



**Caja de Herramientas para el Co-laboratorio
de Creación y Memoria “La Esquina Redonda”
(Proyecto del Museo Nacional de Colombia y la
Fundación Gilberto Alzate Avendaño - FUGA)**

Victoria Angélica Quinche Ramírez

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en Gerencia Estratégica del Diseño

Bogotá, Colombia

Abril 30 de 2021

**Caja de Herramientas para el Co-laboratorio
de Creación y Memoria “La Esquina Redonda”
(Proyecto del Museo Nacional de Colombia y la
Fundación Gilberto Alzate Avendaño - FUGA)**

Victoria Angélica Quinche Ramírez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magistra en Gerencia Estratégica del Diseño

Director:

Miguel Ángel Zúñiga Gutiérrez

Modalidad:

Trabajo Dirigido

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en Gerencia Estratégica del Diseño

Bogotá, Colombia

Marzo 2021

Nota de aceptación

Firma Jurado

Firma Jurado

Firma Director Trabajo de Grado

Bogotá D.C.

Dedicatoria

Este trabajo investigativo lo dedico a mi padre, por su comprensión y por estar conmigo en todo momento. Él es quién con sus palabras y consejos siempre me impulsa a llegar más lejos y a seguir capacitándome cada día más en esta profesión del Diseño, tan importante e incomprendida.

A mis hermanos por estar siempre pendientes y presentes, acompañándome a lo largo de este proceso con sus asesorías y consejos.

Agradecimientos

Uno de los fines de nuestra labor profesional es poder brindar nuestros conocimientos a organizaciones y poblaciones que realmente lo necesiten y que tengan la posibilidad de adquirirlo y que sepan de la importancia del diseño para la innovación social. Por esto, esta investigación nos motivó a poder aportar al desarrollo de las industrias creativas y culturales más específicamente al proyecto del Museo Nacional en asociación con la FUGA para el Bronx Distrito Capital. Nos reconforta tener este proyecto realizado y saber que la caja de herramientas para el co-laboratorio de creación y memoria “La Esquina Redonda”, será útil para el desarrollo sostenible de la comunidad del Bronx Distrito Creativo y de la cultura del sector, nos llena de orgullo y esperamos continuar desarrollando y mejorando el producto que hoy ofrecemos.

Por obvias razones este resultado no hubiera sido posible sin personas que de forma desinteresada nos brindaron su apoyo y colaboración para sacar este proyecto adelante. En este orden de ideas agradecemos a Andrés Góngora Curador Jefe de Etnografía del Museo Nacional de Colombia y a su equipo de colaboradores, a integrantes de la Fundación Gilberto Álzate Avendaño, a los participantes del IDIPRON (Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud) y a los diseñadores expertos y académicos que hicieron parte de este proyecto.

Resumen

El objetivo de esta Tesis es la propuesta de una caja de herramientas a partir del *Design Thinking* (DT), para el co-laboratorio de memoria y creación “La esquina Redonda” proyecto del Museo Nacional y de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA), que hace parte del Proyecto Bronx Distrito Creativo que dirige la Alcaldía Mayor de Bogotá. El producto que se diseña es un kit de herramientas para ese proyecto construido con base en los enfoques del diseño y concepciones de las ciencias sociales.

Los distritos creativos buscan promover actividades económicas en torno a la cultura y la creatividad, favoreciendo lo social y lo económico a partir del arte, la cultura, la creatividad y el emprendimiento. El punto de partida y el eje organizador es el trabajo colaborativo de la comunidad que hace parte de estos territorios, donde se resignifica la vida, las actividades comerciales y culturales. A estos territorios se les reconoce como Nueva ADN (Área de Desarrollo Naranja) Distrito Creativo, del cual el Bronx hace parte. Se trata de un área de Desarrollo Naranja Inducida. Este proyecto pone en acción el rol del diseño para la innovación social y la metodología DT como impulso de las industrias culturales y creativas. Muestra que una creatividad aplicada lleva a la innovación. El proyecto establece y emplea la importancia del trabajo colaborativo entre los usuarios expertos (equipo Museo Nacional, FUGA e Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud -IDIPRON) y los usuarios extremos que son los diseñadores expertos. Con esto se pone en acción el auge de los equipos multidisciplinarios que dan paso a la creación de nuevos productos y servicios, que en este caso van a beneficiar los procesos del co-laboratorio de memoria y creación, y serán parte del impacto de las creaciones resultantes en el Museo Comunitario La Esquina Redonda, favoreciendo la sustentabilidad de la comunidad del Bronx.

Palabras clave: Design Thinking, Diseño para la innovación social, distritos creativos, museos comunitarios

Abstract

The objective of this Thesis is the proposal of a toolbox based on the Design Thinking (DT), for the memory and creation co-laboratory "La Esquina Redonda" project of the National Museum and the Gilberto Alzate Avendaño Foundation, which is part of the Bronx Creative District Project directed by the Mayor's Office of Bogotá. The product that is designed is a toolkit for that project built based on the approaches to design and conceptions of the social sciences.

Creative districts seek to promote economic activities around the culture and creativity, favoring the social and economic through art, culture, creativity and entrepreneurship. The starting point and the organizing axis is work collaboration of the community that is part of these territories, where the life, commercial and cultural activities are re-signified. These territories are recognized as New DNA (Orange Development Area) Creative District, of which the Bronx is a part. It is an Induced Orange Development area.

This project puts into action the role of design for social innovation and DT methodology as a boost for cultural and creative industries. It shows that a Applied creativity leads to innovation.

The project establishes and employs the importance of collaborative work between expert users (National Museum team, FUGA and IDIPRON) and extreme users: the expert designers. With this, the rise of the multidisciplinary teams is put into action, transdisciplinary that give way to the creation of new products and services, which in this case will benefit the processes of the memory and creation co-laboratory, and will be part of the impact of the resulting creations in the Community Museum La Esquina Redonda, favoring the sustainability of the community in the Bronx área.

Keywords: Design Thinking, Design for social innovation, creative districts, community museums

Contenido

Dedicatoria	4
Agradecimientos	5
Resumen	6
Abstract	7
Contenido	8
1. Introducción	14
1.1. Antecedentes del problema u oportunidad, objeto de diagnóstico	16
1.2. Planteamiento del problema	22
1.2.1. Pregunta de investigación.	26
2. Objetivo general y específicos	27
3. Justificación	28
4. Marco de referencia	34
4.1. Industrias creativas y culturales:	35
4.2. Diseño para la innovación social	37
4.3. Productos culturales y creativos	42

4.4.	Museología	45
4.5.	Design Thinking	47
4.6.	Fases Design Thinking.	49
5.	Marco institucional	52
5.1.	Proyecto La Esquina Redonda	55
5.2.	Museos Comunitarios en Colombia con tienda museal	59
6.	Diseño metodológico	61
6.1.	Visualización de datos del diseño metodológico:	63
7.	Desarrollo del trabajo	66
7.1.	Diagnóstico	67
7.2.	Desarrollo fase 1: comprender y entender.	67
7.2.1.	Los museos comunitarios y sustentabilidad	73
7.3.	Desarrollo fase 2: analizar y problematizar	76
7.3.1.	Taller IDIPRON Armando Ando	78
7.3.2.	Recuento del Taller Armando Ando.	80
7.3.4.	Objetivo Principal del taller.	82
7.3.5.	Participantes	83
7.3.6.	Resultados.	84

7.3.8. Conclusiones.	86
7.4. Desarrollo fase 3: conceptualizar y prototipar.	86
7.4.1. Desgloses de las fases a partir de los instrumentos.	96
7.4.2. En la fase descubrir.	96
7.4.3. En fase definir.	96
7.4.4. En fase idear.	98
7.4.5. En fase prototipar.	101
7.4.6. En testear.	103
7.4.7. Alcances de las fases en relación con los objetivos.	104
8. Plan de Intervención	105
8.1. Caja de herramientas para el Co-laboratorio de creación y memoria “La Esquina Redonda”	105
8.2. Sobre el design thinking	106
8.3. El proceso de design thinking	107
8.4. Diseño producto caja de herramientas.	117
8.5. Plan de acción caja de herramientas para el co-laboratorio de creación y memoria "la esquina redonda"	121
9. Recomendaciones	133
10. Conclusiones	139

Referencias	143
Anexos	150
Anexo A. Matriz Museos Comunitarios con tienda museal.	150
Anexo B. Matriz Instrumentos aplicados al proyecto La Esquina Redonda	151
Anexo C. Matriz participantes proyecto La Esquina Redonda.	152
Anexo D. Matriz Tareas y actividades del co-laboratorio.	154
Anexo E. Matriz de análisis del contexto y de hallazgos de necesidades. Workshop Museos Comunitarios	156
Anexo F. Matriz de comprensión de sustentabilidad y redes colaborativas	158
Anexo G. Taller Armando Ando. Proyecto Esquina Redonda	161
Anexo H. Construcción kit de herramientas -explicación de las herramientas según protocolo.	187
Anexo I. Resultado aplicación herramientas a partir de las fases del Design Thinking.	202
Anexo J. Kit de herramientas para el co-laboratorio de memoria y creación “La Esquina Redonda”	208
Anexo K. Formato de Autorización Empresarial	238

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. The in-progress ‘Social Innovation Journey’	40
Figura 2.. Proceso de design thinking (Instituto de Diseño de Standford).....	49
Figura 3. Diapositiva de presentación del proyecto FUGA, inversión	Error! Marcador
no definido.	
Figura 4. Diseño de instrumentos caja de herramientas para el co-laboratorio de creación.....	118
Figura 5. Diseño de stand tienda Museal	120
Figura 6. Diseño de producto y empaque.....	121
Figura 7. Esquema proyectos co-laboratorio de creación.	134
Figura 8. Desing Ladder de SVID (Design Thinking lidera el presente)	135
Figura 9. The in-progress ‘Social Innovation Journey’	138

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1: Matriz de diseño metodológico del proyecto.....	62
Tabla 2. Fases del desarrollo del taller Armando Ando	85
Tabla 3. Prototipado Armando Ando.....	86
Tabla 4. Construcción kit de herramientas - construcción de la herramientas según protocolo	93
Tabla 5. Resultado aplicación herramientas a partir de las fases del Design Thinking.	94
Tabla 6. Conjunto de herramientas para el co-laboratorio de creación.	106
Tabla 7. Kit de herramientas para el co-laboratorio de memoria y creación “La Esquina Redonda”	109

1.Introducción

En este proyecto se emplean algunos aspectos centrales del diseño social y del design thinking (en ocasiones mencionaremos esta metodología como DT).

Consideramos que el DT es una herramienta muy poderosa, esto se ve en su definición, en las funciones que cumple, y en el desarrollo que ha tenido. Lo emplearemos como estrategia aplicada a un asunto museológico y museográfico concreto.

La tesis que este documento defiende es que una estrategia de aplicación de funciones del diseño estratégico para el caso el proyecto “Co-laboratorio de creación La Esquina Redonda”, del Museo Nacional en alianza con la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (en adelante FUGA) para el distrito creativo Bronx, puede orientarse fructíferamente si emplea herramientas y estrategias del diseño social y del DT. Para hacerlo de manera adecuada, es importante tener en cuenta tanto el estado actual de la práctica del diseño, como las teorías que explican aspectos de su comprensión.

Nuestro ejercicio es un caso en que se toman en consideración estos aspectos, mediante el desarrollo de un piloto que permite reflexionar y aprender mediante la solución de problemas en el trabajo con comunidades.

Para presentar esta tesis, este documento se divide en las siguientes partes: al inicio se describe el ámbito de la reflexión, mediante la reconstrucción de aspectos centrales en la consideración del diseño social. En la parte siguiente se presenta el desarrollo de la aplicación de técnicas propias del design thinking en organizaciones. En este punto, se pone en relación el DT con el ámbito presentado en la parte de comprensión del

diseño social. El tema se orienta hacia la función del diseño social y de innovación para el caso de una organización del Estado: el Museo Nacional.

Por último el documento explora la manera como al entender un contexto y aplicar metodología de design thinking, en la versión desarrollada por Tim Brown, CEO y presidente de IDEO, se desprenden aspectos relevantes tanto para el diseñador como para los académicos. Por una parte, se pone de relieve el rol que tienen los usuarios expertos y los usuarios extremos, que dan sentido al desarrollo de técnicas que favorecen los desarrollos y resultados de los procesos sociales. Por otra parte, es justo en el ámbito de estos procesos donde se da paso a la innovación por medio del diseño social, orientada hacia el desarrollo de ideas que generan proyectos que puedan ser replicables.

El propósito de la replicabilidad es entender las comunidades creativas y las redes colaborativas como parte importante del diseño para la innovación social. Ezio Manzini, fundador de DESIS, red internacional sobre el diseño para la innovación social y la sostenibilidad, se refiere a la comunidad creativa como grupo innovadores, de ciudadanos que se autoorganizan para resolver un problema o para abrir un nuevo camino haciéndolo de manera positiva en un proceso de aprendizaje social hacia la sostenibilidad social y ambiental (Manzini, 2016). Las huellas de estas comunidades u la reconstrucción de sus iniciativas y apego a una cierta metodología, permite replicar tanto el concepto como las estrategias y aplicaciones del DT en diferentes campos.

Las redes colaborativas son altamente relevantes en los proyectos de este tipo. Manzini enuncia que tales redes están formadas por actores diferentes e

independientes que interactúan con sus diferentes iniciativas. Estos conceptos de Manzini están presentes en el caso de nuestro proyecto, favorecen nuestra comprensión de la caracterización de productos y dan el apoyo teórico a procesos de creatividad que respaldarán las acciones del museo con la comunidad de La Esquina Redonda hacia la generación de nuevas ideas en trabajo con comunidades. Nosotros, a partir de postulados de la nueva museología, que en este caso referimos a la comunidad del sector del Bronx, que hace parte del plan de renovación urbana organizada por el Distrito hacia la conformación de un distrito creativo en el centro de Bogotá, proponemos una aplicación específica de los conceptos.

En este trabajo se defiende la tesis de que el desarrollo de proyectos que enfrentan situaciones problemáticas, puede lograrse de manera adecuada cuando se orientan a la aplicación del design thinking. Esta aplicación asegura que los procesos pensados por parte de los usuarios expertos, se pueden asimilar a las experiencias reales de los participantes en todas las fases del proyecto.

Finalmente, como conclusión, se muestra que ninguna solución aislada por sí misma es capaz de dar solución al problema complejo que representa el diseño y, en consecuencia, una adecuada mezcla de estrategias es la herramienta plausible para aplicar y comprender el rol del diseño frente a los procesos de innovación en museos.

1.1. Antecedentes del problema u oportunidad, objeto de diagnóstico

En la actualidad los retos de la ciudad no residen solo en la capacidad de atender a las múltiples necesidades que surgen en la vida humana.

La visión de ciudad moderna y dinámica se comprende ahora desde el reconocimiento del sujeto que vive allí. Los espacios urbanos son concebidos como un orden vital para la construcción de nuevas formas de relación de los individuos. La ciudad se convierte en el espacio donde se relacionan todas aquellas cosmovisiones que componen los imaginarios de la sociedad. Adicionalmente, las diversas formas de expresión cultural se manifiestan en diferentes juegos de lenguajes y simbolismos que muestran un fuerte contenido cultural. De esta manera los espacios arquitectónicos de la ciudad se colman de voces y cuerpos que buscan reconocimiento en las multitudes.

En varias ciudades del país, se han venido configurando algunos espacios locales que permiten una interacción directa con la ciudad y con los ciudadanos mismos, que tienen múltiples lecturas posibles. Para nuestro caso es adecuado comprender los espacios a los que nos referiremos desde la perspectiva del museo comunitario, que para Guevara Cortés:

(...) permite que la comunidad se apropie de sus bienes culturales y tome el control de ellos, ya que ayuda a fomentar la cohesión social y reconstruir el tejido cuando esté bastante desintegrado, reforzando los lazos comunitarios, reconstruyendo la historia y mostrando al público en general un discurso que va más allá de la muestra museográfica. (Guevara Cortés, 2001, pág. 1185)

Si atendemos lo anterior, podemos observar que en últimas el ejercicio de expresión local, es decir, que los grupos, los colectivos y las organizaciones han logrado componer representaciones con base en lenguajes artísticos. Dichas representaciones fundan una comunicación basada en interacciones informales entre sus propios

miembros. Estas interacciones habitualmente no se hacen visibles en los medios masivos de comunicación, pero adquieren visibilidad a través de los museos, de las industrias culturales y creativas y del diseño.

En este sentido, son ejemplos de formas de vida urbana: los mitos, las imágenes murales y corporales que hacen de la ciudad un compendio de historias, así como todas las manifestaciones que se cobijan bajo la amplísima extensión del concepto de cultura. Esto, en una ampliación del sentido en el que la ciudad construye a las personas (Corraliza Rodríguez, 2000).

Todas las representaciones locales de arte muestran el valor de comunicar a los hombres el sentido construido por tales grupos autogestionados. Proponemos que el ejercicio de la vida en comunidad contiene elementos que hacen del mundo cotidiano un lugar donde se tienen que encontrar unos medios, para luego poder crear unos fines con los cuales el interés se haga mutuo y que permita desarrollar vasos comunicantes entre las partes. Entre quien asiste y quien se hace visible bajo un rostro nuevo y colorido.

Este tipo de fenómenos y esta perspectiva pueden ser entendidas en parte también desde la museología, la teoría de las industrias creativas y culturales y el diseño. Esta idea es frecuente en los estudios sobre la producción de diferentes manifestaciones artísticas y culturales en los colectivos. Un ejemplo de esto y una reflexión desde el terreno de la música lo ofrece Naranjo (2007), en el que está presente la tesis del carácter histórico y contextual de las producciones culturales y artísticas:

Tanto las expresiones musicales, como los diferentes bailes que las acompañan, desde los tradicionales hasta los contemporáneos y las demostraciones teatrales: festivas, religiosas, escénicas o callejeras, constituyen formas de conocimiento y ponen al descubierto su entorno, las relaciones de la sociedad a la que pertenecen, su historia heredada. (Naranjo Villavicencio, 2007, pág. 810)

Por otra parte, otro modo de recuperar la memoria se lleva a cabo cuando se reconstruyen las memorias desde los objetos que traen consigo las voces y los olores de otros tiempos, que hablan de hechos que marcan y dejan huellas en los imaginarios de una ciudad. Hay múltiples maneras, pues, de enfrentarse con la multiplicidad de manifestaciones estéticas o artísticas de los diferentes colectivos, que aparecen en el espacio de las ciudades.

Todo lo anterior, que hasta el momento ha sido planteado desde las ciencias sociales, merece ser repensado desde la óptica del diseño para la innovación social. Tomamos este término de Manzini (2016) quien afirma con respecto a este tipo de diseño que tiene dos características: una es que comprende como las personas crean nuevas formas sociales y la segunda es que produce soluciones basadas en nuevas formas sociales y nuevos modelos económicos. Siendo este diseño un productor de soluciones en este sentido, y una actividad reflexiva que permite la creación de nuevos productos y formas de expresión, es dable ver su función en la museología y en el museo comunitario.

Esto es, el hacer que las expresiones culturales urbanas tengan nuevas formas para generar una conciencia del reconocimiento, con la finalidad de que lo local

adquiera una mayor visibilidad desde lo cultural, desde lo que allí se construye, permitirá fortalecer, no solo la comunicación, sino las relaciones sociales. Si bien estas expresiones suelen ser espontáneas e informales, hay espacios institucionales que las pueden representar sin modificarlas o alterarlas en su valor para la ciudad.

El museo es una de esas instituciones que, en el siglo XXI, se configura como un espacio que se construye a partir de los visitantes y de la comunidad. Por esta razón, el museo puede ser visto como un espacio de reflexión sobre el patrimonio.

Los museos nacionales contribuyen a las representaciones de cómo se piensa las naciones como un lugar donde las exhibiciones muestran el patrimonio material, exhibiendo su pasado y su presente. Los objetos museísticos, muestran fragmentos de la historia, para ser leídos bajo sus propios significados.

Al comprender el vínculo del museo y la comunidad se entra a nuevas concepciones del museo, como el museo integral, el museo abierto, o el museo comunitario. De esta manera a finales del siglo XX empieza a articularse el museo como institución al servicio de la comunidad, esto da paso a que en los años ochenta “se replantee el papel social del museo y de la cultura; redefinir sus acciones educativas y culturales y generar proyectos vinculantes entre los museos y sus comunidades de referencia” (Salgado, 2013)

A partir de estas concepciones de las ciudades, los productos de los colectivos, las formas como se construye la memoria y las instituciones que pueden hacerla, este proyecto parte de la comprensión de las industrias creativas y culturales atendiendo al campo de los museos.

En nuestro caso, se llevará cabo el desarrollo de un proyecto para el Museo Nacional de Colombia, en el que se pondrá en operación la función del diseño centrado en las personas, y la innovación en museos a partir de la comprensión del diseño social. El propósito es detectar el impacto del diseño en organizaciones culturales, frente a la resolución de problemas de las personas y de la sociedad. Pretendemos indicar que por medio de la innovación social se obtienen productos, servicios y modelos que cumplen necesidades sociales, y que dan paso a nuevas relaciones sociales y colaborativas (como satisfacer necesidades, crear relaciones sociales o nuevas colaboraciones en tejidos productivos y sociales).

Este proyecto se enmarca en el proyecto “La Esquina Redonda”, presente en el convenio del Museo Nacional de Colombia y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA) que consiste en crear un lugar dedicado a construir la memoria, la identidad, la producción artística y cultural en alianza con el Bronx D.C.

El Museo Nacional y la FUGA han conceptualizado el proyecto como “co-laboratorio de creación y memoria”, en el cual participan diferentes comunidades como: colectivos, educadores comunitarios, gestores culturales, estudiantes universitarios y jóvenes del IDIPRON.

El Bronx está ubicado en la localidad de los Mártires en el barrio Voto Nacional. El área que plantea el proyecto son 14 hectáreas, donde se creará un espacio para la cultura y la creatividad. Hace parte del proyecto de renovación urbana al que se le ha denominado Bronx Distrito Creativo (BDC), proyecto de la alcaldía de Bogotá que busca la transformación y revitalización del centro de Bogotá.

El Bronx era conocido también como la “L” o “Esquina Redonda”, en el primer caso, por tratarse del cruce de las calles 9 y 9ª con las carreras 15 y 16, y en el segundo por la redondez de algunas edificaciones esquineras de la zona. Por esta razón en este trabajo cuando nos referimos a “La Esquina Redonda” nos referimos al proyecto del Museo Nacional y la FUGA, y cuando hacemos referencias generales a la zona también la referimos como la “L”. Las personas familiarizadas con la zona la mencionan indistintamente como la “L”, o “La esquina redonda” y hemos decidido mantener estos usos en nuestro proyecto

El BDC busca crear espacios de desarrollo cultural, creativo, articulando la economía naranja hacia la cohesión social y la renovación urbana.

Busca aplicar el concepto de distrito creativo a partir de comprender cuáles son las dinámicas y cómo se incluye a la sociedad que hace parte de un territorio, junto con sus prácticas creativas, como un factor importante frente a los procesos de sostenibilidad. Es en este marco que nuestro proyecto comprende el rol del diseño social como un factor importante dentro del posicionamiento de la creatividad y su función frente a las industrias creativas y culturales integrándose al concepto de ciudades creativas.

1.2. Planteamiento del problema

El proyecto “Co-laboratorio de creación La esquina redonda” inicia a mediados del año 2019, cuando la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA) le propone al Museo Nacional crear un espacio de memoria y producción artística en la “L” o antigua

calle del Bronx, con el fin de no repetir lo sucedido en el primer desalojo de la calle del cartucho.

A partir de esta propuesta se crea una alianza interinstitucional entre la FUGA, El Museo Nacional y el IDIPRON, con el fin de pensar la historia del lugar, del Barrio Voto Nacional y de los Mártires, para mostrar la evolución que ha tenido la zona como lugar de marginalización. En este sentido

“lo que hemos venido haciendo, es crear un guion curatorial para este lugar de memoria, para pensar la historia de este lugar, teniendo en cuenta la significatividad histórica del barrio Voto Nacional y Los Mártires, que es el patíbulo de la patria, donde fueron ejecutados los mártires de la independencia, como López Ábrego y, presuntamente, Camilo Torres. Era un patíbulo público, por eso se le llamó Los Mártires. También, contar un poco la evolución de cómo este espacio comienza a ser un lugar de marginalización, un lugar donde comienza a crearse una periferia de la ciudad, en contraste con la importancia y la significatividad que tuvo este lugar, no solamente en términos históricos, sino en términos urbanos, pues era la entrada sur de la ciudad durante 400 años” (Torres, 2020)

Cabe mencionar la importancia de la zona en la comprensión de la historia de Bogotá en términos urbanos, pues fue la entrada al sur de Bogotá durante 400 años desde la colonia hasta la vida contemporánea es por eso que allí se encuentra la Estación de la Sabana, el Puente de Aranda, la entrada a San Victorino y el Mercado Central.

A partir del convenio se piensa el espacio como el Co-laboratorio de creación y memoria que se llama “La esquina Redonda”. Para el equipo de trabajo de la Esquina Redonda un co-laboratorio es:

La combinación de las palabras colaboración y laboratorio. Se pretende que este espacio sea un punto de encuentro abierto a toda la comunidad, principalmente a los vecinos de la localidad de Los Mártires, gestores culturales, investigadores, estudiantes y artistas interesados en la conformación de procesos de aprendizaje en red, flexibles y participativos. (Góngora, 2019)

El espacio busca acercar a diferentes actores sociales de la zona con el fin de apoyar y respaldar las prácticas artísticas y culturales que dan paso a la reivindicación de lenguajes callejeros, lenguajes de creación y reivindicación de experiencias artísticas y de oficios. La Esquina Redonda como espacio de memoria, busca recuperar la memoria local del sector del Voto Nacional y del centro de Bogotá. Uno de los objetivos del proyecto es:

Interrogar las trayectorias que hacen posible la vida cotidiana en el interior del barrio e identificar las huellas y transformaciones que, con el paso del tiempo, dan testimonio de la configuración de espacios de exclusión que originaron fenómenos urbanos como la “L”. (Góngora, 2019)

Con el fin de implementar estrategias de reducción de daños por consumo problemático de drogas, estrategias de sociabilidad del museo, estrategias para contrarrestar la exclusión social, narrativas sobre el espacio, creación del espacio entre otras. Pues la creación del espacio también es la creación de lenguajes artísticos, es la

reivindicación de lenguajes callejeros como los que habían durante la existencia de la “L”, (Torres, 2020)

“La esquina Redonda” es un espacio de inclusión, de creación y arte, es un espacio de memoria y construcción de conocimiento colectivo, un lugar de consolidación de redes, que busca promover acciones de creación, convivencia, cuidado y recuperación de la memoria del sector del Voto Nacional y del centro de Bogotá. (FUGA 2020)

El proyecto, por medio del diseño centrado en las personas, y del diseño social, y aplicando principios del Design Thinking, busca aportar a los procesos del Co-laboratorio y a los productos para la tienda del museo comunitario “La esquina redonda”. El Diseño Centrado en las Personas que mencionamos, se ha definido como “una mentalidad y una herramienta para aplicar junto con el pensamiento de diseño que crea un impacto positivo a largo plazo para los usuarios de la solución.” (Ibarra, 2020)

El nuestro es un estudio micro, con el desarrollo de un piloto micro, en donde se busca la creación de herramientas que favorezcan los proyectos del co-laboratorio y que lleven a la caracterización de producto. Se espera que pueda servir para crear un marco de desarrollo de proyectos y productos que puedan generar las diferentes poblaciones del BDC en el marco del proyecto “La esquina redonda”.

La importancia de la función del diseño en el proyecto se enfoca hacia la comprensión del co-laboratorio de creación, bajo sus diferentes dinámicas, comprendiendo el trabajo con la comunidad, entendiendo el espacio museal como un museo extramuros y la importancia de “La Esquina Redonda” como centro comunitario.

Entendemos ese espacio como un generador de investigaciones, procesos y productos. Y nos insertamos en ese proceso mediante la metodología del DT, con aspectos del diseño social, y mediante la creación de un proyecto de tienda para ese interesante museo comunitario, único en su tipo en Colombia.

1.2.1. **Pregunta de investigación.**

¿Cómo generar una caja de herramientas a partir del diseño centrado en las personas para el desarrollo de proyectos colaborativos dirigidos a la comunidad del proyecto “La esquina redonda” en convenio con el Museo Nacional de Colombia y La Fundación Gilberto Alzate Avendaño?

2. Objetivo general y específicos

2.1. Objetivo general:

Generar un kit de herramientas a partir del Design Thinking para el desarrollo de proyectos colaborativos dirigidos a la comunidad del proyecto “La esquina redonda” en convenio con el Museo Nacional y la fundación Gilberto Alzate Avendaño

2.2. Objetivos específicos:

Aplicar metodologías del diseño centrado en las personas a una población específica del proyecto la esquina redonda.

Aplicar el diseño social como solución para la caracterización de un producto cultural. Comprendiendo el DT.

Formular el kit de herramientas de diseño para proyecto cultural.

3. Justificación

Este proyecto responde a una realidad del desarrollo del diseño para la innovación social, del DT y a la necesidad de ampliar la comprensión pública del papel del diseño. Queremos mostrar que el diseño es central en procesos colaborativos que consoliden procesos de creatividad y que el valor del diseño en el campo de la museografía y en las industrias creativas y culturales es enorme, no solo estético, sino que el diseño colabora en la solución de los problemas.

La oportunidad de realizar un estudio de estos es doble: por una parte se trata de un interés académico, porque al considerar el valor público del diseño en un ecosistema económico como parte integral de procesos sociales y culturales, se abre el campo para la comprensión ampliada del diseño social y del DT.

Por otra parte, la realización de este proyecto se justifica en términos de los procesos colaborativos del conocimiento de una empresa específica, el “Museo Nacional de Colombia” y satisface así una necesidad de un territorio social, artístico y cultural.

En efecto, en el desarrollo del proyecto se plantea realizar un kit de herramientas de diseño, que permitan pensar la creación de productos mediante el diseño centrado en las personas. Este kit dará paso a la caracterización de productos artísticos y culturales, mediante la comprensión del contexto y de sus actores, con el fin de construir memorias en el Bronx Distrito Creativo.

Este trabajo beneficiará el proyecto Museo Comunitario “La esquina Redonda” del Museo Nacional y la FUGA. En la medida en que la pregunta se responda con un desarrollo positivo, aplicable, este proyecto aportará luces y un método ya aplicado, para el desarrollo posterior de proyectos y acciones que involucren procesos de innovación social a partir del diseño.

Otro argumento que justifica el desarrollo de esta investigación en el ámbito del diseño es que la innovación puede obtenerse a través del empleo y desarrollo del diseño social. Porque la generación de valor que se da través de los procesos, las personas, los productos y servicios, que generan valor para la organización y experiencia para los usuarios.

El diseño social puede comprenderse como procesos que se aplican a la resolución de necesidades concretas bajo características concretas que son dadas por el contexto (social, político, económico, tecnológico). Al ser el diseño una actividad que se entiende y se difunde académicamente, el diseño para la innovación social aplicado en el campo de las industrias culturales puede convertirse en una oportunidad para incidir en aspectos específicos de campos de aplicación del diseño, no exclusivamente académicos. Este es el caso de los distritos creativos, donde el diseño por medio de sus colaboraciones y procesos incrementa el valor comunicativo y de contenido, no solo el valor estético, como se suele confundir.

Esta comprensión y este ejemplo del valor agregado que incrementa el diseño para el valor de un proyecto, en este caso en específico, se da en el campo del diseño social aplicado a la innovación de museos por medio del DT.

Una palabra acerca de nuestra escogencia del DT como metodología para este proyecto. La metodología Design Thinking hoy en día es empleada para ir más allá de objetivos comerciales, la metodología aplica procesos sencillos a partir de métodos tradicionales y puede dar paso a la creación de otros que pueden surgir durante su desarrollo.

Es relevante para este proyecto porque ante situaciones problemáticas aplica valores humanos, emociones, experiencias, sentimientos, por medio de procesos iterativos lo que permite fomentar la creatividad, con el fin de llegar a resultados sostenibles y eficientes, que permiten reconocer las contribuciones de una comunidad y de su cultura.

Al mezclarse con la innovación social desde el diseño se comprende la importancia del diseñador en procesos frente a una organización y comunidad, ya que potencia las iniciativas haciéndolas replicables y duraderas. Existen otras metodologías como el modelo Do-it, o el modelo de Hasso-Plattner Institute, que son metodologías que han surgido a partir de la comprensión del design thinking. Para este estudio se plantea desde la comprensión del design thinking, ya que es una aplicación de la práctica de los diseñadores, de comprender como piensan los diseñadores y cómo afrontan diversos problemas, y en este sentido es una forma de pensamiento típica del diseño.

Se ha venido estudiando la manera de actuar de los diseñadores y su incidencia en las organizaciones. Con el DT se trata de comprender el diseño frente a la solución de problemas de gestión, estrategias comerciales y hasta financieras.

Se pueden referenciar otras metodologías que parten de la gestión como la estrategia del océano azul o el Forth Innovation Method, que son metodologías propias de la gestión, aunque algunas de ellas han sido estructuradas a partir del design thinking.

Preferimos el design thinking porque, se emplea para trabajar en proyectos multidisciplinares centrados en los seres humanos, es una metodología intuitiva y pragmática, empática, creativa y racional, es un pensamiento para la acción

Finalmente, una dimensión justificadora de este proyecto es que debe tenerse como horizonte que el diseño, cuando se mezcla e integra con todos los aspectos de la vida crea sentido (experiencia), crea valor hacia los usuarios y hacia las organizaciones. Su utilidad y aplicabilidad conectan el diseño con la obtención de metas y el logro de acciones que benefician a la sociedad, este es el caso de la conexión entre el diseño y la innovación: “conlleva la participación plural de interesados en una intención de generar nuevo conocimiento, de proponer y articular ideas en torno a un tópico determinado y en un clima propicio de creatividad (Ortiz Cantú & Pedroza Zapata, 2006, pág. 66).”

La innovación contribuye al buen desempeño de las organizaciones, porque renueva, cambia, adapta, implementa y esto hace que las organizaciones estén siempre en un continuo proceso de cambio (Ortiz Cantú & Pedroza Zapata, 2006, págs. 69-70). Las organizaciones con los productos y servicios permean todas las esferas de las subjetividades de los seres humanos y de sus relaciones.

