

- TOOLKIT -

**— CO
CREA
CIÓN**

Para la Generación de Ideas

Stgo Chile, Agosto 2019

Docente Autor:

Rodrigo Gajardo

Diseñador, Magister en Diseño Avanzado, Pontificia Universidad Católica de Chile. Docente del programa de Innovación Interdisciplinaria y otros programas de innovación de pre y postgrado de la Universidad del Desarrollo en áreas relativas a la investigación, co-creación y generación de ideas. Director ejecutivo e investigador de la Fundación Saber Hacer en temáticas relativas al desarrollo local, comunidades creativas e innovación social. Profesional asesor en materia de procesos de innovación abierta, investigación etnográfica, estudio de tendencias y diseño de servicios en instituciones públicas y privadas.

Docente colaborador:

Tamara Vicencio

Antropóloga, Magister en Filosofía UAH

2

Estudiantes colaboradores:

Constanza Reyes, estudiante *Diseño Industrial*,
Universidad Tecnológica Metropolitana

Josefa Roll, estudiante *Diseño de Espacios*
y Objetos, *Universidad del Desarrollo*

Isidora Abusleme, estudiante *Diseño de Espacios*
y Objetos, *Universidad del Desarrollo*

Proyecto realizado durante septiembre
2018 y agosto 2019

Recurso realizado en el marco de los Proyectos de
Innovación y Fortalecimiento de la Docencia, del Centro
de Innovación Docente, Universidad del Desarrollo

Innovación abierta y colaboración intensiva, estrategias para la interdisciplina y el abordaje de problemas complejos en la transición hacia la sustentabilidad.

Según Manzini, nos estamos insertando en un proceso de transformación y transición que gira en torno a la sostenibilidad (2015), estos cambios se encuentran caracterizados por profundas mutaciones locales y sistémicas que requieren de formas de trabajo y enfoques proyectuales, donde el diseño ha tomado un rol relevante. Es en este contexto donde los conceptos de diseñar y colaborar se entrelazan en movimientos diversos que promueven la participación ciudadana, promoción de la economía local, comunidades creativas, entre otros. Sin embargo, innovar colaborativamente para la sostenibilidad requiere de aproximaciones para comprender un contexto, personas y grupos de personas con características, una identidad e incentivos propios. Estas formas de relación pueden observarse desde un punto de vista económico, revelando la manera como las personas se organizan en torno a la producción y circulación de bienes y servicios en un sector determinado, con prácticas sociales específicas y una construcción cultural que da sentido a las formas de hacer trabajo e interactuar con otros para un fin en común.

Las nuevas formas de abordar las problemáticas sociales deben apuntar al co-diseño de soluciones locales que reconocen y se apropian del mundo global interconectado, la innovación debe “buscar este equilibrio entre lo local y lo abierto que conduce a una suerte de localismo cosmopolita, capaz de generar un nuevo sentido de lugar” (Manzini, 2015, p.34) elaborando redes y tejido social a baja escala que refuerzan e innovan en soluciones internas mientras sus redes a gran escala, permite conectar las comunidades con el mundo global. Este nuevo paradigma de comunidades es lo que podemos llamar comunidades creativas, formas de organización y producción social de economías y cultura, con capacidad de innovar, co-crear, colaborar y conectarse a nivel local y global, logrando de esta manera navegar por las turbulentas aguas de esta transición hacia la sostenibilidad.

¿Por qué es relevante la co-creación hoy?

La complejidad de la realidad social actual requiere de acciones profundas, éticas y comprometidas con las comunidades, la ciudadanía. Vivimos en un momento de enorme fragilidad, el planeta y las personas ya no resisten políticas e intervenciones de cualquier índole, sin una responsabilidad real y sin colaboración de por medio que nos permita el diálogo entre mundos diferentes.

4 Cuando nos referimos al concepto mundo, no es una enunciación retórica, a lo que refiere es a modos de desplegar proyectos de vida en un horizonte posible. Por lo tanto, estamos haciendo referencia a prácticas culturales, sociales e identitarias; a modos de ser vinculados a un territorio, el cual no se desarrolla en el solipsismo, sino que mantiene contacto y relación con diferentes espacios y niveles de socialización. El diseño y su carácter interdisciplinario, tiene un enorme desafío en el presente que nos reúne. La realidad en la que interviene se presenta móvil, escurridiza, enemiga de toda fijación. Las grandes ciudades están cruzadas por espacios de flujos, donde las identidades poco o nada se puede determinar en un molde determinado como antaño. Las comunidades rurales poco a poco comienzan a desanclarse de sus prácticas ancestrales o, por el contrario, se rebelan contra el cuestionamiento de sus bases tradicionales. En este escenario ¿qué rol cumple el diseño? ¿cuál es la relevancia de la co-creación?

