



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

POSGRADO EN DISEÑO INDUSTRIAL

MÉTODOS PARTICIPATIVOS PARA DISEÑAR SERVICIOS CULTURALES
CASO DE ESTUDIO APLICADO A LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD

TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

MAESTRA EN DISEÑO INDUSTRIAL

PRESENTA:

ESTRELLA FLORES SÁNCHEZ

TUTOR PRINCIPAL

MDI. ERIKA CORTÉS LÓPEZ – FACULTAD DE ARQUITECTURA

MIEMBROS DEL COMITÉ TUTOR

DR. OSCAR SALINAS FLORES - FACULTAD DE ARQUITECTURA

MDI. GUILLERMO GAZANO IZQUIERDO - FACULTAD DE ARQUITECTURA

MTRO. ANGEL GROSO SANDOVAL - FACULTAD DE ARQUITECTURA

MDI. MARGARITA LANDÁZURI BENÍTEZ- FACULTAD DE ARQUITECTURA

MÉXICO, D.F. ENERO 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

MÉTODOS PARTICIPATIVOS PARA DISEÑAR SERVICIOS CULTURALES

CASO DE ESTUDIO APLICADO
A LAS PERSONAS DE LA
TERCERA EDAD

Tesis para obtener el grado de maestra
en Diseño Industrial presenta:

Estrella Flores Sánchez.

Posgrado en Diseño Industrial
Universidad Nacional Autónoma de México
México 2013



Director de Tesis:

MDI. Erika Cortés López

Sinodales:

Dr. Oscar Salinas Flores

MDI. Guillermo Gazano Izquierdo

MTRO. Angel Groso Sandoval

MDI. Margarita Landázuri Benítez

Dedicatoria

Le dedico esta tesis a mi familia por su apoyo y amor incondicional que me han demostrado a lo largo de todo mi vida.

Agradecimientos

Agradezo a la UNAM y al CONACYT por apoyarme en mis estudios a través de la beca; sin ella, no hubiera vivido tantas experiencias tan importantes para mi desarrollo y mi tesis.

A todos mis profesores, en especial a los que estuvieron conmigo desde el inicio de esta Maestría, de los cuales aprendí las cualidades que requiere un investigador y profesional del diseño; pero sobre todo, a ser una persona íntegra y fiel a sus principios.

A mis compañeros de generación porque gracias a su entusiasmo, entrega y dedicación hicieron el camino enriquecedor y agradable. Fueron ellos una gran motivación constante durante estos últimos años.

Gracias a Dios y al apoyo de mi familia hoy concluyo otro sueño muy importante en mi vida.

ÍNDICE

1 INTRODUCCIÓN

Problemática

Objetivos

Resultados esperados

2 CONFORMANDO AL DISEÑO DE SERVICIOS

Complejidad

Diseño

Servicios

Diseño de Servicios

Definición de Cultura

Servicios Colaborativos Culturales

Aportes de las Ciencias Sociales al Diseño de Servicios

Diseño Participativo

3 CASO ESTUDIO -Métodos Participativos para diseñar servicios culturales

Personas de la Tercera Edad

Situación Mundial

Situación en México

Contexto

Problemática Cultural

Metodología
Implementación
 Diagnóstico
 Co-descubrir
 Co-diseñar
 Co-desarrollar

4 ANÁLISIS COMPARATIVO CON FINLANDIA

Comparativo “Caso Finlandia”
 Problemática Cultural
 Ejemplos de Servicios Culturales
Propuesta de modelo de Servicios Colaborativos Culturales
Conclusión

Anexos

Bibliografía

1

Introducción

La necesidad de trabajar con el tema de Diseño de Servicios, diseñados con métodos participativos, tiene sus raíces en situaciones que no sólo se discuten en el área de Diseño sino que concierne a muchas otras disciplinas, áreas de investigación y prácticas, por lo cual se consideran para el presente trabajo.

Los objetivos y resultados a encontrar, ayudarán a consolidar y dar forma al Diseño de Servicios como producto de la disciplina diseño, ya que es una área en crecimiento con posibilidad de resolver los retos actuales con enfoques diferentes, dando soluciones de mayor aceptación en la sociedad, para lo cual es primordial entender los beneficios, métodos y herramientas que se abordan en este trabajo de investigación.

INTRODUCCIÓN

PROBLEMÁTICA

En el mundo del diseño actualmente existe una polarización entre el diseño enfocado hacia las tendencias globales y el diseño dirigido hacia las tendencias locales. Hace ya más de 30 años, Victor Papanek apuntaba las responsabilidades del diseñador hacia las necesidades sociales y medioambientales.¹ Estas responsabilidades sociales y ambientales hoy se desarrollan en muchos proyectos de diseño a diferentes niveles, local y global.

En relación a estas necesidades, la mayoría de los diseñadores en los ochentas no se involucraban directamente en proponer soluciones a los problemas sociales y medioambientales, estos eran complementarios a su trabajo, es decir, se aplicaban los conceptos de dichos temas, como un valor agregado a los productos diseñados, por ejemplo usando materiales menos dañinos al medio ambiente, pero sin buscar o entender el panorama completo del problema medioambiental como directriz en un proyecto.

Esta situación ha venido cambiando drásticamente y a principios del siglo XXI,

¹ Papanek, V. J., (1985) *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, 2a ed. Londres: Thames y Hudson

ya podemos hablar de esta polarización que existe en los mercados del mundo, en donde un grupo considerable de diseñadores se preocupa directamente por estas tendencias locales que tiene su enfoque en las necesidades sociales y medioambientales, siguiendo un modelo de cambio con una visión bottom-up (abajo-arriba)² o ascendente, por el contrario, en las tendencias globales el cambio se da de arriba-abajo o descendente, guiados en primera instancia por sistemas de mando o jerarquías y en segunda por enfoques de mercado tradicionales con el objetivo de producir de manera industrial.

Lo anterior nos lleva a profundizar en estos dos polos opuestos, lo local y lo global:

La globalización a finales del siglo XX era una meta para muchos países desarrollados así como emergentes, estos países han venido enfocando sus esfuerzos hacia dicho fin aunque los resultados no son todos positivos y se observa la emergencia de inequidad social, en relación a la diferencia de salarios afectando la calidad de vida³, así como el desequilibrio medioambiental, entre muchos otros efectos.

“El problema de la globalización tiene que ver con su discurso holístico en el que las partes de la totalidad pierden relevancia, con lo cual desaparece lo diverso y lo heterogéneo, predominando la homegeneidad. Se construye así una totalidad

2 Johnson S., “*Sistemas Emergentes*” o que tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software, Turner, FCE, 2001. En el libro se examina la conducta ascendente o bottom-up en la formación de moho de fango y también en la formación de barrios urbanos, estos sistemas resuelven problemas recurriendo a masas de elementos relativamente no inteligentes en lugar de hacerlo recurriendo a un solo “brazo ejecutor” inteligente, el libro deja de lado analizar la emergencia, hecho comprobado científicamente para dar paso a la generación de la emergencia artificial, el autor especula un futuro donde los movimientos políticos y las experiencias se formen en su mayoría a través de fuerzas ascendentes y no descendentes.

3 Klein, N., “*No logo: Talking Aim at the Brand Bullies*, New York, Picador, 2000, 2a edición. En el libro se encuentra una recopilación y exploración del panorama de injusticia social y violación de los derechos humanos al profundizar en empresas multinacionales y como las marcas dirigen el mercado global.

vacía: el mundo global.”⁴

En la misma línea donde el objetivo de la globalización es el conocimiento del todo, lo mismo sucede con el análisis donde se pretende ser capaz de explicar y comprender la totalidad como si fuera la finalidad última, es decir existe una similitud entre las exigencias de estos dos conceptos, siendo una meta a alcanzar.