Hay que tener en cuenta que una de las características del diseño es su carácter interdisciplinar, en él se cruzan la comunicación, la economía, las ciencias visuales, pero es interdisciplinar también porque en el diseño se cruzan procesos, herramientas modelos, que provienen de otras disciplinas como la economía, la gestión y la administración. Al involucrarse el diseño en las organizaciones, la innovación comprendida como “la deliberada introducción y aplicación, dentro de un sistema, grupo u organización, de ideas, procesos, productos o procedimientos nuevos respecto a la unidad de adopción pertinente, que el diseño beneficie de manera significativa al individuo, el grupo, la organización o a un núcleo social mucho más amplio” (Press & Cooper, 2007, pág. 55).

En este sentido, el diseño y la innovación actúan recíprocamente, la innovación como proceso, como mercado, como tecnología y el diseño como generador de productos, servicios y experiencias. Esto se pone en acción en este proyecto, y su aplicación y contribución al logro de objetivos de la empresa se dejan ver de manera patente. Esta es otra razón que justifica este proyecto.

El objeto directo de estudio estará formado por una empresa del sector público y un grupo escogido que nos podrá ofrecer una perspectiva de la función del diseño dentro de un distrito creativo. El diseño aquí se guiará en función de los potenciales de la comunidad y del proyecto la Esquina Redonda. Nos proponemos caracterizar productos que favorecerán la innovación en museos por medio del design thinking. Estos componentes del proceso llevarán a la creación de herramientas y a la caracterización de los productos que harán parte de la tienda del museo comunitario La

Esquina Redonda, este aspecto preciso de desarrollo de un producto real, con relevancia social, es la justificación final de este proyecto.

4. Marco de referencia

Los conceptos a estudiar que guiarán la investigación y su importancia para el diseño son:

Industrias creativas y culturales.

Diseño para la innovación social.

Design Thinking.

Productos culturales y creativos.

Museología.

Para este proyecto se buscó un respaldo teórico que permite visibilizar la importancia del DT en el campo de la nueva museología, como una aplicación o ejemplo que sería expandible a otros campos. El DT en sus posibles interacciones con las industrias culturales y creativas se piensa desde la creación del valor simbólico, el fomento de la innovación, la identidad cultural y la innovación.

En este marco, se puede comprender la relación con el diseño para la innovación social como aquella donde el diseñador experto reconoce las habilidades y potencialidades de una comunidad fortaleciendo y dando paso a comunidades creativas y colaborativas. En estas comunidades todos diseñan a partir de procesos colaborativos.

Entendemos el DT como aquella metodología que busca lo mejor con base en los aportes y contribuciones de todos los actores. En la interacción se mejora la forma en

que se aprende y se piensa, dando forma a las ideas y contribuyendo al bienestar social. Desde este punto de vista, notamos que es importante comprender el producto cultural y creativo, ya que una comprensión del producto favorece la comprensión de las industrias culturales y creativas. En este sentido, las contribuciones que se logren partir de la aplicación de la metodología llevarán a la caracterización de los productos que serán ofertados en el museo comunitario La Esquina Redonda.

Finalmente otro marco de referencia es la comprensión de la nueva museología, en la que el museo debe generar un vínculo con la sociedad, la debe hacer partícipe de sus procesos y contribuciones.

4.1. Industrias creativas y culturales:

Las teorías generales de las industrias creativas suelen ir acompañadas de diagnósticos culturales amplios, y de teorías generales de raíz sociológica y análisis cultural antropológico acerca de su despliegue, como la de García Canclini, que resulta ampliamente relevante para disponer de términos básicos que sienten el sentido de la investigación.

García Canclini hace énfasis en el cambio de la cultura cuando se une con la industrialización que, ayudada por la tecnología, amalgama los bienes simbólicos con la economía y las finanzas. Este punto lo explica Gutiérrez Pérez en la reseña del texto de Canclini, empezando con las transformaciones que se han presentado en la bibliografía: “La bibliografía existente sobre cultura en las tres décadas anteriores se ocupaba principalmente de identidad, patrimonio histórico y nación; en cambio ahora,

los procesos culturales están articulados con base en la inversión, mercado y la globalización.” (Gutiérrez Pérez, 2007, pág. 228)

Si se ha operado este cambio de perspectiva, de los intereses nacionales a las leyes de los mercados, entonces es probable que el papel de los diseñadores pase de ser simplemente agentes de acciones, diseñadas por otros niveles de la toma de decisión, y de ser simplemente ejecutores, y que nuevas formas de diseño, por ejemplo, el diseño social, guarde sentido y adquiera relevancia para el fomento del sector y su enriquecimiento.

En esta línea, García Canclini caracteriza las industrias culturales y creativas como el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías. Interpreta las industrias creativas como creadoras de valor simbólico, que posibilitan la identidad y la cohesión social, como sector que contribuye al desarrollo de la economía, favoreciendo la creatividad, la innovación y el emprendimiento. Dice que se trata de favorecer la identidad y la diversidad cultural. Si el papel de las industrias creativas, en consecuencia, no se restringe a su mero interés estético, sino que producen resultados en los niveles de la economía y consecuencias en sectores sociales, entonces buscar la manera como el diseño se produce en ellas resulta relevante y analizar las posibles funciones y mejoras que reporte el diseño social es, no solo plausible, sino conveniente en términos de la utilidad de la investigación y de la necesidad de las herramientas y la caracterización.

4.2. Diseño para la innovación social:

La noción de Diseño social sirve para complementar el diagnóstico general de García Canclini, porque permite identificar la tarea de este tipo de diseño al interior de las industrias creativas. En efecto Manzini (2016) Se refiere a la función del diseño en las empresas y en los contextos, ya que con el diseño se pueden reconocer invenciones sociales que ya existen y transformarlas en soluciones eficaces, atractivas, duraderas y replicables. Enuncia que una característica indispensable para la innovación social y el diseño es el diseño de servicios ya que permite concebir y desarrollar ideas y soluciones que deben tener impacto en la calidad de vida y de las interacciones involucradas.

Ve al diseño como aquel que es capaz de promover y dar soporte a las asociaciones entre los diferentes agentes involucrados. Manifiesta que las soluciones de diseño desde la innovación social no dan soporte a una acción concreta, sino que crean un efecto de expansión hacia fuera al producir sinergias que conducen a la replicación. La innovación requiere llevar lo local a escalas mayores, se debe requerir el conocimiento de las organizaciones y conocimiento del entorno cultural, económico e institucional. Dice que debe promover y dar soporte a las asociaciones, entre los diferentes agentes involucrados, con el fin de promover la innovación social, se debe utilizar las habilidades y capacidades de diseño mezcladas a las diferentes formas donde debe mediar los productos, los servicios y las acciones de comunicación.

Afronta el término de diseño estructural, como el conocimiento de la cultura, de los sistemas organizacionales y de las políticas públicas favorables.

En este ambiente, Manzini (2016) hace una aproximación hacia lo que hace el diseño para la innovación social: “El diseño para la innovación social es todo aquello que el diseño experto hace para activar, mantener y orientar los procesos de cambio social que llevan a la sostenibilidad”, es decir que resulta de una gama de interacciones de fenómenos, de comprender estructuras organizacionales, en un proceso dinámico, donde intervienen los conocimientos y capacidades.

En el desarrollo de diseño para la innovación social, el diseñador experto se involucra en iniciativas sociales donde se desarrollan procesos de investigación en diseño desarrollando acciones en campo. Busca que las innovaciones sociales sean significativas, basadas en nuevas formas de relaciones sociales y nuevos modelos económicos. De aquí la importancia del diseño para La esquina Redonda, donde se busca apoyar las producciones locales de los actores implicados (oficios tradicionales, comerciantes, artesanos, músicos, etc.), la reparación de daño, con el fin de comprender el papel que tiene la creatividad enfocada hacia la sustentabilidad. Entendiendo la sustentabilidad como un bien común y constructor de tejido social.

En la conferencia Design for Social Innovation as a form of Design Activism: An action format, los autores proponen “un formato de acción de diseño para la innovación social, el 'Social Innovation Journey', estructurado en una secuencia no lineal de pasos y acciones que involucran progresivamente una comunidad y la ayudan a configurar y prototipar una innovación social” (Fassi, Meroni, & Simeone, 2013), proponen un modelo para trabajar proyectos en investigación sobre diseño para la innovación social creada por el Polimi Desis Lab, del Politécnico de Milano de la Internacional Red Desis

– Diseño para la innovación social y la sustentabilidad. El modelo no lineal lleva a la creación de acciones que favorecen el desarrollo de proyectos sociales con la comunidad, con el fin de lograr nuevas innovaciones, que sean replicables y apropiadas por la comunidad. Este modelo es aplicable en nuestro caso y contribuye a la óptica del diseño social y el design thinking.

Este modelo (Fassi, Meroni, & Simeone, 2013) “Explora cómo el diseño puede permitir a las personas, comunidades, empresas y organizaciones para poner en marcha y gestionar procesos de innovación mediante codiseñar y poner en marcha experimentos de nuevos servicios y soluciones”. En esta perspectiva, se plantea el papel del diseñador experto en cuanto a los procesos que se pueden lograr con las comunidades creativas, entendiéndolas como grupos de personas que están con la capacidad de imaginar ideas, desarrollarlas y gestionarlas. Según Manzini, la comunidad creativa está en la capacidad de crear y madurar para convertirse en organizaciones colaborativas, que pueden progresar con cada proyecto, con cada innovación. “Algunas propuestas pueden ser consideradas soluciones maduras e implementadas: organizaciones colaborativas basadas en sistemas de productos, servicios y programas de comunicación específicamente diseñados” (Manzini, 2016), es decir que las invenciones se trabajan por fases y que estas invenciones pueden cambiar de manera llamativa, ser viables y ser aplicables y prácticas, en relación al contexto y a las experiencias de los actores involucrados en los procesos, con el fin de buscar una cultura de la innovación.

El diseñador, de esta manera, se convierte en parte del equipo o comunidad que intenta emprender el desafío.

Como se puede ver, el asesoramiento profesional convencional se reemplaza aquí por una situación en la que el diseñador está 'incrustado' en la comunidad. Esto permite hablar sobre diseño y coaching comunitario: utilizar herramientas profesionales para hacer que las cosas sucedan y permitir que las personas lo hagan (Fassi, Meroni, & Simeone, 2013). De aquí se sigue la importancia del diseñador al trabajar con modelos y herramientas orientados a hacer tangible aquello sobre lo que se construye y discute, que facilitan el diseñar con la comunidad, para la comunidad y que la misma comunidad al final diseñe por sí misma.

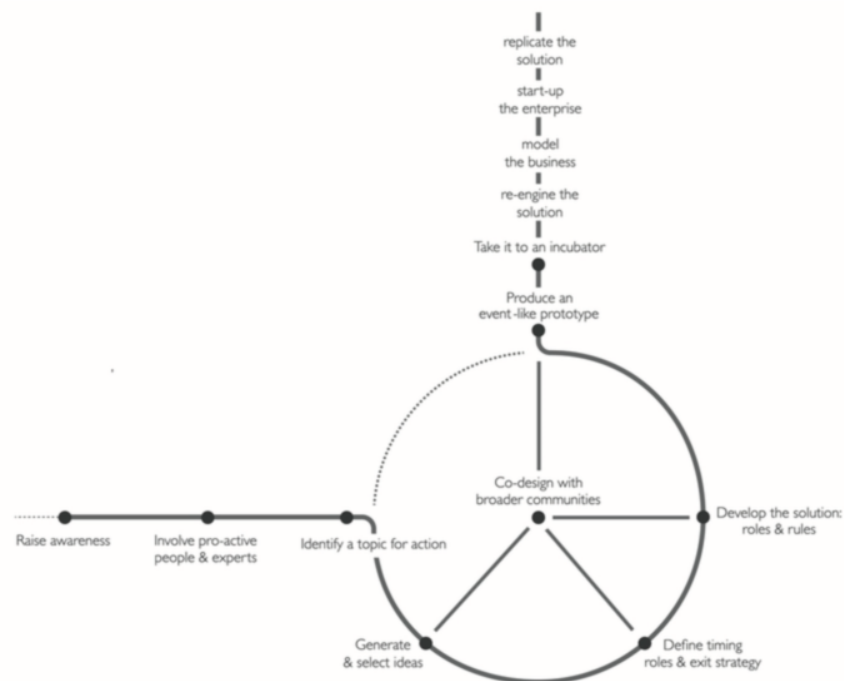


Figura 1. The in-progress 'Social Innovation Journey' (Politecnico di Milano – DESIS Lab)

Tomado de: (Fassi, Meroni, & Simeone, 2013)

El modelo propone seguir varios pasos para hacer que las cosas sucedan, una etapa de sensibilizar, crear conciencia sobre las necesidades de la comunidad y hacerles entender la importancia del diseñador experto en el desarrollo de procesos, involucrar actores claves y expertos. El siguiente paso consiste en crear un tema y acciones con la comunidad, esto con el fin de definir temas y áreas de interés, este acercamiento se desarrolla con revisión de fuentes documentales. Posteriormente el modelo presenta una parte crucial dentro de los procesos colaborativos y es de codiseño con comunidades amplias. En esta etapa se generan y seleccionan ideas, se trabajan sobre conceptos preliminares en torno a oportunidades y necesidades, y las diferentes partes interesadas aportan en generación de ideas en torno a discusiones debates y toma de decisiones. Es importante anotar que dentro de la etapa de codiseño se deben definir roles, tiempos y estrategias de salida, y también se genera un plan de acción donde se tiene en cuenta los recursos, el tiempo, la experiencia, y los implicados en el proyecto que lleva a la generación del prototipo del producto o servicio.

El modelo propone que una vez desarrollado el prototipo, el proyecto se lleve a una incubadora de proyectos, donde haya una planificación empresarial, y análisis de mercado. Se espera que en esta fase se desarrolle una evaluación de la solución, y ver la posibilidad de negocio, esto cumpliendo con la sustentabilidad.

Para este desarrollo del modelo en el proyecto, se comprenderá la primera parte de desarrollo del modelo que es entender la incidencia del diseño de innovación social, dentro de los parámetros del modelo, esto apoyado con el aporte de las fases del

design thinking, que darán paso a la creación de herramientas que favorezcan el entendimiento y aplicación del modelo social para el co-laboratorio de creación de la esquina redonda.

Las ideas de Manzini acerca de las relaciones entre diseño e innovación, junto con el marco que ofrece la teoría de García Canclini nos permite entender la forma como las industrias creativas se desenvuelven en un medio posible (Bogotá) como agentes de innovación social. Esta idea es relevante, porque las industrias creativas corren el riesgo de ser consideradas industrias de segunda mano o poco relevantes en términos sociales.

La innovación debe provocar cambios potenciales y es progresiva, debe dar paso a nuevas combinaciones, plantear nuevas relaciones y nuevas soluciones.

4.3. Productos culturales y creativos

En cuanto a los productos culturales y creativos, los museos hoy en día disponen de las tiendas museales, que aparecen con el fin de crear actividades nuevas que generen ingresos al museo y nuevas experiencias a los visitantes, este espacio dentro del museo, como señalan (Ampuero-Canellas, Tarazona-Belenguer, González del Rio, & Jorda-Albiñana, 2018) busca una gestión eficaz de los fondos museísticos, la rentabilización de la institución y el volverla lo más competitiva posible.

Al alinear el público mediante líneas de producto amplias que posibiliten el desarrollo y diseño de productos exclusivos de la tienda, hace que el museo crezca y se desarrolle, permitiendo la expansión del museo a extramuros es decir que estas piezas se vuelven voceros del museo, de su cultura y de su arte, incrementando su

conocimiento y reconocimiento. Los productos de la tienda de museo brindan experiencia y actúan como soporte de comunicación ya que hacen posible recordar la visita tanto del museo como de la tienda, así mismo estos productos cubren otras necesidades que son indispensables dentro de las acciones de los museos como el papel educativo, comunicacional, cultural y promocional.

En el artículo “Merchandising en museos: ¿educación cultura o simple negocio?”, los autores enuncian tipologías en cuanto a los productos de tiendas de museos, que son importantes tener en cuenta:

Productos exclusivos o personalizados. Son productos fabricados en exclusiva para el museo y que no pueden ser encontrados en ningún otro lugar.

Productos logo. Llevan impresos la marca del museo o un elemento gráfico representativo del museo, un ejemplo de estos productos son los llaveros, lápices, camisetas etc. Son de bajo costo

Producto replica. Son reproducciones literales de las obras de arte expuestas en el museo de manera parcial o completa.

Producto interpretación. Es una referencia a una de las piezas de la exposición pero no igual al original, afectando a la obra a partir de sus formas obteniendo un diseño nuevo y distintivo.

Estas categorías de productos son comprensibles para el proyecto ya que al trabajar el diseño participativo y los proceso del co-laboratorio permite comprender como se refuerzan las acciones de creatividad en el co-laboratorio y en el taller creativo, porque el proyecto la esquina redonda junto con el museo comunitario y la tienda museal, van

a permitir exponer los productos resultados de las diferentes actividades, que darán el diferenciador en cuanto a los productos locales, resultados de curadurías participativas, talleres de creación e investigaciones. Se busca que este sea un espacio de memoria, reflexión y conocimiento colectivo (FUGA 2020), acciones que se comprenden desde la aplicación del diseño participativo. Se espera con el respaldo a las acciones lograr que la tienda tenga un diferenciador en cuanto a sus productos y servicios, Ampuero et al (2018) “Se aboga por un producto exclusivo frente al producto sin personalizar; por un producto de calidad frente a un producto de bajo precio; por un producto que narre, cuente y eduque frente a un producto que únicamente aporte un valor estético y formal.” Los resultados de los procesos de creatividad deben propender por contenidos educativos y culturales que narren el lugar, sus oficios, sus colecciones, su comunidad.

El desarrollo de productos culturales y creativos de los museos otorga valor y concuerda con la importancia de las industrias culturales y creativas y con la nueva museología, estos productos creativos refuerzan la connotación de sus simbolismos al público del museo, aportando a la sustentabilidad eje importante de los museos comunitarios: “aportar ciertos valores sociales y económicos y promover de manera efectiva el desarrollo sostenible de las empresas culturales y recreativas (Diseño y desarrollo de productos culturales en museos, 2021).

El museo al poseer objetos y recursos de colecciones y para el caso de acciones con la comunidad con características y significados compartidos a partir de su historicidad, política, economía, inclusión social, son la base para la creación de productos culturales y creativos diferenciados.

Los productos culturales y creativos de museos, refuerzan el quehacer de las industrias culturales y creativas, favoreciendo la sustentabilidad de la tienda y de la comunidad que los hace posibles, en este caso las acciones del co-laboratorio -La esquina Redonda , dando paso a la expresión de las connotaciones estéticas y simbólicas del sector.

4.4. Museología

La nueva museología nació como una respuesta al carácter envejecido de los museos tradicionales, que no se comunicaban con el presente. Se refiere a la relación con el territorio, el patrimonio y la comunidad, este concepto tiene un desarrollo a partir de la Mesa Redonda celebrada en 1972 en Santiago de Chile organizada por la Unesco, la nueva museología, será entendida como una ciencia social, al servicio de la comunidad, cuya exposición y, las actividades generadas de la mismas, será sus armas de acción y comunicación. (Navajas Corral, 2013). De acuerdo con sus postulados, el museo debe generar un vínculo con la sociedad, se busca disminuir la distancia entre los públicos y contenidos del museo.

Así en 1972 aparece el concepto de patrimonio de la humanidad, donde la Nueva Museología es una nueva manera de forma social de entender el museo, aparece el museo integral comunitario o ecomuseo. Los museos dejan de ser parte de la empresa colonial, instrumentos de contar una historia a partir de objetos, y se vuelven centros de atracción e interés para las comunidades y las personas.

Naranjo enumera varias características para comprender la nueva museología:

La democracia cultural. El diálogo entre los diferentes actores que participan de la institución museal es la clave. Estos actores están compuestos por los profesionales de la museología y del resto de disciplinas científicas, los poderes políticos o gubernamentales, las entidades o empresas privadas, los movimientos asociativos o comunales, y el propio ciudadano. Todos ellos son los que construyen las políticas del “nuevo” museo ya que es para todos ellos el museo.

Un nuevo y triple paradigma. La Nueva Museología pasa de un objeto a un patrimonio (natural y cultural), de un público a una comunidad y, de un edificio a un territorio. El museo no es solo un edificio es también su ámbito de acción, donde reside la comunidad en la que está dicho museo pues es ella la que crea el patrimonio que posteriormente estará en el museo, es su pertenencia.

La concienciación. Este sistema necesita de una pedagogía enfocada en la interpretación, la provocación, y en la concienciación de la comunidad de sentirse arraigada a su patrimonio y a su museo. Ambos como herramientas de desarrollo social, cultural y económico.

Un sistema abierto e interactivo. El paso de la monodisciplinariedad a la multidisciplinariedad. No existe un experto, existe una diversidad de opiniones. El museólogo es director de orquesta que aglutina reflexiones.

Una forma de trabajar en el museo, no de puertas hacia dentro sino de puertas abiertas, dinámico y de acción.

El nuevo museo parte del diálogo con la población local, fomenta espacios para trabajar sobre su patrimonio y verlo como parte de su desarrollo. De aquí la importancia

de entender el rol que tienen los museos comunitarios en sus trabajos con las comunidades y activación de redes, en estos términos es importante comprender la importancia del trabajo sobre el territorio, por ser el espacio donde se desenvuelve la comunidad con sus prácticas culturales, sus narrativas, sus representaciones, sus tradiciones y sus oficios. Por esto se habla de un museo a extramuros:

El ecomuseo es el museo que juega a la cultura contra lo cultural, con el pasado, el presente y hacia el futuro. Es el museo donde se presentaría la rueda de bicicleta de Ducham, en tanto que obra de arte, pero también es la bicicleta, en tanto que producto industrial. Un ecomuseo es una obra de arte acabada y el proceso de la obra de arte. (Navajas Corral, 2013).

Las teorías nos ayudarán a comprender cómo el diseño aporta en los procesos multidisciplinares, al ser una forma de pensamiento que trabaja sobre problemas no definidos, atendiendo a la caracterización que se enuncia a continuación: empatizar (es el contexto del problema), creatividad (se generan propuestas y soluciones) y racional (por el análisis e implementación de la propuesta).

4.5. Design Thinking

Por otra parte, el DT es una metodología surgida a partir de la misma historicidad del diseño y de las variables que parten de entender los requerimientos del diseño; en primera instancia a la forma y al contexto viéndolos solo como una acción funcional y posteriormente al entenderlo a partir de la lógica y la matemática.

La comprensión sobre el estudio del pensamiento en diseño ha llevado a replantear por parte de quienes han construido las últimas teorías del diseño, la manera como se

plantean los problemas en diseño con el fin de responder a los intereses de un proyecto.

Vega (2018) “refiere que el diseñador actúa instintivamente para replantear experiencias y conocimientos previos ante una situación problemática aplicando valores humanos, emociones y sentimientos. Plantea que el diseño debe ser una experiencia interactiva y pragmática para fomentar la creatividad”.

Esto lleva a entender que se debe comprender el rol de los individuos como parte determinante de las soluciones y de las mismas organizaciones, donde la tecnología tiene un papel importante porque esta mediada por el mismo proceso de las organizaciones y del contexto. El design thinking (en adelante DT) busca dar forma a partir de ideas, productos, comunicaciones y servicios.

En el artículo clásico de 2008, Tim Brown propuso la siguiente definición “simple” del DT, que nos viene muy bien a nuestro proyecto, y que hemos considerado desde el principio: “es una disciplina que utiliza la sensibilidad y los métodos del diseñador para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y lo que una estrategia comercial viable puede convertir en valor para el cliente y en oportunidad de mercado.” (Brown T. , 2020)

Brown indica que en el pasado los diseñadores ocupaban un lugar muy bajo en el proceso de desarrollo de productos. Su tarea era presentar de manera estética o atractiva productos mediante la publicidad. Pero (Brown T. , 2020)

“Hoy en día, a medida que el terreno de la innovación se expande para abarcar procesos y servicios centrados en el ser humano, así como productos, las empresas

piden a los diseñadores que creen ideas en lugar de simplemente vestirlas.” *Crear* ideas, no vestir bonito las ideas que otros han tenido, esta es la nueva función del diseño en el DT, y es por esto que es “pensamiento” de diseño.

Esta metodología parte de la concepción o de la preocupación de cómo definir un problema en diseño a partir de las necesidades que son contextuales, donde el centro de la metodología está centrada en los seres humanos. Busca dar solución a situaciones complejas y desconocidas. Para la realización del proyecto de investigación propuesto se busca comprender el DT a partir de diferentes autores como: Tim Brown, Nigel Cross, Bruce Archer entre otros.

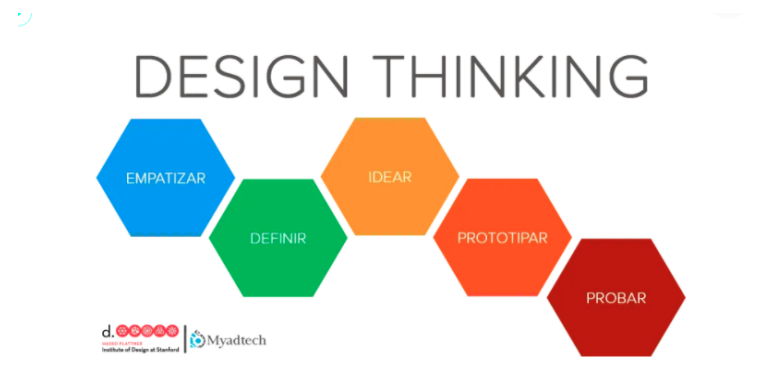


Figura 2. Proceso de design thinking (Instituto de Diseño de Standford). En: <https://myadtech.mx/que-es-el-design-thinking-y-como-aplicarlo/>

4.6. Fases Design Thinking.

Comprender. Creación de equipo multidisciplinar, se trabaja en torno al posible problema o desafío, documentación previa, desarrollo de entrevistas con personas que tengan conocimiento del tema.

Observar y empatizar. Conocer al usuario, no solo es ponerse en los zapatos de él, sino correr con ellos, para esta fase la universidad de Stanford recomienda tres puntos a tener en cuenta (Serrano Ortega & Blázquez Ceballos, 2013):

- 1. Observar: observar a los usuarios y su comportamiento en el contexto de sus vidas.**
- 2. Júntate: interactúa y entrevista a los usuarios**
- 3. Sumérgete: experimenta lo que el usuario experimenta**

Es importante en esta fase recopilar información de lo que el usuario, dice, piensa y siente. Reconocer el contexto, mapear actores, identificar las necesidades y oportunidades

Definir. Búsqueda de insight, en esta etapa se define el problema con el fin de aterrizar el reto en diseño, esta fase permite replantear el problema, buscar posibilidades o soluciones innovadoras. Es importante definir el objetivo y al usuario.

Idear. Crear y evaluar conceptos, procesos de co-creación, generar ideas en relación a la solución del problema. Trabajo en equipos multidisciplinarios para trabajar en torno a la creatividad

Prototipar. tangibilización de la idea en forma rápida para poder presentarlos a los usuarios, permite verificar y validar las ideas generadas en la ideación. Los prototipos pueden ser de baja, de media y de alta elaboración, el prototipo puede ser transversal al proyecto.

Testear. Iteraciones, para obtener más respuestas por parte de los usuarios, usándolo, modificándolo y mejorándolo hasta aproximarse al diseño final.

Comprender la teoría y posibles campos de acción del diseño para la innovación nos llevará a enunciar el problema y dar sentido a lo diseñado, es por esto que el profesional en diseño debe ser integralista, con el fin de incidir en las organizaciones llevando a unir el diseño con las industrias creativas para que se facilite y se produzcan procesos de innovación. El diseño experto va desde resolver problemas hasta proporcionar sentido, así, volviendo a Manzini, E. (2016) el diseñador experto, es una persona equipada con herramientas conceptuales y operativas en las que basan los problemas de diseño.

5. Marco institucional

En 1823 se crea el Museo Nacional, uno de los más antiguos de América Latina, dentro de su funciones está “fomentar, promover y orientar el desarrollo de la museología y la museografía en todas las áreas del patrimonio cultural de la Nación y evaluar periódicamente la calidad de los servicios prestados por los museos en relación con el patrimonio cultural y con el público, como entes enriquecedores de la vida y de la identidad cultural nacional, regional y local.” (Museo Nacional de Colombia, 2020)

La misión del Museo Nacional: ser un lugar de encuentro entre los ciudadanos de Colombia y el mundo con nuestros patrimonios, para dialogar, celebrar, reconocer y reflexionar sobre lo que fuimos, lo que somos y lo que seremos.

Visión del museo Nacional 2017-2023 (inspirada en Italo Calvino):

Como lugar de encuentro quiere ser :

- **Liviano: le quita peso a los procesos, pero no pierde en profundidad.**
- **Rápido: integra la relatividad del tiempo y busca ser ágil en sus transformaciones.**
- **Exacto: un lugar de diseño bien definido y bien calculado.**
- **Visible: usa al máximo al menos dos procesos imaginativos. De la palabra a la imagen y de la imagen a la palabra.**
- **Múltiple: al máximo la red de conexiones entre personas, hechos y tiempos.**

- **Consistente: sabe para dónde va y sabe lo que quiere**

El Museo Nacional a través del Ministerio de Cultura “tiene bajo su responsabilidad la protección, conservación y desarrollo de los museos existentes y la adopción de incentivos para la creación de nuevos museos en todas las áreas del Patrimonio Cultural de la Nación. Así mismo estimulará el carácter activo de los museos al servicio de los diversos niveles de educación como entes enriquecedores de la vida y de la identidad cultural nacional, regional y local” (Ministerio de Cultura, 2010).

El museo es un espacio dinámico punto de encuentro para la recopilación , preservación y difusión del patrimonio cultural, respaldado bajo la gestión del Ministerio de cultura como “reconocimiento y respeto de la diversidad cultural; libertad de creación y expresión; inclusión; apoyo al desarrollo de múltiples identidades culturales; difusión cultural para la construcción de la ciudadanía; interacción entre manifestaciones culturales nacionales e internacionales; acceso a los derechos culturales y a la cultura, y aplicación de un enfoque diferencial.” (Ministerio de Cultura, 2010).

Partiendo del documento Compendio de Políticas culturales, el museo se acoge al emprendimiento cultural, donde se busca el fomento a las industrias culturales y a salvaguardar el derecho de los ciudadanos frente a su disfrute y participación en su creación.

El Ministerio de Cultura junto con el Museo Nacional, vienen trabajando en el Programa Fortalecimiento de Museos (PFM), este programa trabaja en fortalecer el posicionamiento, “posicionar a los museos del país como entidades comprometidas con la sociedad en la producción de conocimiento, de espacios de inclusión, de encuentro e

intercambio, de socialización de identidades, de generación de sentido de pertenencia; en segundo término, construir ciudadanía mediante una intensa labor educativa; y en tercer lugar, preservar el patrimonio y la memoria”.

Compromiso de acción del museo:

Por ello nos comprometemos a:

- **Proponer, construir e integrar nuevas formas de comunicación con más amplios segmentos de ciudadanos.**
- **Ampliar nuestras acciones a la mayor cantidad de regiones del país.**
- **Desarrollar más mecanismos de inclusión y participación ciudadana.**
- **Actuar con liderazgo, respeto y solidaridad.**
- **Fortalecer una cultura de diálogo, vida y paz.**
- **Generar proyectos innovadores que involucren las diferentes realidades de nuestra nación.**
- **Buscar que todos los equipos del Museo tengan las herramientas de comunicación necesarias para entablar diálogos efectivos con los públicos.**
- **Generar experiencias significativas que conecten las historias personales de los ciudadanos con los patrimonios que custodiamos.**
- **Innovar para convocar públicos más diversos.**

El Museo Nacional es líder en el sector museístico en Colombia, dirige el proceso más importante en materia institucional, que es el Programa Fortalecimiento de Museos, en el que muchos museos del país adquieren conocimiento y metodologías. La relevancia práctica del museo en su campo es complementada por su relevancia simbólica: los Museos Nacionales como instituciones son un lugar de construcción de las identidades nacionales. Por estas razones resulta muy valioso para este proyecto poder desarrollarse en el marco de una iniciativa de una institución tan relevante como esta.

5.1. Proyecto La Esquina Redonda

El proyecto La esquina Redonda “L”, como ya se ha mencionado anteriormente, nace a partir de una alianza interinstitucional entre la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA) y el Museo Nacional de Colombia en Alianza con el IDIPRON. Las intervenciones en lugares de ciudades que tienen un pasado fuerte, suelen ser muy importantes para reconstruir el pasado y modificar los usos para preparar un futuro posible. En este caso, se trata de convertir una zona vinculada con criminalidad y consumo de droga, en un distrito creativo.

Esta iniciativa es importante por su posible impacto en lo que denominan “tejido urbano”, porque atañe a una zona tradicionalmente atravesada por la delincuencia y el narcotráfico, además de todos los fenómenos sociales posibles. Esta gran carga simbólica de esta zona en la ciudad y el propósito de reconfiguración que tiene el

proyecto lo hacen no solo atractivo en términos urbanos, sino interesante para aplicar todo tipo de teorías y prácticas, como hacemos nosotros con el diseño.

De acuerdo con la Secretaría Distrital de Cultura de Bogotá, estos distritos son:

(...) espacios geográficamente delimitados, donde convergen la cultura, la creatividad y el emprendimiento, y funcionan como áreas de desarrollo económico, social y cultural, consolidando escenarios para la renovación urbana, la generación de empleo, y la creación, producción, distribución, exhibición, comercialización y consumo de bienes y servicios culturales y creativos.

(Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2020)

Es en este sentido que se planteó esa alianza entre entidades distritales, cuyo objetivo es resignificar las memorias del lugar por medio del museo comunitario. Como ya hemos indicado, para el grupo de trabajo de La Esquina Redonda un co-laboratorio es “la combinación de las palabras colaboración y laboratorio. Se pretende que este espacio sea un punto de encuentro abierto a toda la comunidad, principalmente a los vecinos de la localidad de Los Mártires, gestores culturales, investigadores, estudiantes y artistas interesados en la conformación de procesos de aprendizaje en red, flexibles y participativos” (Góngora, 2019).



Figura 3. Acciones del Co-laboratorio en relación a la tienda museal. Fuente: Elaboración propia.

Este punto es importante para la comprensión del diseño experto, y el entendimiento del trabajo colaborativo en las organizaciones colaborativas. Explica nuestra participación desde el diseño y muestra algunos enlaces entre diseño y sociedad.

Señala Manzini: “Las organizaciones colaborativas tal como aparecen hoy, se caracterizan por la variada fortaleza de sus lazos sociales que van desde los más intensos a los más débiles. El carácter de estos lazos surge en parte de la naturaleza misma del problema que aborda la organización.” (Manzini, 2016)

En la cercanía de esa idea, el proyecto busca conformar una red de cooperaciones con comunidades diversas, donde se generarán múltiples proyectos que beneficiarán a la población del Bronx.