La co-creación, de la mano del diseño, abre la posibilidad de establecer relaciones significativas, donde el conocimiento de cada mundo entre en diálogo y, de esta manera, sea posible generar respuestas pertinentes a necesidades de ciudadanos o comunidades en particular.

Esta forma de trabajo, nos provee de diferentes modelos de experiencia compartida que se adapten a un escenario local/global, en la diversidad de sus prácticas y cuestionamientos de su consumo, formas de vida o territorio. Se trata de responder a

preguntas básicas como “Qué Diseñamos”, “Cómo Diseñamos” y “Quiénes Diseñan”, a las cuales podríamos agregar “Para qué diseñamos” en un sentido ético.

La co-creación implica un trabajo creativo, que debe indagar en sus diferentes niveles y de esta manera, ofrecer una experiencia significativa a las distintas partes involucradas en el diseño. Independiente si esta experiencia se orienta a un tipo de servicio, objeto u orgánica, no se debe perder el foco al cual apunta la creación. Esperamos que ese foco involucre a ciudadanos y comunidades.

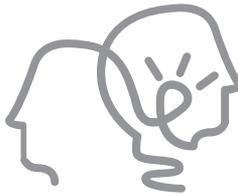
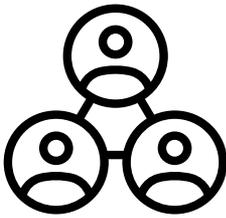
Lo anterior, nos lleva a componentes relevantes de los espacios de co-creación, ya que este tipo de relaciones creativas, se basan en la confianza, respeto y apoyo mutuo. Por lo tanto, este tipo de trabajo colaborativo, participativo -dependiendo del nivel al que queramos acceder en la experiencia- debe contemplar, como base de una buena práctica del diseño, estos tres elementos en el quehacer creativo de la co-creación.

5

The page features a large graphic consisting of the numbers '0' and '1' in a thin black outline. The '0' is on the left and the '1' is on the right. The text 'MAPA DE ESCENARIOS DE VINCULACIÓN' is centered within the '0' and extends slightly into the '1'.

**MAPA DE
ESCENARIOS DE
VINCULACIÓN**

La primera fase para el desarrollo de experiencias de co-creación con usuarios es la identificación del escenario en el cual el equipo se insertará para vincularse con usuarios y actores relevantes para la evolución y testeo de una idea de innovación. Para este fin, el trabajo en un mapa del sistema y los actores involucrados en una temática específica es necesario para esta visión general, haciendo especial énfasis en aquellos usuarios y actores que tienen un rol en el proceso creativo.



Materiales

- Papelógrafos
- Notas adhesivas
- Plumones

Adicionales:

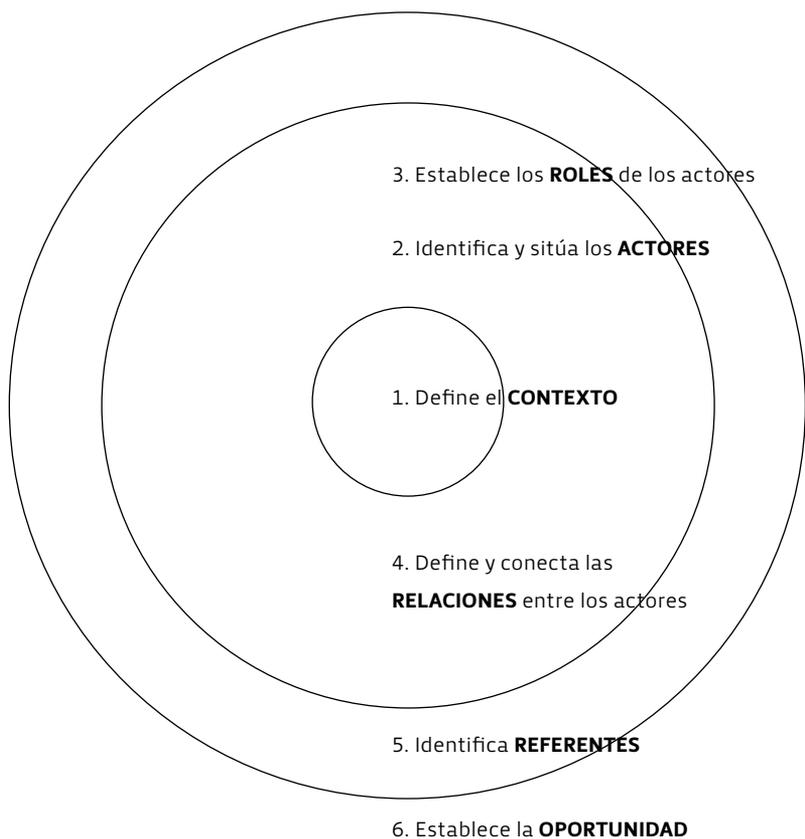
- Plumones de color
- Pines
- Banderas

01. Mapa de escenarios de vinculación

El *mapa de escenarios de vinculación* es un tipo de mapa de actores pensado para establecer una mirada general del proyecto, su contexto y los usuarios y actores que surgen en este proceso.