Así como se observa este sesgo en el estudio de la totalidad, sucede lo mismo en el estudio de lo fragmentado con los mismos resultados, lo particular y lo diverso es lo más importante y no lo que organiza a estos aspectos singulares, es decir, tomar cualquiera de estos dos caminos significa dejar de lado el otro y por el contrario lo inverso. Ninguno de los dos es mejor que el otro ni es lo ideal.

En esta era de globalización o era post-industrial⁵ la sociedad es cada vez más compleja, un punto central es que los consumidores ya no son pasivos sino co-creadores de los productos y experiencias por lo que sus exigencias son cada vez más demandantes. Dichas exigencias requieren un cambio en la producción de bienes, a la provisión de soluciones sistémicas basadas en conocimiento, dichas soluciones consisten en un sistema que englobe productos y servicios.

OBJETIVOS

El objetivo principal es proponer un modelo (sistémico) integral para diseñar servicios colaborativos culturales, con base en el diseño participativo.

4 Osorio, J.(2001) *Fundamentos del Análisis Social, La realidad social y su conocimiento*, México. Fondo de Cultura Económica p 12

5 Can you design a service? (2009) El término “post-industrial society” lo menciona la empresa 1508 de Dinamarca en una publicación del Se habla del cambio de paradigma en el que nos encontramos de ser una sociedad agrícola e industrial basada en la producción de bienes a una sociedad post-industrial, el cambio de comunidades estables y bien definidas, a comunidades con necesidades constantes de recreación en roles e identidad.

Para lograr dicho objetivo se toman en consideración las siguientes preguntas de investigación:

¿Cómo integrar a los participantes en el proceso de diseño de servicio para lograr óptimos resultados?

¿Qué se requiere para que el servicio sea aceptado en la sociedad?

¿Cómo entienden, perciben y experimentan los usuarios las diferentes etapas del proceso de diseño de servicios, (los servicios en sí mismos)?

¿Cuáles son los elementos bases que constituyen un servicio colaborativo?

¿Qué elementos se requieren para un diseño integral en los servicios colaborativos?

Este trabajo pretende analizar en todas sus dimensiones, culturales, sociales, económicas, a un grupo desfavorecido y muchas veces relegado en nuestra sociedad mexicana: las personas de la tercera edad. Para de ahí poder trabajar en participación con ellos y diseñar un servicio cultural colaborativo, para esto será necesario determinar ¿Desde que visión se logra el mejor análisis? para esto se debe estudiar al grupo desde una visión integradora tomando por un lado, lo holístico o la totalidad y por el otro, lo fragmentado o las partes.

“La idea de unidad compleja va a tomar densidad si presentimos que no podemos reducir el todo a las partes, ni las partes al todo, ni lo uno a lo múltiple, ni lo múltiple a lo uno, sino que es preciso que intentemos concebirlo juntos, de forma a la vez complementaria y antagónica, las nociones del todo y de las partes, de uno y de lo diverso.”⁶

Visto como un actor social en una escala local, el grupo de la tercera edad se desenvuelve y lleva a cabo un cambio para mejorar su situación; desde este análisis se trabajará sobre la tendencia local de cambio, donde es posible participativamente generar un escenario, en este caso particular, un servicio con una

6 Morin, E., “El Método El conocimiento del conocimiento”, p 144.

conducta ascendente (abajo-arriba), aceptado, usado y fortalecido por las personas mayores.

Es evidente que este grupo se enfrenta a nuevos problemas que emergen a nivel local, generándoles retos, Nicola Morelli menciona al respecto de los nuevos problemas: “Estas nuevas situaciones demandan soluciones de alto valor social y cultural. Esta es una oportunidad incapaz de aprovecharse por la corriente dominante de la producción globalizada.”⁷

Como lo menciona Morelli, es difícil que las empresas grandes con una cultura de globalización provean de soluciones locales y además valoradas de manera individual por las personas, porque su plan de negocios muchas veces no se adapta a pequeñas comunidades con necesidades específicas.

Este tipo de investigación que requiere de un caso estudio práctico para comprobar la hipótesis, tiene en su naturaleza algunos puntos que se necesita tener presentes, basados en la propuesta de Emile Durkheim a los científicos sociales: una serie de principios que deben guiar toda investigación con el objetivo de evitar elementos interpretativos, subjetivos o metafísicos.

1. Es preciso evitar sistemáticamente todas las prenociones.
2. Definir las cosas que trata para saber lo que ha de ocuparse.
3. Evitar los datos sensibles, que se inclinan a identificarse demasiado con la personalidad del observador para retener exclusivamente aquellos que representan un grado suficiente de objetividad.

Sobre estos principios, es necesario que la investigación sea lo más objetiva posible, es decir, que el investigador logre adentrarse en el contexto, y relacionarse profundamente con las personas, pero al mismo tiempo lograr desprenderse

⁷ Morelli, N., (2007) *Social Innovation and New Industrial Contexts: Can Designers “Industrialize” Socially Responsible Solutions?*, MIT, Design Issues, Vol 23 (4)

emocionalmente de las situaciones para estudiarlas como un sistema complejo de manera objetiva.

Durante la fase de diseño participativo del servicio es necesario mediar entre lo objetivo y subjetivo, considerar que la parte subjetiva ayuda a tener un contacto directo entre el investigador y la realidad que se pretende diagnosticar. En cuanto a lo objetivo este enfoque permite la imaginación, la creatividad y el ingenio. Por lo anterior debe existir un equilibrio entre lo objetivo y lo subjetivo, de modo que no se excluya ni uno ni lo otro.

A partir de estos enfoques mencionados en los párrafos anteriores es que se parte para realizar el caso estudio, donde el consumidor ya no es pasivo pero co-productor activo de sus propios valores. Con ello se pretende encontrar los elementos que a lo largo del proceso del diseño del servicio ayuden a mejorar la participación de los usuarios y a generar el cambio.

Cabe enfatizar que los elementos metodológicos que se encuentren en el trabajo de investigación permiten entender mejor el proceso de innovación social para diseñar un servicio.

Puesto que cuando se diseña acciones, sistemas o producto-servicio sistemas (PSS), este campo requiere expandirse e involucrar a los expertos en factores humanos, a la vez que se requiere de la ayuda de los métodos, teorías y herramientas de las ciencias sociales, como pueden ser la antropología, el trabajo social o la sociología. (dichos temas se desarrollaran más a detalle en el capítulo 2).

Las ciencias sociales tienen como objeto de estudio al sujeto, éstas tienen una larga tradición histórica sobre la cual se han construido teorías y métodos. Formando una base sólida desde donde parte su estudio. Es necesaria su comprensión para realizar el presente trabajo, ya que son de utilidad si se requiere entender como trabajar y activar al sujeto dentro de su comunidad.

El caso de estudio es útil para probar diferentes métodos participativos para diseñar un servicio que innove socialmente al responder a necesidades locales, por tanto el caso estudio debe proporcionar criterios y modelos que expliquen con mayor claridad como llevar a cabo un diseño de servicio colaborativo cultural en donde los actores fungen como co-productores.

RESULTADOS ESPERADOS

La correcta implementación del diseño de servicios en nuestra sociedad es una alternativa que tienen los diseñadores industriales para resolver problemas actuales y futuros de diversa naturaleza que enfrenta nuestra sociedad, de manera eficiente, hacia formas de vida más sustentables, con soluciones a largo plazo.

Con el desarrollo de este proyecto de maestría se pretende avanzar en esta práctica difundiendo el diseño de servicios, mostrando su viabilidad a las comunidades educativas de diseño, empresas privadas y administraciones públicas con la propuesta de Servicio Colaborativo Cultural desarrollado en el Caso de Estudio del presente trabajo de investigación, así como el proceso participativo para la creación de dicho servicio.

2

CONFORMANDO EL DISEÑO DE SERVICIOS COLABORATIVOS CULTURALES

El capítulo dos desarrolla la definición de Servicios Colaborativos Culturales a partir de varios conceptos y temas que a lo largo de la investigación y acercamiento al Diseño de Servicios se perciben como relevantes para conformarla.