Para comprender la idea del co-laboratorio, hay que reconocer que la L hace parte de la historia del Voto Nacional y representa un lugar con más de 400 años de marginalidad. En este sentido, explica Torres (Torres, 2020) que la primera fase es crear un guión curatorial para este lugar de memoria, para pensar la historia de este lugar, teniendo en cuenta la significatividad histórica del barrio Voto Nacional y Los Mártires, que es el patíbulo de la patria, donde fueron ejecutados los mártires de la independencia, como López Ábrego y, presuntamente, Camilo Torres. Por tratarse de un patíbulo público, por eso se le llamó Los Mártires.

Explica también, que es necesario contar un poco la evolución de cómo este espacio comienza a ser un lugar de marginalización, un lugar donde comienza a crearse una periferia de la ciudad, en contraste con la importancia y la significatividad que tuvo este lugar, no solamente en términos históricos, sino en términos urbanos, pues era la entrada sur de la ciudad durante 400 años. Desde la era colonial, hasta la vida republicana y hasta bien entrado el siglo XX, fue la puerta de entrada hacia el sur de la ciudad, por eso allí se encuentran la Estación de la Sabana, el Puente de Aranda, la entrada a San Victorino, el mercado central se encontraba allí... En fin, la importancia estratégica de este lugar, en términos de la configuración de la vida urbana, era primordial (Torres, 2020).

Estas observaciones de Torres son relevantes, porque indican que el proyecto de Co-laboratorio se piensa en términos de la forma como se incorpora a la historia presente de una zona con un pasado muy definido. Desde el punto de vista nuestro, como diseñadores, es altamente relevante tener en cuenta que las condiciones

contextuales de los trabajos, y que la forma en que el diseño afecte a las posibles comunidades de manera positiva, guardan relación con el conocimiento y evaluación del valor histórico de los sitios y de la relación con las comunidades que los habitan. Esta idea, que era importante para el proyecto “L”, es fundamental también para nuestro diseño de un producto para ese proyecto.

Este proyecto de la “L” busca no volver a repetir la historia que se vivió con el primer desalojo en la calle del cartucho en 1999 y entender la marginalización del Bronx como un lugar de memoria viva, de memoria reciente, donde se encuentran los significados de sus habitantes, sus estéticas, sus narrativas locales, donde se da una significación desde lo urbano y lo histórico. (Torres, 2020) En este lugar se inserta nuestro proyecto de tienda de museo comunitario.

Este proyecto de la Esquina Redonda aún no cuenta con presupuesto, al menos no con uno que el Museo haga público.

5.2. Museos Comunitarios en Colombia con tienda museal

La Matriz Museos Comunitarios con tienda museal (revisar anexo A) da cuenta de los museos comunitarios en Colombia con tienda museal, que permiten visualizar las colaboraciones y acciones de los museos con las comunidades. Sin embargo, es de resaltar que ninguno de estos museos posee un Co-laboratorio de creación ya que esta es una iniciativa propia del Museo Nacional para crear el museo comunitario de La

Esquina Redonda, siendo esto un diferenciador a favor del proyecto Bronx Distrito Creativo de la alcaldía Bogotá.

6. Diseño metodológico

Metodología cualitativa, estudio micro con desarrollo de un piloto micro.

La metodología exploratoria (Kothari, 2004, pág. 4) tiene como objetivo “familiarizarse con un fenómeno o... lograr nuevos conocimientos sobre él”, en lugar de probar o testear hipótesis, en una investigación exploratoria se desarrollan las hipótesis que se van descubriendo en el objeto (Kothari, 2004, pág. 4). En este sentido, un estudio de este tipo permite que lo que se vaya descubriendo del objeto de estudio vaya constituyendo tanto el nivel descriptivo de lo que sucede, como el nivel interpretativo del valor de los componentes de lo que está sucediendo.

Así, un estudio exploratorio en diseño social y los modelos aplicados de innovación desde el diseño, permite describir y rastrear los diferentes sectores bajo los cuales se ha realizado la clasificación de las teorías y modelos. En los estudios exploratorios el procedimiento observacional suele ser relativamente desestructurado (Kothari, 2004, pág. 96), en este sentido, se realizarán observaciones que coincidirán tan solo en la búsqueda de elementos de procesos colaborativos y del diseño social. Para obtener estos datos, se empleará la técnica central para obtener información en los estudios exploratorios: entrevistas semiestructuradas.

A dónde llevará esto?: citamos in extenso a Kothari (Kothari, 2004, pág. 345) “Debido a que los estudios exploratorios no inician con una hipótesis, los resultados de tales estudios deben ser interpretados post-factum”. En este sentido, los resultados de las observaciones, talleres, entrevistas y la caracterización resultante tiene una

garantía de unidad en el marco teórico (los conceptos que hemos mencionado más arriba).

Este proyecto plantea un diseño metodológico que se desarrollará en tres fases determinadas a partir de los objetivos específicos del proyecto. Se aplica la metodología del DT propuesta por Tim Brown, que es transversal al proyecto, flexible y adaptativa, ya que alterna pensamiento cualitativo, convergente y divergente, y va de lo abstracto a lo concreto.

Las fases son: comprender y entender, analizar y problematizar, y por último conceptualizar y prototipar.

En la primera fase se diagnostica el desafío y se encuentra la oportunidad a trabajar. En la segunda fase se redefine el problema en diseño y se dan las posibles ideas de solución. En la tercera fase se trabaja en torno a la solución final. Es de aclarar que el diseño y selección de los instrumentos se fundamentan en las 5 etapas del DT.

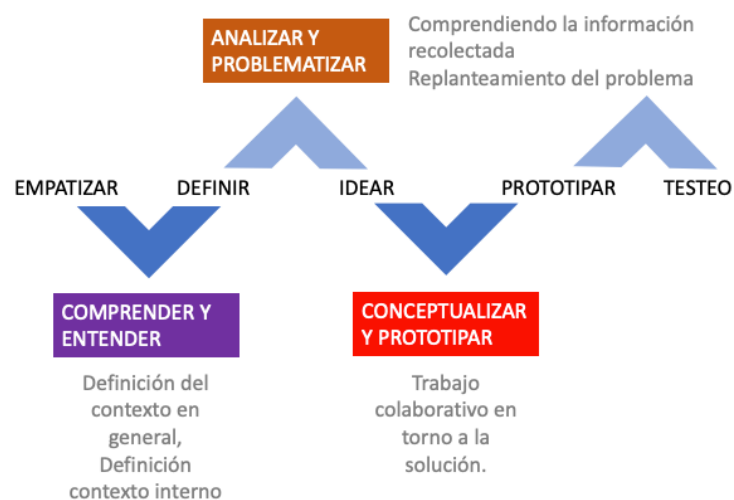


Figura 4. Integración del DT al diseño metodológico.

Fuente: Elaboración propia.

A lo largo de la aplicación del diseño metodológico los instrumentos fueron aplicados y en ciertos momentos adaptados al proyecto. De hecho, en el desarrollo mismo del proyecto, se estaba observando cómo podían ser entendidos y comprendidos por parte los participantes. (Esto se evidencia en el anexo B).

Cabe aclarar que la población que conforma el proyecto La Esquina Redonda, es diversa: equipos de curaduría, educadores comunitarios, gestores culturales, comerciantes, jóvenes habitantes del sector, mujer (trans-is) zona de trabajo sexual y pares IDIPRON. El proyecto al ser participativo y colaborativo se ve beneficiado con la aplicación del DT porque fortalece y potencializa los proceso de creatividad y de acciones en La Esquina Redonda.

6.1. Visualización de datos del diseño metodológico:

Como se puede observar en el proceso metodológico, en la matriz participantes en el proyecto La Esquina Redonda (Ver anexo C), en la visualización de estos datos, se tuvo un total de diecinueve instrumentos implementados en cinco fases del DT relacionadas con las tres fases planteadas en el proyecto.

Se aplicaron a trece participantes: 5 usuarios expertos, 5 usuarios extremos, 2 participantes de la organización y un investigador. Los participantes fueron transversales en diferente medida en la aplicación de los instrumentos y las fases, es de aclarar que se aplicó la metodología en un contexto donde se desconoce el DT como aquel que favorece la innovación social.

En cuanto a la fase de testeo esta es transversal al proyecto, porque a lo largo del proyecto se estuvieron adaptando los instrumentos como, entrevistas, focus group, construcción de usuarios etc.

Tabla 1: Matriz de diseño metodológico del proyecto.

		Diseño Metodológico		
		Usuario Experto		Usuario Extremo
1	Fases	Fase 1 Comprender y entender	Fase 2 Analizar y Problematizar	Fase 3 Conceptualizar y prototipar
2	Instrumentos	Workshop Museo Nacional Investigación documental Entrevista experto Grupo Focal	Entrevista experto Grupo Focal Mapa empatía Modelo personas Lluvia de ideas	Usuario Extremo Modelo persona Diagrama Afinidad Taller Co-creación Prototipado
3	Concepto	Comprensión del entorno	Problematizar	Construir
4	Objetivo	Entender el contexto y las necesidades del proyecto	Analizar información obtenida de la fase 1 con el fin de encontrar vínculos, nuevas	Trabajo colaborativo en torno a la solución. Definición de atributos

		Fuentes primarias, investigación cualitativa. Debilidades, fortalezas, expectativas, procesos.	ideas, patrones que alineen el proyecto. Ordenar, seleccionar, dar sentido por medio del pensamiento creativo. Analizar el problema en torno a la organización en su proceso y sistema. Trabajo colaborativo en torno al problema	conceptuales de la propuesta para el desarrollo de un posible producto y sistema de tienda. Soluciones potenciales y requisitos específicos que se deben contemplar para la solución.
5	Marco	Museología crítica Diseñando con el usuario	Diseño social, Organizaciones base Innovación social	Diseño experto Innovación social Herramientas
6	Participantes	7 profesionales especializados	7 profesionales especializados	3 Diseñadores expertos
7	Relación con el Design Thinking	Se enmarca un desafío de diseño	Descubrir nuevas perspectivas sobre la oportunidad	se trata de generar ideas y tangibilización

Fuente: Elaboración propia.

7. Desarrollo del trabajo

En este capítulo descriptivo se desarrolla el diseño metodológico planteado y se aclaran conceptos importantes para el desarrollo de la investigación y comprensión del campo de aplicación del diseño como los museos comunitarios, el design thinking y la incidencia del diseño para la innovación social. Para esto se desarrollaron fases que permitieron entender la metodología del diseño centrado en los usuarios aplicado a una organización pública con la finalidad de comprender el trabajo colaborativo, la definición de problemas en diseño y la aplicación de trabajo con el usuario.

Para el desarrollo y análisis de las fases se presentan en el cuerpo de este capítulo una serie de esquemas y de matrices que permiten entender el problema en diseño, con el fin de comprender las teorías aplicadas y relaciones frente a la organización.

Cada una de las fases comprenderá:

1. Instrumento aplicado
2. Participantes
3. Principales resultados
4. Análisis de los resultados o hallazgos frente a las categorías indagadas.

En el desarrollo de las fases se expone la comprensión del proyecto La Esquina Redonda, la importancia de las tiendas museales, se presenta una comprensión del museo comunitario, su articulación con los actores locales y el desempeño que tienen las tiendas en lo que tiene que ver con la sustentabilidad. En este desarrollo se

desenvuelve también el rol del diseño social, como articulador de redes colaborativas y de comunidades creativas.

Para el desglose de las fases, análisis y resultados, el proyecto se plantea desde la comprensión de los usuarios expertos. En este caso en particular, se trata del equipo integrante de La Esquina Redonda: antropólogos, investigadores, curadores y actores del IDIPRON, y de los usuarios extremos, que en este caso son diseñadores expertos. Cada uno de estos grupos trabajará bajo el marco establecido por la investigadora del proyecto, con el fin de comprender sus puntos de vista frente a la generación del problema en diseño, desarrollo del DT y de las herramientas aplicadas, hacia la respuesta en diseño.

7.1. Diagnóstico

Aclaración: al ser una metodología de investigación cualitativa esta fase no hace énfasis en la medición sino en la interpretación de información ya que presenta un diagnóstico de interpretación a partir de las técnicas aplicadas desde el design thinking. En cuanto a los análisis de los resultados, cada una de las partes que componen este capítulo lleva la interpretación y las conclusiones de los resultados. Por esto es que se presenta por secciones que a continuación se desglosan.

7.2. Desarrollo fase 1: comprender y entender.

Instrumentos aplicados: Entrevista a experto. Grupo focal. Workshop Museos Comunitarios.

En esta fase se trabajó sobre preguntas generales que permitieron entender el panorama a trabajar, y obtener información de fuentes primarias sobre el tema. Se

brindó un resumen de preguntas previas que permitieron definir el problema y convertirlo en objetivo, así mismo se detectaron los involucrados en el proyecto.

En el proyecto la Esquina redonda se propone la creación del museo comunitario y en el espacio de este museo, se considera plausible la ubicación de la tienda del museo. En estos procesos lo que se quiere es trabajar la narrativa sobre el espacio y los objetos, pensar las formas de circulación social y trabajar sobre estrategias de reducción de daños. Enmarcando lo anterior dentro del campo de la nueva museología Fernández (2006) Indica: “El funcionamiento del nuevo museo está basado en la participación activa de los miembros de la comunidad. El museólogo deja de contemplarse como el experto encargado de dirimir la verdad, para convertirse en un catalizador" al servicio de las necesidades de la comunidad” (Fernández, 2006), abriendo así la oportunidad a la creación de las redes colaborativas y comunidades creativas donde la incidencia de la metodología del design thinking abre el espacio para fortalecer el trabajo colaborativo del co-laboratorio.

Al ser la “L”¹ un espacio de creación, dentro de sus propósitos está el articular redes, crear vínculos con el territorio, reconocer el territorio del Voto Nacional, reconocer sus memorias, reconocer la comunidad, reconocer sus tradiciones, este reconocimientos de todos los valores que vienen a constituir la reconstrucción de esa

¹ La “L” se debe entender como La Esquina Redonda

historicidad que no se reconoce en Bogotá da paso a que la “L” pueda ser mostrada como un espacio de creación, donde los lenguajes artísticos, los lenguajes callejeros y la reivindicación de experiencias artísticas den paso a la reconstrucción de memoria en La Esquina Redonda (Torres, 2020)

La esquina redonda está construida mediante la articulación de 4 ejes de trabajo: eje de cuidado, el eje de sustentabilidad, el eje de memoria y el eje de creación. En la matriz ejes del proyecto La esquina Redonda y su conexión con el distrito se enuncian las tareas y actividades del Co-laboratorio (ver anexo D)

La creación del Kit de herramientas para trabajos colaborativos, viene a incidir en el eje de creación. Una de sus funciones es permitir el hacer que las cosas sucedan (Manzini, 2016), permiten comprender como incide el diseño de innovación social, favoreciendo los procesos creativos, que den la base para futuros productos que harán parte de la tienda comunitaria museal.

Dentro de las actividades de la Esquina Redonda se desarrollarán las acciones del co-laboratorio, el taller de creación y exposiciones. Dentro de las proyecciones para el 2021 están: continuidad de talleres artísticos y módulos pedagógicos en el IDIPRON, museografía comunitaria (creación de piezas con la comunidad, apoyo al Festival de Arte callejero del Bronx y eventos artísticos en general y definir acciones con colectivos artísticos y artistas callejeros. (Góngora, 2019)

Hoy en día en la nueva museología se plantea el incluir a la comunidad conocedora del contexto como parte importante del desarrollo de las actividades del museo, por eso es de importancia para el desarrollo del proyecto comprender la preocupación del

Museo Nacional en la construcción de una comunidad que trabaje en red, el pensar los servicios que prestaría el lugar, todo esto bajo la articulación de procesos comunitarios, como desarrollos importantes del espacio museal y del co-laboratorio.

Se busca que los productos que hagan parte de la tienda de la Esquina Redonda propendan por la identidad propia del lugar, por la reivindicación de la memoria a través del museo comunitario. Es importante entender el producto, desde el objeto museístico, desde los valores simbólicos que otorgan estos objetos, y las colaboraciones que se logren dentro de las acciones de la “L”, estas características marcarán lo expuesto en la tienda del museo comunitario y atenderán a características identitarias, patrimoniales y urbanas.

Al formar parte de la conformación de redes dentro del espacio creativo, el museo comunitario y la tienda comunitaria tienen entre sus tareas favorecer el anclaje de los diferentes actores que hacen parte del proyecto que facilitarán las nuevas creaciones y los servicios del lugar. Conviene realizar una precisión con respecto al papel tradicional de las tiendas en los museos y a la peculiar concepción de la tienda comunitaria en el espacio de este proyecto.

La tienda del museo ha venido incrementando su relevancia dentro del marco de la experiencia general del museo en varios sentidos: por una parte, produce un rendimiento económico que colabora con el sostenimiento del museo. Por otra parte, en tiempos recientes se ha desarrollado la idea de la tienda no solo como una forma de mercadear artículos más o menos relacionados con los fondos del museo, sino la tienda como parte del proyecto curatorial.

En el Instituto de Arte de Sothebys, en referencia a las fuentes de financiación de los museos si bien eran escépticos con respecto a la tienda de museo, se hacen afirmaciones que son relevantes porque tienen que ver con la forma como los museos que son instituciones sin ánimo de lucro, pueden buscar fuentes de ingresos:

“Las tiendas de los museos pueden ser rentables, pero en la mayoría de los casos solo alcanzan el punto de equilibrio. Los cafés son marginalmente rentables, pero son principalmente un servicio que es de rigor ofrecer a los visitantes, una parte esperada de la experiencia del museo. Los programas educativos son una buena fuente de ingresos laborales, si se realizan bien. La comercialización y la concesión de licencias pueden ser importantes, en función de las obras de gran éxito que pueda poseer una institución o del reconocimiento de su marca. El patrocinio corporativo también puede desempeñar un papel importante, según la misión y las políticas del museo. Y el alquiler de espacios para eventos, como bodas, a menudo es más problemático que rentable, ya que la audiencia no está allí para el arte sino para usar las instalaciones como telón de fondo escénico. El desgaste del personal y las instalaciones en torno a los eventos, sin el beneficio adicional de cultivar amantes del arte y visitantes habituales, hace que esta propuesta sea una pérdida para muchos museos.” (Sotheby's Institute of Art, 2021)

En el caso de este proyecto de la tienda comunitaria del Co-laboratorio, la tienda guarda relación con el diseño curatorial, y en este sentido no es un simple agregado comercial, sino que aspira a ser parte integrante de la experiencia de visita al sitio. Esta es una constante: las personas compran y emplean la tienda de los museos al menos

en dos sentidos: da fe de su experiencia en el museo, es una “prueba” de haber estado en el museo, y, por otra parte, constituye un recuerdo de la experiencia del museo (Larkin, 2020, pág. 31ss).

La tienda de museo desarrolla el deseo de los visitantes de adquirir objetos de memoria de su visita y simultáneamente se integra en la experiencia global de la zona transformada, en este caso, del Bronx. Por esta razón es también importante el desarrollo de unos instrumentos y de un espacio para la tienda del museo: porque puede ser parte integral de la experiencia de visita y fomentar de esta manera la difusión y éxito del mensaje que busca la curaduría. Este proyecto es peculiar en muchos sentidos, porque la curaduría es participativa y comunitaria. La tienda debe también reflejar este aspecto.

Por otra parte, con respecto al Kit, se encuentran en la aplicación de los instrumentos un primer acercamiento hacia esa posible estructura del kit de herramientas desde el DT que favorecerá tanto los productos como el servicio, esto en relación a los instrumentos aplicados y al análisis de fuentes primarias, obteniendo las siguientes características:

1. Oficios afectados por los proyectos de ordenamiento territorial del distrito.
2. Patrimonio material e inmaterial.
3. Visualización de saberes: prácticas y cotidianidades
4. Objetos emblemáticos, valor simbólico
5. Oficios de raigambre rural
6. Saberes tradicionales; saberes contemporáneos y prácticas contemporáneas.

“Toda una serie de oficios de productos que circulan comercialmente en el territorio y que deben tener lugar en la esquina redonda” (Torres, 2020), al ir comprendiendo el objetivo del co-laboratorio: Construir una propuesta curatorial para el Co-laboratorio de Creación y Memoria “Esquina Redonda” en el marco del proyecto Bronx Distrito Creativo –BDC y promover acciones de creación, convivencia, cuidado y recuperación de la memoria local del sector del Voto Nacional y del centro de Bogotá. En este contexto se enmarca y resalta la importancia de la función del diseño experto. Manzini (2016) ve al diseñador experto como aquel que desencadena iniciativas nuevas, alimenta los debates sociales y orienta los procesos de convergencia hacia estrategias y resultados por todos reconocidos. En definitiva, este tipo de diseñadores consiguen que las cosas sucedan.

7.2.1. **Los museos comunitarios y sustentabilidad**

En el desarrollo del workshop de museos comunitarios llevado a cabo el 22 de diciembre de 2020 por parte del Museo Nacional, se hicieron una serie de reflexiones relacionadas con cómo se construye la idea de museo desde iniciativas y responsabilidades particulares, que proyectan la idea de museo hacia el espacio comunitario y que tenga una interacción con el territorio, que, en la mayoría de estos casos es la ciudad.

Para hacer del museo un escenario incluyente, participativo en la construcción de las memorias de las comunidades, se plantearon estrategias y dentro de sus estrategias está abrirse a generar proyectos con la comunidad. La idea es que con estos procesos poder generar recursos y permitirse beneficios comunes para el equipo formado por el

museo y las personas de la comunidad, integrando el sector estatal y la empresa privada en una iniciativa que puede ser planteada como una pregunta cultural.

Dentro del grupo de museos participantes es muy notoria la importancia de abrir tiendas en los museos que sirvan tanto para generar recursos económicos, como para hacerlo visible, dinámico, participativo e incluso para promover alianzas que abran el diálogo con otros espacios, personas e instituciones. Esto, porque en su mayoría depende su sostenibilidad de los apoyos económicos de ministerios sobre todo del Ministerio de Cultura, así como de las alcaldías de los municipios en los que se promueven, y esto hace que el museo sea un espacio de carácter público. Dentro de las intervenciones estaba la preocupación frente a las particularidades políticas del gobierno de turno, que pueden llegar a estancar los proyectos e iniciativas de los museos públicos perjudicando los procesos que dan paso a la sostenibilidad. De esta constatación sale un tema en común que es el buscar la independencia y la autonomía de los museos en Colombia.

Entonces el reto de la independencia del museo debería tomarse como una estrategia patrimonial sostenible que le garantice el crecer autónomamente como un espacio de interés, apoyo, memoria, gestión, investigación y promoción cultural en un sentido amplio de este concepto (cultura), que pueda participar en escenarios nacionales e internacionales.

El propósito es que en el espacio del museo se haga visible el diseño de políticas que den confianza en todos los entes que lo construyen, y que participe también como un constructor de momentos educativos, un fomentador de turismo e incluso una

fuelle de empleo para las poblaciones, como una plataforma multifuncional en su desafío que busque y fomente un cambio positivo de los territorios.

A lo largo de la aplicación de los primeros instrumentos, se indaga sobre la sustentabilidad. Esta es una preocupación constante para el co-laboratorio, ya que al ser una iniciativa del Estado, los participantes se preguntan siempre por la sostenibilidad. Se preguntan constantemente por cómo hacer que los proyectos del co-laboratorio de creación, beneficien a la comunidad y los fortalezcan desde sus habilidades, desde los oficios propios de la zona, fortaleciendo el espacio de memoria, generando estrategias productivas y que se pueda ver la tienda como un espacio mediador de esas creaciones y de la sustentabilidad.

Respecto a la importancia de los museos comunitarios su impacto en las comunidades y entendiendo la tienda museal como una estrategia, se desarrollaron matrices, donde se dan a conocer los diferentes museos comunitarios, y sus actividades, que guían a este proyecto hacia la comprensión del contexto. (Ver anexo E y F)

Como conclusión al workshop de museos comunitario desarrollado por el Museo Nacional de Colombia frente al proyecto, se deben diseñar propuestas que apunten hacia la sostenibilidad, difusión y apoyo para el museo, para que sus posibilidades de trabajo comunitario lleguen a diversos escenarios y públicos. Para conseguir estos objetivos es oportuna la creación de tiendas que promuevan este tipo de iniciativas y de esta manera se puede repensar la idea de museo y de tienda museal.

Con el fin de aportar a la sostenibilidad, se contemplan iniciativas de generación de productos tales como proyectos, alianzas, talleres, concursos, convocatorias, venta de productos, y con ellos hacer del escenario de la tienda del museo un espacio de proyección de aquello que se hace dentro y fuera de él.

El diseño crea lugares y para este caso el proceso de creación, su lugar de origen se ubica en las personas que habitan y ejercen su actividad comercial en el lugar. Al entender que crean un lugar, el diseño lo articula desde el reconocimiento del contexto (el tejido social vivo, el entorno patrimonial, cultural, comercial) es decir, en este caso, el museo junto con las actividades del co-laboratorio y la aplicación del diseño experto deben contribuir a la calidad de vida, ya que este es un territorio definido como como un lugar de memoria que debe ser reconocido en la ciudad a partir de sus características particulares visualizadas por la tienda, por el museo, por el proceso colaborativo es decir por el proyecto La esquina Redonda. Esta concepción del espacio en el que surge la tienda del museo, que es la del espacio colaborativo, permite que se pueda gestionar tanto este proyecto mismo de la tienda, como otros proyectos y lugares donde se pueden gestionar proyectos diferentes. De esta manera, la interacción entre los múltiples elementos da paso al diseño de propuestas. Una de las características del diseño hoy en día es la planificación por proyectos, esto es un ejemplo de la intervención social del diseño que trabaja desde lugares y comunidades.

7.3. Desarrollo fase 2: analizar y problematizar

En el marco del análisis anterior se comprende el espacio de memoria, en el que la creación del museo comunitario en el BDC es de gran importancia, porque actúa como un lugar de circulación social, de espacio y de mediación. La tienda está entonces en el contexto del espacio de memoria y daría paso a la circulación de economías locales, el diferenciador es que es una tienda museal comunitaria que abriría el espacio a la comercialización de los resultados de los diferentes proyectos de la comunidad del BDC - La "L", la tienda debe comprenderse de dos maneras una es transformando las producciones del co-laboratorio y de los ejercicios de los proyectos comunitarios y la segunda es la oportunidad que se abre hacia visibilizar los saberes comunitarios.

Del espacio de memoria y la tienda se espera que den soporte al fortalecimiento de la comunidad del BDC, generando estrategias productivas, viendo a la tienda como un espacio mediador y de circulación de producción local. Se busca que se favorezcan los procesos locales que pese a la marginación, siempre han estado presentes, como los son los oficios, los artistas, los comerciantes, las yerbateras de la plaza Samper Mendoza, los ropavejeros de la Plaza España, la comunidad LGBTI entre otros.

En este horizonte, se hace entonces contacto con uno de los actores de la zona: un grupo de mujeres del IDIPRON que hacen parte de los módulos de Cultura Ciudadana: Habitar la Calle, Cuidado y Memoria (programa de la Alcaldía Mayor de Bogotá), estos módulos buscan describir la situación actual de los habitantes de calle de Bogotá en medio de la emergencia sanitaria por COVID-19 e implementar estrategias para familiarizar a los jóvenes con acciones de curaduría participativa. (Documentos Museo Nacional).

7.3.1. Taller IDIPRON Armando Ando

Con este grupo se crea un taller teniendo en cuenta las etapas del DT para entender cómo se puede ir haciendo un primer acercamiento con estos actores desde la metodología, (Burnette, 2020)) acerca del DT dice que actúa intuitivamente para replantear experiencias y conocimientos previos. Ante una situación problemática, aplica valores humanos, emociones y sentimientos, si se quiere, de una manera equilibrada; plantea, en definitiva, una estrategia iterativa y pragmática para fomentar cosas tan diversas como la creatividad, placer, satisfacción, belleza y bienestar.

El planteamiento del taller de creatividad está diseñado sobre las fases de la metodología, dando paso así a la creación de una herramienta que permitirá entender cómo se comporta el proceso en estas comunidades diversas del co-laboratorio frente al ejercicio de la creatividad y de sus posibles resultados. En estas fases, el diseño incide hacia la creación de un posible producto, que tendrá las características que busca el proyecto, es decir que estos productos atenderán a lo patrimonial, a lo urbano, a lo identitario y a lo narrativo en lo escrito, oral, visual y gráfico. Todo esto se obtendrá de un grupo de participantes: mujeres víctimas de violencia de género que hacían parte de los habitantes frecuentes del antiguo Bronx.

Como se había mencionado antes, se busca con los diferentes actores que el co-laboratorio de paso a la creación del taller creativo, esto como un hallazgo que encontraron los participantes expertos en el focus group frente a la intervención del diseñador experto.

Con el fin de conocer uno de los usuarios se crea el taller Armando Ando. Es importante comprender que es relevante para el proyecto hacer conciencia de la complejidad de este proyecto por la diversidad de actores, y en este punto surge una pregunta: ¿Cómo aplicar DT a una población tan diversa, marginalizada, vulnerada, pero al mismo tiempo con una normatividad, que atiende a procesos comerciales, procesos sociales, procesos culturales muy diversos y hasta espontáneos, y que además busca hacerlos parte activa del espacio de memoria?

Siguiendo a Manzini, en el taller de creatividad el diseñador actúa como diseñador experto. De esta manera su función es tanto de mediación con respecto a lo que se dice, como de dirección con respecto a las propuestas. De acuerdo con esta teoría, se parte del diseño experto y la función que tiene este frente a las organizaciones base, entendidas como grupos de personas que ponen en marcha iniciativas con el objetivo de hacer frente a problemas locales Manzini (2016).

A su vez, Manzini ve al diseñador experto como aquel que tiene los conocimientos necesarios para dirigir el proyecto. Al plantear nuestro proyecto hacia el co-laboratorio se crean condiciones en el taller de creatividad, como el trabajar la memoria con un grupo de personas con características particulares dadas por el entorno que es la antigua calle del Bronx que hoy en día empieza a leerse como el BDC. Llegados a este punto y por razones vinculadas con la pandemia, nos vimos enfrentados a una realidad y era cómo emplear la tecnología de una manera adecuada para la población mencionada. Este problema llevó a que como diseñador empatizara por medio de la tecnología de los diálogos dentro de escenarios tecnológicos. Esto también llevó a

plantear la estructura del taller y la manera como se podía crear una herramienta hacia la generación de una intención de producto para estas particularidades atendiendo a una primera exploración del DT, en condiciones complejas, ya que por pandemia en un primer momento en colaboración con el Co-laboratorio se indaga sobre el tipo de insumos que han venido trabajando con esta población. La respuesta es que los han dotado, de papeles, colores, témperas, pinceles pero expresan el hecho que ha sido difícil trabajar con la tecnología por las circunstancias de los sujetos; el equipo del co-laboratorio y del Museo Nacional, también nos han indicado que ha sido difícil trabajar con ellos técnicas como el collage, había sido complejo el acercamiento a otras técnicas y han recurrido al relato y al dibujo.

Como diseñador y atendiendo a la información dada por los usuarios expertos, entonces se abre paso al taller Armando Ando.

7.3.2. Recuento del Taller Armando Ando.

Realizado por: Angelica Quinche / Diseñador Gráfico, maestrante en Gestión del Diseño. Heiler Torres / Maestro en artes Plásticas y Visuales, Magíster en Educación.

Presentación.

Esta actividad es realizada por dos expertos y teóricos en el escenario de la creación, que indagan desde dos disciplinas y procesos investigativos particulares como son el diseño y su gestión, las artes plásticas y la pedagogía. Con tales presupuestos unen saberes para generar este taller llamado “Armando ando” con el apoyo de la fundación Gilberto Alzate Avendaño FUGA y el Museo Nacional de Colombia, instituciones que proveen espacios y profesionales de alto perfil para

colaborar y coadyuvar en esta actividad. Se trata de un ejemplo de gestión co-creativa implementado en procesos de diseño centrado en las personas.

Es importante tener en cuenta que esta actividad se propone, desarrolla y aplica en el tiempo de confinamiento en razón de la pandemia del Covid 19. La situación de confinamiento derivada de la emergencia sanitaria ha supuesto la adaptación urgente de la docencia presencial, de forma improvisada, y sin contar con los recursos necesarios para una correcta transformación digital de la docencia a la modalidad virtual (Fardoun, González, Collazos, & Yousef, 2020).

Sin embargo, la virtualidad es un ambiente que ayuda a tener un mejor seguimiento y evaluación en los procesos pedagógicos. Para paliar el posible efecto negativo de acceso a la tecnología, se dio uso del acceso al servicio de internet, de las redes sociales y los dispositivos que poseen los participantes del taller. Esta acción se puede considerar como una actividad pedagógica del Learning mobile, es la capacidad de usar tecnología móvil para lograr una experiencia de aprendizaje en el estudiante y se puede utilizar en diversos campos, no sólo en la educación (Zamora Delgado, 2019), por tal razón puede ser una de las oportunidades para ser desarrollados en indagaciones en el ámbito del diseño.

Pedagógicamente esta actividad es parte de los procesos propios de la enseñanza para la comprensión, tomada como: espacios o ambientes de aprendizaje basados en el desarrollo de competencias en el educando de manera que se garantice desde su formación el aporte contundente desde cada uno al fortalecimiento del tejido social (Otálora, 2009), ya que desarrolla este concepto tanto en los participantes como en el

campo de la ilustración o la conceptualización de la realización de la imagen, y es válido en el proceso de generar instrumentos que permiten identificar ciertos elementos propios de dicha población.

Entre los aspectos estratégicos, técnicos y comunicativos en cuanto al lenguaje que se aplicaron está la poesía visual como recurso que permite repensar en las características denotativas y connotativas de los elementos que configuran una imagen. Para tal efecto se puede tomar esta idea de Jon Brosa: Yo definiría la poesía visual no como dibujo ni pintura, sino un servicio a la comunicación. Todo lo que sea dar con claridad el mensaje, facilitar a la gente que pueda comprender el sentido de un poema o un mensaje, pues... se tiene que aprovechar sin temor a quedar mal, si se queda en ridículo pues hay que rectificar, pero lo que no se puede hacer es quedarse parado. (Torres Puentes), este recurso comunicativo se empleó en el desarrollo de las fases de diseño como del prototipado, y específicamente en el prototipado rápido el cual es empleado en procesos de DT.

7.3.4. Objetivo Principal del taller.

Obtener datos frente al imaginario de los participantes para poner la información en práctica en un proceso investigativo de gestión del diseño.

