

¿Qué pasaría si se acaba el campo?

What would happen if the field runs out?

Esa fue la pregunta que plantearon los miembros del semillero Culturama, de la Facultad de Diseño Industrial de la UPB, al iniciar el proyecto *Estrategias pedagógicas para promover la conciencia ambiental y el relacionamiento con la naturaleza.*



Por:

Claudia Patricia Sánchez-Aguiar
claudiap.sanchez@upb.edu.co

Fotos:

Cortesía Grupo de Investigación

En plena pandemia por el COVID-19, a principios de 2021, la investigadora [Coppelia Herrán Cuartas](#) y los integrantes del [semillero Culturama](#), de la Universidad Pontificia Bolivariana, junto con los estudiantes de Smart (Semillero de Investigación Estudios en Mercadeo) y de SIIU (Semillero de Investigación en Innovación y Emprendimiento), de la Universidad Eafit, visitaron la granja agroecológica Rena-Ser, en la vereda La Milagrosa de El Carmen de Viboral, Antioquia. "El proyecto nació de Eafit, con la profesora María Claudia Mejía Gil. No solo para mirar la conciencia ambiental, sino también para estudiar cómo se pueden promover estrategias pedagógicas para acercar a las personas a ese relacionamiento con la naturaleza. Ellos nos invitaron como semillero para diseñar juntos esa experiencia", recuerda la docente Herrán Cuartas.

Esta experiencia estuvo acompañada del recorrido por la finca. “Hacer el queso crema, desgranar la mazorca, escoger los frijoles, secar el café... esto no solo es ir al supermercado y comprar las cosas”:
Nicolás Mejía Acevedo, estudiante que participó en el proyecto.



Retos y aprendizajes

Ante la relación con estudiantes de Eafit, de disciplinas distintas al diseño industrial, como mercadeo, negocios internacionales, ingeniería de diseño de producto y comunicación social, los investigadores valoraron esa oportunidad, que reprodujo lo que los alumnos encontrarán en el mundo profesional. Se trató de trabajar de manera conjunta desde diferentes carreras y construir en grupo, para responder a la necesidad planteada en este proyecto. Como plantea Herrán Cuartas: “Fuimos mediadores de la información a través de la imagen, del texto, pero también a través de la objetualidad. El reto más difícil para mí fue que, por la pandemia, no pudimos hacer la experiencia tridimensional, sino digital, entonces el equipo de Eafit nos apoyó y ayudamos a diseñar la estrategia”.

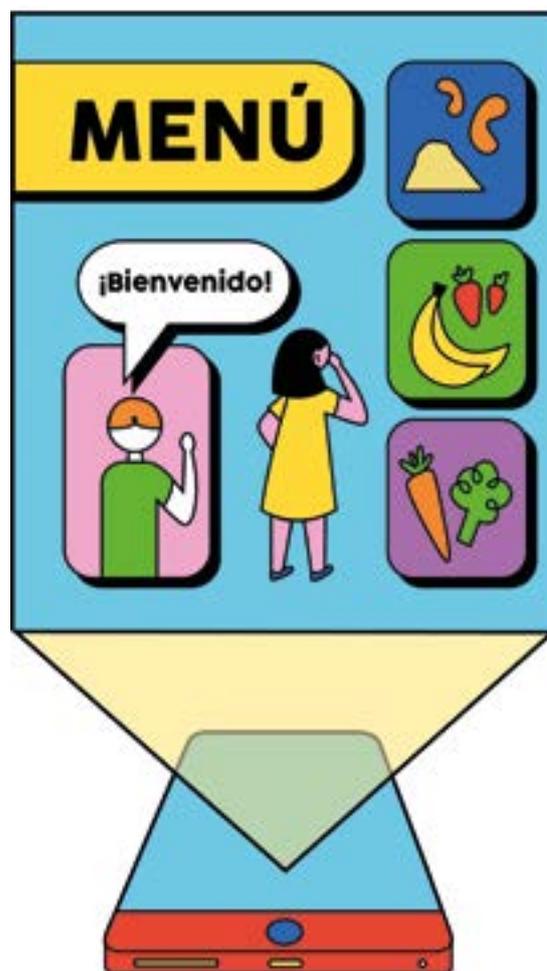


Ilustración: Catalina Henao Acosta

La estancia en ese sitio conectó a los jóvenes con el campo, cuando conocieron la historia de vida de don Carlos Osorio, el dueño de la granja, quien transformó su manera de relacionarse con la tierra cuando se enfermó de la sangre. Así lo explica Sara Castrillón Chaparro, integrante del semillero Culturama: “El médico le dijo que se tenía que alejar de la vida de agricultor tradicional, que tiene muchos químicos, entonces él vio la oportunidad de trabajar con ese doctor, construyendo la finca. Tiene un multicultivo, donde siembra de todo. Una planta que tiene plagas le sirve a otra. Nunca utiliza químicos ni nada transgénico. Conectado a la finca hay un restaurante, donde cocinan con lo que se produce en esta”.