Se requiere tener claridad en cuanto a los componentes antes de empezar el proceso de diseño del caso de estudio, evitando dejar fuera aproximaciones importantes sin las cuales no obtendríamos el resultado óptimo.

CONFORMANDO EL DISEÑO DE SERVICIOS COLABORATIVOS CULTURALES

COMPLEJIDAD

Existen algunas consideraciones para poder entender el surgimiento del diseño de servicios como disciplina dentro de nuestra sociedad, pero también como área de investigación y práctica dentro de la disciplina de diseño mundial, con un auge mayor en investigación de diseño de servicios en países europeos, como Inglaterra, Alemania, Italia y los países nórdicos como Finlandia, Suecia y Dinamarca, así como en países asiáticos y Australia.

Aunque muchos otros países lo llevan a la práctica, el diseño de servicios en lo que respecta al área de investigación, es muy poco explorada, por su reciente formación que data desde hace menos de 30 años.

El surgimiento e interés por el funcionamiento de los servicios se remonta al cambio de paradigma dentro del campo de estudio que existe en las ciencias duras, el cuál ha sufrido un cambio de enfoque, del estudio de particularidades,

como puede ser la célula o el átomo, ejemplo de un pensamiento dentro del paradigma de la simplificación a estudiar las interacciones de las células dentro de otro paradigma: el de la complejidad, para entender mejor esto Atlan⁸ asegura “no estamos constituidos por células, estamos constituidos por las interacciones entre esas células”

El conocimiento especializado que se tenía por las ciencias hasta la mitad del siglo XX, se basaba en la reducción del conocimiento de un todo al conocimiento de las partes que lo componen, cuando el poder conocer la organización de un todo produce cualidades nuevas en relación a las partes consideradas aisladamente.

En la segunda mitad del siglo XX empieza un cambio de lo especializado a entender las cualidades y relaciones de lo estudiado de forma especializada, Edgar Morin es uno de los autores que define lo Complejo, como: “lo que está tejido en conjunto”⁹ se busca distinguir, pero sin desunir, es religar, contextualizar y globalizar, pero teniendo la capacidad de reconocer lo singular y lo concreto, a diferencia de la simplicidad que no entiende el conjunto sino por el contrario ve a lo uno y ve a lo múltiple por separado, pero no puede ver que lo uno puede al mismo tiempo ser múltiple.

La palabra complejidad por si misma resulta ser una palabra problema que expresa la incapacidad de definir de manera simple las ideas, si se busca en el diccionario se ve la problemática ya que se define como algo complicado o difícil.

A continuación se muestra un esquema (Fig.1) que contrasta estos dos pensamientos el simple y el complejo así como sus características principales para entender cuales son sus desventajas y ventajas para afrontar los problemas de una u otra manera.

8 Atlan, H., (1990) Biólogo, precisa que somos interacciones entre las células, que no son ladrillos unos a lado de otros sino una constante interacción que lograr sostener un muro.

9 Morin, Edgar, “Introducción al pensamiento complejo”, Editorial Gedisa

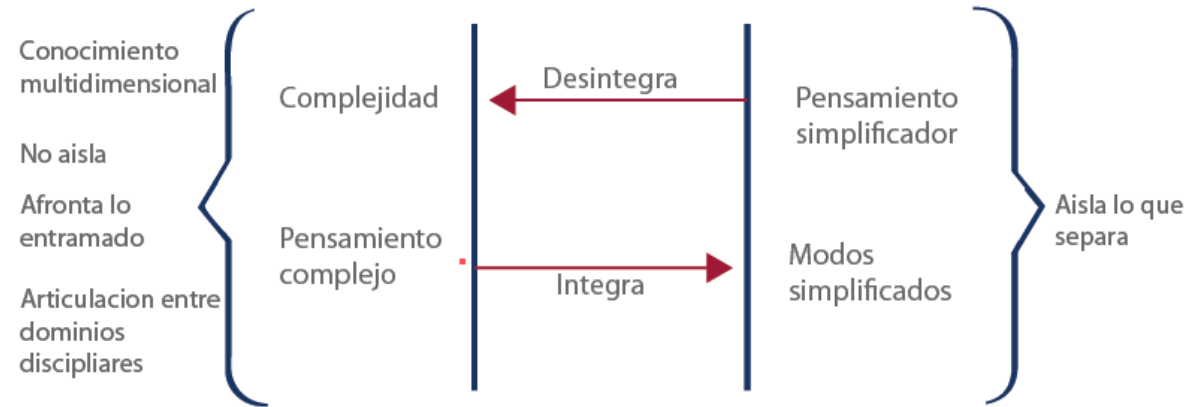


Fig.1 Esquema comparativo entre las características del pensamiento complejo y simple. Elaboración propia.

Este entendimiento de cambio de enfoque de lo simple a lo complejo en la investigación de las ciencias duras se ha propagado a otros campos de conocimiento, como por ejemplo a la disciplina de diseño.

En sus inicios el enfoque de estudio y práctica del diseño se dirigía a objetos aislados, a personas específicas, en lugares concretos, con actividades precisas, desde hace más de una década muchos teóricos en el diseño escribieron acerca de este cambio donde el quehacer del diseñador radica en la organización total del entorno; para Margolin el entorno; es todo lo que rodea al producto y se vuelve parte de su identidad y valor.¹⁰

Ahora entonces como menciona el biólogo Henri Atlan, nuestra existencia y adaptación en el mundo es gracias a la interacción entre células, porque sin ellas no tendrían un efecto en nuestro organismo, son en su conjunto y por sus relaciones lo que las vuelve importantes, al respecto Morin menciona "... en el plano de la organización del conjunto emergen cualidades que no existen en las partes, conocemos las partes lo que nos permite conocer mejor el todo pero el

¹⁰ Margolin, V., (1995) *Expanding the Boundaries of Design: The product environment and the New User.*, The idea of Design, MIT Press,

todo permite conocer mejor las partes”¹¹

Así en el diseño de servicios, existe la necesidad de un pensamiento complejo, para enfrentar la problemática de la organización de la que habla Edgar Morin.

Esta frase es de suma importancia para el proyecto, por un lado parece sencillo y entendible pero la importancia radica en llevarlo a la práctica en diferentes áreas. Por ejemplo si conoces al individuo entonces puedes conocer a la sociedad, y viceversa, si conoces a la sociedad puedes conocer mejor al individuo. Esto es así porque visto de otra manera, el individuo está presente en la sociedad y la sociedad presente en el individuo. La cultura interviene en este ir y venir de individuo a sociedad. Morin escribe: “Es necesario examinar lo complejo de entrada y moverse luego de lo complejo a sus elementos y procesos básicos,”¹² es decir, al tener un acercamiento a una problemática de diseño es necesario examinar el todo porque incluye vínculos con otras cuestiones y es la relación con estas otras cuestiones lo que lo vuelve complejo.

Para entender mejor este punto, veamos un ejemplo; la empresa Danesa 1508 se dio a la tarea de analizar el caso de un jardín de niños desde otra perspectiva y descubrió que un problema radicaba en que los padres no saben exactamente que se le esta enseñando a su hijo, esto sucede porque su único acercamiento es lo que le comenta su hijo.

Existen entonces otros elementos involucrados y es necesario presentar a los padres, como por ejemplo: proporcionarle una interacción mayor con las instalaciones, con el personal, con los profesores, el material de trabajo, etc., es decir, se dieron cuenta de que el padre es un actor dentro de una red de muchos actores que, en conjunto y en una buena red, podrían dar a conocer detalladamente a los padres todo lo que quisieran saber sobre la educación que su hijo está recibiendo.