Secundarios del taller:

- **Con el desarrollo de la metodología generar satisfacción y empatía en los participantes al taller.**

- **Capacitar a los participantes en el taller en cuanto a pensar desde la creatividad, desde la intuición, desde lo formal y lo conceptual, para aplicarlas en propuestas comunicativas futuras.**

7.3.5. Participantes.

Para la realización de este taller se tuvieron dos participantes, Tatiana y Yesika, ambas hacen parte de los programas IDIPRON, con características socioculturales particulares. Son parte de los procesos que ubican a las personas como población en estado de vulnerabilidad.

Se esperaban más participantes, pero la situación de conectividad no permitió la participación de otra persona que estaba dentro de la llamada, lo que deja notar la dificultad por el uso de nuevos medios en este tipo de población.

Desarrollo de la actividad. Durante un lapso de dos horas, se realizan actividades de dibujo y escritura creativa. La actividad se divide en dos fases, luego de presentar el proyecto y sus integrantes y colaboradores, se da inicio con una fase para generar confianza llamada Dibujar para Empatizar, que consiste en la aplicación del muy conocido ejercicio de la “línea loca”. Este ejercicio consiste en dibujar una retícula orgánica con trazos aleatorios muy saturada, para en ella encontrar algún tipo de forma reconocible, es decir es un ejercicio gestáltico que como mínimo hace referencia a las leyes de la teoría de la Gestalt de relación figura fondo y de cierre. Conceptual y procedimentalmente se les hace una lectura corta para que dentro una conversación amable y con muchas preguntas se les pide a los integrantes que pensarán en un animal con el que se identificaran, y en diálogo se iba configurando su historia,

aspectos psicológicos y de forma, tales elementos son básicos en la construcción de un personaje. En el pensamiento en diseño es importante ser visual, pensar visualmente ayuda a despegarse en los puntos clave (Brown & Wyatt, 2010)

La segunda parte del taller (inspiración) con el nombre Armando Ando, se sigue con la idea de la construcción de un personaje visto en tres momentos, antes, durante y después su paso por ciertas situaciones y lugares referentes a la vida en las calles de la ciudad.

Como la idea de esta actividad es recrear a un personaje de manera naturalista o icónica, y para tal efecto la persona que lo crea formalmente debería demostrar un exhaustivo y eficiente aprestamiento representacional con el dibujo, se desarrolla una taxonomía de imágenes que puedan constituir a un personaje tanto desde aspectos físicos con respecto a su apariencia, como de diferentes alternativas de vestuario. Con estos recursos los participantes se piensan, idealizan, conceptualizan, arman, construyen, calcan, reinterpretan y dibujan un personaje, pudiéndose tomar la libertad de tomar la información prestada por el taller y proponer libremente otros elementos e incluso co-crear nuevos personajes e historias junto con los talleristas y compañeros,

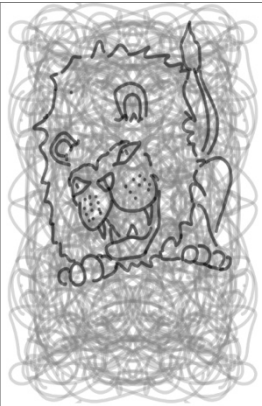


La dinámica del taller, los contenidos y estrategias se pueden observar en el taller diseñado que se referencia en los anexos (ver anexo G).

7.3.6.Resultados.

Después de haber realizado el taller en sus fases, se obtuvieron los siguientes resultados. Prototipado hecho con el grupo. Se llega a un resultado el cual es muy

interesante ya que es un discurso visual de co-creación, como se muestra en la siguiente imagen:

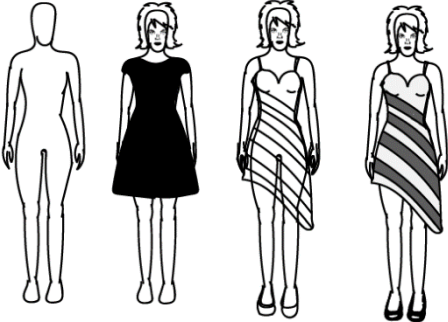


Tabla 2. Fases del desarrollo del taller Armando Ando

Empatizar	Ideación	Prototipado	Consideraciones del producto
Dibujar narrar y ejercicio línea	Construcción persona y narrativa	A partir de co-creación	Personaje y escenario
	<p>Mis sudaderas usare para ver que en cada una hay una bailarina que toco el piso de mil maneras y mi cabello de león muy bien recogido para poder ver el horizonte y cumplir cada una de mis metas.</p>		

Fuente: Ilustraciones y prototipado, Angélica Quinche, Heiler Torres.

Uso de los recursos para ser aplicado en uno de los resultados, a partir del prototipado hacia las consideraciones del producto.

Tabla 3. Prototipado Armando Ando

Proceso	Bocetación	Finalización
		

Fuente: Ilustraciones y prototipado, Angélica Quinche, Heiler Torres.

7.3.8. Conclusiones.

Los procesos de esta experiencia tuvieron un relativo éxito, ya que se cumplió con el total de las actividades propuestas (taller de creatividad a partir de las fases del design thinking). En la primera parte del taller que se corresponde con la fase de comprender y observar se consiguió tener un acercamiento al grupo de trabajo de tal manera que generó un cierto grado de confianza y empatía con ellas, fue un inicio para conseguir datos de aquello que tal vez idealizaban bien sea como ellas, como

compañía e incluso como un espacio para imaginar, por último arroja ideas que pueden incluso ser aplicadas a productos de diseño.

En cuanto a la segunda fase que corresponde a idear, en esta se pudo encontrar elementos que permitieron expresar la identidad de las participantes en los diversos escenarios espacio temporales propuestos.

Se consiguió que tales recursos se utilizaran para realizar escritos con cierta coherencia formal y conceptual.

Esta es una propuesta que sirve como ejemplo de co-creación y co-diseño y web, por cuanto a que es desarrollada en ambientes digitales, en ella participaron instituciones, expertos de diferentes disciplinas y posibles usuarios, entonces es una herramienta que puede ser aplicada e incluso modificada para permitir y ampliar la fase de empatía y prototipado en el escenario de los procesos del Co-laboratorio y del taller creativo de La Esquina Redonda.

Dentro de los hallazgos se encuentra la construcción de identidad urbana, patrimonial. La aplicación de la metodología permitió comprender cómo se puede llevar a cabo la construcción de soluciones frente a requerimientos. Si en este proceso se emplea el Design Thinking la respuesta fue satisfactoria por parte de la población diversa del proyecto la Esquina Redonda. En el desarrollo del taller se comprendió el uso de la herramienta frente a la función pedagógica de la misma herramienta. Esto, siguiendo al DT, una de cuyas características es el aprender haciendo por que invita a los participantes a salir de la zona de confort, es experimental y además es un proceso flexible. Brown & Wyatt (2010), señalan que dentro de las características del desarrollo

de la metodología, está el tener la mentalidad abierta. Se trata de mirar el mundo con ojos nuevos, los participantes deben estar dispuestos a aprender algo nuevo perder el miedo al fracaso y la crítica, estar de acuerdo con no saber la respuesta "correcta" y ver la belleza en la imperfección y lo inacabado. Los problemas son en realidad oportunidades disfrazadas e indican que unas pocas personas trabajando juntas de una manera nueva pueden cambiar el futuro para mejor.

Este ejercicio permitió encontrar que pese a que el DT se desarrolla de manera presencial, y con tiempos controlados sobre las herramientas, se puede comprobar que el DT tiene unos alcances amplios y adaptables y que en este caso se pudo dar paso a la formulación del taller bajo las condiciones de la metodología de DT.

Esta experiencia da paso a entender lo importante que es desarrollar el kit de herramientas de diseño en principio para este proyecto, pero que este tipo de kits pueden ser replicables en otras comunidades colaborativas. En nuestro caso, la aplicación se realiza en el campo de la innovación en museos por medio del diseño.

Por lo tanto el desarrollo de este taller le permite a los stakeholders del Co-laboratorio innovar en procesos de diseño creativo y colaborativo que lleven a acciones o generaciones de producto dentro de un contexto determinado como en este caso el Co-laboratorio de creación y memoria La Esquina Redonda.

7.4. Desarrollo fase 3: conceptualizar y prototipar.

En este proyecto se investiga desde el DT y el diseño de innovación social, el problema escogido, que en ese caso es una propuesta en el marco del proyecto Co-

laboratorio La Esquina Redonda, se plantea en tres fases, cada fase con sus correspondientes herramientas pertenecientes a un kit.

Desde esta experiencia hay varios componentes: se tiene como usuario experto a las instituciones como la FUGA, el Museo Nacional de Colombia e IDIPRON y otras posibles instituciones que en fases posteriores hagan uso del proyecto. Como usuario extremo, tenemos al diseñador, quien pone a disposición del proyecto y del desarrollo de sus fases su propia experiencia, conocimientos y habilidades orientados para que en este proyecto se tengan resultados que respondan a los objetivos planteados.

Se entiende como atributos conceptuales (diseño y alcances de cada Instrumento) al concepto como una propiedad que puede ser representada en un producto que va poseer dichos atributos, teniendo en cuenta que cada instrumento nos revela información de la problemática que se está trabajando y sirven para tangibilizar la idea. Otro atributo central es la coherencia para llegar a la propuesta relacionada con el contexto y los usuarios extremos.

Con respecto a la caracterización hacia el kit y al producto. Inicialmente, se tiene el concepto kit como una caja de herramientas para facilitar la innovación basada en la metodología del DT, para ser aplicada a partir del trabajo en equipo a organizaciones colaborativas, se emplea y se corrobora que es una herramienta que fomenta la creatividad dentro de procesos de trabajo en equipo. Con la implementación de este kit se propone una metodología y una herramienta que los participantes no conocían previamente. Esta herramienta puede ser empleada posteriormente, y de su uso se espera que sea replicable en los participantes del proyecto en otros proyectos o

acciones que den paso al trabajo en comunidad. La reiteración tiene como fin motivar y apoyar el uso de la herramienta en la organización y por último comprender el desarrollo del kit como una estrategia de caracterización que sirve para tangibilizar en propuestas de innovación de productos y servicios.

En cuanto al concepto de crear valor, el diseño crea valor en las organizaciones a partir de entender las organizaciones sus productos y sus procesos, de esta manera se hace notar la incidencia del diseño dentro del sistema, entre otras actividades, mediante la detección de necesidades y problemas.

De esta manera, al hablar de ideas innovadoras, se habla de la capacidad de convertir las ideas en algo aplicable, de dar sentido, de construir significados y de construir valor. Estas ideas innovadoras pueden dar paso a la creación de nuevos productos o servicios, modificaciones de procesos o mejoras. Aplicando el DT como el proceso de generación de ideas que hace posible la innovación, y entendiendo que a la generación de múltiples ideas le sigue la solución a algo que parecía no ser posible. La aplicación del proceso creativo permite llegar a la solución de problemas, a la generación de estrategias que permite trabajar en las nuevas situaciones que se pueden dar ante el problema y crear nuevas oportunidades, en este caso se trata de realizar estas acciones en el marco de las comunidades colaborativas del proyecto La Esquina Redonda.

En cuanto a las fases del DT: descubrir, definir, idear, prototipar y testear, hacemos notar que en el desarrollo del proyecto se conservaron y llevaron a cabo. En cada uno de estos pasos se plantearon una serie de herramientas que harán parte de la caja de

herramientas, y en este resumen se observan desde el escenario del usuario tanto experto como extremo.

7.4.1.Desgloses de las fases a partir de los instrumentos.

La fase tres dentro del proyecto se le da el nombre de conceptualizar, sin embargo para abordarla es necesario retomar los conceptos, estrategias, hallazgos e información de las otras fases ya desarrolladas.

Esta fase da cuenta de las actividades y conceptos que dan vía al desarrollo de una posible estructura de la caja de herramientas, para esto se plantea un protocolo a partir de la experiencia que se tiene al trabajar con el usuario experto e interno, que es un grupo de tres mujeres inscritas a los programas de la FUGA, referentes al proyecto de la esquina redonda.

Para el desarrollo del kit, se desglosa el proyecto a partir de los tres momentos que plantea el diseño metodológico, para el desarrollo de este, se aplicaron la herramientas del DT, para ver su comprensión por parte del equipo de La esquina redonda, y posteriormente implementarlas a partir de revisiones teóricas, desde Tim Brown, diseño de servicios de la Universidad de Chile, caja de herramientas del El Salvador Emprende y otros productos referentes al tema.

El protocolo surge de la comprensión de las plantillas aplicadas, estas se trabajan a partir de diferentes fuentes, para tal efecto se tuvo en cuenta que se estaba aplicando DT en una organización que lo desconoce. esto dio paso a adaptar las plantillas teniendo en cuenta el siguiente protocolo:

- **Campo 1: incluye nombre de la fase/ esto es transversal a todas las fases**

- **Campo 2: nombre del instrumento**
- **Campo 3: datos del instrumento o reglamentación del instrumento**
- **Campo 4: consejos**
- **Campo 5: que usted necesita**
- **Campo 6: resultados del instrumento**
- **Campo 7: archivo**

Esto facilita que la comunidad comprenda el papel que tiene el diseñador experto como facilitador, y los roles que deben cumplir los equipos en los momentos de desarrollo de DT. Se espera que el kit sea comprendido y aprendido por la comunidad para el desarrollo de procesos simples hasta actividades complejas.

En la primera matriz se presenta un esbozo del protocolo con el cual se plantea el kit (Ver anexo H). En la segunda matriz se analizan los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos a lo largo de las jornadas, comprendiendo el DT, frente al proceso de co-creación en diseño que se adapta a los contextos, las tablas y su análisis llevan a la construcción de las herramientas que presentan variaciones a lo largo del proceso. (Ver anexo I). Para comprensión del ejercicio a continuación se referencian unos segmentos de los instrumentos aplicados que se corresponden con los anexos a revisar.

Tabla 4. Construcción kit de herramientas - construcción de la herramientas según protocolo, (ver anexo H)

Descubrir		
Nombre del instrumento	Datos para el instrumento	Instrucción sobre el instrumento Qué es: Qué usted necesita: A tener en cuenta:
Entrevista	Presentación del proyecto Datos de entrevistado Objetivo Objetivo específico Datos del entrevistador Escenario (lugar y fecha) Aspectos temáticos Aspectos emotivos Guía del entrevistador Tema 1 Tema 2 Tema 3 Tema 4	Qué es: es una técnica empática que busca datos para pensar la comunidad y su proyecto, comprender a las personas que hacen parte de él (par amigo, experto, usuario), ayuda a comprender que piensa, que sienten y que los motiva. Tenga en cuenta que le facilitará comprender el contexto y situación de su proyecto A tener en cuenta: Anote las preguntas que a usted o a su equipo le gustaría hacer Identifique temas de interés. Defina las preguntas. Construya una buena relación y de confianza. Presentarse y explique su proyecto, en cuanto a sobre qué se trata y no olvide cuales son los objetivos. Que usted necesita: Formato entrevista, Un socio, Esfero, Papel, Grabadora (videograbadora)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Resultado aplicación herramientas a partir de las fases del Design Thinking. Aclaración: se recomienda leer esta tabla en sentido vertical. (Ver anexo I)

Descubrir		Definir		Idear		Prototipar		Testear	
Entrevista a experto		Diagrama de empatía		Contar historias		Prototipado			
Usuario		Usuario		Usuario		Usuario		Usuario	
Experto	Extremo	Experto	Extremo	Experto	Extremo	Experto	Extremo	Exp	Ext
Presenta el proyecto desde la preocupación que es la sustentabilidad la articulación de redes	BDC como lugar de memoria viva, significado de lo urbano, nuevos lenguajes contemporáneo, alianzas interinstitucionales	Rescate de los oficios y saberes de la zona, circuito comercial	Inclusión social, participación y sustentabilidad	Se reconocen los actores del co-laboratorio y hacia donde están dinamizando o los posibles resultados del co-laboratorio hacia la tienda de la esquina redonda	Se comunica la acción del diseño social, como facilitador de proceso, se analizan casos y se expone co-laboratorio	Ideación desde los oficios y comunidades, miniaturas, yerbateras y oficios del equipo	A partir de aleaciones y diagramas de afinidad se encuentran categorías de productos con respuestas a productos patrimoniales, de narrativas y urbanos,		

Análisis de la aplicación de las herramientas por fase en cuanto a la necesidad del proyecto:

7.4.2. En la fase descubrir.

1. Entrevista a experto. En cuanto al usuario experto: Este presenta el proyecto desde el punto de vista de la claridad con respecto a qué es la sustentabilidad y la articulación de redes. En cuanto al usuario extremo: se afirma que han desarrollado su idea como lugar de memoria viva, significado de lo urbano, nuevos lenguajes contemporáneos, alianzas interinstitucionales. Estas observaciones permiten comprender y plantear la problemática y necesidad en colaboración de las dos partes.
2. Focus group. Desde la postura del usuario experto, se encuentra que evidencia el comprender cómo los actores y organizaciones locales entran a hacer parte de la articulación para nuevas propuestas y sobre todo se enmarca la importancia del co-laboratorio con el taller creativo. Los hallazgos en el usuario extremo son: la comprensión del contexto, ejes de trabajo y productos obtenidos del co-laboratorio. Esto permite que el co-laboratorio sea el escenario pertinente para desarrollar las ideas y la fusión entre actores e ideas del proyecto.
3. Esquema proyecto (Conociendo el Proyecto.) Esta herramienta arroja los siguientes hallazgos: A partir del usuario experto; se obtiene que el co-laboratorio y articulación de redes con el proyecto favorecen a la comunidad, y no genera exclusión. En el usuario extremo se obtiene: El comprender la red colaborativa, hacia la articulación de redes, es decir, de proyectos autocontenidos. También se piensa la innovación social como una posible

incubadora de proyectos. Por lo tanto esta herramienta aclara cómo este proyecto se amplía hacia la configuración de redes provenientes de la comunidad y como se pueden desarrollar procesos de innovación como la incubadora de proyectos.

4. Mapa desafío (del co-laboratorio). En concordancia con este proceso, se observa que esta herramienta arroja: En el usuario experto, la importancia de hacer que la tienda se presente como un lugar de creación y memoria. En cuanto a lo obtenido del usuario extremo, plantear que la tienda tenga impacto hacia adentro y hacia fuera de las comunidades. De lo anterior es posible decir que: La tienda debe ser un espacio abierto de creación y memoria comunitaria. Entonces la fase de descubrir, se da como un espacio de trabajo, que puede conducir hacia una incubadora de proyectos innovadores abierta y comunitaria.

7.4.3.En fase definir.

1. El diagrama de empatía. Lo obtenido en esta herramienta del usuario experto: Es el rescate de los oficios y saberes de la zona, en escenarios como el circuito comercial. Del usuario extremo es: La importancia metodológica y estratégica de tener en cuenta la inclusión social, participación y sustentabilidad. A partir de esto es posible pensar que esta herramienta aporta en cuanto a integrar a este proyecto el conocimiento de los diversos actores para que su participación en este espacio sea de inclusión. Propuesta de valor.
2. Crear usuario. Se obtiene del usuario experto: Se crea el estereotipo a partir del usuario externo. En cuanto al usuario extremo: Se hace un acercamiento al

usuario interno, con el fin de comprender la población con la que se van a desarrollar procesos colaborativos, esto réplica a esa creación de perfil del usuario externo. Con dicha información se desarrolla un perfil de usuario a partir de sus particularidades. Con esta herramienta se identifican características del usuario, guían el desarrollo de producto servicio (tienda comunitaria).

3. Entrevista usuario. En cuanto al usuario experto se obtiene: La comprensión de las redes interinstitucionales, la tienda dentro del contexto del espacio de memoria, enfocada hacia crear circuitos de economía solidaria. Del usuario extremo: Abrir la red de colaboraciones que se articulan hacia el producto final a partir de la importancia del taller de creatividad. Por lo tanto, esta red responde a un contexto formado por su memoria para desarrollar procesos de economía solidaria en la que el producto responda a un alto grado de creatividad.
4. Cómo podríamos (define el desafío). De esta herramienta se obtiene, en el usuario experto: Hacer que la tienda se presente como un lugar de creación y memoria donde motive a realizar producciones locales del barrio a partir de creaciones. En cuanto al usuario extremo. Generar en la tienda de la L una estrategia con la comunidad para la realización de un producto cultural a partir del patrimonio, los saberes locales, las estéticas locales y las narrativa locales. De esto se puede pensar que la tienda debe cumplir con una serie de necesidades propias tanto de las metodologías como el DT y el diseño centrado en las personas, así como de los análisis hechos del contexto y las necesidades y expectativas de todos los actores. Definiendo el problema

5. Mapa síntesis de hallazgos (TEMAS). En cuanto al usuario experto: se encuentran los siguientes hallazgos para desarrollar en este proceso: Sustentabilidad, memoria local y museo extramuros. En el usuario extremo se obtiene: Que al comprar el objeto se lleva una narración que contiene: producto tienda-discurso crítico historia urbana y Bogotá. Con esta información es posible encontrar que con esta herramienta se obtienen hallazgos frente a las oportunidades críticas y propositivas que da la tienda con respecto a la red, los actores, el entorno y la ciudad.

Con respecto a lo que se encuentra en esta fase de acuerdo con la aplicación de las herramientas, un elemento muy importante a tener en cuenta es la memoria, al igual que la participación de los actores y su inclusión en las actividades del proyecto, de tal manera que dichas características del usuario y del contexto sean insumos para propuestas dirigidas creativamente hacia el producto y a la tienda. Esto como una respuesta a la metodología de análisis y oportunidades que se trabajarán en la red y con el entorno

7.4.4. En fase idear.

1. Contar historias. Del usuario experto: Se reconocen los actores del co-laboratorio y hacia donde están dinamizando los posibles resultados del co-laboratorio hacia la tienda de la esquina redonda, y del usuario extremo, se comunica la acción del diseño social, como facilitador de proceso, se analizan casos y se expone al co-laboratorio.

Con esta herramienta se aplica la acción del diseño social como parte del co-

laboratorio de la tienda de la esquina redonda, al igual que se reconocen y analizan casos de los actores.

2. Insight. En cuanto al usuario extremo, la idea es diseñar productos que hablen de la inclusión, de la identidad local heterogénea, y del usuario extremo: Que el objeto violento se convierta en vida, historias dignificantes para contar más allá del dolor. Con esta herramienta se obtiene: Que el objeto violento se convierta en vida, más allá del dolor, de tal manera que los productos además de ser innovadores, se desarrollan desde la inclusión y las identidades locales.
3. Antecedentes y referentes. En cuanto al usuario experto: Museo comunitario Montes de María, Tienda de la Empatía. Y en el usuario extremo: Ejemplos de casos desarrollados por el diseñador experto.
Con esta herramienta se acude a experiencias hechas por otras organizaciones y diseñadores expertos.
4. Cómo podríamos: En cuanto al usuario experto, productos expositivos: catálogos, fotografías, postales de exposiciones, objetos que tiene que ver con los saberes. Y en el usuario extremo: Generar en la tienda de la L una estrategia con la comunidad para la realización de un producto cultural a partir del patrimonio, los saberes locales, las estéticas locales y las narrativas locales.
Productos expositivos, exclusivos, réplicas.
Con esta herramienta se obtiene información hacia la lluvia de ideas como una estrategia comunitaria local para el desarrollo de productos culturales, museales y comerciables en la tienda y de marketing para museos.

5. Lluvia de ideas. En cuanto al usuario experto: Se trabaja en plataforma Meet, se obtiene resultados de proyectos ya realizados con el IDIPRON. Y en el usuario extremo: Ideación, se realiza en la plataforma “Miró” obteniendo ideas diversas que se pueden catalogar como innovadoras con una alta capacidad creativa que pueden ser comercializables.

Con esta herramienta se obtienen: Resultados de proyectos ya realizados, de igual forma se hace una actividad de ideación en la que se obtienen resultados diversos que se pueden catalogar como innovadores y comercializables.

6. Clasificación de ideas (diagrama de afinidad). En cuanto al usuario experto: Se tiene información de los resultados de proyectos ya realizados para iniciar su procesamiento. Y en el usuario extremo: productos personalizados, productos replicados.

Con esta herramienta se obtienen: datos para procesar la información para posteriormente ser aplicada en el diseño de dos tipos de productos: personalizados y réplica.

En relación con lo anterior, esta fase se implementa en una acción del diseño social como parte del co-laboratorio de la tienda de la Esquina Redonda. Con respecto a lo que se encuentra en esta fase de acuerdo con la aplicación de las herramientas, es que en este proceso se reconocen y analizan casos de los actores. Una indicación fuerte es que el objeto violento se convierta en vida, más allá del dolor, de tal manera que los productos además de ser innovadores, se desarrollen desde la inclusión y las identidades locales. Estos datos se hilan con el ejercicio de la lluvia de ideas como una

estrategia comunitaria local para el desarrollo de productos culturales, museales y comercializables en la tienda, en un proceso que comprende y aplica el DT. Para que este proceso tenga referentes se acude a revisar resultados de proyectos ya realizados, de igual forma se hace una actividad de ideación en la que se obtienen resultados diversos que se pueden catalogar como innovadores y comercializables. Y dichos datos sirven para procesar la información para posteriormente ser aplicada en el diseño que se piensa a partir de la literatura de productos para tiendas museales: personalizados y réplicas.

7.4.5. En fase prototipar.

1. Prototipado. En cuanto al usuario experto: Ideación desde los oficios y comunidades, miniaturas, yerbateras y oficios del equipo. Y en el usuario extremo: A partir de aleaciones y diagramas de afinidad se encuentran categorías de productos con respuestas a productos patrimoniales, de narrativas y urbanos.

Con esta herramienta se obtienen: Datos aplicables a la ideación desde los oficios y comunidades. A partir de acciones y diagramas de afinidad, se encuentran algunas de las categorías de productos y las propuestas para que sean patrimoniales, en este caso de tipo narrativo y urbanos.

Crear un prototipo. En cuanto al usuario experto: historia de vida, narraciones. Y en el usuario extremo: Comprender la expresión, la narración. La oportunidades estéticas y formales y de memoria.

Con esta herramienta se obtienen: Datos para prototipados desde el comprender la

información de las narraciones y la particularidad de las expresiones de historias de vida, para buscar en actividades de prototipado oportunidades estéticas, formales y de memoria.

Con respecto a lo que se encuentra en esta fase de acuerdo con la aplicación de las herramientas: Los hallazgos son susceptibles de establecer un listado para ser desarrolladas en una fase de prototipado, se encuentran datos aplicables a la ideación desde las potencialidades de la población.

Usando tales herramientas, se encuentran las categorías de análisis y aplicación para el diseño de productos, los cuales pueden ser y/o contener respuestas para que sean patrimoniales, de tal manera que el proyecto y sus actores comprendan la información de las narraciones y la particularidad de las expresiones de las historias de vida de ellos mismos. De esta manera, las actividades de prototipado comunitario que ofrecen oportunidades estéticas y formales, son alimentadas por los elementos propios de la memoria.

7.4.6. En testear.

La actividad de aplicación y testeo de las herramientas implementadas en este proceso, es un desarrollo que se da a lo largo del despliegue de las fases, con base en el diseño metodológico de la investigación. A lo largo del proceso se van comprobando las herramientas y sus posibles adaptaciones, y el recorrido entero es de constante responsabilidad del diseñador experto, porque es el responsable del proyecto y quien conoce y maneja la teoría del DT. Todos los elementos, componentes y fases han sido

aplicadas, analizadas y corregidas atendiendo la comprensión del desarrollo de los instrumentos con los usuarios.

Para comprender las herramientas por parte de los participantes, se tuvo en cuenta el desarrollo del taller de creatividad como espacio tanto de desarrollo de ideas, como de comprensión del sentido de las herramientas. En la estructura de ese taller se pusieron a prueba consideraciones del DT cómo: empatizar, descubrir, idear y prototipar, de igual manera para el inicio del taller inicia con un rompehielos que es una de las características del DT.

Con esto seguimos el DT como una metodología de trabajo, a la vez que lo pusimos en acción con las mismas comunidades que nos enseñarían acerca del proceso. Al poner estos aspectos en acción, los acompañamos de técnicas que llevaron al desarrollo de proceso narrativos y de construcción de imagen, que llevaron al planteamiento de un producto que se buscaba que cumpliera con las características que perfilan los posibles productos de la tienda museal. Esas características son varias, y para este caso son relevantes la narrativa, lo urbano, lo patrimonial y lo identitario.

En el segundo paso con los usuarios expertos se pone a prueba las fases del DT junto con las herramientas que se aplicaron a lo largo del proceso. Para este apartado se tuvieron en cuenta varios momentos relevantes, como la función de facilitador del diseñador experto, quien guía la actividad y la participación de los usuarios expertos que en este caso son los miembros del equipo de La Esquina Redonda. Se analiza la manera como comprenden el proceso, los hallazgos, las conclusiones a las que se llega en cada fase y su comportamiento frente a la comprensión de cada instrumento.

De esta manera, nuestro comportamiento con el instrumento fue activo y reflexivo, porque el instrumento a lo largo de la investigación siempre fue testeado y analizado para dar paso a la construcción del kit.

Es importante resaltar con respecto a la presentación del kit, que la comunidad con la que se trabajó es una comunidad que desconocía el proceso de design thinking.

7.4.7. Alcances de las fases en relación con los objetivos.

Con respecto a este tema estos alcances se pueden observar en la matriz de diseño metodológico (ver página 59), en la fila 7 describe por fases la relación del proyecto con el DT, los alcances de las fases son:

De la 1 se enmarca un desafío en diseño.

De la 2 se describen nuevas perspectivas sobre la oportunidad.

De la 3 se general ideas y se tangibilizan.

8. Plan de Intervención

A partir del proceso de aplicación de las herramientas estudiadas en el capítulo 2 se hizo un proceso de validación de su puesta en operación, y de los resultados de las herramientas aplicadas, que da paso ahora a la definición de las siguientes herramientas que harán parte de la caja de herramientas definitivas a aplicar en el co-laboratorio :

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------|
| 1. Entrevista experto | 10. Contar historias |
| 2. Focus group | 11. Insight |
| 3. Esquema del proyecto | 12. Antecedentes y referentes |
| 4. Mapa de desafío del co-laboratorio | 13. Cómo podríamos |
| 5. Crear usuario | 14. Lluvia de ideas |
| 6. Definir desafío cómo podríamos | 15. Clasificación de ideas |
| 7. Mapa de empatía | 16. Pauta de prototipado |
| 8. Entrevista a usuario | 17. Entrevista testeo |
| 9. Mapa de síntesis de hallazgos | 18. Datos de retroalimentación |
| | 19. Evaluación |

8.1. Caja de herramientas para el Co-laboratorio de creación y memoria “La Esquina Redonda”

Esta caja de herramientas para comunidades colaborativas está orientada al trabajo en equipo, con el fin de apoyar iniciativas de los diferentes grupos de personas que hacen parte de La Esquina Redonda. Estas herramientas están basadas en la

metodología design thinking que permite comprender necesidades y dar paso a nuevas experiencias innovadoras y creativas para la innovación social.

En el siguiente esquema se describe la caja de acuerdo con las etapas corrientemente aceptadas como usuales en el proceso del design thinking:

Tabla 6. Conjunto de herramientas para el co-laboratorio de creación.

Conjunto de Herramientas				
Descubrir	Definir	Idear	Prototipar	Testear
Entrevista a experto	Diagrama de empatía	Contar historias	Pauta de prototipado	Entrevista testeo
Focus group	Crear usuario	Insight		Datos de R
Esquema del proyecto	Entrevista a usuario	Antecedentes y Referentes		Evaluación
Mapa desafío del co-laboratorio	Cómo podríamos	Cómo podríamos		
	Mapa de síntesis de hallazgos	Lluvia de ideas		
		Clasificación de ideas		

Fuente: Elaboración propia

Para proponer y definir el kit de herramientas se trabajan las fases del DT, enunciando los resultados que se observaron a partir de los instrumentos aplicados (ver anexo I).

8.2. Sobre el design thinking

La metodología design thinking es un proceso creativo que involucra a las personas con miras a la generación de ideas nuevas, y que permite experimentar, recopilar datos, prototipar y probar. Esta metodología permite detectar problemas y necesidades para poder obtener respuestas eficaces y significativas para la comunidad en la que se lleve a cabo.

Para trabajar el proceso creativo en design thinking hay que estar abiertos al cambio, al trabajo en equipo y al pensar y el hacer. Presentamos estas premisas que están basadas en el “Mindset” que propone la metodología Design Thinking:

1. Tenga empatía con las personas con las que trabaja. Sus observaciones son valiosas.
2. Sea visual y cuente buenas historias
3. De la diversidad depende el éxito. Trabaje en equipos diversos
4. Debe tener claro el proceso y saber que métodos se emplean en cada fase
5. Colabore con otros
6. Construya prototipos, es parte integral de los procesos de innovación
7. Salga de la zona de confort
8. No se trata de pensar sino de hacer. Del pensar a la acción
9. Y piense siempre...qué pasaría sí....

8.3.El proceso de design thinking

La metodología DT está compuesta por 5 etapas, que serán presentadas a continuación, y que se tuvieron en cuenta en el desarrollo del proyecto. Cada etapa está acompañada de las herramientas que llevarán a soluciones innovadoras.

A continuación se listan las etapas:

- **Empatizar: se conoce la audiencia para la que estás diseñando.**
- **Definir: construye un punto de vista basado en las necesidades del usuario y sus percepciones.**
- **Idear: haz lluvias de ideas para llegar a soluciones creativas.**
- **Prototipar: construye una o más representaciones de la idea para mostrarlas a todos.**
- **Testear: pon a prueba tus ideas, obtén retroalimentación de los usuarios.**

Se presentan a continuación las fases con las descripciones de las herramientas:

Empatizar: Esta etapa nos permite descubrir y comprender el contexto de la organización, es importante conocer los usuarios internos y externos.

Las indicaciones usuales son: Observe a los usuarios y sus comportamientos, interactúe y entrevístelos, experimente lo que el usuario vive en sus cotidianidades.

Esto permite reconocer necesidades e ir comprendiendo la problemática a abordar. En esta fase es importante la investigación porque nos permite conocer mejor el contexto.

Para comprensión del kit a continuación se referencian unos segmentos de la matriz de instrumentos creados para el co-laboratorio de creación “La Esquina Redonda” que se corresponden con el Anexo J, se presenta cada fase con un instrumento diseñado (ver anexo J).