Pasos:

1. Define el **CONTEXTO** del proyecto. Esto puede ser el área o temática que están abordando, el desafío propuesto, el problema o un territorio en el cual van trabajar.
2. identifica y sitúa a los **ACTORES** que se vinculan o podrían vincularse en el proyecto. Estos podrían ser usuarios, proveedores, partes interesadas, empresas, influenciadores, instituciones públicas, organizaciones sociales, entre otros.
3. Establece los **ROLES** de los actores, según su nivel de participación en el proceso creativo (ver tabla de los Niveles de creatividad). Estos roles podrán ir desde los Creadores, Fabricantes/Productores, Adaptadores, Usuarios. Según el rol que tengan nuestros actores será el tipo de co-creación o testeo que podremos llevar a cabo con ellos.
4. Define y conecta las **RELACIONES** entre los actores, comprendiendo de qué forma entregan y reciben valor. El tipo de valor que se transfieren puede ser de *Dinero/Crédito*, *Productos/Servicios*, *Información* así como también valor *Intangible* (ej: Reputación).
5. Identifica **REFERENTES** que sirvan de inspiración para un proceso creativo con usuarios. Estos referentes pueden ser proyectos, emprendimientos, empresas, productos, servicios, experiencias, etc.
6. Establece la **OPORTUNIDAD** de co-creación y testeo con usuarios y actores que puedan aportar a la evolución de tu idea. En este punto deberás definir una estrategia de acercamiento a adoptadores tempranos, sponsors del proyecto o desarrolladores que aporten a mejorar o redefinir tu solución al problema (o inclusive el propio problema).



13

¿Qué resultados deberías obtener?

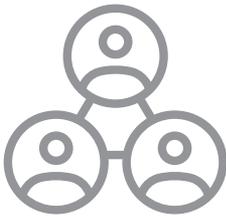
- Una mirada general del sistema, reflexiones sobre personas, organizaciones, empresas e instituciones que no hemos considerado o han pasado desapercibidas en nuestra investigación previa.
- Conectar con actores que pueden transformarse en sponsor del proyecto, facilitando e impulsando su desarrollo a través de testeos y pilotos.
- Reflexiones sobre el flujo de valor que ocurre entre los distintos actores, qué buscan, cuáles son sus incentivos, qué están dispuestos a dar por determinados productos, servicios u otro tipo de valor proveniente del sistema.
- Nuevos insights sobre quiénes serán nuestros adoptadores tempranos.

The page features a large graphic of the numbers '02' in a thin black outline. The '0' is a simple oval, and the '2' is a stylized, blocky numeral. Centered within the '0' is the text 'PLAN DE CO-CREACIÓN Y TESTEO DE IDEAS' in a bold, black, sans-serif font. The text is arranged in three lines: 'PLAN DE CO-' on the first line, 'CREACIÓN Y' on the second line, and 'TESTEO DE IDEAS' on the third line.

**PLAN DE CO-
CREACIÓN Y
TESTEO DE IDEAS**

La segunda fase para la co-creación con usuarios es la implementación de una experiencia de co-creación y testeo, a partir de la oportunidad identificada en el escenario de vinculación.

Para ello, planificaremos esta experiencia, estableciendo qué vamos a co-crear (ej: a través de una ideación colectiva) o testear (ej: evaluar la deseabilidad de una idea), con quiénes, cuáles son las hipótesis y métricas que usaremos y finalmente cómo vamos a llevar a cabo la actividad.



Materiales

- Papelógrafos
- Notas adhesivas
- Plumones

02. Plan de co-creación y testeo de ideas

El *plan de co-creación y testeo de ideas* tiene como fin organizar la experiencia a implementar, tomando consciencia del qué, cuándo, cómo y con quién trabajaremos, según un objetivo específico. Cabe aclarar que una experiencia de co-creación será distinta de una de testeo, así como también el perfil de los usuarios que participarán en una y otra.