11 Morin, E., (1998) “Introducción al Pensamiento Complejo”, Editorial Gedisa,

12 Morin, E., (1998) “Introducción al pensamiento complejo”, Editorial Gedisa

Con el ejemplo anterior nos damos cuenta de la importancia de examinar los problemas desde la perspectiva de lo complejo, ya que en este caso del jardín de niños, que en una red de elementos con características particulares, que en su conjunto y al momento de uso logran un fin, si se comprende un elemento de la red del servicio, en su relación con todos los otros y en oposición a ellos de esta manera, como elemento autónomo se entiende el servicio y su funcionamiento.

Es necesario entender los actores particulares, es decir, en este ejemplo incluye a los padres de familia, hijos, maestros y directores, para de ahí poder entender y diseñar la plataforma para propiciar relaciones entre ellos que resuelvan sus inquietudes dentro del jardín de niños.

Si entendemos perfectamente un solo elemento de servicio, analizando la secuencia de uso en sí mismo, entonces se puede extraer un diagrama que lo explique y percibirlo como algo simple, teniendo presente lo que menciona Gastón Bachelard “Lo simple no existe solo lo simplificado” Para entender un servicio es importante abstraer las partes construyendo en referencia a un contexto, en el cual se articula y se organiza que al sumarse, el todo vuelve interesante su funcionamiento.

El concepto de Recurrencia Organizacional ayuda a entender este punto, Edgar Morin escribe que las interacciones entre las personas las produce la sociedad pero es la sociedad la que produce al individuo.

El estudio entonces debe ser multifacético. Como nos muestra la Fig. 2, el individuo tiene varias facetas en un contexto, en la sociedad, pudiendo o no, cambia sus facetas dentro de los diferentes ámbitos, sin embargo es necesario analizarlas para diseñar el servicio.



Fig. 2 El ser humano parte de un contexto. Realización propia.

Dentro del paradigma de la complejidad se tiene como sustento tres teorías que la sostienen:

- Cibernética - máquinas autónomas, idea de retroalimentación (feed-back)
- Informática - herramienta que permite tratar la incertidumbre y lo inesperado.
- Teoría de los sistemas –

Una mejor explicación para esta última teoría es la aportación hacia los servicios, ya que estos son sistemas compuestos por partes, Bertalanffy desarrolló la teoría de los sistemas en el año 1968 y menciona: “el todo es más que la suma de las partes”¹³; es decir, existen cualidades emergentes que nacen de la organización de un todo y que pueden retroactuar sobre las partes. En los servicios las interacciones que se dan entre los diferentes actores retroactúan sobre cada uno de ellos a nivel individual, haciendo que la parte, en este caso la persona que lo ocupa o la que lo ofrece, sea beneficiado por el todo a nivel personal.

Contrariamente al argumento anterior se menciona que “el todo es igualmente menos que la suma de las partes” las partes pueden tener cualidades que son inhibidas por la organización del conjunto. Dicho de otra forma cuando se diseña un servicio, es necesario estudiar todas las cualidades que presentan las partes,

13 Bertalanffy, L. V., (1976) *Teoría general de los sistemas*, Fondo de Cultura Económica.

todas sus posibilidades múltiples, con objeto de evitar, en la medida de lo posible, que sean inhibidas por el todo, que se puedan explotar y aparezcan en el servicio.

Estos dos puntos aparentemente opuestos explican la importancia del todo sobre las partes y de las partes sobre el todo, es un ir y venir para no pasar por alto características en el caso de estudio que le puedan ser útiles, ya sea del todo o de alguna parte.

Al respecto Edgar Morin enfatiza,

“El pensamiento complejo consiste en una ida y vuelta incesante entre certezas e incertidumbre, entre lo elemental y lo global, entre lo separable y lo inseparable.”¹⁴

Las tres teorías mencionadas anteriormente se autoorganizan y autoproducen, propiedad característica de los sistemas complejos, estos términos traen consigo incertidumbre, ya que si algo se autoorganiza, aumenta su complejidad sin ser guiado por ningún agente externo. Dicha característica la encontramos en los servicios si los consideramos una conformación en donde las personas son la prioridad, porque por ejemplo, a diferencia de las máquinas artificiales, éstas se desgastan desde el momento en que comienzan a funcionar, a la inversa de las máquinas vivas, las cuales tienen la propiedad de desarrollarse, reproducirse y autorregenerarse. Es necesario, por lo tanto, tomar en cuenta la autoorganización que puede darse en los servicios colaborativos ya que son co-producidas por varias máquinas vivas.

Es relevante tomar algunas consideraciones de este tipo de máquinas, en relación a su comportamiento dentro del pensamiento complejo.

- La máquina trivial es la que cuando conocemos todos sus inputs, conoce-

14 Morin, E., *Introducción al pensamiento complejo*, Editorial Gedisa

mos todos sus outputs. Nosotros somos también máquinas triviales, se pueden predecir los comportamientos aunque existen excepciones y en momentos de crisis la máquina se vuelve no trivial.

- A partir de estas afirmaciones podemos inferir que las sociedades son máquinas no triviales.
- Prepararse para lo inesperado
- No olvidar que la realidad es cambiante, que lo nuevo puede surgir y de todos modos va a surgir.

A partir de estos conceptos encontramos la paradoja de Von Neumann en la diferencia entre la máquina viviente (auto-organizadora) y la máquina artefacto (simplemente organizada)¹⁵, en este caso los servicios deben tener más características de una máquina auto-organizada ya que sus elementos que lo constituyen y los actores, se renuevan y cambian, pero la función del todo permanece similar, y la máquina artefacto donde los objetos- productos, se construyen por elementos fiables, pero basta una alteración en uno de sus componentes para que el conjunto se trabe y deje de funcionar como en el caso del motor que requiere del mecánico para funcionar de nuevo.

DISEÑO

Definir el diseño es una tarea constante dentro de la disciplina, lo cual obedece a que el mundo cambia a través del tiempo, no es estático, ante este hecho irrefutable, se diseña en base a las necesidades del momento en el que se vive y las definiciones por resultado son un reflejo de la situación imperante.

La definición de diseño a principios del siglo XIX se enfocaba a problemas relacionados con la era industrial. En 1957 el ICSID (International Council of Societies

¹⁵ Neumann, (1996) Von J, *Theory of Self-Reproducing Automata*, University of Illinois Press, Urbana.

of Industrial Design) define por primera vez diseño como profesión:

“Un diseñador industrial es una persona que se cualifica por su formación, sus conocimientos técnicos, experiencias y sensibilidad que determina los materiales, estructura, mecanismos, forma, tratamiento superficial y vestido de los productos fabricados en serie”¹⁶

Esta definición estaba enfocada al producto y no al usuario, es interesante el sustento para diferenciarla de la profesión de ingeniería industrial, en cuanto a forma y tratamiento, sin incluir la ergonomía, ya para 1969 se agregan otros elementos a la definición de “diseño industrial”.

“El diseñador industrial debe procurar que los objetos sean lo más económicos y eficientes posible, que sean prácticos y cómodos para el usuario y para el que los manipula; que produzcan un estímulo tanto estético como modesto, ...”¹⁷

Se amplia la definición de diseño, incluyendo la ergonomía, aspectos económicos, estéticos, aunque la limita a una estética en particular con el fin de racionalizar la forma hacia la elegancia pero sin ostentación extrema además de una disciplina que mejora los objetos al incorporar la palabra eficiente.

Durante la década de los sesenta se empieza a definir como una actividad innovadora, pero superficial, en cuanto a lo estético y no-técnico, poco racional, a diferencia del ingeniero. Este último punto representa una característica que teóricamente limita la percepción de la definición del diseño para muchas disciplinas, enmarcándola en los aspectos formales, similar a lo que se le conoció como styling en los años veinte “Primero la forma, después la función”, dejando de lado dimensiones: económicas, sociales, ergonómicas, éticas y ambientales, que se encuentran en la definición actuales.