Tabla 7. Kit de herramientas para el co-laboratorio de memoria y creación “La Esquina Redonda”, (ver anexo J)

Descubrir
<p>Primera fase del Design Thinking, es el punto de partida y nos permite conocer al usuario. Para esta fase son muy importantes los datos de investigación cualitativas. Entre más información más divergencia se trabaja. En el proceso de Creación del equipo multidisciplinar, se trabaja en torno al posible problema o desafío, se estudia y considera la documentación previa, se desarrollan entrevistas con personas que tengan conocimiento del tema. Las pautas que se tuvieron en consideración y que son preceptivas del DT:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Observar: Observar a los usuarios y su comportamiento en el contexto de sus vidas. 2) Júntate: conoce a los usuarios, entrevístalos, habla con ellos 3) Sumérgete: experimenta lo que el usuario vive <p>Es importante en esta fase recopilar información de lo que el usuario, dice, piensa y siente. Reconocer el contexto, mapear actores, identificar las necesidades y oportunidades. La fase descrita como “sumérgete” permite llevar la empatía al extremo, para intentar ponerse plenamente en el papel del usuario para comprenderlo.</p> <p>Etapas de divergencia</p>
<p>Herramienta Entrevista: 1 hora, participantes 1-3 por equipo.</p>
<p>Qué es: es una técnica empática que te permite buscar datos para pensar la comunidad y sus proyectos, conocer a las personas que hacen parte de él (par amigo, experto, usuario), ayuda a comprender que piensa, que sienten y que los motiva. Ten en cuenta que les facilitará comprender el contexto y la situación de su proyecto. Con las entrevistas se puede obtener una información detallada de los procesos de la comunidad de sus experiencias y desarrollar empatía.</p>

CAMPO 3: datos del instrumento o reglamentación del instrumento		
Datos del instrumento:		
Presentación del proyecto		
Datos de entrevistado		
Objetivo		
Objetivo específico		
Datos del entrevistador		
Escenario (lugar y fecha)		
A tener en cuenta:		
Desarrolla preguntas que a ti o a tu equipo les gustaría realizar:		

Identifica temas de interés.		
tema 1	tema 2	tema 3
Consejos:	Construye una buena relación y da confianza presenta y explica el proyecto, en cuanto a aquello de lo que se trata y no olvides cuales son los objetivos.	
Qué usted necesita:	formato entrevista. un socio esfero papel grabadora (videgrabadora)	
Resultados de la experiencia		

Desarrollen en equipo un resumen de los aspectos que ustedes encontraron más importantes, para ello usen post-it, compartan con sus compañeros y elijan los más relevantes.		
Cuáles fueron los hallazgos que más les llamaron la atención	Qué temáticas fueron las más recurrentes y que nos llevan a plantear el desafío	Comparte con el equipo imágenes, frases, ideas que consideras importantes
Archivo de la actividad en drive		

Definir
<p>Momento de interpretación, segunda fase de design thinking, hasta el momento ya se cuenta con una gran cantidad de datos, para esta fase se debe ir tras los insights o focos de acción, esto conducirá al reto creativo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Defina el problema: alcance realista, esto lleva a centrar el reto que se ha propuesto. Enuncie el problema 2) Revise objetivos y usuarios 3) Sepa comunicar el proyecto <p>Es importante en esta fase comprender siempre el deseo y la necesidad, encuentre revelaciones. Interprete la información.</p> <p>Etapas de convergencia.</p> <p>Desarrolle un informe</p>
Herramienta Construir Usuario: 1 hora, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.
<p>Qué es: es una herramienta que les permite describir a su usuario, desde sus hábitos, necesidades, hobbies, deseos, motivaciones, frustraciones.</p> <p>Los usuarios son a quienes va dirigida la solución</p>

<p>Datos del instrumento o reglamentación del instrumento</p> <p>Como se ve.</p> <p>Una frase con la que se define.</p> <p>Datos.</p> <p>Motivaciones.</p> <p>Cómo es su personalidad,</p> <p>Que lo frustra.</p> <p>Que lo motiva.</p> <p>Cuáles son sus pasatiempos.</p> <p>Experiencia ideal, metas, aspiraciones sentimientos</p> <p>Cita: resume la experiencia de las personas</p>	
<p>A tener en cuenta:</p> <p>Revisar los datos de la entrevista e identificar variables importantes, datos demográficos, comportamientos y actitudes.</p> <p>Encontrar patrones en los datos.</p> <p>Utilizar los datos para construir una persona única pero coherente</p>	
Consejos:	Revise su persona obteniendo comentarios de otra persona y verificando los datos de su entrevista,
Qué necesita:	Herramienta, fotografías, esferos
<p>Resultados del instrumento: Dibuje o construya con recortes el usuario ideal, una vez realizada la retroalimentación.</p> <p>Registra:</p>	

Idear
<p>Tercera fase del design thinking, mantenerse centrado en el problema, para esto ya se han analizados datos y se ha enfocado el problema y el reto. En esta fase</p>

no es crear por crear para esto aplique las herramientas. Con el fin de aprovechar el pensamiento colectivo.

Momento de divergencia.

Herramienta contar historias: 2 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.

Qué es: Esta herramienta se trabaja a partir de la información recopilada en la fase de investigación, hasta el momento ya han obtenido varias perspectivas en torno a su desafío, han desarrollado conocimientos y temas importantes que lo llevan a seguir pensando la solución final. Es hora de contar historias al grupo.

Narrar detalles vividos.

Realicen notas aclaratorias.

Nombren un moderador.

Datos del instrumento:

Empiece con una lista de las personas con las que habló y sitios que visitó

Ponga los datos importantes de las personas que contactó, fotografías de su entorno.

Narre su historia con lo más importante.

Qué motivaciones importantes encontró de la persona con la que trabajó?

Cuáles eran sus frustraciones?

Cómo era su entorno?

Si tuviera la oportunidad de volverse a comunicar qué le preguntaría?

Un ejemplo?

A tener en cuenta:

Mientras un participante cuenta su historia, los demás participarán tomando notas de lo que consideran más importante sobre la historia respecto al desafío.

Socialicen las notas en la pared, armen un tablero con notas post-it, fotografías, recortes etc., donde se pueda reconstruir lo más importante al revisarlo.

Consejos:	Imprima fotos, o diferentes insumos obtenidos de la fase de investigación y prepare el espacio para pegarlos en la pared.
Qué necesita:	Organice el espacio para contar historias, tenga marcadores, post-it, hojas blancas, imágenes, diagramas de la experiencia, fotografías. tiempo: 1 hora
Resultados de la experiencia	
Al final obtendrá un tablero organizado con los datos más importantes que van aclarando el desafío. Registren y creen una historia. No pierdan el enfoque.	

Prototipar	
<p>Cuarta fase del design thinking, prototipar significa “el primer modelo” construya lo más rápido posible el producto o servicio a partir de la ideación. Ya que se han analizado, clusterizado y se ha decidido por la idea más viable.</p> <p>Se materializa la idea, con el fin de enfocar la idea, realizar cambios.</p> <p>El prototipo es una herramienta donde se permite fallar rápido, fallar pronto y fallar barato. El prototipo permite dar forma a la idea para aprender de sus fortalezas y debilidades.</p> <p>Bocetee, muestre, critique, prototipe.</p> <p>Momento de convergencia</p>	
Pauta prototipado: 5 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.	
Qué es: Permite tangibilizar la ideas, es la representación de un concepto, permite socializar la idea con otras personas, tener retroalimentaciones y mejorar	
Datos del instrumento:	

Una vez finalizada la etapa de ideación y de construcción de la idea, resuma en una hoja la idea principal, de título al concepto, pegue esto en un lugar donde el equipo pueda visualizarlo.

Tenga en cuenta que siempre se está diseñando para el usuario.

Cuente historias, desarrolle una historia donde se comprenda cómo el usuario final se relaciona con la idea.

3. Realice mapas de conceptuales

Realice su prototipo: el prototipo es la tangibilización de una idea, es el desarrollo del concepto.

Formule una pregunta respecto al usuario para enfocar mucho más la construcción del objeto, elija materiales y piense maneras de cómo representar con diferentes materiales.

Bocetee, muestre, critique, prototipe.

Hablar menos, hacer más: de paso a la intuición y a la rapidez, no dedique tiempo a tener largas conversaciones, aplace el juicio y construya.

Un ejemplo?

A tener en cuenta:

El prototipo les ayuda a responder preguntas concretas de una idea, plantee las preguntas que dan respuesta, es decir que lo llevan a la construcción del prototipo. Clasifique las ideas en un mapa conceptual para dar inicio al prototipo. Siempre piense como le gustaría probar la pregunta, bien sea una maqueta, un lugar, un artefacto etc...

Consejos:	Organice el espacio para contar historias, tenga marcadores, post-it, hojas blancas, imágenes, diagramas de la experiencia, fotografías.
-----------	--

Qué necesita:	Papel, cartulina, cajas de cartón, pegantes, pistola de silicona, cintas, marcadores, colores, pinturas, pinceles, reglas, tijeras, cocedora y demás elementos que les permita construir la idea seleccionada.
---------------	--

Resultados del instrumento:

Mapa conceptual, selección de ideas.

Tiempo de duración:

4 a más participantes. Duración 4 horas.

Testear

Quinta fase del design thinking, se obtiene información del usuario por medio del prototipo, con las apreciaciones, se modifica, y se vuelve a probar hasta cumplir el objetivo. Es importante porque se hacen los cambios directos sobre el objeto y nuevamente se vuelven a probar.

Se debe pensar:

- 1 Cómo evolucionar la propuesta.
- 2 Analizar nuevas vías
- 3 Contemplar nuevas opciones sobre el objeto

Momento de divergencia.

Herramienta Entrevista Testeo: 1 hora, participantes 1-3 por equipo.

Qué es: con el prototipo construido podrá obtener comentarios de los usuarios, esta información le permite adaptar de manera continua el prototipo. Esta etapa es de validación, ya que no se trata de juzgar la idea sino de mejorarla.

Cree un entorno para facilitar una buena conversación abierta frente a su prototipo

Datos del instrumento:

Entrevista para testeo, esta es similar a las entrevistas que se han venido aplicando, el objetivo de esta entrevista es aprender que piensan los usuarios acerca del prototipo (producto).

Liste preguntas claves, qué datos está buscando:

Puede describir qué lo motiva más de esta idea y por qué?

Si le cambiara algo, que sería?

Que le gustaría mejorar de la idea?

<p>Seleccione los participantes: Nombre del participante: Por qué se quiere los comentarios de esta persona?</p>	
<p>A tener en cuenta: Cuando vaya avanzando tenga en cuenta: Qué es lo más importante que ha aprendido para mejorar la idea? Qué dudas ha generado de la idea? Cómo puedo convertirla en una pregunta? Cree un entorno. Seleccione los participantes para la retroalimentación. Construya preguntas abiertas</p>	
Consejos:	Manténgase neutral, obtenga comentarios rápidos, adáptese al momento, invite a la honestidad.
Qué necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - Plantilla de entrevista - Grabadora - Prototipo
<p>Resultados del instrumento: Informe de los datos suministrados por la retroalimentación</p>	
<p>Tiempo de duración: 1 hora</p>	

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presentan los productos obtenidos por aplicación de la metodología DT a partir de los resultados de las fases desarrolladas para “La Esquina Redonda”.

8.4. Diseño producto caja de herramientas.

--	--



Figura 5. Diseño de instrumentos caja de herramientas para el co-laboratorio de creación.

Elaboración: Victoria Angélica Quinche R., Julian Pineda.

Nuestra intención es formular y generar un kit de herramientas a partir de la metodología del design thinking, el diseño centrado en las personas y el diseño social para proyectos colaborativos dirigidos al sector cultural. Esta propuesta se presenta como posible solución para la caracterización de un producto cultural de una población específica como es “La esquina redonda” en convenio con el Museo Nacional y la Fundación Gilberto Álzate Avendaño.

En el desarrollo de la propuesta se produjeron realizaciones para ser aplicadas en algunas propuestas tales como un diseño de stand y algunos posibles productos personalizados y con identidad propia como platos y empaques. Con estos ejemplos se

hace visible que la aplicación del kit de herramientas puede ser una muy buena oportunidad para desarrollos de proyectos de diseño.

El diseño de producto y diseño de stand, responden a los objetivos planteados para el proyecto, ya que se trabajó la metodología para comprensión de una población frente al DT, y la aplicación de instrumentos en contexto real llevó a la obtención de resultados tangibles.

Esto se puede observar en las siguientes imágenes.

Presentación diseño de stand para la Tienda museal “La Esquina Redonda”.





Figura 6. Diseño de stand tienda Museal. Victoria Angélica Quinche R. - Heiler Torres.
Render 3D, Felipe Palacios (fellipally@gmail.com)

Diseño empaque y producto para la tienda Museal “La esquina redonda”



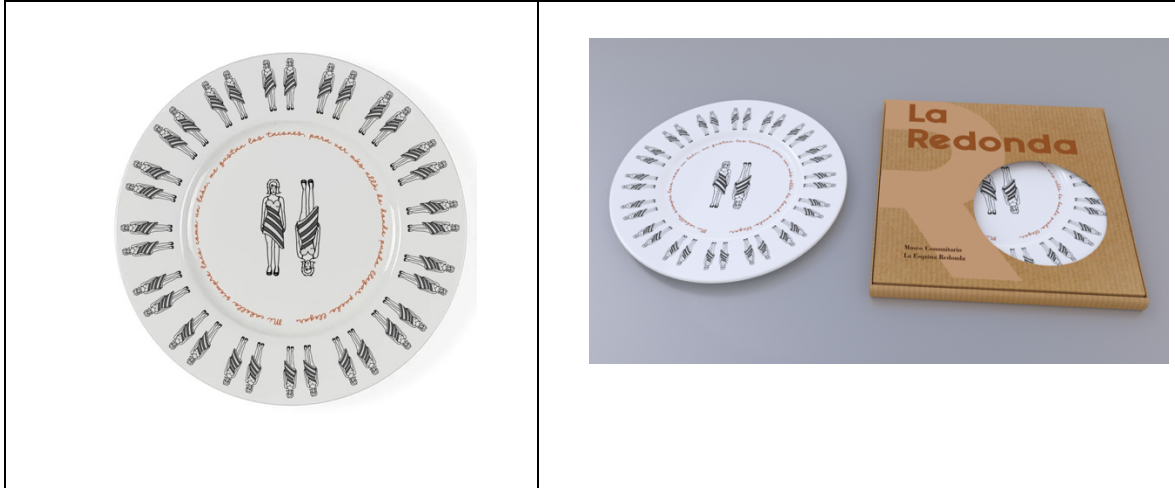


Figura 7. Diseño de producto y empaque. Victoria Angélica Quinche, Heiler Torres. Diseño 3D, Edwin Forero Velásquez (Caimán Digital)

El siguiente plan de acción presenta las actividades, responsables, costos y tiempos asociados requeridos para la generación del kit de herramientas (cartilla), capacitación (en el uso del kit) y cierre del proyecto (entrega de la cartilla final).

8.5. Plan de acción caja de herramientas para el co-laboratorio de creación y memoria "la esquina redonda"

(Proyecto del Museo Nacional de Colombia y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño - FUGA)

ETAPAS	FASES DESARROLLADO	ACTIVIDADES	TIEMPO (DIAS)	VALOR DIA	COSTO ACTIVIDAD	INDICADORES DE DESEMPEÑO	RESPONSABLES	DETALLE DE LA ACTIVIDADES
I.- GENERACION DEL KIT	Comprender y Entender (Fase 1)	Investigación documental	10	440.000	4.400.000	Cumplimiento de la actividad	Diseñador Senior	Crear marcos teóricos, ordenar archivos, ordenar presentaciones, construir documentos
		Entrevistas a expertos	8	800.000	6.400.000	% de entrevistas e informe de entrevistas	Gerente del Proyecto	Realizar entrevista, Digitalizar información, generar matrices, Comprender información
		Grupo focal	10	440.000	4.400.000	% de acciones sobre el grupo focal	Diseñador Senior	Aplicar grupo focal, Digitalizar información grupo focal, Construir

								matriz grupo focal con hallazgos, generar conclusiones
		Work shop Museo Nacional	10	800.000	8.000.000	Verificación de la Participación	Gerente del Proyecto	Participar en work shop, Digitalizar work shop, generar matrices, generar conclusiones
		Reunion Equipo La Esquina Redonda	12	800.000	9.600.000	% de informes de reunión	Gerente del Proyecto	Organizar reunión, Convocar reunión, crear presentaciones reunión, ejecutar reunión, digitar reunión, construir conclusiones de cada reunión.
	Analizar y problem	Entrevistas a expertos	8	800.000	6.400.000	% de entrevistas realizadas	Gerente del Proyecto	Digitalizar información, generar matrices.

		Grupo focal	10	440.000	4.400.000	% de acciones sobre el grupo focal	Diseñador Senior	Realizar grupo focal, Construir matriz grupo focal con hallazgos, generar conclusiones
		Mapa de empatía	5	440.000	2.200.000	Verificación aplicación documento	Diseñador Senior	Aplicar instrumento, construir conclusión, adaptar instrumento
		Modelo personas	5	440.000	2.200.000	Verificación aplicación del instrumento	Diseñador Senior	Aplicar instrumento, construir conclusión, adaptar instrumento
		Lluvia de ideas	5	440.000	2.200.000	Cumplimiento de la Actividad	Diseñador Senior	Generar ideas, clusterizar ideas
		Taller creativo	10	440.000	4.400.000	Realización del taller	Diseñador Senior	Diseñar taller, aplicar taller, construir matrices para el taller, construir conclusiones, generar

								prototipos, diseño 3D
		Reunión Equipo La Esquina Redonda	8	800.00 0	6.400.000	Verificación realización reuniones	Gerente del Proyecto	Organizar reunión, Convocar reunión, crear presentaciones reunión, ejecutar reunión, digitar reunión, construir conclusiones reunión.
	Conceptualizar y Prototipar (Fase 3)	Usuario extremo	5	440.00 0	2.200.000	Verificación cumplimiento de la actividad	Diseñador Senior	Construir usuario, aplicar instrumento, evaluar instrumento
		Modelo personas	5	440.00 0	2.200.000	Verificación aplicación del instrumento	Diseñador Senior	Aplicar instrumento, construir conclusión, adaptar instrumento
		Diagrama afinidad	8	440.00 0	3.520.000	Verificación aplicación del instrumento	Diseñador Senior	Aplicar instrumento, construir marcos de referencia, ideación para

							empezar prototipado	
		Taller de co-creación	10	440.000	4.400.000	Verificación generación documentos de resultado	Diseñador Senior	Generar matrices kit de herramientas, generar matrices análisis de herramientas, ordenar herramientas por fases, construir template de herramientas
		Focus group expertos	10	800.000	8.000.000	Porcentaje resultado de evaluación/aplicación de metodología	Gerente del Proyecto	Evaluar metodología de diseño, revisar matrices de herramientas, adaptar herramientas
		Prototipado	10	440.000	4.400.000	Verificación de la creación del prototipo	Diseñador Senior	Crear protocolo para la construcción de instrumentos, generar matriz de instrumentos,

								generar línea gráfica de instrumentos, crear textos del instrumento
	Generación del Producto (Fase 4)	Generación de la Cartilla (KIT)	20	660.00 0	13.200.00 0	Verificación Creación de la cartilla	Investigadora Diseñadora Senior, Diseñador Senior, Diagramador	Plantilla de instrumentos, revisión instrumentos, texto instrumentos
		Revisión y Ajuste a Cartilla	3	440.00 0	1.320.000	Verificación documentos de trabajo	Diseñador Senior	Correcciones estilo gráfico, correcciones datos
		Cartilla revisada y Ajustada	2	800.00 0	1.600.000	Verificación existencia Cartilla Final	Gerente del Proyecto	Correcciones y ajustes
II.- CAPACITACION	Introducción (Sesión 1)	Comprendiendo el reto	2	800.00 0	1.600.000	Porcentaje de cumplimiento de la tarea en el tiempo esperado	Gerente del Proyecto	Definir el reto en diseño/necesidad
		Comprendiendo el DT	2	560.00 0	1.120.000	Verificación realización de la actividad	Investigadora Diseñadora Senior	Presentar metodología
		Rompe hielo	2	560.00 0	1.120.000	Verificación realización de la actividad	Investigadora Diseñadora Senior	Conocer al equipo
		Instrucción kit de herramientas	2	560.00 0	1.120.000	Verificación realización de la actividad	Investigadora Diseñadora Senior	Presentar kit herramientas

	Descubrir (Sesión 2)	Conocer al usuario	2	364.00 0	728.000	% de entrevistas desarrolladas	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Realizar entrevista al usuario 1-3 por equipo
		Focus group	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Comprender el problema, construir propuesta
		Conociendo el proyecto	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Construir equipos de trabajo, nombrar líder
		Mapa de desafío del colaborador	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Descubrir la necesidad del desafío respecto al Colaborador
	Definir (Sesión 3)	Definir el problema	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Enunciar problema con alcance realista
		Construir usuario	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Descubrir al usuario desde sus hábitos, necesidades, hobbies, deseos, motivaciones y frustraciones
		Mapa de empatía	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Comprender público objetivo

		Entrevista a usuario	2	364.00 0	728.000	% de usuarios entrevistados	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Comprender al usuario, opiniones frente al desafío	
		Mapa Síntesis de hallazgos	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Identificar variables importantes y encontrar patrones.	
		Reconstruir usuario	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Dibujar y construir con recortes el usuario final.	
	Idear (Sesión 4)		Contar historias	2	364.00 0	728.000	Numero de actividades realizadas	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Narrar historias vividas. Realizar notas aclaratorias. Crear tablero con los datos importantes
			Insight	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Encontrar revelaciones a partir de la investigación
			Antecedentes y referentes	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Encontrar hallazgos respecto a la investigación de referentes y antecedentes

		Como podríamos	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Construir preguntas que llevan a la ideación	
		Lluvia de ideas	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Seleccionar ideas	
		Socialización	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Socializar notas post it, recortes y fotografías	
	Prototipado (Sesión 5)	Pauta de prototipado		2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Bocetar la idea.
				2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Criticar.
				2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Tangibilizar la idea
	Testeo (Sesión 6)	Entrevista testeo	2	364.00 0	728.000	% de entrevistas realizadas (respecto de usuarios a entrevistar)	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Realizar entrevista de testeo a usuarios.	
		Datos de retroalimentación	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Analizar los datos suministrados por los usuarios sobre el prototipado.	

		Evaluación	2	364.00 0	728.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diseñador Junior	Integrar y mejorar el prototipo
III.- CIERRE	Recepción Proyecto	Ajustes final a la cartilla	10	680.00 0	6.800.000	Verificación realización de la actividad	1 Diseñador Senior, 1 Diagramador	Diagramar fases, involucrar ilustración, crear paleta de colores (realizada en paralelo actividades de testeo)
		Generación de la cartilla definitiva	6	440.00 0	2.640.000	Verificación realización de la actividad	Diseñador Senior	Últimos ajustes y revisiones al producto final
		Entrega proyecto	3	800.00 0	2.400.000	Verificación realización de la actividad	Gerente del Proyecto	Entregar el proyecto kit de herramientas co-laboratorio

Costo total del proyecto: 134.656.000

9. Recomendaciones

El desarrollo de las fases y del kit de herramientas, les permitirán comprender el espacio museal y la tienda del museo del co-laboratorio de creación y memoria “La Esquina Redonda” como un proceso que se encamina hacia una construcción de sustentabilidad, con productos y prácticas que darán soporte al fortalecimiento de la comunidad. La finalidad es múltiple y contempla entre otras opciones convertir las colaboraciones en estrategias productivas. La tienda, entonces, será comprendida como espacio mediador de circulación de producciones locales, servirá para comunicar la memoria local, la diversidad de la población y el valor identitario.

Se debe comprender la articulación de las diferentes redes colaborativas: la red institucional compuesta por la FUGA, Alcaldía Mayor de Bogotá, IDIPRON, Museo Nacional. Esta red permite la conexión con el territorio, con el espacio de memoria. Una segunda red corresponde a los actores comunitarios, compuesta por la diversidad de historias, sujetos y experiencias que habitan o pueblan el barrio, por ejemplo los comerciantes tradicionales, los actores de diversos oficios, la diversidad de acciones de la comunidad LGBTI, los vecinos del sector, las personas que habitan o viven parte de sus vidas en la calle 10, etcétera. Todos estos actores dan soporte a la red, permiten esperar su sustentabilidad, independencia y autonomía, y por último está la red del equipo del Museo Nacional, compuesta por: universidad nacional/investigadores/pares,

instituciones locales, colegios, artistas, músicos entre otros que dan soporte a los procesos de memoria y cultura.

La comprensión del trabajo realizado con los diferentes actores del proyecto lleva a un hallazgo importante para el proceso y es que el co-laboratorio actúa como un laboratorio de creación y memoria. Se plantea el hecho de crear los talleres creativos, estos dos puntos son importantes, se propone que los laboratorios se deben entender como pequeños proyectos autocontenidos con principio y fin con productos específicos y acciones sobre el producto. Los resultados de los proyectos se esperan que hagan parte de la tienda museal, son productos de circulación, divulgación y comercialización.



Figura 8. Esquema proyectos co-laboratorio de creación. Elaboración propia.

En la gráfica se hace una representación de las posibles relaciones que podría tener uno de los proyectos del co-laboratorio, esto daría paso a que las ideas se

gestionen de una manera mucho más completa, ya que un solo proyecto se vería favorecido por otras disciplinas, oficios, otros saberes.

Estos productos que se desprenden de los procesos del design thinking tendrán los valores de identidad, visualizarán las redes que hacen parte del proceso, reducción de daños, presentarán un lenguaje local (crónicas de barrio). Esto permite comprender que las redes colaborativas y las comunidades creativas son dos características importantes para definir proyectos de innovación social desde el diseño en organizaciones.

Con el fin de que la organización comprenda la función del diseño en el proyecto y la eficacia de la innovación, es recomendable dar a conocer el modelo design ladder creado por el centro de Diseño Sueco SVID, con el fin de dar a conocer la importancia de trabajar con metodologías recientes de diseño que les dará como resultado un valor diferencial en los procesos de creación, en los productos, en la comprensión de las necesidades del usuario.

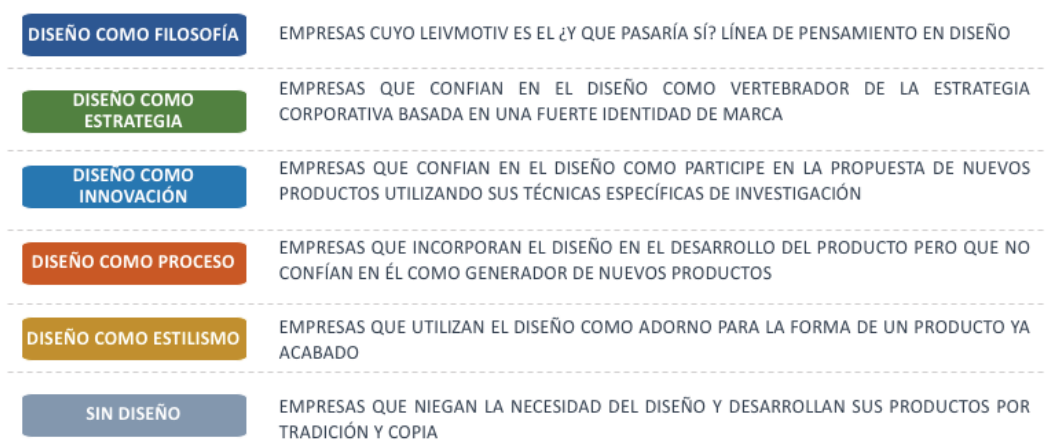


Figura 9. Design Ladder de SVID (Design thinking lidera el presente) Elaboración propia.

El pensamiento en diseño (diseño como filosofía), es el nivel deseado para este proyecto, esto con el fin de comprender la incidencia del diseño. Las empresas que comprenden el diseño a este nivel, son abiertas, más dinámicas y están buscando expandirse, para nuestro caso con los museos comunitarios de Colombia, se puede hacer replicable el proyecto, con el fin de organizar nuevas iniciativas, y fortalecer capacidades.

Otra recomendación que se da a partir de la comprensión de los actores, entendiendo también la fase de desarrollo en la que se encuentra el proyecto, y junto con esta iniciativa que es la de crear el piloto de caja de herramienta y ateniendo a lo que propone el DT dentro de su filosofía. Al respecto Tim Brown plantea seis ideas para incluir el pensamiento de diseño, esta referencia la tomamos de (Serrano Ortega & Blázquez Ceballos, 2013):

1. Cree equipos
2. Cree ambientes creativos, con el fin de incentivar la creatividad y la innovación.
Se recomienda espacios abiertos, tableros por toda partes para bocetar, dibujar, hacer esquemas, facilidad de movimiento.
3. Busque ayuda en el exterior: involucre a todos los actores, usuarios, productores, manufactura, los que patrocinan, los que comercializan, hasta el usuario final. Todos diseñan y aportan al proceso.
4. Humanice la empresa: Las personas son el centro, para comprender esto la metodología nos dice:
 - **Observar: ver lo que la gente hace, lo que la gente dice, como se relaciona, sus emociones, sus expresiones.**

- **Insight: son revelaciones, patrones, expresiones.**
- **Empatía: ponerse en los zapatos del otro, conectar con la gente.**

5. Experimente: cree, experimente, salga de la zona de confort, proponga

6. Genere una cultura de optimismo

El pensamiento de diseño transforma, da paso a productos y servicios que mejoran la vida encontrando nuevas formas, proporciona sentido, al analizar contextos, definir problemas, crear soluciones, probar y evaluar.

Este proyecto los lleva a comprender aspectos relevantes sobre el proceso de innovación aplicado a los procesos internos tangibilizados en exteriores. Su logro es la tienda museal, a partir de los elementos de discusión, del trabajo con la comunidad, los actores, las riquezas que representa el carácter público y privado, lo relevante del aspecto identitario para la construcción de sujetos en la zona, la relevancia y reconocimiento de lo patrimonial. Tenemos los actores expertos (FUGA, Museo Nal., IDIPRON) la tienda es la justificación para que esta comunidad creativa y colaborativa lleve esos productos de la tienda al espacio de memoria. Se retoman productos, oficios, saberes y se le da un carácter de innovación a partir de DT por medio de la aplicación de herramientas y del diseño social.



Figura 10. The in-progress 'Social Innovation Journey' (Politecnico di Milano – DESIS Lab)
Elaboración propia.

Al entender el modelo de Diseño de Innovación Social en curso, se comprende como un viaje del proceso de innovación aplicado a los procesos internos tangibilizados en exteriores, es decir en la Tienda museal, a partir de los elementos en discusión, de la participación de los actores expertos, extremos y locales. La tienda es la justificación para que ellos lleven los productos de innovación, la metodología más adecuada es el design thinking por medio de la aplicación de herramientas.

10. Conclusiones

La idea de basar el diseño en proyectos donde se resuelven situaciones problémicas, ha dado paso a que se trabaje situaciones contextualizadas que se enmarcan en la sociedad y en la cultura. Esto permite tanto tematizar, como poner en acción la relación de conceptos como lo social, lo cultural y lo técnico. A partir de estas acciones, se construye la cultura del diseño, en la que se proyecta el diseño a partir de la resolución de problemas y de la construcción de sentido.

Al dar solución a situaciones problémicas bajo contextos reales se crean nuevos significados tanto para la disciplina del diseño como para la sociedad que disfruta del diseño:

(...) ninguna solución puede ser exclusivamente técnica ni ningún proceso de diseño puede ser considerado solo en términos de resolución de problemas. Por tanto, si ha de considerarse igualmente la creación de sentido, la cuestión es saber quién tiene la capacidad y la autoridad para decidir qué hacer y cómo hacer.

(Manzini, 2016, pág. 56)

Esto nos lleva a pensar que el proyecto debe ampliarse del campo cerrado y debe trabajarse con las comunidades y que los procesos de comunidades y empresas son procesos de codiseño, donde todos construyen significado y aportan a la solución final.

Por su parte, las redes están conformadas por diferentes individuos, independientes entre sí, que trabajan como colectivo y que interactúan en diferentes iniciativas. Las organizaciones base (Manzini, 2016) son iniciativas impulsadas por comunidades, son espontáneas y naturales. Comprenden la propuesta de los museos comunitarios hacia la independencia y la autonomía y hacia la sostenibilidad. Se quiere decir que la gente

común puede ser experta en los problemas a que se enfrenta en su vida diaria y que, en condiciones adecuadas, puede encontrar soluciones apropiadas o participar en su búsqueda. (Manzini, 2016)

Con lo anterior Manzini señala el término de innovaciones base, que son organizaciones que crean redes y generan soluciones novedosas para el desarrollo sostenible. En estas redes se dan respuesta a situaciones locales y a los intereses de las comunidades implicadas. El DT proporciona y aporta en la manera en cómo se aprende y cómo se piensa para dar forma a nuevas ideas, creando conocimientos, experiencias que deben contribuir al bienestar personal, social y ambiental (Burnette, 2020).

Estas ideas, que expresadas en los marcos teóricos suenan relevantes, en este proceso de La Esquina Redonda han demostrado su utilidad, plausibilidad, aplicabilidad y pertinencia. La tienda del museo, es ahora no solo un producto estético al servicio de los ingresos de un museo, sino un actor relevante en el proceso de construcción de identidades en torno a un proyecto urbano tan importante como la transformación de la zona del Bronx en Bogotá en un distrito creativo.

En cuanto a la comprensión de las industrias creativas y culturales se debe ver el término cultura no solo desde la visión de las ciencias sociales y a las humanidades sino que se debe comprender el sentido económico, político y organizacional, concibiendo a la cultura como motor de desarrollo social y económico y al estado como principal soporte de esta industria.

Desde las actividades desarrolladas en el co-laboratorio se puede entender el museo como un espacio para diseñar y promover proyectos en museos

comunitarios cuyos productos puedan ser iniciativas comunitarias de diversa índole, como, alianzas, talleres, concursos, convocatorias y estrategias de difusión que apunten a la sostenibilidad, que re-piensen y amplíen el concepto de lo museal.

Con respecto al taller Armando Ando, las múltiples acciones que arroja el taller de diseño puede comprenderse como una herramienta que le otorga importancia a los participantes para construir su metodología y encontrarlo como un espacio de aplicación que permita aprender a partir de las características de identidad, con estos insumos desarrollar respuestas y aplicaciones en el proyecto La Esquina Redonda y con ello comprender otra oportunidad empática de aplicación del design thinking.

Para fortalecer el co-laboratorio las ideas generadas a partir del valor de la innovación permiten que el design thinking contribuya hacia la construcción de posibilidades para dar solución a problemas a partir de procesos realizados dentro de las organizaciones cuyos productos se den a partir de la innovación en ambientes colaborativos en los cuales se apliquen estrategias creativas como una oportunidad de dar significado, resolver necesidades, generar conceptos y mejorar procesos en el co-laboratorio de memoria y creación.