De acuerdo con Luisa Fernanda Londoño Marín, integrante de Culturama, los estudiantes pusieron en práctica una recomendación que les han hecho durante la carrera: "Debemos ser adaptativos, recursivos. En esta experiencia lo logramos y vimos que estamos aprendiendo y creciendo como diseñadores".

El mercado de lo absurdo

Así llamaron a la experiencia, que partió del interrogante: ¿Qué pasa si se acaba el campo?, y de otra inquietud relacionada con la anterior: ¿Qué le sucederá al planeta si se termina el campo?

"Hay una caja que es la invitación. Tiene una forma y un lenguaje muy futurista. En la caja hay un mercado en polvo, que se puede reconstituir en agua; son alimentos reales deshidratados por la empresa Proexcar (Procesadora de Extractos Cárnicos). Estos no pierden sus micronutrientes", afirma Londoño Marín.



Caja de invitación diseñada en el marco del proyecto.

Esa caja, en cuyo interior se encuentra un código QR que lleva a los usuarios a un sitio web, fue enviada a veinte personas elegidas con base en dos criterios: que fueran conocidas de los investigadores, residentes en Medellín, y alineadas con la conciencia ambiental y la vida saludable. Como aclara la investigadora Herrán Cuartas: influenciadores, "que le den visibilidad a la página web, una voz a voz digital".



¿Qué es más estimulante? Recibir el mercado con las frutas, que son irregulares, pero más frescas, jugosas, sin sabor a químico, o me voy al mercado convencional donde tengo la preconcepción de qué voy a encontrar y a qué me sabe":
Coppelia Herrán Cuartas, docente investigadora.



Para decidir cuáles serían los ingredientes de la experiencia, se enfocaron en los productos de la canasta familiar colombiana, en frutas y verduras. Así mismo, con una metodología mixta, hicieron una encuesta, grupos focales y entrevistas semiestructuradas en profundidad, de las que obtuvieron la información para el diseño de lo que se ve en el sitio web y la clasificación de tres tipos de personas, según lo que cada una eligiera.

Al acceder a la experiencia digital, los usuarios aprecian tres menús clasificados así: el consciente, para quienes tienen conductas saludables interiorizadas; el medio, para las personas tradicionales, que a veces tienen buenas prácticas; y el inconsciente, para los que comen principalmente alimentos procesados.

"Escojo el menú y según lo que elija se muestran los efectos en el cuerpo humano y en el planeta. Por último, la experiencia digital lleva a una sugerencia de pequeñas prácticas amigables con el ambiente, solamente para empezar", sostiene Coppelía Herrán Cuartas, quien puntualiza que este es un proyecto terminado, del que sigue su socialización.



“Conocí los CSA, comunidades que apoyan a los agricultores. Pequeñas fincas agroecológicas a las que te suscribes, el agricultor tiene un ingreso fijo y tú recibes los productos en tu casa. La idea es reconocer a los campesinos, que son profesionales en el campo”:
Luisa Fernanda Londoño Marín, integrante del semillero Culturama.

Algunos integrantes del equipo (de izquierda a derecha y de arriba a abajo): Cristian Correa Montoya, María Isabel Roldán Agudelo, Nicolás Mejía Acevedo y Coppelía Herrán Cuartas. Sara Castrillón Chaparro, Luisa Fernanda Londoño Marín y María Isabel Osorio Cobaleda.



Ficha técnica

Nombre del proyecto: Estrategias pedagógicas para promover la conciencia ambiental y el relacionamiento con la naturaleza.

Palabras clave: Agroecología; Conciencia ambiental; Diseño de experiencias; Herramienta pedagógica de aprendizaje.

Grupo de Investigación: Estudios en Diseño.

Escuela: Escuela de Arquitectura y Diseño.

Seccional: Medellín.

Líder del proyecto: Coppelía Herrán Cuartas.

Correo electrónico: Coppelía.herran@upb.edu.co