¹⁶ Bonsiepe, G., (1978) *Teoría y práctica del diseño industrial* Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1978

¹⁷ Ibid

A partir de la segunda mitad del siglo XX la definición de diseño se enfoca a problemas de una sociedad post-industrial, donde la economía ya no está basada exclusivamente en la producción y venta de objetos materiales tangibles, sino cada vez más, en servicios y conocimiento, es decir, en lo inmaterial.

Esta nueva era post-industrial algunos la identifican como economía del conocimiento, en lo que se refiere a las economías industrializadas avanzadas, en 1970 la inversión de las compañías en Inglaterra en intangibles era del 40 % de su inversión en tangibles, en el 2010 este dato se triplicó llegando al 120 %.¹⁸

Algunos teóricos y diseñadores definen al diseño de una manera amplia donde se incluyen actividades y servicios como parte de su definición; estos servicios, sistemas y actividades son parte indispensable de la definición del diseño. El mundo desarrolla e invierte cada vez más en intangibles ya sea (diseño, liderazgo, entrenamiento a empleados, investigación, conocimiento, etc), como parte de la estrategia, no sólo de empresas sino de naciones para lograr el éxito.

A continuación se presentan algunas definiciones que muestran esta actualidad en la que nos encontramos y la describen con algunas similitudes y diferencias, algunos definen el diseño con más especificaciones y otros lo dejan más abierto.

La que leemos de Richard Buchanan en “Wicked problems in design thinking”, de 1995, establece el diseño como un arte liberal y una disciplina integradora. En este artículo, Buchanan propone 4 áreas u órdenes dentro del Diseño:

- Combinaciones simbólicas y visuales
- Diseño de objetos materiales
- Diseño de actividades y servicios organizados
- Diseño de sistemas complejos, (lugares para vivir, trabajar, jugar, aprender)

18 HMT (2007) Inversión intangible y productividad de Inglaterra. Working Paper (1)

Estas áreas se entrelazan con la problemática de nuestra sociedad, por lo tanto el quehacer del diseñador se extiende a muchas esferas dentro de la misma, además dichas áreas interconectan y funcionan tanto separadas como en conjunto, dependiendo de la propia necesidad.

También encontramos la definición de Herbert Simon:

“Everyone design who devises courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones”.¹⁹

En esta definición Herbert no usa la palabra producto sino situación, donde no se limita la actividad del diseñador a objetos tangibles sino a muchas otras situaciones que pueden incluir intangibles, es decir, abarcar un mayor número de posibilidades de cambio en el mundo; como Herbert menciona, la actividad intelectual que produce artefactos materiales, no es diferente de la que crea nuevos planes de venta de una compañía o una asistencia social de la policía para el estado, así mismo interpreta Herbert la definición de diseño, como el núcleo de todas las profesiones y la marca que las distingue de las ciencias.

Aunque esta definición de Herbert se generaliza, no solo para el diseño, sino para otras áreas, se muestra otra perspectiva para definir el diseño, la cual ayudó a cambiar el concepto que se venía manejando desde la era industrial, donde se limitaba a definir al diseño, como diseño industrial. Herbert se adentra en una complejidad de los sistemas, desde ambientes internos y externos y de interfaces, a través de lo cual surgen nuevas interrogantes como ¿qué hace un diseñador? ¿cómo se define al diseño?

Actualmente encontramos definiciones de diseño, como la de John Heskett que hace referencia al diseño con una visión holística.

“Capacidad humana para dar forma, sin precedentes en la naturaleza, a nuestro entorno, cubriendo nuestras necesidades y dando sentido a nuestras vidas”²⁰

19 Simon, A. H., (1999) *The Science of the Artificial*, MIT, Third printing, p.111.

20 Heskett, J., (2005) *El diseño en la vida cotidiana* Ed. Gustavo Gili, pp. 214,

Se puede entender como Heskett define al diseño con una visión amplia, ya que si el diseño forma el “entorno”, en este sentido, forma el contexto y la sociedad, este entorno en el que vivimos, forma parte de nuestro campo de acción, el habla de una amplitud de prácticas, (diseño industrial, de artesanía, de producto, gráfico, de moda, multimedia, servicios, sistemas).

Otra definición importante es la que nos proporciona “The International Council of Societies of Industrial Design”:

“El diseño es una actividad creativa cuyo propósito es establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios y sus sistemas, en todo su ciclo de vida. Por consiguiente, el diseño es el factor central de la innovación de tecnologías y el factor crítico de intercambio cultural y económico.”²¹

Para el ICSID, el diseño es una actividad que involucra una gama amplia de profesiones en donde los productos, servicios, gráficos, interiores y arquitectura; todo entra en juego. El diseñador para el ICSID es el que practica esta profesión intelectual.

Son desde estas últimas definiciones de diseño, donde se parte para entender el término “diseño de servicios”, todas las definiciones ven a la disciplina como una actividad para mejorar la vida cotidiana y todo lo que nos rodea.

21 ICSID, About us, Definition of Design 2009, Recuperado en noviembre 2011, <http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>

SERVICIOS

“Man lives not by bread alone, but mostly by catch words. What he relieves and feels in his mind and emotions are more deterministic than what is in his physical possession.”

Anónimo

Después de muchos años en que el diseño de servicios ocupaba algunas áreas borrosas en diferentes disciplinas, hoy se empieza a consolidar como una actividad que crea su propia práctica e investigación.²²

¿De dónde viene el Diseño de Servicios?

La palabra “servicio” se define en diccionarios principalmente como: la acción y efecto de servir²³ de aquí se derivan otras definiciones similares que para efectos de este trabajo nos interesan; la primera es la concepción de servir a una persona o servir al estado o cualquier entidad, la segunda es lo inverso donde; una entidad u organización esta destinada a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público²⁴. Estas definiciones quedan incompletas si nuestro idioma no fuera el español ya que definen la palabra servicio usando la palabra servir. Servir lo encontramos como: emplear algo que se expresa como medio o instrumento para cierta cosa.²⁵

22 Morelli, N., (2009) *Beyond the experience. In search of an operative paradigma for the industrialization of services*, presentada en la Primera Conferencia Nórdica de Diseño de Servicios e Innovación en Servicios, Noviembre.

23 *Diccionario Marín de la Lengua Española*, (1982), España: Marín S.A

24 *Diccionario Marín de la Lengua Española*, (1982), España: Marín S.A

25 *Diccionario de Uso del Español, María Moliner*, (1998) Madrid: Gredos S.A. Segunda Edición

Con esta definición podríamos decir que un servicio es la acción de emplear algo como medio o instrumento para obtener un objetivo previamente establecido.

La definición de servicio público es; conjunto organizado de elementos y actividades que, en manos de la administración o por su encargo en las de un particular, tienden a satisfacer un fin público,²⁶ especificando también que no consiste en bienes materiales.

Esta otra definición deja de lado lo que se planteaba en las primeras, donde se ve al servicio principalmente como servidumbre y por el contrario, se comprende como una actividad que requiere de elementos organizados para lograr un fin. Para poder desarrollar el potencial y eficiencia del diseño de servicios, se tiene que dejar de pensar en servicio como la asistencia directa a otra persona.

Evolución de los Servicios

Primero los servicios se estudiaban en términos humanísticos, ya que todavía no se pensaba en servicios en términos de producción tecnológica dentro de las industrias, como se entiende hoy en día. Aunque no se pensará en servicios de esta forma vemos que a lo largo de muchos años los servicios comienzan a desarrollarse, empiezan a diseñarse conscientemente pero rara vez con la participación de diseñadores o equipos transdisciplinarios, por el contrario, permaneciendo como un área oculta, Levitt escribe “En realidad, existe un sector de servicios masivo oculto...”²⁷

En el artículo titulado “La Industrialización de los Servicios”, (1976) Levitt menciona ejemplos de servicios que existen en la sociedad de manera tan natural que no se considera su importancia, en escuelas y supermercados, Levitt afirma que

26 Moliner, M., *Diccionario de Uso del Español*, (1998) Segunda Edición Ed. Gredos S.A. Madrid

27 Levitt, T., (1976) *The Industrialization of service*, Harvard Business Review,

en el caso de los supermercados, estos representan la industrialización del antiguo servicio de venta, donde en un principio las personas solicitaban cierta mercancía y detrás de un mostrador se encontraba la persona que lo proporcionaba, a diferencia del supermercado con línea de ensamblaje, es decir, la industrialización de los productos artesanales.