Para el desarrollo de la propuesta del kit de herramientas fue indispensable emplear las fases del diseño metodológico, con lo que se comprueba que puede ser un recurso para aplicar a diferentes tipos de procesos y proyecto respondiendo siempre a los objetivos planteados, esto benefició llegar a la propuesta de productos.

Las ideas generadas dan valor a la construcción innovadora para resolver problemas como soluciones de diseño las cuales pueden llegar a su aplicación en el desarrollo de productos elaborados por las comunidades siendo esta una estrategia que además de

resolver necesidades básicas dan sentido para proponer nuevos servicios y mejoras en la comunidad de La Esquina Redonda.

Se espera que el proceso conformado por taller, herramientas e instrumentos a partir de las características del design thinking permita desarrollar procesos colaborativos liderados por la acción de expertos para dar un valor a los usuarios a partir del universo de comprensión que permite el uso del kit, esto evidencia el papel del diseñador como investigador y facilitador de procesos. Dentro de los conceptos del design thinking y del diseño para la innovación se le puede considerar a este diseñador como experto.

El ámbito de aplicación y el contexto de surgimiento del DT estuvo vinculado con ideas de negocios. Pero este proyecto lleva el enfoque más allá. Comprobamos que es importante aplicarlo desde el punto de vista de la investigación cualitativa y que se enriquece cuando se pone en la óptica de la investigación en diseño. Lo anterior, porque en nuestra propuesta hay ciertamente una consideración económica, que se corresponde también con procesos de innovación, pero que también responde a una indagación académica.

Referencias

Amartya, S. (2001). La cultura como base del desarrollo contemporáneo. VocES.

Recuperado el 24 de Octubre de 2020, de [http:](http://www.unrc.edu.ar/publicar/25/dos.html)

[//www.unrc.edu.ar/publicar/25/dos.html](http://www.unrc.edu.ar/publicar/25/dos.html)

American Psychological Association. (2010). Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (6 ed.). (M. G. Frías, Trad.) México, México: El Manual Moderno.

Ampuero-Canellas, O., Tarazona-Belenguer, N., González del Rio, J., & Jordana-Albiñana, B. (2018). Merchandising en museos: ¿educación, cultura o simple negocio? EME Experimental Illustration, Art & Design(6), 92-101.

Bermejo, M., & Isabel y de la Vega, I. (1992). La creación de la empresa propia. Madrid: MacGraw Hill.

Booreiland. (2017). 75 Tools for Creative Thinking. Amsterdam: BIS Publishers.

Brown, T. (2020). Design Thinking. En H. B. Review, HBR'S 10 UST READS. On Design Thinking (e-book ed.). Boston: Harvard Bussines Review Press. Obtenido de chrome-

extension://jhhclmfgflimlhabjkgkeebkbiadflb/reader.html?filename=https%3A%2F%2Fp300.zlibcdn.com%2Ftoken%2F03eca36de0aa760f02844c5d803a02b4

Brown, T., & Wyatt, J. (2010). Design Thinking for Social Innovation. Stanford Social Innovation Review. Obtenido de https://ssir.org/articles/entry/design_thinking_for_social_innovation#

Burnette, C. (13 de Enero de 2020). What is design thinking. Obtenido de

ACADEMIA.EDU:

https://www.academia.edu/36402504/What_is_Design_Thinking

Corraliza Rodríguez, J. A. (2000). Vida urbana y experiencia social: variedad, cohesión y medio ambiente. Boletín CF+S(15). Recuperado el 12 de Diciembre de 2020, de <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n15/ajcor.html>

Fardoun, H., González, C., Collazos, C., & Yousef, M. (2020). Estudio exploratorio en iberoamérica sobre procesos de enseñanza-aprendizaje y propuesta de evaluación en tiempos de pandemia. *Education in the Knowledge Society*, 21, 1-15. Obtenido de <https://revistas.usal.es/index.php/eks/article/view/eks20202117>

Fassi, D., Meroni, A., & Simeone, G. (2013). Design for Social Innovation as a form of Design Activism: An action format. Londres: Conference: Social Frontiers: The Next Edge of Social Innovation Research. Recuperado el 16 de Enero de 2021, de https://www.researchgate.net/publication/263016635_Design_for_Social_Innovation_as_a_form_of_Design_Activism_An_action_format

Fernández, L. (2006). *Museología y museografía*. Madrid: El Serbal.

Figuroa, B., Mollenhauer, K., Rico, M., Salvatierra, R., & Wuth, P. (2017). *Creando valor a través del diseño de servicios*. Santiago: Universidad Católica de Chile. Recuperado el 15 de Noviembre de 2020, de <http://www.dsuc.cl/pdf/Creando-valor-a-traves-del-Diseno-de-Servicios-DSUC.pdf?pdf=Publicacion>

Foucault, M. (1999). *Estética, ética y hermenéutica*. Barcelona: Paidós.

- García Canclini, N., & Piedras Feria, E. (2006). Las industrias culturales y el desarrollo de México. México: Siglo XXI.
- Góngora, A. (2019). Propuesta de espacios para el co-laboratorio de creación y memoria "La Esquina Redonda". Informe de Proyecto, MUsideo Nacional de Colombia.
- Guevara Cortés, A. E. (2001). El Museo Comunitario como Fortalecedor de la Identidad y Desarrollo Local. Actas del 4° Congreso Chileno de Antropología (págs. 1183-1187). Santiago: Colegio de Antropólogos de Chile. Recuperado el 23 de Agosto de 2020, de <https://www.aacademica.org/iv.congreso.chileno.de.antropologia/167.pdf>
- Gutiérrez Pérez, P. O. (2007). Reseña de "Las Industrias Culturales y el desarrollo de México" de Néstor García Canclini, Ernesto Piedras Feria. Comunicación y Sociedad, 227-232. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/346/34600709.pdf>
- Horta, A. (2016). Coloquios del Diseño. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Huber, L., & Veldman, G. J. (2015). Manual Thinking. La herramienta para gestionar el trabajo creativo en equipo. Madrid: Empresa Activa.
- Ibarra, N. (2020). Diseño Centrado en la Personas vs Design Thinkig. Recuperado el 28 de Noviembre de 2020, de CISAI: <https://cisai.iteso.mx/disenio-centrado-en-las-personas-vs-design-thinking/>
- IDEO. (20 de Enero de 2021). Design Thinking for Libraries. Recuperado el 20 de Enero de 2021, de https://static1.squarespace.com/static/57f4cab2cd0f6802f4e18f05/t/5bbb70400d929783f9b9f980/1539010654564/Libraries-Toolkit_2015_webversion.pdf

- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology. Methods & Techniques*. New Age International: New Dehli.
- Larkin, J. (2020). Rethinking museum shops in the context of the climate crisis. *Nordik Museology*(3), 29-44.
- Manzini, E. (2016). *Cuando todos diseñan. Una introducción del diseño para la innovación social*. Barcelona: Experimenta.
- Ministerio de Cultura. (2010). *Compendio de Políticas Culturales*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Museo Nacional de Colombia. (23 de 11 de 2020). *Funciones*. Obtenido de <http://www.museonacional.gov.co/el-museo/objetivos%20y%20funciones/Paginas/Objetivos%20y%20funciones%20.aspx>
- Naranjo Villavicencio, M. (2007). *La cultura popular en el Ecuador. Pichincha*. (Vol. XV). Cuenca: CIDAP.
- Navajas Corral, O. (2013). Una "nueva" museología. *Deconstruyendo el museo*. *Revista Digital Nueva Museología*, 1-8. Obtenido de <https://nuevamuseologia.net/una-nueva-museologia-deconstruyendo-el-museo/>
- Ortiz Cantú, S., & Pedroza Zapata, Á. (2006). ¿Qué es la gestión de la innovación y la tecnología (GIInT)? *Journal of Thecnology Management & Innovation*, 64-82. Obtenido de <https://www.jotmi.org/index.php/GT/article/view/rev1/327>
- Ospina, W. (2009). *La otra responsabilidad social*. *Actas de Diseño*, 6. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/actas_de_diseno/detalle_articulo.php?id_libro=15&id_articulo=5789

- Ospina, W. (2016). Componentes in-textuales del diseño. Naturaleza del diseño vs. naturaleza de la pedagogía del diseño. En A. Horta, Coloquios del Diseño (págs. 15-31). Bogotá: Universidad Nacional.
- Otálora, S. (2009). La enseñanza para la comprensión como estrategia pedagógica en la formación de docentes. *Temas*(3), 121-130.
- Press, M., & Cooper, R. (2007). *El diseño como experiencia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Salgado, M. (2013). *Diseñando un museo abierto: Una exploración sobre la creación y el compartir*. Florida: Wolkowicz Editores. Obtenido de https://www.wolkowiczeditores.com.ar/libros_digitales/museo_abierto_salgado.pdf
- Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (20 de Septiembre de 2020). *Economía cultural y creativa*. Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/economia-cultural-y-creativa/distritos-creativos#:~:text=Los%20Distritos%20Creativos%20son%20%22espacios,la%20creaci%C3%B3n%20de%20producci%C3%B3n%20de%20distribuci%C3%B3n%20de>
- Serrano Ortega, M., & Blázquez Ceballos, P. (2013). *Design Thinking. Lidera el presente. Crea el futuro*. Madrid: ESIC.
- Sotheby's Institute of Art. (12 de Enero de 2021). *NEWS & EVENTS*. Obtenido de [THE BUSINESS MODEL OF THE NONPROFIT MUSEUM: https://www.sothebysinstitute.com/news-and-events/news/the-business-model-of-the-nonprofit-museum](https://www.sothebysinstitute.com/news-and-events/news/the-business-model-of-the-nonprofit-museum)

Tomitsch, M., Borthwick, M., Ahmandpoor, N., Cooper, C., & et. al. (2018). Design.

Think. Make. Break. Repeat. A Handbook of Methods. Netherlands: BIS.

Torres Puentes, H. B. (s.f.). El Poema Visual Como Estrategia Pedagógica.

Recuperado el 22 de Junio de 2020, de

<https://es.calameo.com/read/000281631fe30d548d6f5>

Torres, R. (11 de Diciembre de 2020). Importancia y características del proyecto "La

esquina redonda". (V. A. Ramírez, Entrevistador)

Urroz-Osés, A. (2018). Diseño y desarrollo: la innovación responsable mediante el

Design Thinking. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

Ensayos, 195-206. Obtenido de

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=663&id_articulo=13909

USAID, C. (2018). El Salvador Emprende. La caja de herramientas para la innovación

(Manual de herramientas para el facilitador y el emprendedor). San Salvador:

CONAMYPE. Obtenido de

<https://www.conamype.gob.sv/blog/2018/11/16/cuarta-edicion-de-el-salvador-emprende-enfocada-a-la-innovacion/>

Valencia Hernández, J. A., & Hernández, M. J. (2012). El diseño estratégico como

catalizador de innovación y éxito en Latinoamérica. *Ciencia@UAQ*, 5(2), 1-6.

Vega, E. (. (2018). Los orígenes del Design Thinking. *Experimenta* 77, 129-135.

Vega, E. (2018). Entrevista a Charles H. Burnette ¿Es posible una teoría general del

Design Thinkig? *Experimenta*, 124-128.

Zamora Delgado, R. (2019). El M-Learning, las ventajas de la utilización de dispositivos móviles en el proceso autónomo de aprendizaje. Rehuso, 4(3), 29-38. Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/1982>

Internet, Word Wide Web y bancos de datos en línea (aparte de las referenciadas en los pies de página)

<http://www.creacba.com.ar/noticias.htm>

www.revistatodavia.com.ar

Anexos

Anexo A.

Matriz Museos Comunitarios con tienda museal.

Museo Comunitario	Sustentabilidad	Redes colaborativas	Tiendas museales
Casa Rafael Nuñez	Piezas de divulgación	Identidad para causar interés como una experiencia	centro cultural
Museo Comunitario de San Jacinto	Esquema de oferta y difusión	Museo comunidad	Alianzas con artesanos
Casa Natal Santander	Estado talleres	El río entre Colombia y Venezuela	Casa cacaotera

Fuente: Elaboración propia.

Anexo B.*Matriz Instrumentos aplicados al proyecto La Esquina Redonda*

Instrumentos aplicados al proyecto La Esquina Redonda					
F	1 Descubrir	2 Definir	3 Idear	4 Prototipar	5 Testear
1	Entrevista Experto	Construir usuario	Contar historias	Pauta de prototipado	Entrevista testeo
2	Focus group	Definir desafío cómo podríamos	<i>Insight</i>		Datos retroalimentación
3	Conociendo el proyecto	Mapa de empatía	Antecedentes y referentes		Evaluación
4	Mapa de desafío del co-laboratorio	Entrevista a usuario	Cómo podríamos		
5		Mapa de síntesis de hallazgos	Lluvia de ideas		
6			Clasificación de ideas		

Fuente: Elaboración propia.

Anexo C.

Matriz participantes proyecto La Esquina Redonda.

Participantes del proyecto La esquina Redonda																							
Datos						instrumentos por fases																	
	Perfiles de los participantes	Profesión	Organización	Cargo	Responsabilidad en la (ER)	1				2					3					4		5	
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	Andres Góngora	Antropólogo	MNC	Curador jefe etnografía (MNC)	Gerente del proyecto	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
2	Margarita Diaz		FUGA	Directora Gener			x			x	x					x	x						
3	Rayiv Torres	Historiador	FUGA	Investigador	Trabajo de archivo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
3	Susana Fergusson	Educadora Comunitaria	FUGA / IDIPRON	Educación comunitaria	Educación y gestión comunitaria		x	x								x							
4	Ximena Castillo	Antropóloga	FUGA	Investigadora	Investigación y gestión comunitaria	x	x	x								x	x		x	x			
5	Iván Villamil	Diseñador Gráfico	Totto-Nalsani	Diseñador Gráfico	Asesor		x	x		x	x							x					
6	Heiler Torres	Artista plástico	Escuela Artes	Docente	Tallerista		x	x		x	x							x	x	x	x	x	

			y Letras																						
7	Alejandro Rubio	Diseñador Gráfico	Univ. Javeriana	Docente	Asesor		x	x			x						x				x				
8	Jesica Jimenez	Estudiantes	IDIPRON	Participantes	Módulo de Cultura Ciudadana			x		x											x				
9	Tatiana Ortiz	estudiantes	IDIPRON	Participantes	Módulo de Cultura Ciudadana			x		x											x				
10	Edwin Forero	Diseñador industrial	Caiman Digital	Diseñador Experto	Usuario extremo																x				
12	Felipe Palacios	Diseñador	Diseñador museo gráfico	Diseñador Experto	Usuario extremos																x				
13	Angelica Quinche	Diseñador Gráfico	UDI	Diseñador Experto	Investigador	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Nomenclatura por fases																									
Del Proyecto	Comprender Y Entender							Analizar Y Problematizar					Conceptualizar Y Prototipar												
Dt	1 Descubrir					2 Definir					3 Idear					4 Prototipar					5 Testear				

Fuente: Elaboración propia.

Anexo D.

Matriz Tareas y actividades del co-laboratorio.

Ejes del proyecto la esquina redonda y su conexión con el distrito creativo				
	Eje	Que Hace	Actividades	
			Año	Actividad
1	Creación	Explora lenguajes artísticos Incentiva la potencia creativa de los habitantes de los mártires Fortalece el sentido social Construye nuevas formas de acción comunitaria Curaduría participativa	2019	Festival de arte callejero, concierto son callejero, piezas memoria local voto nacional,
			2020	Muro de la presencia, recital son callejero, minisitio web
			2021	festival de arte callejero del bronx y eventos artísticos, exposición herbario ruderales, muro de la presencia
2	Memoria	Cuenta dos siglos de vida callejera Transformaciones urbanas Marginalización Exclusión Curadurías participativas Narra la historia del cartucho Busca narrar la historia del bronx	2019	construcción guión museológico, estructuración del guion museográfico, trabajo etnográfico
			2020	memoria, avances de investigación guión museológico, avances curaduría comunitaria 2 vida cotidiana del bronx”, depuración registro y estrategia de conservación de piezas recolectadas en el bronx
			2021	Museografía comunitaria, segunda recolección herbario, depuración del guión museográfico, derivas pedagógicas, recolección de objetos
3	Cuidado	Atención psicoafectiva de la población local a través de procesos de memoria duelo y reconciliación Cuidado de sí del patrimonio y del tejido social Centro de escucha	2019	Diseño de un dispositivo comunitario, animación comunitaria en el bronx, taller expositivo historia de bogotá museo nacional idipron,
			2020	pilotos centro de escucha y taller creativo,
			2021	piloto centro de escucha, contenedor de atención, huerta y espacio y

		Acompañamiento de reducción de daño Derechos humanos Estrategias de creatividad, productividad talento humano ampliación del sector cultural		espacio para fogata, planes de capacitación para jóvenes mujeres y actores comunitarios, modelos pedagógicos, reducción de daños, saludsexual y cultura ciudadana
4	Sustentabilidad	Estrategias de gestión con el sector público Sostenibilidad y autonomía con los comerciantes e iniciativas locales	2019	búsqueda del modelo gestión, workshop con museos comunitarios
			2020	mapeo de redes sociales y estrategia para construcción del dispositivo comunitario, workshop con casas de memoria y espacios museales del país para conocer estrategias de estabilidad financiera y social
			2021	buscar un modelo de gestión

Fuente: Elaboración propia.

Anexo E.

Matriz de análisis del contexto y de hallazgos de necesidades.

Workshop Museos Comunitarios.

Contexto	Necesidades
<p>En esta experiencia se puede tomar el museo como un posibilitador para repensar y proyectar el universo de la memoria y su visibilización, en la categoría de comunitario este puede presentarse de manera tan diversa como las mismas características de cada lugar, gestores, población a la que pretende impactar, aspectos legales y políticos en términos tanto burocráticos, como con respecto a la situación sociopolítica del país. Sin embargo, en la mayoría de iniciativas se evidencia un amplio sentido inclusivo, en donde el museo o institución de carácter mixto, incluyente y abierto de carácter que agrupe lo público y lo privado tanto en los escenarios gubernamentales como por canales de comunicación para autogestionar y difundir la construcción y valor de la memoria.</p> <p>El museo se proyecta hacia la comunidad y la integra en sus actividades, para desarrollar un espacio independiente de promoción social y cultural sin dejar de lado la participación de expertos en lo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A partir de los participantes sería oportuno plantear las diferentes categorías de museo comunitario. - En los diálogos es notoria la necesidad de una mayor atención económica por parte del estado. - Hacer del museo un espacio independiente o emancipado, activo horizontal y abierto para que las posibilidades de participación con las comunidades sean inclusivas y co-creativas - Fortalecer redes y proyectos entre museos para hacer más visible su participación y acción. - Contar con los saberes locales y oficios locales, con el fin de integrar a la comunidad a las curadurías participativas. - Proyectos se desarrollen desde las comunidades y para

concerniente a curadurías participativas aplicadas a las iniciativas comunitarias, y con ello fomentar identidad como una experiencia colectiva, inscrita dentro de una agenda cultural que se amplíe a la comunidad del barrio, buscando apoyos incluso de la comunidad internacional.

las comunidades, hacerlos partícipes para generar sentido de pertenencia con los espacios de memoria.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo F

Matriz de comprensión de sustentabilidad y redes colaborativas

Museo Comunitario	Sustentabilidad	Redes colaborativas	Tiendas museales
fundamentado en el amor por las labores que se desarrollan hacia la comunidad y el territorio	conformación de equipos horizontales	comunidades	socialización de proyectos con la comunidad
incluyente y abierto	convenios entre el sector público y privado	museos comunitarios	experiencias compartidas
convivir con las comunidades	adaptación con los sucesos de la política	independencia	venta de productos elaborados por la comunidad
historia de Colombia a partir del río Magdalena	búsqueda de alianzas, ministerio de cultura y alcaldías, nacionales e internacionales	museo comunidad	concurso
sociedad y río	proyectos ganados donaciones	expertos y museo y curaduría comunitaria	comunicar espacio pensado para el río virtual

giro sociológico cultural de la Casa Rafael Nuñez	piezas de divulgación	identidad para causar interés como una experiencia	centro cultural
referente en el paisaje	recursos del ministerio de cultura	agenda cultural	talleres
museo instituciones	memoria	amigos del barrio	venta de productos identitarios de la ciudad
Museo Comunitario de San Jacinto	esquema de oferta y difusión	museo comunidad	alianzas con artesanos
mixto	autosostenible	comunidad europea banco de la república otras instituciones	muestra y venta
Casa Natal Santander Huerta	estado talleres	el río entre colombia y venezuela	casa cacaotera
Museo Casa de la Memoria Medellín	proceso comunitario en la ciudad, derechos a víctimas del desplazamiento	unión europea recursos de la alcaldía	proyectos por hacer tienda cafetería

	libro vida al propósito misional de ser plataforma	promoción social construcción apropiación	
Museo de Armenia Quindío tren	autosostenida ayudado por la difusión de la prensa	museo comunidad voz a voz el museo trae a la comunidad para que se apropie	mostrar a los artistas de la región
Las Divas de Medellín	espacio cultural autogestión	proyectar la galería a otros escenarios	exposiciones tienda divas redes sociales

Fuente: Elaboración propia.

Anexo G

Taller Armando Ando

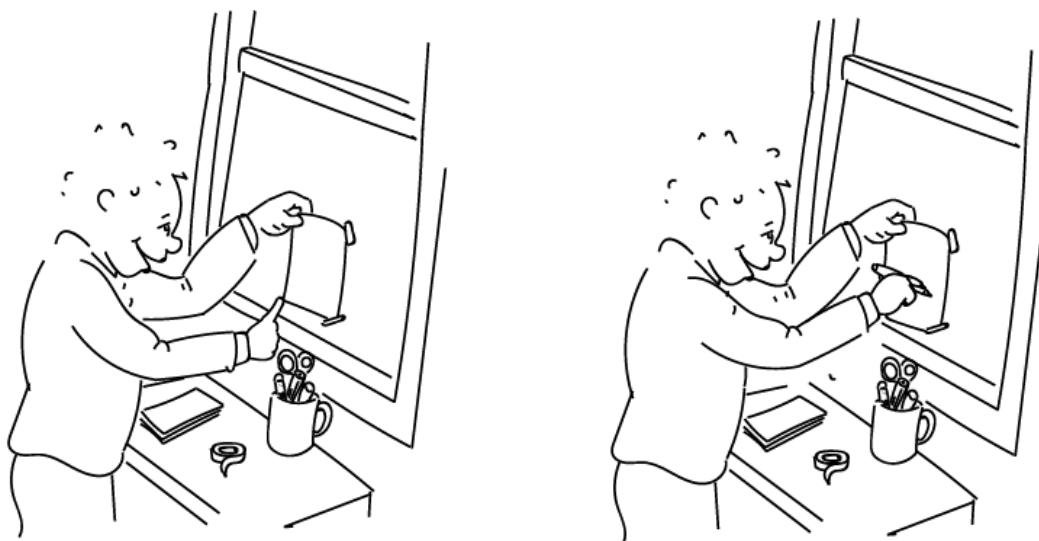
Proyecto Esquina Redonda

FASE 1 Empatizar		
Presente, pasado y futuro		
Comportamiento	Razón	Emoción
Hacen	Piensan	Sienten
Rutinas Actividades Procesos	Motivaciones Percepciones Creencias Expectativas	Sueños Deseos Gustos Sentimientos Aspiraciones

DIBUJAR PARA EMPATIZAR	
Taller 1	
Proceso De Creación De Personaje Y Nombre	
1- Leer historia	-Libertad (puede ser tu o tu mascota) era una gran viajera, daba la vuelta al mundo, veía los monos, y leones... -¿Y el elefante, lo veía? -También el elefante. -¿Y la jirafa? -También la jirafa. -¿Y el borriquito? -Ciertamente. -¿Y después?
2- Descubrir una animal que me guste a partir de los rayones	

- 3- Hacer la línea loca en una hoja de papel y pegarla en un vidrio de una ventana
- 4- Pegar otra hoja sobre la anterior y verificar que se vea la línea loca de la hoja de debajo
- 5- Pensar en el animal que se quiere y dibujarlo, solo siguiendo las líneas de la línea loca
6. Pensar en un nombre para el animal las letras se dibujan también en las formas que se da la línea loca

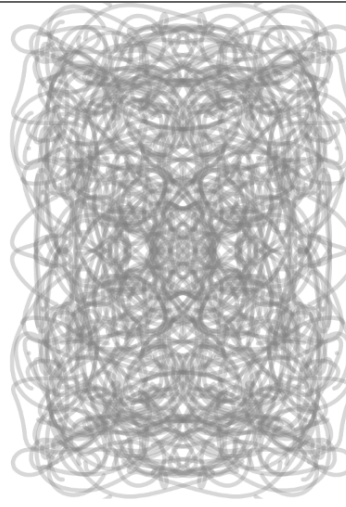
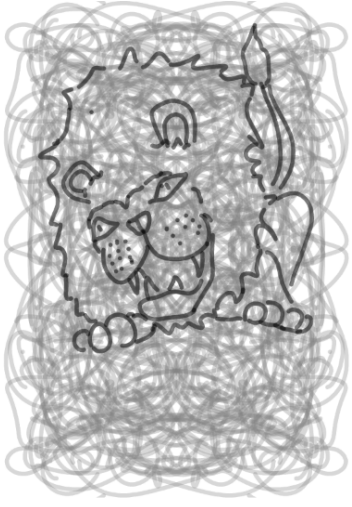

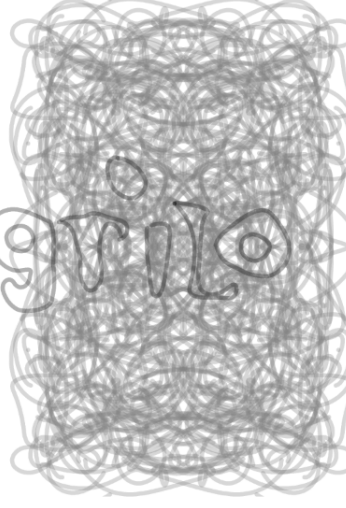

7- Dibujar y poner nombre



Línea Loca

Encontrar El Animal

Animal Encontrado

		
<p>Buscar El Nombre</p>	<p>Nombre Encontrado</p>	<p>Nombre Y Animal</p>
		
<p>4. Crear historia donde el protagonista sea el animal</p>	<p>(5 renglones)</p>	
<p>5-</p>	<p>(contar la historia)</p>	

Ilustraciones: Heiler Torres

Armando Ando...**Dibujarme desde un presente, un pasado y un futuro**





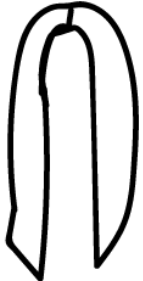
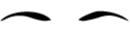




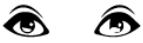



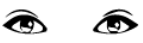
Descripción

En esta actividad se tiene en cuenta una silueta de una persona, partes de su rostro y vestuario. Esto como material para crear personajes con la técnica de usar el vidrio de la ventana para encontrar las transparencias en el papel y poder crear diversos tipos de personajes calcando.
















Debajo de las casillas está la pregunta ¿Que te simboliza o sugiere?, estas respuestas son las ideas con las que hacen los escritos que posteriormente se solicitan en la pregunta: ¿Quién soy después de las vivencias en calle? y en la fase Producto Para La Empatía.
















Silueta (CREAR PERSONA)



Preguntas					
¿Quién fui en el Bronx?	dibujo				
¿Quién soy después del Bronx?	escrito				
¿Cómo quiero ser en un futuro?	dibujo				
Listado De Recortes Partes Del Cuerpo (IDEACIÓN)					
PARTE Del personaje	1	2	3	4	5
Pelo					
¿Que te simboliza o sugiere?					
Cejas					
¿Que te simboliza o sugiere?					
Ojos					

¿Que te simboliza o sugiere?					
Narices					
¿Que te simboliza o sugiere?					
Orejas					
¿Que te simboliza o sugiere?					
Bocas					
¿Que te simboliza o sugiere?					
Manos					
¿Que te simboliza o sugiere?					

Vestidos					
¿Que te simboliza o sugiere?					
Pantalones					
¿Que te simboliza o sugiere?					
Camisetas					
¿Que te simboliza o sugiere?					

Buzos					
¿Que te simboliza o sugiere?					
Chaquetas					
¿Que te simboliza o sugiere?					
Zapatos					
¿Que te simboliza o sugiere?					

Fuente: Construcción propia. Recursos gráficos tomados de Freepik.com

Producto Para Fase Empatía		
Personaje	Dibujo	Narración
Presente		

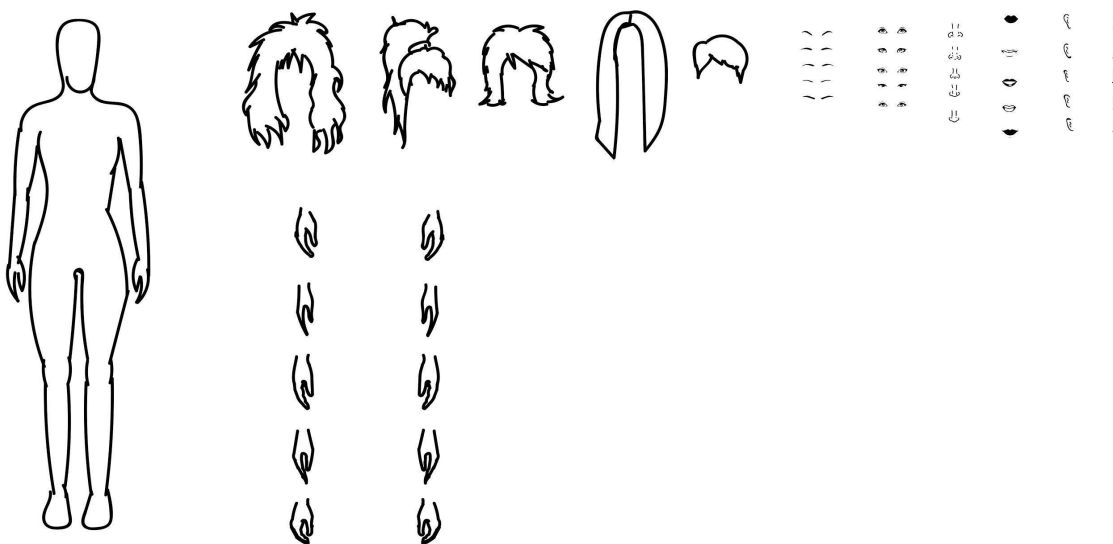
Pasado		
Futuro		
Narración Final (PROTOTIPADO)		

Fuente: Construcción propia.

Material para la fase “Armando Ando...”

Este material muestra el tamaño y proporción correspondiente a la silueta base. Se pueden crear diversos tipos de personajes y con las posteriores listas de vestuario, se pueda darle otras connotaciones por parte de las personas que interactúen en esta actividad.

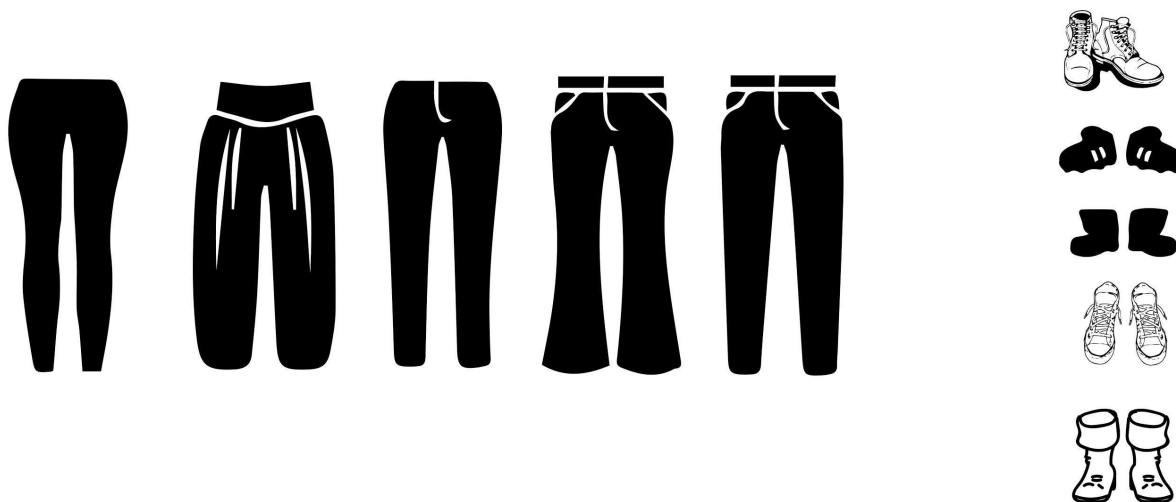
1. Silueta base, cabellos, cejas, ojos, narices, bocas y orejas



2. Camisetas y vestidos.



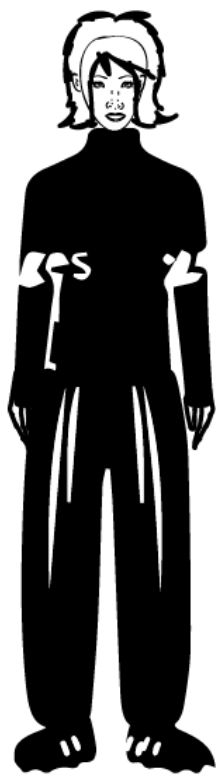
3. Pantalones y zapatos



4. Buzos y chaquetas



10.1. Ejemplo de armado de personaje



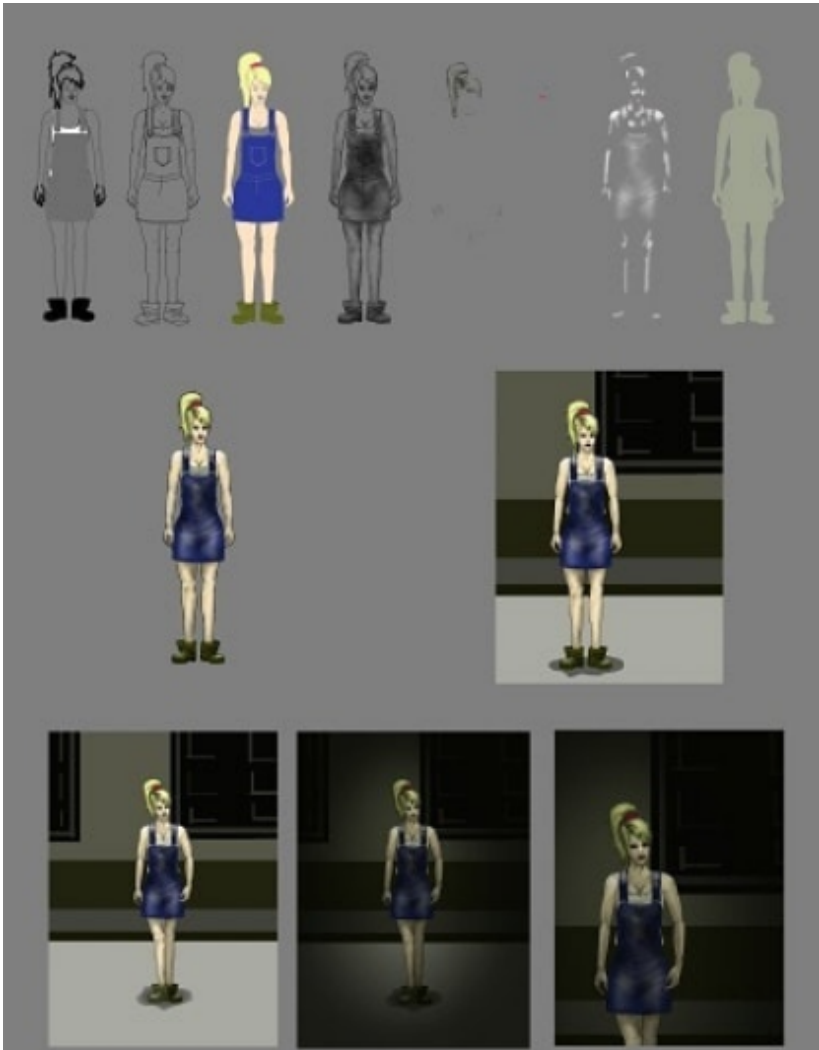
Ensamblado de la figura a partir de los recursos gráficos.