Pasos:

1. Colocar el **PROBLEMA** que estamos resolviendo. Puedes hacerlo retomando el *Punto de Vista* (Usuario + Necesidad + Insight).
2. Colocar la **IDEA** inicial generada.
3. Definir el tipo de **EXPERIENCIA** que vamos a llevar a cabo, sea que: a) co-creemos con usuarios o; b) testaremos nuestras ideas con ellos.
4. Definir nuestros **USUARIOS OBJETIVO**. ¿Quiénes son? ¿Qué rol creativo tienen o tendrán en el proceso?
5. Establece la o las **HIPÓTESIS** del equipo. ¿Con cuáles supuestos y afirmaciones vamos a realizar un testeo o una co-creación? Pueden partir diciendo: “*Nosotros pensamos que...*”.
6. *Diseña las MÉTRICAS de éxito. ¿Cómo vamos a validar o invalidar nuestras hipótesis? ¿Qué indicadores usaremos?*
7. *Define y describe la PROPUESTA DE CO-CREACIÓN / TESTEO. ¿Qué vamos a realizar? ¿Cuánto dura? ¿Dónde se realizará (lugar físico y geográfico)? ¿Que recursos necesitaremos (equipamiento, insumos, infraestructura, etc)?*

1. ¿Cuál problema estamos resolviendo?	5. Hipótesis	7. Propuesta de co-creación / testeo
2. Idea		
3. Tipo de experiencia	6. Métricas de éxito	
4. Usuarios objetivo		

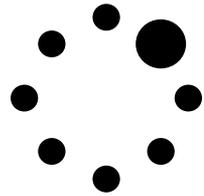
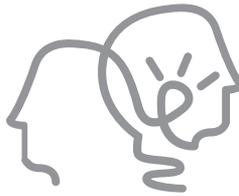
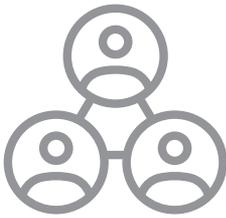
¿Qué resultados deberías obtener?

- Una estructura clara para implementar tu experiencia de co-creación o testeo, con usuarios y objetivos específicos.
- Evidenciar los supuestos y afirmaciones que tenemos respecto de: el problema, la solución, el usuario objetivo, entre otros.
- Establecer un mecanismo de medición de resultados de la experiencia de co-creación o testeo, que permita evaluar claramente los resultados de su implementación.
- Definir criterios de evaluación de resultados de la experiencia.



**EVALUACIÓN
DE LA DE LA
CO-CREACIÓN
Y TESTEO**

La tercera fase para la co-creación con usuarios es la evaluación de la experiencia. Para ello, desarrollaremos un análisis crítico de los resultados obtenidos del proceso, identificando aquellos aspectos e hipótesis que fueron validadas así como también aquellas invalidadas, estableciendo las mejores que podríamos llevar a cabo en nuestra idea de solución.



Materiales

- Papelógrafos
- Notas adhesivas
- Plumones

03. Evaluación de la co-creación y testeo de ideas

La *evaluación de la co-creación y testeo de ideas* tiene como objetivo determinar los resultados de la experiencia implementada. Identificaremos lo que funcionó, lo que podría ser mejorado, determinar nuevas preguntas e hipótesis y finalmente iterar en la idea de solución.

Pasos:

1. Identificar aquellos aspectos que **FUNCIONARON** y fueron validados por la experiencia de co-creación o testeo.
2. Determinar aquellos aspectos que podríamos **MEJORAR** derivados de hipótesis invalidadas, ideas o insights fallidos.
3. Definir **NUEVAS PREGUNTAS** que surgen a partir de los aprendizajes obtenidos. Estas nuevas preguntas pueden intentar formular nuevos insights, redefinir la problemática, reenfocar el usuario objetivo, entre otras.
4. Iterar en **NUEVAS IDEAS**. Esta puede ser una versión mejorada de la idea inicial o una reformulación en función de los aprendizajes obtenidos.

1. ¿Qué funcionó?	2. ¿Qué podríamos mejorar?
3. ¿Cuáles nuevas preguntas surgen?	4. Nuevas ideas

¿Qué resultados deberías obtener?

- Insights profundos sobre la problemática e incentivos de los usuarios.
- Nuevos puntos de vista respecto del contexto y potenciales soluciones.
- Validaciones de hipótesis, nuevos aprendizajes que permitan transformar supuestos en hechos.
- Nuevas ideas, mas asertivas y mejor conectadas con la necesidad del usuario y los incentivos de actores objetivo.

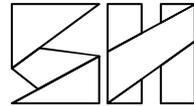
- TOOLKIT -

— CO CREA CIÓN

Para la Generación de Ideas



Universidad del Desarrollo
Universidad de Excelencia



SABERHACER