En este artículo Levitt termina diciendo que el concepto de industrialización de los servicios, una vez que entra en las mentes de las personas puede transformar nuestro comportamiento; qué hacemos y hacia dónde vamos. Pudiendo generar nuevas soluciones liberadoras a problemas viejos incorregibles, porque como se mencionó anteriormente, aunque nos rodean servicios en nuestras actividades cotidianas, no los tomamos como una actividad digna de ser estudiada como lo puede ser la arquitectura, la ingeniería, la medicina, las leyes, etc., además de que se ha vivido con ellos desde siempre.

Ahora bien, cuando se empieza a hablar de servicios dentro de la industria se da un giro a la definición de servicios como servidumbre y se definen en términos de producción tecnológica. Theodore Levitt desde 1972 empieza a discutir sobre este tema en varios artículos publicados por Harvard Business Review, su aportación es dar a conocer esta área llena de aplicaciones, oportunidades y mejoras que puede traer la creación de un servicio para la industria; puntualizando:

“Once service in the field receives the same attention as products in the factory, a lot of new opportunities become possible.”²⁸

La visión de los servicios desde las áreas administrativas, de ingeniería e organización ven a los servicios como sistemas productivos.

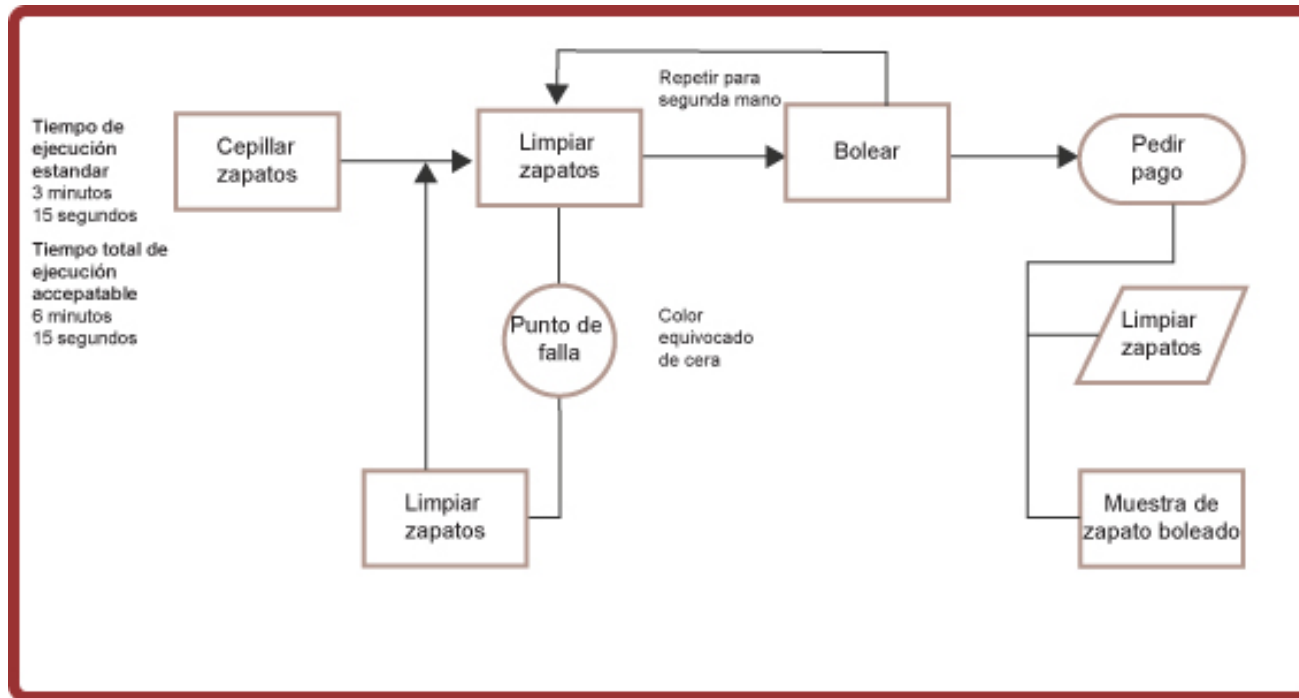
En 1984 Shostack menciona la problemática de los servicios, principalmente sobre la falta de diseño, de cómo cuantificar el proceso o contar con pruebas para

²⁸ Levitt, T., (1972) *Production line approach to service*, Harvard Business Review, September-October.

asegurar que el servicio sea completo y racional. Shostack le da gran importancia al diseño de servicios tomando la relación entre el consumidor y su interacción durante la actividad a realizar, posicionando al “diseño” como la clave para el triunfo en el mercado²⁹

Shostack propone el Blueprint (Fig.3), herramienta clave para la visualización completa del servicio. El Blueprint, permite identificar los elementos materiales y los inmateriales así como su interacción. Esta herramienta permite a la compañía explorar cualquier falla inherente en la creación o administración del servicio.

Fig. 3 Blueprint, “Designing Services that Deliver”, (1984) Harvard Business Review, se muestra los elementos en orden de ejecución e interacción del servicio de bolear zapatos.



29 Shostack, L. G., (1984) *Designing services that deliver*, Harvard Business Review, January-February

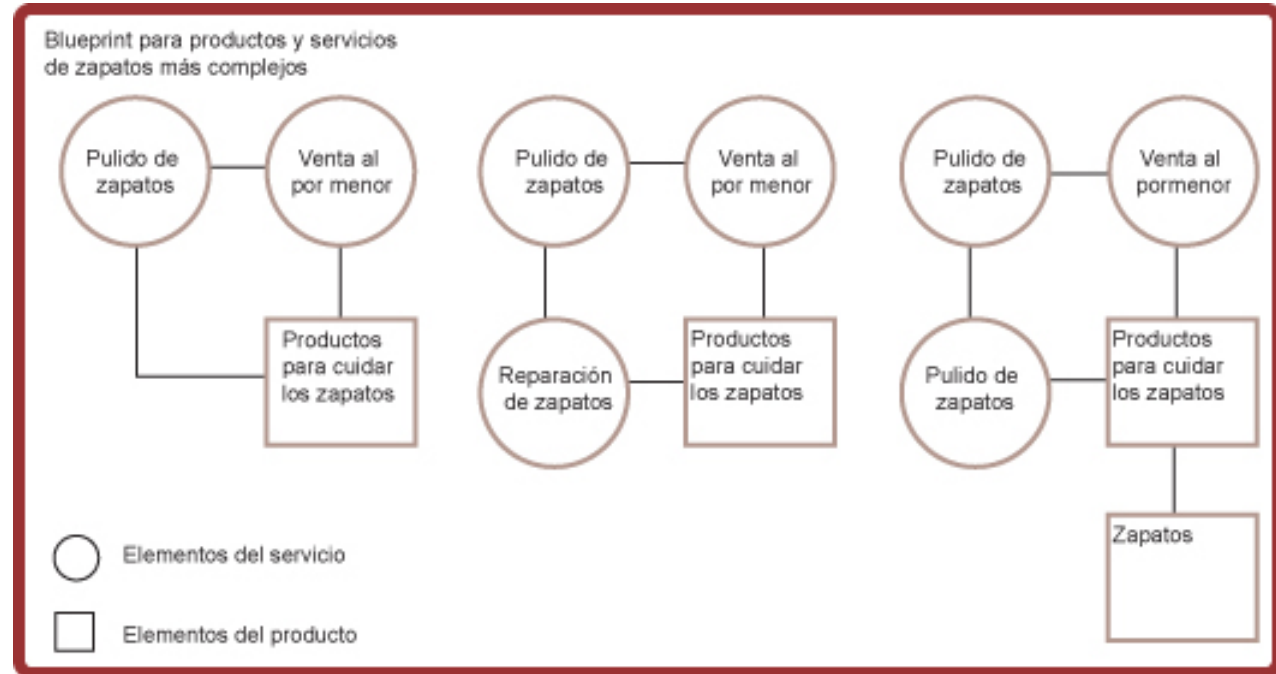


Fig. 4 Shostack, G. Lynn, (1984) "Designing services that deliver" Harvard Business Review,

Los servicios hoy constituyen el 79.2 % de la economía estadounidense, el sector de servicios cuenta con más del 75 % de empleos en el mundo occidental³⁰ y en muchos otros países también ocupan porcentajes muy altos, dando un crecimiento sustancial, limitando el empleo de diseñadores para este sector, tanto en su estrategia como en su desarrollo. No obstante es importante que exista un grupo de diseñadores expertos en el diseño de servicios que intervengan en este sector y proponer soluciones desde un pensamiento de diseño.