Resultados

Después de haber realizado el taller en sus fases, se obtuvieron los siguientes resultados:

Prototipado hecho con el grupo:

En este ejercicio se desarrolla a partir de la conversación con las participantes con el uso de los recursos que se diseñaron para este ejercicio, se llega a un resultado el cual es muy interesante ya que es un discurso visual de co-creación, como se muestra en la siguiente imagen:





Prototipado. Angélica Quinche – Heiler Torres.



Prototipado. Angélica Quinche – Heiler Torres

Trabajo con Idipron Armando Ando

Actividad	Participantes	
	Yesica	Tatiana
Dibujar para empatizar		
		

KITY


EL
LLOPO

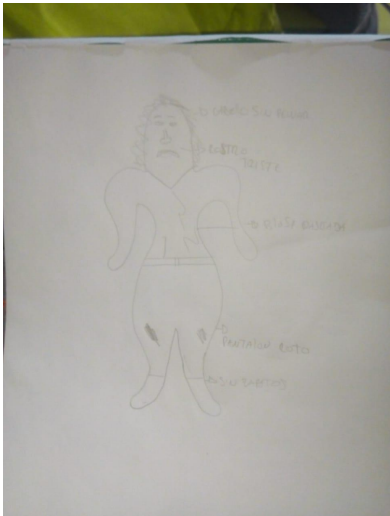

KITY

LE GUSTA SER SALVAJE CORRER POR LOS
VASQUES SER CREMOSO Y ARROJARSE A
TODO LO QUE VEDA POR MAS LARGO
QUE SEA EL CAMINO


El pollo que
que queria volar
pero no era un
pollo si no un
aguila pero el
veia a los otros
que cacariaban
y el no
cuando crecio
noto que era
diferentes a sus
hermanos sus
alas tambien eran
diferente un
dia salio con
uno de sus
hermanos y cuando
callo de un riesgo
su hermano murio
y el se solbo
por que noto
que podia volar


Transcripción literal	<p>KITY: le gusta ser salvaje correr por los vosques ser aventurero y arriesgarse a todo lo que venga por mas largo que sea el camino</p>	<p>EI LLOPO: El Llopo queria bolar pero no era un pollo sino un aguila pero el veia a los otros que cacariaban y el no cuando crecio noto que era diferentes a sus hermanos sus alas tambien eran diferente un dia salio con uno de sus hermano y cuando callo de un risco su hermano murio y el se salvo porque noto que podia bolar</p>
Transcripción con corrección ortográfica	<p>KITY: Le gusta ser salvaje correr por los bosques ser aventurero y arriesgarse a todo lo que venga por más largo que sea el camino</p>	<p>EI LLOPO: El Llopo quería volar pero no era un pollo sino un águila pero él veía a los otros que cacareaban y el no cuando creció noto que era diferentes a sus hermanos sus alas también eran diferente un día salió con uno de sus hermano y cuando cayó de un risco su hermano murió y él se salvó porque noto que podía volar</p>
Armando ando...		


	
Transcripción literal	Aunque las experiencias sean duras la sonrisa siempre la tenía en lo alto pero mi cuerpo lo escondía por pena y miedo de los hombres malvados
Transcripción con corrección ortográfica	Aunque las experiencias sean duras la sonrisa siempre la tenía en lo alto pero mi cuerpo lo escondía por pena y miedo de los hombres malvados


Durante		<p data-bbox="959 212 1138 281">Durante</p>  <p data-bbox="862 800 1365 1241">en los momentos muy importantes uso vestidos con mi cabello siempre loco y como un león aunque me gustan los tacones para ver mas alto de donde puedo llegar</p>
	Durante	

	
Transcripción literal	En los momentos muy importantes uso vestidos con mi cabello siempre loco y como un león aunque me gustan los tacones para ver más allá de donde puedo llegar
Transcripción con corrección ortográfica	En los momentos muy importantes usó vestidos con mi cabello siempre loco y como un león aunque me gustan los tacones para ver más allá de donde puedo llegar

	<p style="text-align: center;">Después</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>amor</p> <p>deporte</p> <p>arte</p> </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;"> <p>bailes</p> <p>grafos</p> <p>enseñar</p> </div> </div>
Transcripción literal	Mis sudaderas usare para ver que en cada ellas hay una bailarina que toco el piso de mil maneras y mi caello de león muy bien recogido para poder ver el orisonte y cumplir cada una de mis metas junto con mi gordo
Transcripción con corrección ortográfica	Mis sudaderas usare para ver que en cada ellas hay una bailarina que toco el piso de mil maneras y mi cabello de león muy bien recogido para poder ver el horizonte y cumplir cada una de mis metas junto con mi gordo
Pasado	

		cabello sin peinar rostro triste Blusa rosada Pantalón Roto Sin zapatos
Presente		

	<p>Cabello lacio sin a</p> <p>Rostro brillante con Diamantes</p> <p>vinotinto</p> <p>negros con un</p>		<p>sonrisa</p> <p>collar oro</p> <p>Vestido</p> <p>Tacones</p> <p>moño</p>
Futuro	Futuro		

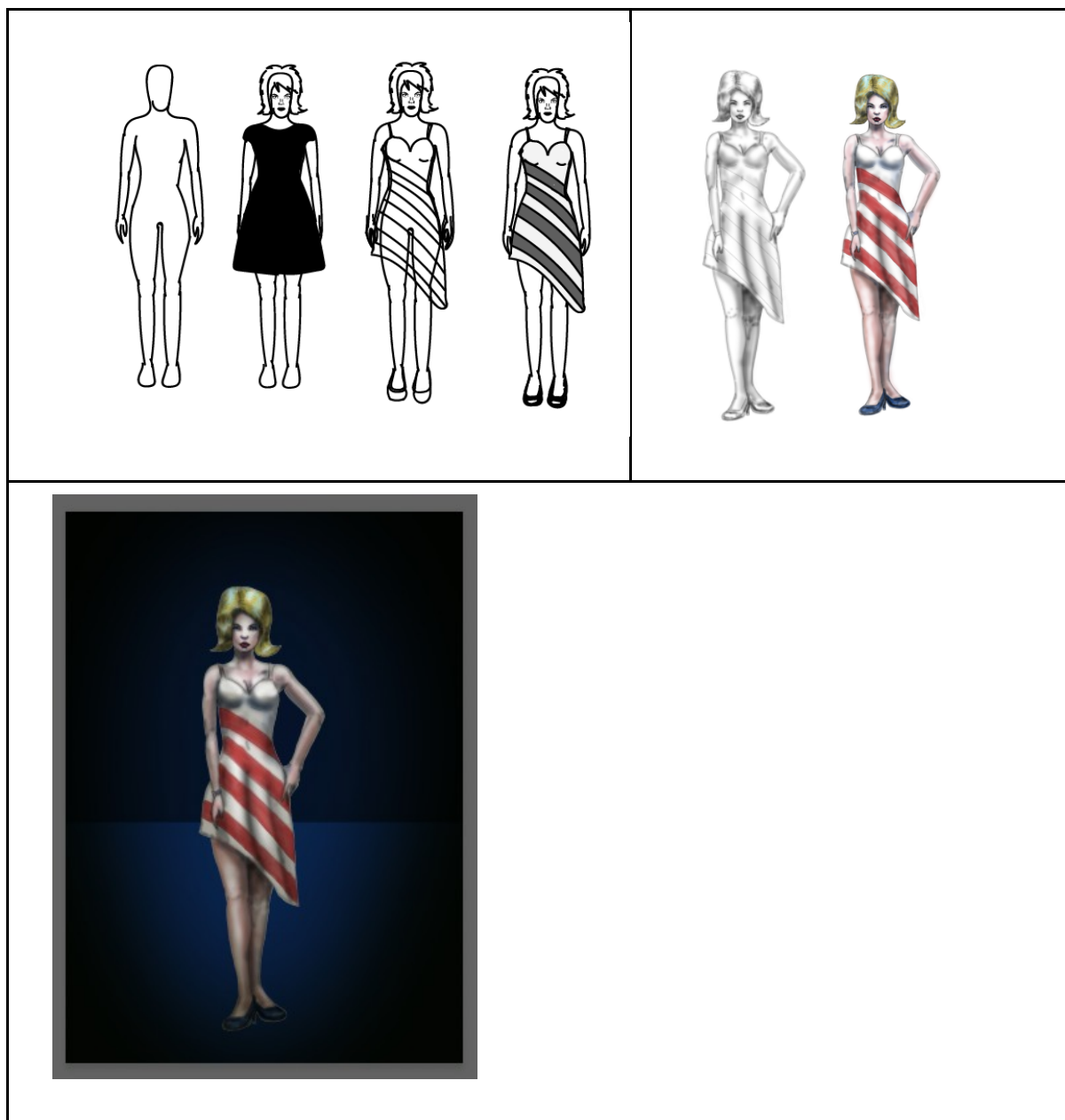
	Cabello lacio sin precio		sonrisa
	Rostro brillante con Diamantes		collar oro
	vinotinto		Vestido
	negros con un		Tacones moño

Fuente: Elaboración, Angélica Quinche, Heiler Torres. Ilustraciones participantes del Idipron en el taller Armando Ando.

Uso de los recursos para ser aplicado en uno de los resultados, a partir del prototipado hacia las consideraciones del producto.

Tabla 6. Prototipado 2 Armando Ando

Proceso	Bocetación
---------	------------



Fuente: Prototipado. Angélica Quinche, Heiler Torres

Anexo H

Construcción kit de herramientas -explicación de las herramientas según protocolo.

Descubrir		
Nombre del instrumento	Datos para Instrumento	Instrucción sobre el instrumento
Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> - presentación del proyecto - Datos de entrevistado - Objetivo - objetivo específico - datos del entrevistador - escenario (lugar y fecha) - aspectos temáticos - aspectos emotivos - guía del entrevistador - tema 1 - tema 2 - tema 3 - tema 4 	<p>Qué es: Qué usted necesita: A tener en cuenta:</p> <p>Qué es: es una técnica empática que busca datos para pensar la comunidad y su proyecto, comprender a las personas que hacen parte de él (par amigo, experto, usuario), ayuda a comprender que piensa, que sienten y que los motiva. Tenga en cuenta que le facilitará comprender el contexto y situación de su de su proyecto</p> <p>A tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anote las preguntas que a usted o a su equipo le gustaría hacer - identifique temas de interés. - defina las preguntas, - Construya un buena relación y de confianza - presentarse y explique su proyecto, en cuanto a sobre

		<p>qué se trata y no olvide cuales son los objetivos.</p> <p>Que usted necesita:</p> <ul style="list-style-type: none"> - formato entrevista. - un socio - esfero - papel - grabadora (videograbadora)
<p>Mapa estado preliminar del proyecto</p>	<p>Mire su proyecto como un reto (enuncie su reto)</p> <p>Que quiere lograr</p> <p>Piense que es lo que quiere lograr</p> <p>Cuál es la necesidad o problema.</p> <p>Redes para su proyecto:</p> <p>Recursos disponibles</p>	<p>Qué es:</p> <p>este instrumento permite conocer las características del nuevo proyecto , comprender: los recursos, los contactos, los usuarios, las redes de contactos, las posibles actividades a realizar, comprender el problema, los recursos y las oportunidades del proyecto</p> <p>A tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - el objetivo del producto o servicio que se está imaginando - la temática de lo que se quiere lograr - quienes van a ser sus usuarios - qué otros datos se requieren - cuales son elementos que configuran el problema - oportunidad que generó el proyecto <p>Que usted necesita: Formato estado preliminar</p>

		<p>marcadores</p> <p>Post-it</p>
<p>Mapa de desafío del co-laboratorio</p>	<p>Describa características de co-laboratorio.</p> <p>Aporte al co-laboratorio</p> <p>Cuál es el desafío del co-laboratorio para el proyecto (empiece con un verbo)</p> <p> Describa la necesidad (hacia dónde se quiere llevar)</p> <p>cuál es el beneficio que se espera</p> <p>Identificar fortalezas</p> <p> Identifique debilidades</p>	<p>Qué es:</p> <p>Es un instrumento que permite reconocer el marco institucional, para alinear todas las fuerzas de nuevos proyectos, comprender el desafío a trabajar con la comunidad y detectar debilidades y fortalezas.</p> <p>A tener en cuenta:</p> <p>Conoce el colaboratorio y sus necesidades</p> <p>Trabaje en equipo</p> <p>Conozca las características del contexto sobre los que se trabaja el proyecto (lugar, socioeconómicas, culturales y religiosas)</p> <p>Reconozca los diálogos de la comunidad debilidades y fortalezas.</p> <p>Recuerde que una necesidad es eso que usted identifica que hace falta o puede aportar y convertirla como parte fundamental del proyecto u oportunidad.</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Formato desafío organizacional.</p> <p>Post-it</p> <p>Marcadores</p> <p>Documentos de la organización o del proyecto</p>
<p>Mapa de ecosistema</p>	<p>Proponga una red de alianzas-</p>	<p>Qué es:</p>

<p>del co-laboratorio</p>	<p>Liste oportunidades alrededor del proyecto (poner el reto en el centro, para que a partir de él salgan las diferentes alianzas) Analice oportunidades y amenazas (para esto dos cuadros aparte)</p>	<p>Esta técnica permite mapear las posibles alianzas y actividades que en su proyecto se pueden dar con otros actores de la comunidad. se da con el fin de analizar potencialidades, nuevas oportunidades, saberes, oficios. Que le permitirán ampliar redes colaborativas que beneficiaran los resultados del reto.</p> <p>Esta técnica permite empatizar y comprender a los actores del proyecto (usuarios, socios, expertos, alianzas)</p> <p>A tener en cuenta: que ecosistema es, el conjunto de espacio, tiempo, personas y características que comparten conexiones valiosas para que desde el proyecto se desarrollen nuevas ideas.</p> <p>Identificar posibles alianzas oportunidades y amenazas</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Instrumento Post-it Plumones Computador Documentos del proyecto</p>
<p>Investigación documental</p>	<p>Procesamiento de la información de referentes (bibliografía, videografía, imágenes, audios)</p>	<p>Qué es: Esta técnica le permite recolectar, analizar, clasificar, y usar la</p>

	<p>Día en que hizo la observación</p> <p>Qué observó</p> <p>Que tipo de documento revisó</p> <p>Resumen de la revisión</p> <p>Extraiga palabras imágenes</p> <p>Ideas propias respecto a la observación</p> <p>Enumere entornos</p> <p>Enumere actividades</p> <p>Dibujos</p>	<p>información contenida en los referentes, respecto a la necesidad del problema del proyecto. permite recolectar información sobre las personas y el entorno.</p> <p>Permite construir un punto de vista general respecto al desafío</p> <p>A tener en cuenta:</p> <p>que en este momento se está haciendo un rastreo de información y de nuevas ideas, para buscar ideas de innovación para aplicarlas en el desafío.</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Herramienta</p> <p>Cuaderno de notas</p> <p>Fotografías</p> <p>Videos</p> <p>Audios</p>
--	---	---

Focus group	<p>Objetivo general</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Defina composición de grupo (4-6 personas)</p> <p>Entorno</p> <p>Duración 30 minutos</p> <p>Registro</p> <p>Moderador</p>	<p>Qué es:</p> <p>es una técnica que por medio preguntas permite reunir a un conjunto de personas para que opinen y debatan en torno a un tema, se emplea para conseguir información y extraer insights, que favorezcan el diseño de la solución enfocada al conjunto de usuarios al que se dirige</p> <p>A tener en cuenta:</p> <p>Cumplir objetivos</p> <p>Estar atentos a lo que hacen y dicen los participantes</p> <p>Mantenga un ritmo</p> <p>Consiga la participación de todos</p> <p>Realice un guión de preguntas</p> <p>Tenga en cuenta preguntas e ideas que surgieron después de la entrevista, y agregarlas a su guía de entrevista</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Herramienta</p> <p>Fotografías</p> <p>Esferos</p>
Definir		
Construir usuario	<p>Como se ve.</p> <p>Una frase con la que se define.</p> <p>Datos.</p> <p>Motivaciones.</p> <p>Cómo es su personalidad,</p>	<p>Qué es:</p> <p>es una herramienta que le permite describir a su usuario, desde sus hábitos, necesidades, hobbies, deseos, motivaciones, frustraciones.</p>

	<p>Que lo frustra.</p> <p>Que lo motiva.</p> <p>Cuales son sus hobbies.</p> <p>Una historia.</p>	<p>los usuarios define a lo que va dirigida la solución</p> <p>A tener en cuenta:</p> <p>Esta herramienta no ayuda a empatizar con diferentes usuarios, nos permite crear diferentes perfiles.</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Herramienta</p> <p>Fotografías</p> <p>Esferos</p>
<p>Defina el desafío</p>	<p>¿Cómo podríamos:.....</p>	<p>Qué es:</p> <p>Estrategia de plantear preguntas para resolver cada desafío, con el propósito de convertirlos en oportunidades de diseño</p> <p>A tener en cuenta:</p> <p>Centrarse en un grupo de usuarios específicos asegure que la pregunta aborde el tema deje espacio para oportunidades y múltiples exploraciones, detectar usuario, detectar necesidad en cada pregunta ubique posibles soluciones puede desarrollar la pregunta cuantas veces quiera</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Herramienta</p> <p>Esferos</p> <p>Plumones</p>

<p>Mapa de empatía</p>	<p>Modelo adaptado de XPLANE</p>	<p>Qué es:</p> <p>Es una herramienta que permite comprender mejor al cliente, desde sus necesidades, deseos y su personalidad.</p> <p>Permite ir mucho más allá de lo que permite el consumidor o cliente.</p> <p>A tener en cuenta:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Qué es: Cómo es su entorno, se conoce el contexto social de la persona 2. Qué dice y qué hace: Se conoce a la persona desde su comportamiento, como habla, como se expresa, si se contradice entre lo que dice y hace. 3. Qué oye: que dicen las personas cercanas, jefes, amigos, colaboradores. Que apreciaciones tienen, que información recibe. 4. Qué piensa y que siente: Cuáles son sus sueños y aspiraciones, las inquietudes y valores 5. Esfuerzos: barreras, miedos y obstáculos. 6. Resultados: que beneficios quiere lograr, que objetivos quiere lograr <p>Qué usted necesita:</p> <p>Mapa de empatía.</p>
-------------------------------	----------------------------------	---

		<p>Equipo de trabajo</p> <p>Esfero</p> <p>Papel</p> <p>Post-it</p> <p>Marcadores</p>
Entrevista a usuario	<p>Presentación del proyecto</p> <p>Datos de entrevistado</p> <p>Objetivo</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Datos del entrevistador</p> <p>Escenario (lugar y fecha)</p> <p>Hacer preguntas abiertas y sencillas</p> <p>Profundice, escriba 10 preguntas que le ayudarán a profundizar</p> <p>Tome notas, fotos y videos</p>	<p>Qué es:</p> <p>Ayuda a comprender a l usuario desde sus valores, necesidades y creencias. al realizar este instrumento nunca debe perder el foco para quien está diseñando.</p> <p>Una entrevista a usuario le permite comunicar con un grupo de personas que les gustaría comprender sus proyectos, estas personas le darán un puto de vista y opiniones sobre su desafío al diseño.</p> <p>A tener en cuenta:</p> <p>no deben estar presentes más de tres personas para las entrevistas. reclute personas para hacer esta entrevista,</p> <p>tiempo de duración de 45 a 60 minutos</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Formato</p> <p>Cámara</p> <p>Micrófono</p> <p>Video</p> <p>Libreta de notas</p>

<p>Encontrar temas</p>	<p>Los temas surgen cuando haz aprendido más sobre el problema , es importante trabajar en los conocimientos asociados al tema</p> <p>Tema 1</p> <p>Tema 2</p> <p>Tema 3</p> <p>Tema 4</p> <p>Puede crear diagramas de venn: estos diagramas le ayudan a expresar las relaciones entre ideas, intersecciones.</p> <p>Mapas de relaciones: Pueden expresar el sistema, relaciones y conexiones importantes del proceso</p>	<p>Qué es:</p> <p>Una técnica que permite identificar y comprender las informaciones obtenidas, generar agrupaciones, entender relaciones, del usuario y del problema.</p> <p>Permite identificar nuevos problemas.</p> <p>A tener en cuenta:</p> <p>Trabajarlos en un tablero con post it los descubrimientos de la primera etapa organizarlos por grupos, el objetivo es encontrar patrones.</p> <p>Relaciones temáticas, ordene los grupos por jerarquías, teniendo en cuenta la necesidad en diseño.</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Post it de diferentes colores</p> <p>Lápices y plumones</p> <p>Mapa de temas</p>
Idear		
<p>Contar historias</p>	<p>Datos importantes de las personas que contactó, fotografías de su entorno.</p> <p>Narra la historia más importante que encontró.</p> <p>Cuáles fueron las motivaciones más importantes de la persona con la que trabajó?</p> <p>Cuáles eran sus frustraciones?</p>	<p>Qué es:</p> <p>Esta herramienta se trabaja a partir de la información recopilada en la fase de investigación, hasta el momento ya ha obtenido varias perspectivas en torno a su desafío, ha desarrollado conocimientos y temas importantes que lo llevan a</p>

	<p>Cómo era su entorno?</p> <p>Si tuviera la oportunidad de volverse a comunicar qué le preguntaría</p>	<p>seguir pensando la solución final. Es hora de contar historias al grupo.</p> <p>Narra detalles vividos.</p> <p>Realice notas aclaratorias.</p> <p>Nombre un moderador.</p> <p>A tener en cuenta:</p> <p>Mientras un participante cuenta su historia, los demás participarán tomando notas de lo que consideran más importante sobre la historia respecto al desafío.</p> <p>Socialice las notas en la pared, arme un tablero con notas, donde se pueda reconstruir lo más importante al revisarlo</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Organice el espacio para contar historias, tenga marcadores, post-it, hojas blancas, imágenes, diagramas de la experiencia, fotografías.</p> <p>Consejo:</p> <p>Imprima fotos, o diferentes insumos obtenidos de la fase de investigación y prepare el espacio para pegarlos en la pared.</p> <p>Tiempo de duración 15 min por narración- 1 hora</p> <p>Más de dos participantes</p> <p>Resultado. Al final obtendrá un tablero organizado con los datos más importantes que van aclarando al desafío.</p>
--	---	---

		Registre y cree una historias. No pierda el enfoque.
Antecedentes y referentes	<p>Antecedentes:</p> <p>Imágenes</p> <p>Análisis del referente.</p> <p>Aspectos positivos</p> <p>Aspectos negativos</p> <p>Fuente:</p> <p>Referentes:</p> <p>Imágenes</p> <p>Análisis del referente.</p> <p>Aspectos positivos</p> <p>Aspectos negativos</p> <p>Fuente:</p>	<p>Qué es: Permite encontrar casos ya desarrollados pertenecientes a la misma temática, el mismo sector. Esto permite analizar el sector y últimas tendencias. favorece el pensar en el desarrollo conceptual y formal de la propuesta. Nos permite indagar sobre cómo se está comportando la competencia</p> <p>A tener en cuenta: genere palabras claves, basado en el problema, en una necesidad en los usuarios, datos que se han obtenido de las fases anteriores.</p> <p>Luego de las palabras claves, inicie la búsqueda de los referentes en internet, libros o revistas.</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Internet</p> <p>Libros, notas.</p> <p>Fotografías</p> <p>Consejo: Es importante buscar referentes que nos lleven a pensar a lo que no se quiere llegar.</p> <p>Resultados:</p>
Cómo podríamos	<p>Realice varias preguntas para la técnica del cómo podríamos, en cada pregunta de posibles soluciones para el usuario a quien se está diseñando,</p>	<p>Qué es: Es una herramienta que se aplica antes de la lluvia de ideas. La pregunta debe ser amplia para pensar en varias opciones.</p> <p>A tener en cuenta:</p>

	<p>recuerde trabajar un verbo y marcar la acción para el desafío.</p> <p>Cómo podríamos.....</p> <p>Cómo podríamos.....</p>	<p>Para trabajar esta herramienta debes tener en cuenta el usuario, la necesidad y el insight.</p> <p>Selecciona 2 de las preguntas que más se enfoque al desafío y desarrolle la lluvia de ideas</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>Post it de diferentes colores</p> <p>Lápices y plumones</p> <p>Mapa de temas</p>
<p>Lluvia de ideas</p>	<p>Se debe escribir el desafío para que todos puedan visualizarlo. (Preguntas elegidas del cómo podríamos)</p> <p>Reglas para la lluvia de ideas.</p> <p>Se aplaza el juicio.</p> <p>Las ideas locas y descabelladas valen.</p> <p>Todos participan.</p> <p>Una conversación a la vez.</p> <p>No hay jerarquías</p> <p>Construya a partir de los demás.</p> <p>Sea visual (grafique su idea)</p> <p>Ir por la cantidad</p> <p>Mantenga el desafío a partir de la pregunta del cómo podríamos.</p> <p>Conserve las notas adhesivas de la lluvia de ideas, ellas son el punto de partida para el desarrollo de mapas conceptuales de la ideación.</p>	<p>Qué es: es una herramienta que permite generar múltiples ideas, es una herramienta que se trabaja en equipo. Se emplea para dar soluciones en diseño, es una herramienta que es transversal a las fases y se puede aplicar en otros momentos de design thinking</p> <p>A tener en cuenta:</p> <p>Nombre un facilitador o líder para el desarrollo de la lluvia de ideas.</p> <p>Invite a un equipo de trabajo, expertos, colegas líderes, personal.</p> <p>Maneje un grupo entre 6 a 8 personas.</p> <p>Reserve un espacio para trabajar en la pared o un tablero con post-it.</p> <p>presente notas de investigación.</p> <p>construya ideas sobre ideas de otros.</p>

		<p>Disponga de mesas y sillas, alguna merienda. Mantenga el nivel de energía durante la sesión</p> <p>Qué usted necesita: post-it o notas adhesivas en diferentes colores, esferos, marcadores, cinta, hojas de papel para gráficos.</p> <p>Tiempo de duración: Se recomienda 45 min para el desarrollo de lluvia de ideas. Dedique 15 minutos para presentar el proyecto. Revise el tiempo</p>
Clasificación de ideas	<p>“Clusterize” ideas: Relacione ideas similares. Dar un orden por jerarquía y agrupe varias ideas en una sola pregunta puede agruparse en una más grande. Ideas de solución para cada pregunta Clusturize las ideas</p>	<p>Qué es: Sirve para analizar y elegir las ideas logradas en la lluvia de ideas. A tener en cuenta: clasifique y de importancia a las soluciones más relevantes. Discuta con su equipo sobre las ideas Establezca criterios para un buen fin Qué usted necesita: Plantilla clusterización de ideas Post-it Plumones Lápices</p>
Prototipar		
Prototipar	Una vez finalizada la etapa de ideación y de construcción de la	Qué es:

	<p>idea, resuma en una hoja la idea principal, de título al concepto, pegue esto en un lugar donde el equipo pueda visualizarlo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tenga en cuenta que siempre se está diseñando para el usuario. 2. Cuente historias, desarrolle una historia donde se comprenda cómo el usuario final se relaciona con la idea. 3. Realice mapas de conceptuales <p>Realice su prototipo: el prototipo es la tangibilización de una idea, es el desarrollo del concepto.</p> <p>Formule una pregunta respecto al usuario para enfocar mucho más la construcción del objeto, elija materiales y piense maneras de cómo representar con diferentes materiales.</p> <p>Bocete, muestre, critique, prototipe.</p> <p>Hablar menos, hacer más: de paso a la intuición y a la rapidez, no dedique tiempo a tener largas conversaciones, aplace el juicio y construya.</p>	<p>Permite tangibilizar la ideas, es la representación de un concepto, permite socializar la idea con otras personas, tener retroalimentaciones y mejorar</p> <p>A tener en cuenta:</p> <p>tener un objetivo claro</p> <p>Tenga siempre presente al usuario final</p> <p>El prototipo debe responder a la pregunta formulada</p> <p>Realizar varias prototipos</p> <p>Tenga en cuenta la rapidez</p> <p>Evalúe y ajuste</p> <p>Qué usted necesita:</p> <p>papeles, cartones, cajas, cartulinas, pegamentos, grapadoras, pistolas de silicona, colores, esferos, rotuladores, marcadores, telas, foami, pinturas, pinceles, alambres, reglas, tijeras, cintas....</p> <p>Organice un espacio para prototipar disponga una mesa donde los equipos de trabajo encontrarán los materiales necesarios.</p> <p>Planifique su etapa de prototipado para desarrollar en 1 día.</p>
--	--	--

Anexo I

Resultado aplicación herramientas a partir de las fases del Design Thinking.

DESCUBRIR		DEFINIR		IDEAR		PROTOTIPAR		TESTEAR	
entrevista a experto		diagrama de empatía		contar historias		prototipado			
usuario		usuario		usuario		usuario		usuario	
exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext
Presenta el proyecto desde la preocupación que es la sustentabilidad la articulación de redes	BDC como lugar de memoria viva, significado de lo urbano, nuevos lenguajes contemporáneos, alianzas interinstitucionales	Rescate de los oficios y saberes de la zona, circuito comercial	inclusión social, participación y sustentabilidad	se reconocen los actores del laboratorio y hacia donde están dinamizando los posibles resultados del laboratorio hacia la tienda de la esquina redonda	Se comunica la acción del diseño social, como facilitador de proceso, se analizan casos y se expone laboratorio	Ideación desde los oficios y comunidades, miniaturas, yerbateras y oficios del equipo	A partir de aleaciones y diagramas de afinidad se encuentran categorías de productos con respuestas a productos patrimoniales, de narrativas y urbanos,		

Focus group		Crear usuario		Insight (pendiente para construir)		crear prototipo			
usuario		usuario		usuario		usuario		usuario	
exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext
comprender como los locales entran a hacer parte de articulación para nuevas propuestas, sobre todo se enmarca el colaboratorio con el taller creativo	Comprensión del contexto, ejes de trabajo y productos obtenidos del colaboratorio	Se crea el estereotipo a partir del usuario externo	Se hace un acercamiento a usuario interno, con el fin de comprender la población con la que se van a desarrollar procesos colaborativos, esto replica a esa creación de perfil del usuario externo	Productos que hablen de la inclusión, de la identidad local heterogénea	Que el objeto violento se convierta en vida Historias dignificantes para contar el más allá del dolor	historia de vida, narraciones	Comprender la expresión, la narración. La oportunidades estéticas y formales y de memoria.		

Esquema proyecto (CONOCIENDO EL PROYECTO)		Entrevista usuario		Antecedentes y referentes					
usuario		usuario		usuario		usuario		usuario	
exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext
Colaboratori o y articulación de redes favoreciend o la comunidad, que no queden excluidos	Comprender el colaborativa, hacia la articulación de redes es decir de proyectos autocontenido s, se piensa la innovacion social como una posible incubadora de proyectos	comprensión de las redes interinstitucio nales , la tienda dentro del contexto del espacio de memoria, tienda enfocada hacia crear circuitos de economía solidaria.	Red de colaboracion es que se articulan hacia el producto final a partir de la importancia del taller creativi	Museo comunitario Montes de María, tienda de la empatía	Ejemplos de casos desarrollado s por el diseñador experto				

Mapa desafío DEL COLABORATORIO		Cómo podríamos (define el desafío) poner un ejemplo		Cómo podríamos camino hacia la lluvia de ideas					
usuario		usuario		usuario		usuario		usuario	
exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext
Hacer que la tienda se presente como un lugar de creación y memoria	Hacer que la tienda tenga impacto hacia adentro y hacia fuera de las comunidades	Hacer que la tienda se presente como un lugar de creación y memoria donde motive a realizar producciones locales del barrio a partir de creaciones	Generar en la tienda de la L una estrategia con la comunidad para la realización de un producto cultural a partir del patrimonio, los saberes locales, las estéticas	Productos expositivos: catálogos, fotografías, postales de exposiciones Objetos que tiene que ver con los saberes	Generar en la tienda de la L una estrategia con la comunidad para la realización de un producto cultural a partir del patrimonio, los saberes locales, las estéticas				

			locales y las narrativa locales		locales y las narrativa locales				
--	--	--	---------------------------------	--	---------------------------------	--	--	--	--

		Mapa síntesis de hallazgos (TEMAS)		Lluvia de ideas					
usuario		usuario		usuario		usuario		usuario	
exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext
		sustentabilidad memoria local museo extramuros	Al comprar el objeto se lleva una historia. Producto tienda-discurso crítico historia urbana Bogotá	Se trabaja en plataforma meet, se obtiene resultados de proyectos ya realizados con el IDIPRON	ideación se realiza en la plataforma miró y salen resultados diversos que se pueden				

					catalogar como innovadores con una alta capacidad creativa que pueden ser comercializables				
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

				Clasificación de ideas (diagrama de afinidad)					
usuario		usuario		usuario		usuario	usuario		
exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext	exp	ext
				Se tiene información de resultados de proyectos ya realizados	Productos personalizados, productos réplica				

Anexo J.

