio, se entiende que las comunidades no son homogéneas y que cada agrupación, desde su memoria e identidad, identifica como patrimonio de su cultura diversos elementos, así se valora un conjunto amplio de elementos, que comprende bienes que en un comienzo fueron heredados y otros que fueron construyéndose de diferentes modos y procedencias; el significado de

¹⁰ Sergio Bosier, “Desarrollo (local): ¿De qué estamos hablando?” en Madoery y Vázquez, op. cit.

¹¹ P. Muller, *Les Politiques Publiques*, París, Presses Universitaires de France, 1990.

cada uno de estos elementos surge a partir de las dinámicas que de desarrollo de cada comunidad, grupo o colectivo humano. Por esta razón no se puede hablar de un patrimonio verdadero, pues como todos los elementos de la cultura y la identidad de una comunidad, el patrimonio cultural es resignificado, reimaginado y reinventado constantemente, nunca se puede estimar el definitivo y completamente acabado¹².

Sin embargo, en un territorio existen patrimonios que se podrían considerar genéricos y perdurables en el tiempo, que han sido valorados por consenso de las comunidades que comparten el territorio, y son considerados bienes comunes. Este inventario es construido a partir de los elementos culturales, productivos, paisajísticos, ambientales, históricos y sociales presentes en un territorio, que son compartidos por los autores locales: agentes productivos, autoridades locales, sociedad civil, y que otorgan reconocimiento externo del territorio¹³.

Podemos deducir, entonces, que el patrimonio siempre está en construcción, que no depende solamente de los agentes y elementos endógenos, sino que se construye en la constante relación del territorio con sus agentes externos. Al realizar el ejercicio de identificación de elementos constituyentes de la Marca Región de un territorio, se hace pertinente identificar los elementos que hacen parte del inventario del patrimonio cultural del territorio. En este sentido, el patrimonio cultural cobra un importante significado, pues viene a ser la representación de valores que se viven de manera concreta y dinámica en un territorio, que son importantes y construyen memoria, sentidos y lazos de pertenencia tanto espaciales como temporales para un grupo humano, y es a partir de su redescubrimiento por parte de los actores locales que dichos elementos del patrimonio cultural entran a ser considerados bienes potencializables, un activo más en el balance financiero.

La concepción del territorio, caracterizado en un mapa como una división político-geográfica, ya no cabe, está desbordada, más cuando estas divisiones se desdibujan a partir de los lazos generados entre las comunidades que lo comparten; de otra parte, la escala del territorio varía dependiendo de la mirada del observador y de las dimensiones que se estén contemplando. La comprensión de la relación entre

territorio y diseño es viable desde la visión de la complejidad, que establece interconexiones entre discursos y conceptos que a primera vista parecen lejanos. El concepto de territorio en su nueva mirada está en plena construcción y está siendo abordado desde diferentes disciplinas. El trabajo que queda desde una disciplina como el diseño (no hablemos de las especialidades de este: industrial, gráfico, arquitectónico, de modas, de espacios, etc.), en su acepción más amplia, es, en primera instancia, fracturar las fronteras que no le permiten aproximarse a otras disciplinas y ampliar su "territorio" o campo de acción. En este momento, el objeto ha sido desbordado y la dimensión de producto cada día se consolida más, no desde en ámbito de la producción sino desde la esfera social y humana, lo cual lleva a replantear las fronteras disciplinares, las relaciones entre estas y la generación de nuevos conocimientos asociados al traslape generado por los conocimientos compartidos y el abordaje de los mismos. Se requiere que el diseño, como disciplina y como profesión, tome conciencia de que hay nuevos espacios donde su participación es fundamental en procesos de construcción social, en las dimensiones mencionadas (cultura material, cultura organizacional y construcción de patrimonio, de nuevas realidades, de calidad de vida, de bienestar, etc.). La discusión está abierta y la necesidad de reflexionar sobre este campo esta puesta sobre la mesa.⁽⁴⁾

Compuesto en fuente Frutiger de
9.5 puntos, en papel Propal mate
de 90 gramos, este libro se terminó
de hacer en septiembre del año
2007, en la ciudad de Bogotá, D.C.,
con un tiraje de 99 ejemplares,
impresos a cuatro tintas
por medios digitales.