La tendencia de la sociedad tiende a formar diseñadores que estudien al diseño como parte del objetivo que conlleva "la vida cotidiana", visualizándola como un sistema dentro del cual se requieren servicios y sistemas, no solo objetos.

30 Danish Agency 1508, (2009) *Can you design a service*,

“Designers are having to evolve from being the individual author of objects, or buildings, to being the facilitators of change among large groups of people.”³¹

Además de esta visión sistémica, se requiere hacer uso de las teorías cognitivas, de comportamiento y de la experiencia, con el objeto de entender mejor al usuario. Los servicios tienen una naturaleza compleja, es importante co-diseñar con el usuario, lo que puede ser posible si existen elementos proyectados por los diseñadores para guiarlos tanto en el desarrollo como en su correcta producción.

Es preciso pensar en servicios más allá de la concepción actual, considerando el servir a alguien y no solo ver lo que una empresa proporciona, ayudando así a muchos ámbitos de la vida cotidiana dentro de nuestra comunidad. Los servicios son una red de actividades donde las personas entran en contacto e interactúan durante cierto tiempo, por lo tanto dichas actividades necesitan ser diseñadas donde cada punto de encuentro en un servicio requiere de planeación y análisis profundo, con el fin de que los servicios no sólo satisfagan al usuario sino que lo deleiten y mejoren su calidad de vida.

Características del servicio según Shostack:

- Logran un impacto pero no tienen forma (física). Ej. La estadía en un hotel. La persona recibe un servicio durante su estancia pero no es físico.
- Su consumo es simultáneo a su producción. Ej. El servicio de una consulta médica en un hospital. La consulta se produce por el doctor y al mismo tiempo se consume por el paciente.
- Compras el uso (noche en un hotel) pero solo te quedas con la experiencia de la estancia.

³¹ Thackara, J., (2005) *In the Bubble, Designing in a Complex World*. MIT Press, Cambridge-Massachusetts,

El desarrollo de nuevos servicios normalmente surge de la prueba y error.

Convivencia con servicios que fallan:

- Lavandería (rompe el botón) El problema no es el hecho de que se rompió algo, lo que sucede muchas veces es la forma en que el producto debería de compensarlo o resolverlo, por ejemplo minimizando el tiempo de solución, para no causar una molestia mayor a la persona.
- Cajero (se traga la tarjeta). La falla radica en la ineficiencia para reemplazar la tarjeta sencilla y rápidamente, ya que el cajero es una máquina que puede fallar.

Abundan los servicios que fallan, en las encuestas los servicios ocupan el lugar más alto de insatisfacción al consumidor por lo que el diseñador tiene que construir un subproceso para corregir los posibles errores. Los puntos de falla y diseño de procesos para resolver son críticos, las consecuencias de falla en el servicio se reducen analizándolas en la fase de diseño, considerando el problema potencial con anticipación donde, la cualidad esperada de la ejecución del servicio será mayor.

Servicios exitosos

- McDonald's.- Ejemplo de cadena de comida rápida ofrecen un servicio "paquete" que proclama, sobretodo, una identidad en el servicio.
- Walt Disney.- La organización del parque de diversiones ofrece ejemplos superiores de la administración de las personas para proveer un servicio uniforme. Su éxito radica en el concepto de entretenimiento.

Estas empresas invierten grandes cantidades en entrenamiento y re-entrenamiento a todos niveles. El objetivo final de un servicio en cualquier organización

es que el consumidor obtenga un beneficio.

Este artículo de Shostack, nos da un panorama general del potencial enorme que tiene el diseño de servicios y aunque su enfoque se basa en áreas de administración y mercadotecnia, para ayudar a quienes desarrollan nuevos servicios en las empresas, Shostack deja la posibilidad de que esta área también pueda ser tomada por otros con el fin de que se apliquen los mismos principios para su desarrollo.

Es a partir de las publicaciones mencionadas, que paulatinamente otras disciplinas como el diseño en base a estudios de interacción empiezan a enfocar estudios y prácticas de acuerdo con PSS (Product Service Systems)³², que es un conjunto comercializable de productos y servicios capaces de unirse para satisfacer las necesidades del usuario.

Paralelamente a lo que escribe Levitt y Shostack, otros autores también proporcionan aproximaciones al “diseño de servicios”, aunque no definidas con este nombre, sin embargo, su estudio viene de un acercamiento a la dimensión social, cognitiva y psicológica, publicaciones relacionadas con la óptima experiencia y estructuras del comportamiento³³, o a “Planes y Acciones Situadas”, perspectivas sociales, cognitivas y computacionales,³⁴ lo cual es una gran aportación hacia el diseño de la interacción. En conjunto, estas dos áreas ayudan a la formación del diseño de servicios, por lo que las teorías sociales mencionadas, serán de total relevancia para lograr un diseño conectado y aceptado por las personas.

32 Morelli, N., (2002), *Designing Product/Service Systems: A Methodological Exploration*, MIT, *Design Issues*, Volume 18, (3), Summer

33 Miller, G. A. Galanter, E. Pribram, K. H., (1960) *Plans and the Structure of Behavior*, New York: Holt, Rinehart and Winston,

34 Suchman L., (1987) *Plans and Situated Actions: The problem of Human Machine Communication*, Cambridge University Press,

Estado Actual de los Servicios

Mientras observamos el desarrollo de los servicios en las áreas administrativas y de mercadotecnia desde mediados de los setentas y principios de los ochentas, la disciplina del diseño empieza a involucrarse a principios de los noventas, con aportaciones de Buchanan³⁵, reconociendo el diseño de servicios como parte de la actividad de un diseñador y a finales de los noventas y principios del siglo XXI con aportaciones de Ezio Manzini, Nicola Morelli³⁶, Morello A.³⁷, John Thackara, Venanzio Arquilla, Simonelli, Elena Pacenti y Daniela Sangiorgi³⁸. Elena Pacenti realiza el primer proyecto de doctorado del Politécnico de Milán enfocado a los servicios, teniendo como tutor a Ezio Manzini entre otros.

Todos ellos se han mantenido activos y preocupados por esta área, escribiendo sobre el desarrollo y evolución dentro de la disciplina del diseño, tanto en su práctica como en la investigación, además aportan la teoría para formar su definición y campo de aplicación, discutiendo herramientas y métodos³⁹ que ayuden a diseñar y controlar los servicios, punto importante, si consideramos que son

35 Aunque Richard Buchanan en su artículo *Wicked Problems in Design Thinking* 1995, divide en 4, las áreas de trabajo del diseño, (símbolos, objetos, servicios y sistemas) no profundiza en definir a los servicios, pero su aporte es reconocer esta área para dar entrada a que otros diseñadores se percaten del diseño de servicios y la desarrollen.