Kit de herramientas para el co-laboratorio

de memoria y creación “La Esquina Redonda”

Descubrir
<p>Primera fase del <i>Design Thinking</i>, es el punto de partida y nos permite conocer al usuario. Para esta fase son muy importantes los datos de investigación cualitativas. Entre más información más divergencia se trabaja. En el proceso de Creación del equipo multidisciplinar, se trabaja en torno al posible problema o desafío, se estudia y considera la documentación previa, se desarrollan entrevistas con personas que tengan conocimiento del tema. Las pautas que se tuvieron en consideración y que son preceptivas del DT:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Observar: Observar a los usuarios y su comportamiento en el contexto de sus vidas. 2) Júntate: conoce a los usuarios, entérvstalos, habla con ellos 3) Sumérgete: experimenta lo que el usuario vive <p>Es importante en esta fase recopilar información de lo que el usuario, dice, piensa y siente. Reconocer el contexto, mapear actores, identificar las necesidades y oportunidades. La fase descrita como “sumérgete” permite llevar la empatía al extremo, para intentar ponerse plenamente en el papel del usuario para comprenderlo.</p> <p>Etapa de divergencia</p>
<p>Herramienta Entrevista: 1 hora, participantes 1-3 por equipo.</p>
<p>Qué es: es una técnica empática que te permite buscar datos para pensar la comunidad y sus proyectos, conocer a las personas que hacen parte de él (par amigo, experto, usuario), ayuda a comprender que piensa, que sienten y que los motiva. Ten en cuenta que les facilitará comprender el contexto y la situación de su proyecto. Con las entrevistas se puede obtener una información detallada de</p>

los procesos de la comunidad de sus experiencias y desarrollar empatía.		
CAMPO 3: datos del instrumento o reglamentación del instrumento Datos del instrumento: Presentación del proyecto Datos de entrevistado Objetivo Objetivo específico Datos del entrevistador Escenario (lugar y fecha)		
A tener en cuenta: Desarrolla preguntas que a ti o a tu equipo les gustaría realizar: _____		
Identifica temas de interés.		
tema 1	tema 2	tema 3
Consejos:	Construye una buena relación y da confianza presenta y explica el proyecto, en cuanto a aquello de lo que se trata y no olvides cuales son los objetivos.	
Qué usted necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - formato entrevista. - un socio - esfero - papel - grabadora (videograbadora) 	
Resultados		
Desarrollen en equipo un resumen de los aspectos que ustedes encontraron más importantes, para ello usen post-it, compartan con sus compañeros y elijan los más relevantes.		
Cuáles fueron los hallazgos que más te llamaron la atención	Qué temáticas fueron las más recurrentes y que nos llevan a plantear el	Comparte con el equipo imágenes, frases, ideas que consideras

	desafío	importantes
Archivo de la actividad en drive		

Herramienta Focus Group: 3 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.		
<p>Qué es: es una técnica que nos permite acercarnos más a nuestro público, conocer sus deseos, inquietudes. Consiste en una reunión en equipo donde se dialoga a partir de un tema en particular. recopilar información concreta sobre experiencias existentes, generar empatía o comprensión con el usuario, definir el problema y proporcionar retroalimentación sobre conceptos.</p>		
<p>Datos del instrumento o reglamentación del instrumento</p> <p>Datos del instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre del proyecto - Nombre del facilitador - Fecha, hora <p>Comentario de los participantes:</p>		
	Pregunta del moderador	Respuesta del participante
	Introducción al tema	
Focus 1	Redacta las preguntas	
Focus 2	Redacta las preguntas	
	Agradecimiento y conclusiones	
A tener en cuenta:		

<p>Arma la estructura de tu grupo focal, delega el moderador, y da responsabilidad a quien escriba y tome notas sobre lo que dicen los participantes.</p> <p>Prepara un espacio para 4-6 participantes</p> <p>Presenta tu tema y crea interés en los participantes</p> <p>Estructura las preguntas</p> <p>Cierra tu focus group</p>	
Consejos:	Permite que los participantes sigan los temas, pero trata de asegurarte de que todos tengan la oportunidad de hablar en algún momento
Qué necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - 4-6 participantes - bolígrafos - papel - audio - video grabadora (opcional) <p>tiempo: 1 hora</p>
Resultados de la experiencia	
Discuta con su equipo de trabajo que hallazgos han encontrado:	
<p>Qué hallazgos claves responden a sus preguntas originales?</p> <p>Qué comprensión del problema tienen ahora que no tenían antes?</p> <p>Cómo se pueden traducir esta información en una nueva propuesta?</p>	
Mapas mentales:	Una gran herramienta son los mapas mentales con ellos puede visualizar asociaciones de una situación.

Herramienta esquema de preparación previo del proyecto, conociendo El Proyecto:3 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.

<p>Qué es: esta herramienta les permite conocer las características del nuevo proyecto, comprender los recursos, los contactos, los usuarios, las redes de contactos, las posibles actividades a realizar, comprender el problema, los recursos y las oportunidades del proyecto.</p>	
<p>Datos del instrumento o reglamentación del instrumento</p> <p>Piense su proyecto como un reto (enuncien su reto, Cuál es la necesidad o problema.)</p> <p>Piensen que es lo que quieren lograr</p> <p>Piensen cuáles son las redes del co-laboratorio para su proyecto:</p>	
<p>A tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • el objetivo del producto o servicio que se están imaginando • la temática de lo que quieren lograr • quienes van a ser sus usuarios • qué otros datos se requieren • cuales son los elementos que configuran el problema • oportunidad que generó el proyecto 	
<p>Qué necesita:</p>	<p>Formato estado preliminar</p> <p>Marcadores</p> <p>Post-it</p>
<p>Consejo: Tu proyecto puede ser respaldado por otras unidades, construye esa red colaborativa que beneficiará el resultado del proyecto</p>	
<p>Resultados del instrumento</p>	
<p>Mapas mentales:</p>	<p>Una gran herramienta son los mapas mentales con ellos puede visualizar asociaciones de una situación.</p>

Herramienta Mapa de Desafío del Colaboratorio: 3 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.	
Qué es: Esta herramienta permite reconocer el marco institucional, para alinear todas las fuerzas de nuevos proyectos, comprender el desafío a trabajar con la comunidad y detectar debilidades y fortalezas.	
<p>Datos del instrumento o reglamentación del instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Que tanto conoces el co-laboratorio. - Aportes al co-laboratorio -Cuál es el desafío del co-laboratorio para el proyecto (empieza con un verbo) - Describe la necesidad (hacia dónde se quiere llevar) -Cuál es el beneficio que se espera - Identificar fortalezas - Identificar debilidades 	
<p>A tener en cuenta:</p> <p>Conoce el co-laboratorio y sus necesidades</p> <p>Trabaja en equipo</p> <p>Conoce las características del contexto sobre los que se trabajará el proyecto (lugar, socioeconómicas, culturales y religiosas)</p> <p>Reconoce los diálogos de la comunidad, sus debilidades y fortalezas.</p>	
Consejos:	<p>Recuerda que una necesidad es eso que ustedes identifican que hace falta o puede aportar y convertirla en parte fundamental del proyecto hacia la construcción del producto o servicio.</p>
Qué usted necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - Formato desafío organizacional. - Post-it - Marcadores - Documentos de la organización o del proyecto

Resultados del instrumento

Desarrollo de un resumen de los aspectos que ustedes encontraron más importantes, para ello usen post-it, compartan con sus compañeros y elijan los más relevantes, creen diagramas, mapas de la idea, los gráficos pueden facilitar el proceso.
--

Herramienta Investigación Documental: 2 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.

Qué es: Esta técnica les permite recolectar, analizar, clasificar, y usar la información contenida en los referentes, respecto a la necesidad del problema del proyecto. Permite recolectar información sobre las personas y el entorno. Permite construir un punto de vista general respecto al desafío.

Datos del instrumento o reglamentación del instrumento
--

Procesamiento de la información de referentes (bibliografía, videografía, imágenes, audios)

Con qué experto te comunicarás?

Dónde realizarás la observación?

Qué observaste

Que tipo de documento revisaste

Resumen de la revisión

Extrae palabras o imágenes

Ideas propias respecto a la observación

Dibujos

A tener en cuenta:

En este momento se está haciendo un rastreo de información y de nuevas ideas, para buscar ideas de innovación para aplicarlas en el desafío.
--

Quién realiza la entrevista?	¿Quién toma nota?	Quién toma fotos y videos?
Consejos:	La investigación en el pensamiento en diseño te llevará a escuchar observar y estar abierto a múltiples posibilidades, te permitirá inspirarte en nuevas ideas y estar más abierto frente al problema que deseas abordar	
Qué necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - Herramienta - Cuaderno de notas - Fotografías - Videos - Audios 	
Resultados del instrumento		
Organiza los datos obtenidos en la investigación. Organiza carpetas para fotografías, textos, documentos....		
Archivo de la actividad: drive		

Definir
<p>Momento de interpretación, segunda fase de design thinking, hasta el momento ya se cuenta con una gran cantidad de datos, para esta fase se debe ir tras los insights o focos de acción, esto conducirá al reto creativo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Defina el problema: alcance realista, esto lleva a centrar el reto que se ha propuesto. Enuncie el problema 2) Revise objetivos y usuarios 3) Sepa comunicar el proyecto

<p>Es importante en esta fase comprender siempre el deseo y la necesidad, encuentre revelaciones. Interprete la información.</p> <p>Etapa de convergencia.</p> <p>Desarrolle un informe</p>	
<p>Herramienta Construir Usuario: 1 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.</p>	
<p>Qué es: es una herramienta que les permite describir a su usuario, desde sus hábitos, necesidades, hobbies, deseos, motivaciones, frustraciones.</p> <p>Los usuarios son a quienes va dirigida la solución</p>	
<p>Datos del instrumento o reglamentación del instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como se ve. - Una frase con la que se define. - Datos. - Motivaciones. - Cómo es su personalidad, - Que lo frustra. - Que lo motiva. - Cuáles son sus pasatiempos. - Experiencia ideal, metas, aspiraciones sentimientos - Cita: resume la experiencia de las personas 	
<p>A tener en cuenta:</p> <p>Revisar los datos de la entrevista e identificar variables importantes, datos demográficos, comportamientos y actitudes.</p> <p>Encontrar patrones en los datos.</p> <p>Utilizar los datos para construir una persona única pero coherente</p>	
<p>Consejos:</p>	<p>Revise su persona obteniendo comentarios de otra persona y verificando los datos de su entrevista,</p>

Qué necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - herramienta - fotografías - esferos
<p>Resultados del instrumento: Dibuje o construya con recortes el usuario ideal, una vez realizada la retroalimentación.</p> <p>Registra:</p>	

<p>Herramienta Definir Desafío. Cómo Podríamos?: 1 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.</p>
<p>Qué es: Definan su desafío viéndolo como una oportunidad, para esto anunciaremos la pregunta del desafío de la siguiente manera “Cómo podríamos”, esta pregunta no puede ser ni muy amplia ni muy limitada.</p> <p>La idea es plantear la pregunta para resolver el desafío, con el propósito de convertir en oportunidades, mejorar un proceso, crear algo nuevo, nuevas ideas.</p>
<p>Datos del instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cuál es el problema o necesidad a trabajar? - ¿Qué otras problemáticas se pueden detectar frente al reto? - ¿Qué soluciones se pueden explorar? <p>Cómo podríamos+verbo+necesidad</p> <p>Cómo podríamos hacer que la tienda se presente como un lugar de creación y memoria que motive a realizar producciones locales del barrio a partir de sus creaciones</p>
<p>A tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anote las diferentes preguntas generadas. - Evalúe cuál tiene más potencial en la comunidad para su desarrollo y aplicación. - Qué tan posible es desarrollarla.

- ¿Es posible realizarla en 5 a 6 semanas?	
Consejos:	Tenga en cuenta los resultados compartidos hasta el momento, tenga en cuenta las debilidades y fortalezas del desafío y las expectativas frente a este.
Qué necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - formato desafío. - Esfero - papel - marcadores
<p>Resultados del instrumento:</p> <p>Crea un sistema de evaluación:</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Cuál es la pregunta que mejor plantea el desafío?</p> <p>Cuál tendrá más impacto en la comunidad?</p> <p>Viabilidad, proceso, desarrollo, producción?</p> <p>Los ítems pueden ser modificados según el desafío del co-laboratorio</p>	

Mapa De Empatía: 4 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.
<p>Qué es: esta herramienta sirve para comprender mucho mejor al cliente /unidad e proyecto, permite conocer sus deseos, puntos de vista, necesidades, su entorno, su personalidad. Esta herramienta nos lleva a comprender que es lo que realmente quiere el cliente/unidad de proyecto.</p>



Datos del instrumento

A tener en cuenta:

1. Qué es: Cómo es su entorno, conoce el contexto social de la persona
2. Qué dice y qué hace: Se conoce a la persona desde su comportamiento, cómo habla, cómo se expresa, si se contradice entre lo que dice y hace.
3. Qué oye: qué dicen las personas cercanas, jefes, amigos, colaboradores. Qué apreciaciones tienen, qué información reciben.
4. Qué piensa y qué siente: Cuáles son sus sueños y aspiraciones, las inquietudes y valores
5. Esfuerzos: barreras, miedos y obstáculos.
6. Resultados: que beneficios quiere lograr, qué objetivos quiere lograr

Consejos:

Desarrollen el mapa de empatía con el equipo de trabajo, para esto puede imprimirlo en grande, trabaje con post-it, esto hace que el equipo participe activamente de la experiencia. El trabajo en post-it permite sacar conclusiones respecto al cliente/unidad de proyecto.

Qué necesita:

- mapa de empatía.
- equipo de trabajo
- esfero
- papel
- post-it
- marcadores

Resultados del instrumento

Los proyectos de innovación/creatividad empiezan con el desarrollo del mapa de empatía, porque este nos permite conocer al cliente. Nos permite realizar un acercamiento hacia las mejores soluciones para él. Se debe lograr identificar el problema y dar soluciones.

Escribir un reporte por cuadrante del mapa de empatía, con lo más relevante respecto al problema y posibles soluciones.

Nota: Modelo Empatía desarrollado por Dave Gray, XPlane.

Herramienta Entrevista a usuario: 1 horas, participantes 1-3 por equipo.

Qué es: Ayuda a comprender al usuario desde sus valores, necesidades y creencias. Al realizar este instrumento nunca debe perder el foco para quien está diseñando.

Una entrevista a usuario le permite comunicarse con un grupo de personas a las que les gustaría comprender su proyecto, estas personas le darán un punto de vista y opiniones sobre su desafío.

Datos del instrumento

- Presentación del proyecto
- Datos de entrevistado
- Objetivo
- Objetivo específico
- Datos del entrevistador
- Escenario (lugar y fecha)
- Hacer preguntas abiertas y sencillas
- Profundice, escriba 10 preguntas que le ayudarán a profundizar sin aburrir y sin perder el foco
- Tomar notas, fotos y videos

A tener en cuenta:

No deben estar presentes más de tres personas para las entrevistas. Tiempo de duración de 45 a 60 minutos		
Consejos:	Si realizas preguntas breves, tendrá respuestas espontáneas, relevantes y precisas de la persona entrevistada	
Qué necesita:	<ul style="list-style-type: none"> • Formato • Cámara • Micrófono • Video • Libreta de notas 	
Resultados del instrumento		
Cuáles fueron los hallazgos que más llamaron la atención	Qué temáticas fueron las más recurrentes y que nos llevan a plantear el desafío	Comparte con el equipo Imágenes, frases, ideas que consideras importantes
Mapas Mentales:	Una gran herramienta son los mapas mentales con ellos puede visualizar asociaciones de una situación.	

Herramienta Mapa síntesis de hallazgos: 2 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.
<p>Qué es: Una técnica que permite identificar y comprender las informaciones obtenidas, generar agrupaciones, entender relaciones, del usuario y del problema. Permite identificar nuevos problemas.</p>
<p>Datos del instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los temas surgen cuando se ha aprendido más sobre el problema, es importante trabajar el y los conocimientos asociados al tema

- Tema 1
- Tema 2
- Tema 3
- Tema 4
- Puede crear diagramas de Venn: estos diagramas le ayudan a expresar las relaciones entre ideas, intersecciones.
- Mapas de relaciones: Pueden expresar el sistema, relaciones y conexiones importantes del proceso

A tener en cuenta:

Trabajarlos en un tablero con post it a partir de los descubrimientos de la primera etapa y organizarlos por grupos, el objetivo es encontrar patrones.

Relaciones temáticas

Ordene los grupos por jerarquías, teniendo en cuenta la necesidad o problema

Identifique temas de interés.

tema 1	tema 2	tema 3
Consejos:	Este ejercicio fortalece el trabajo en equipo y permite reconocer relaciones importantes de la información obtenida hasta el momento	
Qué usted necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - Post it de diferentes colores - lápices y plumones - Mapa de temas 	

Resultados del instrumento

Haga un resumen de los aspectos que usted considera más importantes, para ello use post-it, socialicemos con sus compañeros y elijan los más relevantes.

Idear
<p>Tercera fase del design thinking, mantenerse centrado en el problema, para esto ya se han analizados datos y se ha enfocado el problema y el reto. En esta fase no es crear por crear para esto aplique las herramientas. Con el fin de aprovechar el pensamiento colectivo.</p> <p>Momento de divergencia.</p>
<p>Herramienta contar historias: 2 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.</p>
<p>Qué es: Esta herramienta se trabaja a partir de la información recopilada en la fase de investigación, hasta el momento ya han obtenido varias perspectivas en torno a su desafío, han desarrollado conocimientos y temas importantes que lo llevan a seguir pensando la solución final. Es hora de contar historias al grupo.</p> <p>Narrar detalles vividos.</p> <p>Realicen notas aclaratorias.</p> <p>Nombren un moderador.</p>
<p>Datos del instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empiece con una lista de las personas con las que habló y sitios que visitó - Ponga los datos importantes de las personas que contactó, fotografías de su entorno. - Narre su historia con lo más importante. - Qué motivaciones importantes encontró de la persona con la que trabajó? - Cuáles eran sus frustraciones? - Cómo era su entorno? - Si tuviera la oportunidad de volverse a comunicar qué le preguntaría? <p>Un ejemplo?</p>
<p>A tener en cuenta:</p>

<p>Mientras un participante cuenta su historia, los demás participarán tomando notas de lo que consideran más importante sobre la historia respecto al desafío.</p> <p>Socialicen las notas en la pared, armen un tablero con notas post it, fotografías, recortes etc., donde se pueda reconstruir lo más importante al revisarlo.</p>	
Consejos:	<p>Imprima fotos, o diferentes insumos obtenidos de la fase de investigación y prepare el espacio para pegarlos en la pared.</p>
Qué necesita:	<p>Organice el espacio para contar historias, tenga marcadores, post-it, hojas blancas, imágenes, diagramas de la experiencia, fotografías.</p> <p>Tiempo: 1 hora</p>
<p>Resultados de la experiencia</p>	
<p>Al final obtendrá un tablero organizado con los datos más importantes que van aclarando el desafío.</p> <p>Registren y creen una historia. No pierdan el enfoque.</p>	

<p>Herramienta Insight: 2 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.</p>	
<p>Qué es: Esta herramienta que permite encontrar revelaciones a partir de la investigación. Es obtener significados, interpretar, qué encontramos de nuevo que otorgue valor y un nuevo significado a la necesidad. Son esos aspectos de los usuarios que generan nuevas oportunidades para el producto.</p> <p>Con el insight se crean productos nuevos, se resuelven problemas de comunicación, genera innovaciones. Son hallazgos que resultan de las necesidades.</p>	

Datos del instrumento:

Liste las necesidades, dadas por el usuario respecto al reto:

Ej: Necesito comprar objetos que cuenten una historia local

Liste categorías

Liste las necesidades encontradas

Encuentre eso único y revelador

Los insight son guías de solución

Persona + necesidad + insight

Un ejemplo?

Persona	Tiene la necesidad	Por que (insight)
Juan 41 años Casado Padre con 3 hijos Trabaja en procesos comunitarios le gustan los objetos museales	Tiene la necesidad de que los objetos patrimoniales narren historias que sean entendidas por la comunidad	Que el objeto violento se convierta en vida

A tener en cuenta:

Permiten conocer información que no se sabía de los usuarios.

Es una comunicación memorable y efectiva. Alinean las necesidades y el deseo.

Guían a la innovación

Consejos:

Un insight no es un invento, no es una descripción, no es un cliché.

Qué usted necesita:

Plantilla insight
Marcadores
Post it

Resultados de la experiencia
Al final obtendrá un tablero organizado a partir de las categorías y búsqueda del insight. Liste y registre

Herramienta Antecedentes y Referentes: 1 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.
Qué es: Permite encontrar casos ya desarrollados pertenecientes a la misma temática, en el mismo sector. Esto permite analizar el sector y últimas tendencias en cuanto a que se ha venido desarrollando. Hacer esta búsqueda nos permite encontrar datos inspiradores que pueden tenerse en cuenta para la búsqueda de la respuesta.
Datos del instrumento: Antecedentes: Imágenes Análisis del referente. Aspectos positivos Aspectos negativos Fuente: Referentes: Imágenes Análisis del referente. Aspectos positivos Aspectos negativos Fuente:
A tener en cuenta: Generen palabras claves, basados en el problema, en una necesidad de los usuarios, datos que se han obtenido de las fases anteriores.

Luego de las palabras claves, inicie la búsqueda de los referentes en internet, libros o revistas.	
Consejos:	Permite que los participantes sigan los temas, pero trata de asegurarte de que todos tengan la oportunidad de hablar en algún momento.
Qué usted necesita:	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Libros, notas. • Fotografías Tiempo: 1 hora
Resultados de la experiencia	
<p>Discuta con su equipo de trabajo que hallazgos han encontrado respecto al análisis de referentes y antecedentes: liste atributos y características principales. Organicen los datos obtenidos en la investigación. Organicen carpetas para fotografías, textos, documentos</p>	
Archivo de la actividad drive	

Herramienta Cómo Podríamos: 1 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.
<p>Qué es: esta herramienta se aplica antes de la lluvia de ideas. La pregunta debe ser amplia para pensar en varias opciones. Que faciliten la posible solución, para esto tenga en cuenta el usuario la necesidad y la solución. Este ¿cómo podríamos? se diferencia de la primera fase, porque en este se plantean soluciones no el problema.</p>
Datos del instrumento:

<p>Realice varias preguntas para la técnica del cómo podríamos, en cada pregunta de posibles soluciones para el usuario a quien se está diseñando, recuerde trabajar un verbo y marcar la acción para el desafío. Acompañe con una acción (verbo)</p> <p>Cómo podríamos.....</p> <p>Cómo podríamos.....</p>	
<p>A tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para trabajar esta herramienta debes tener en cuenta el usuario, la necesidad y el insight. - Seleccione 2 de las preguntas que más se enfoquen en el desafío y desarrolle la lluvia de ideas a continuación. 	
Consejos:	Elija las preguntas que tengan más posibilidad en la lluvia de ideas
Qué usted necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - Post it de diferentes colores - Lápices y plumones - Mapa de temas
<p>Resultados del instrumento:</p> <p>Preguntas elegidas para trabajar en la ideación. Elija las que más potencial tengan.</p>	

<p>Herramienta Lluvia de Ideas: 1 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.</p>
<p>Qué es: es una herramienta que permite generar múltiples ideas, se trabaja en equipo. Se emplea para dar soluciones en diseño,</p> <p>Esta es una herramienta que es transversal a las fases y se puede aplicar en otros momentos del design thinking</p>

Datos del instrumento:

Se debe escribir el desafío para que todos puedan visualizarlo. (Preguntas elegidas del cómo podríamos). En un pliego del papel, en el centro ponga el desafío.

Reglas para la lluvia de ideas.

Se aplaza el juicio.

Las ideas locas y descabelladas valen.

Todos participan.

Una conversación a la vez.

No hay jerarquías

Construya a partir de los demás.

Sea visual (grafique su idea)

Ir por la cantidad

Mantenga el desafío a partir de la pregunta del cómo podríamos.

A tener en cuenta:

- Nombren un facilitador o líder para el desarrollo de la lluvia de ideas.
- Inviten a un equipo de trabajo, expertos, colegas, líderes, personal. Maneje un grupo entre 6 a 8 personas.
- Reserven un espacio para trabajar en la pared o un tablero con post-it.
- Presenten notas de investigación.
- Construyan ideas sobre ideas de otros.
- Dispongan de mesas y sillas, alguna merienda?. Mantengan el nivel de energía durante la sesión

Consejos

Conserven las notas adhesivas de la lluvia de ideas, ellas son el punto de partida para el desarrollo de mapas conceptuales de la ideación.

Mantengan el enfoque sobre la posible solución, una mejora, o algo nuevo

Qué necesita:	Post-it o notas adhesivas en diferentes colores, esferos, marcadores, cinta, hojas de papel para gráficos.
Resultados del instrumento: Preguntas elegidas para trabajar en la ideación. Elija las que más potencial tengan.	
Tiempo de duración: Se recomienda 45 min para el desarrollo de lluvia de ideas. Dedique 15 minutos para presentar el proyecto. Revise el tiempo	

Herramienta Clasificación de Ideas: 1 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.	
Qué es: es una herramienta que sirve para analizar y elegir las ideas logradas en la lluvia de ideas.	
A tener en cuenta: <ul style="list-style-type: none"> - Clasifiquen y den importancia a las soluciones más relevantes. - Discutan con su equipo sobre las ideas. - Establezcan criterios para un buen fin sobre el desarrollo del posible producto. 	
Consejos:	Recuerden pensar un orden en importancia a las soluciones que responden a la necesidad. Después agrupen. Varias ideas pueden llevar a una gran idea.
Qué necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - Plantilla clusterización de ideas - post-it - plumones

	- lápices
<p>Resultados del instrumento:</p> <p>Preguntas elegidas para trabajar en la ideación. Elija las que más potencial tengan.</p> <p>Realice mapas mentales</p>	
<p>Tiempo de duración:</p> <p>Se recomienda 45 min.</p> <p>Revise el tiempo</p>	

Prototipar	
<p>Cuarta fase del design thinking, prototipar significa “el primer modelo” construya lo más rápido posible el producto o servicio a partir de la ideación. Ya que se han analizado, clusterizado y se ha decidido por la idea más viable.</p> <p>Se materializa la idea, con el fin de enfocar la idea, realizar cambios.</p> <p>El prototipo es una herramienta donde se permite fallar rápido, fallar pronto y fallar barato. El prototipo permite dar forma a la idea para aprender de sus fortalezas y debilidades.</p> <p>Bocetee, muestre, critique, prototipe.</p> <p>Momento de convergencia</p>	
<p>Pauta prototipado: 5 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.</p>	
<p>Qué es: Permite tangibilizar la ideas, es la representación de un concepto, permite socializar la idea con otras personas, tener retroalimentaciones y mejorar</p>	
<p>Datos del instrumento:</p>	

Una vez finalizada la etapa de ideación y de construcción de la idea, resuma en una hoja la idea principal, de título al concepto, pegue esto en un lugar donde el equipo pueda visualizarlo.

1. Tenga en cuenta que siempre se está diseñando para el usuario.
2. Cuente historias, desarrolle una historia donde se comprenda cómo el usuario final se relaciona con la idea.
3. Realice mapas de conceptuales

Realice su prototipo: el prototipo es la tangibilización de una idea, es el desarrollo del concepto.

Formule una pregunta respecto al usuario para enfocar mucho más la construcción del objeto, elija materiales y piense maneras de cómo representar con diferentes materiales.

Bocetee, muestre, critique, prototipe.

Hablar menos, hacer más: de paso a la intuición y a la rapidez, no dedique tiempo a tener largas conversaciones, aplace el juicio y construya.

Un ejemplo?

A tener en cuenta:

El prototipo les ayuda a responder preguntas concretas de una idea, plantee las preguntas que dan respuesta, es decir que lo llevan a la construcción del prototipo. Clasifique las ideas en un mapa conceptual para dar inicio al prototipo. Siempre piense como le gustaría probar la pregunta, bien sea una maqueta, un lugar, un artefacto etc...

Consejos:	Organice el espacio para contar historias, tenga marcadores, post-it, hojas blancas, imágenes, diagramas de la experiencia, fotografías.
Qué necesita:	Papel, cartulina, cajas de cartón, pegantes, pistola de silicona, cintas, marcadores, colores, pinturas, pinceles, reglas, tijeras, cocedora y demás elementos que les permita construir la idea seleccionada.

Resultados del instrumento:

Mapa conceptual, selección de ideas.

Tiempo de duración: 4 a más participantes. Duración 4 horas.

Testear

Quinta fase del design thinking, se obtiene información del usuario por medio del prototipo, con las apreciaciones, se modifica, y se vuelve a probar hasta cumplir el objetivo. Es importante porque se hacen los cambios directos sobre el objeto y nuevamente se vuelven a probar.

Se debe pensar:

- 1 Cómo evolucionar la propuesta.
- 2 Analizar nuevas vías
- 3 Contemplar nuevas opciones sobre el objeto

Momento de divergencia.

Herramienta Entrevista Testeo: 1 hora, participantes 1-3 por equipo.

Qué es: con el prototipo construido podrá obtener comentarios de los usuarios, esta información le permite adaptar de manera continua el prototipo. Esta etapa es de validación, ya que no se trata de juzgar la idea sino de mejorarla.

Cree un entorno para facilitar una buena conversación abierta frente a su prototipo

Datos del instrumento:

Entrevista para testeo, esta es similar a las entrevistas que se han venido aplicando, el objetivo de esta entrevista es aprender que piensan los usuarios acerca del prototipo (producto).

Liste preguntas claves, qué datos está buscando:

Puede describir qué lo motiva más de esta idea y por qué?

Si le cambiara algo, que sería?

Que le gustaría mejorar de la idea?

<p>Seleccione los participantes: Nombre del participante: Por qué se quiere los comentarios de esta persona?</p>	
<p>A tener en cuenta: Cuando vaya avanzando tenga en cuenta: Qué es lo más importante que ha aprendido para mejorar la idea? Qué dudas ha generado de la idea? Cómo puedo convertirla en una pregunta? Cree un entorno. Seleccione los participantes para la retroalimentación. Construya preguntas abiertas</p>	
Consejos:	Manténgase neutral, obtenga comentarios rápidos, adáptese al momento, invite a la honestidad.
Qué necesita:	<ul style="list-style-type: none"> - Plantilla de entrevista - Grabadora - Prototipo
<p>Resultados del instrumento: Informe de los datos suministrados por la retroalimentación</p>	
<p>Tiempo de duración: 2 horas</p>	

<p>Herramienta Datos Retroalimentación: 2 horas, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.</p>
<p>Qué es: es una herramienta importante ya que les permitirá desarrollar la idea, pueden surgir confusiones o frustraciones respecto a los comentarios. Ordenen las respuestas y prepárense para una segunda iteración. Sintetice.</p>

Esta herramienta le permite discutir sobre que salió bien y que podría mejorar en su prototipo.

Comparta con su equipo la información de cada prueba para que el aprendizaje sea fresco.

Datos del instrumento:

Dónde probó el prototipo? _____

Cómo probó el prototipo? _____

Qué estaba probando? _____

Lo Bueno:

Qué lo emocionó? _____

Qué valoraron las personas? _____

Lo malo:

Que no funcionó? _____

Sobre que hubo mas observaciones para mejorar? _____

Que fue lo inesperado:

Qué fue sorprendente? _____

Paso algo inesperado? _____

Agrupe la retroalimentación: Agrupen las retroalimentaciones en notas adhesivas.

Qué fue positivo?

Qué dudas surgieron?

Qué sugerencias encontraron?

Algo nuevo a tener en cuenta?

Cuáles son los nuevos pasos para desarrollar el próximo prototipo, trabaje con los tres más importantes

A tener en cuenta:

Consejos:

No pierda el objetivo de la iteración, maneje datos frescos y memorables

Qué usted necesita:

- Post-it

	<ul style="list-style-type: none"> - Marcadores - Cámara
<p>Resultados del instrumento: Construya mapas conceptuales respecto a la retroalimentación</p>	
<p>Tiempo de duración: 1 hora</p>	

<p>Herramienta Evaluar: 1 hora, participantes 4-6 por equipo, facilitadores 1-3.</p>					
<p>Qué es: permite revisar los prototipos y sobre los mapas mentales resultado de la retroalimentación, esto lo volverá a llevar sobre el prototipo para iterar nuevamente, con el fin de mejorar la experiencia con el usuario, es poner a consideración las observaciones para mejorar, volver a testear para llegar a resultados</p>					
<p>Datos del instrumento: Liste preguntas para evaluar Qué es lo más importante para mejorar la idea? Qué le causa inseguridad? Qué suposiciones encontró? Vuelva a probar y evalúe: Liste tres preguntas, califique de 1 a 5, donde 1 es menos y 5 es más, saque el porcentaje</p>					
	malo				bueno
Pregunta 1	1	2	3	4	5
Pregunta 2					
Pregunta 3					
<p>Total:</p>					

A tener en cuenta: piense en los recursos para evaluar, organice el tiempo	
Consejos:	Integre y mejore el prototipo, considere las mapas conceptuales para mejorar la experiencia con el usuario
Qué necesita:	- Pliego para crear la actividad
<p>Resultados del instrumento:</p> <p>Responda en equipo las siguientes preguntas:</p> <p>Qué es factible, deseable y viable?</p> <p>Qué responde mejor al desafío a partir del testeo y evaluación?</p> <p>Qué favorece más el reto de diseño original?</p> <p>Qué quedó por resolver?</p>	
Tiempo de duración: En acuerdo con el equipo	

Fuente: Elaboración propia

Anexo K

Formato de Autorización Empresarial

Bogotá D.C, Octubre 25 de 2020

Señores,
Comité de Trabajos de Grado Universidad EAN
Ciudad

Respetados señores,

Por medio de la presente nos permitimos autorizar a VICTORIA ANGELICA QUINCHE RAMÍREZ, identificado con cedula de ciudadanía 51984541, estudiante del programa de maestría GERENCIA ESTRATEGICA DEL DISEÑO de la Universidad EAN, para que realice en nuestra organización MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA, su trabajo de grado titulado: CAJA DE HERRAMIENTAS PARA EL CO-LABORATORIO DE CREACIÓN Y MEMORIA “LA ESQUINA REDONDA” (PROYECTO DEL MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA-FUGA) bajo la modalidad de trabajo dirigido.

Como empresa nos comprometemos a brindar la información requerida para adelantar este proyecto académico, así mismo, autorizamos que el documento resultado de este trabajo sea publicado en el repositorio documental Minerva de la Universidad EAN.

A continuación, relacionamos los datos de la persona que será el contacto designado por la empresa.

ANDRÉS GÓNGORA
CURADOR JEFE COLECCIÓN ETNOGRAFÍA
MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA
agongora@museonacional.gov.co

Cordialmente,



ANDRÉS GÓNGORA
CURADOR JEFE COLECCIÓN ETNOGRAFÍA
MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA.
PBX: (+571) Ext. +57(1) 381 6470