36 Morelli, N., *Beyond the experience. In search of an operative paradigma for the industrialisation of services*. 2009, Primera Conferencia Nórdica de Diseño de Servicios e Innovación en Servicios. Morelli enfatiza el enfoque técnico y organizacional hacia los servicios desde los estudios de administración e ingeniería, y por el otro lado desde el diseño de la interacción el enfoque es el encuentro con el servicio, el espacio físico y virtual en donde el proveedor del servicio entra en contacto con el cliente.

37 Morello, A., (1991) *Design e Mercato dei Prodotti e dei Servizi*, Politécnico de Milán

38 Sangiorgi, D. (2004) *Design dei Servizi come Design dei Sistemi di Attività*, Politécnico de Milan

39 *Los métodos y herramientas que se ocupan para diseñar servicios son una mezcla y evolución de los que se ocupan en mercadotecnia, administración y diseño, las principales herramientas son las que describen y visualizan la experiencia del usuario como son el Storyboard, Diagramas de Flujo, Customer Journey, y Video Prototyping entre otros, las herramientas se pueden encontrar en www.servicedesigntools.org, y en otro grupo encontramos las que organizan el servicio como: Blueprint, Service Ecology, Mapa del sistema del servicio.*

intangibles, así como también abarcando ejemplos de proyectos desarrollados ya sea por ellos mismos u otros practicantes bajo el área de Diseño de Servicios.

En el área de diseño, Nicolla Morelli menciona:

“El diseño de servicios se ha desarrollado en algunas escuelas y programas de enseñanza bajo el dominio tradicional de Diseño Interactivo..... el foco en esta área es el encuentro con el usuario.”⁴⁰

Para Morelli el punto clave es el encuentro con el servicio, conocido como “touchpoints” término que se refiere al espacio físico o virtual donde el proveedor del servicio entra en contacto con el consumidor. En esta área es importante la cualidad e intensidad del involucramiento del usuario en la interacción del servicio.

Las dos áreas mencionadas anteriormente que estudian los servicios tienen diferente enfoque creando una brecha entre ellas, a lo que Nicolla Morelli comenta:

“Los estudios de administración incluyen el diseño de servicios como un parámetro para controlar la calidad de los negocios y los estudios de ingeniería consideran el diseño de servicios como parte integral del proceso total de producción, enfatizan la relevancia de una organización propia en el back office.

El segundo acercamiento, por el contrario se enfoca al espacio lógico frente a la línea de visibilidad, enfatizando la experiencia del usuario y su participación, pero la carencia de un marco metodológico reduce los casos a una taxonomía de artesanos”.⁴¹

40 Morelli, N., (2009) *Beyond the experience, In search of an operative paradigm for the industrialisation of services*, First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation

41 Morelli, N., (2009) *Beyond the experience. In search of an operative paradigma for the industrialisation of services*, Primera Conferencia Nórdica en Diseño de Servicios e Innovación en Servicios.

La complejidad aumenta al incluir además de administración e ingeniería, diseño e interacción, áreas sociales como disciplinas de trabajo social, sociología o estudios de desarrollo, que están involucradas con las organizaciones públicas o privadas que ofrecen servicios, entendiendo por servicios el medio y el fin para el bienestar individual, colectivo, social y comunitario. Estas áreas sociales no consideran al diseño y sus componentes, como por ejemplo: los puntos de encuentro (touchpoints), la experiencia de las personas, la interacción entre los diferentes componentes de los servicios que dan forma a estas redes de actividades. Su aportación es parte integral en cuanto a servicios, desarrollándose más adelante en detalle la aportación en diseño de servicios.

Para ser competitivos en el diseño de servicios, Manzini sugiere el dominio de tres aspectos que se muestran en la Fig. 5. Estos 3 aspectos se forman a partir del origen e historia de los servicios, como se analizó previamente, unidos a aspectos de la disciplina del diseño.

Fig. 5 Valores multidimensionales implicados en las actividades de diseño de servicios, Figura tomada de Morelli, N., (2002) *Designing product/service systems A methodological exploration*. Design Issues. Vol 18, (3) Pág: 3-17



Manzini define los servicios como: “*planning activities whose objective is a system*” o también lo define como: “Sistemas de interacción donde su finalidad es producir un valor compartido por los diferentes actores” La prioridad en este caso es lograr un sistema que funcione con la ayuda de un servicio. Por ejemplo cuando observamos a las personas pareciera que su vida cotidiana gira en torno a ellos mismos como individuos aislados, es decir, ellos también conciben que se mueven y actúan de manera totalmente independiente, lo cual es

cierto, aunque también lo podemos ver a la inversa, donde las personas giran en relación a otras personas, a diferentes objetos o ambientes, formando sistemas. Para diseñar servicios es necesario tener presente la composición del sistema en el que van a interactuar.

Thackara piensa que en diseño la transición requerida; se basa menos en los objetos y más en las personas, en su libro "In the Bubble" muestra ejemplos de servicios y situaciones diseñadas donde se realizan actividades cotidianas en nuevas formas, definiendo al diseño de servicios como sigue "... is *about arranging things so that people who need things done are connected to other people and equipment that get things done and as- and when-needed basis.*"⁴²

Estas dos definiciones actuales de diseño de servicios se relacionan mucho en cuanto a que tiene como prioridad a las personas como parte de comunidades, y no como individuos aislados, para Manzini estas comunidades se vuelven mas bien empresas sociales donde se puede llegar a realizar grandes innovaciones que en pequeña escala pueden ser soluciones prometedoras para grandes problemas.

Encontramos otras definiciones de servicios como: Es el diseño de experiencias llevadas a cabo a través de redes de actividades, donde el individuo interactúa durante un cierto periodo de tiempo.

Nicolla Morelli, lo define como :

"Complejo sistema de elementos y redes que el usuario encuentra e interactúa en un cierto periodo".

42 Thackara, J., (2005) *In the Bubble, Designing in a Complex World*, pp. 19

Dan Saffer lo define de la siguiente manera :

“Es una cadena de actividades que forman un proceso y tienen un valor para el usuario final, uno entra en contacto con un servicio cuando se bolean los zapatos, cuando vas a un restaurante. El plan del celular es un servicio, lo mismo que cuando se viaja, se toma un taxi, etc. El diseño de servicios se enfoca en el contexto del sistema completo.”⁴³

Estas son algunas definiciones de diseño de servicios, que varían enormemente en tamaño y complejidad, algunos servicios son de períodos cortos como un servicio de lavandería o una visita al doctor, así como servicios de período prolongado, como un viaje largo en avión o una estancia en el hospital. Cualquiera de estos ejemplos y muchos mas nos rodean afectando nuestra calidad de vida, dependiendo de su diseño, planeación, adaptación y practicidad o manejo.

Su naturaleza es compleja, no se pueden contener o tocar, son intangibles en un alto porcentaje en cuanto a los elementos que los componen. Los servicios son construcciones sociales, por lo que requieren de habilidades sociales. A diferencia de los productos, los servicios no existen hasta el momento en que el consumidor contacta con el servicio.

43 Saffer, D., (2007) *Designing for interaction; Creating Smart Applications and Clever Devices*, Berkeley, New Riders, 175 p

CULTURA

Empecemos por aquí: "cultura" es todo lo que no es necesario hacer. Comer es necesario, pero no lo son la alta cocina, los Big Mac o los tournedos Rossini. Es imprescindible cubrir nuestro cuerpo para protegernos del clima, pero no lo es preocuparnos como solemos por si nos ponemos unos Levi's o algo de Yves Saint-Laurent

Brian Eno

En este mundo moderno, industrializado; la cultura es la base para diseñar productos, servicios y sistemas que sean aceptados dentro de una sociedad que armonicen con la vida cotidiana de cierto lugar, no de cualquier lugar sino de un contexto en específico. Es necesario sentar la base para diseñar en el entendimiento, significado y percepción de varios autores, diseñadores o no diseñadores acerca de la cultura y los valores que otorgan.

Algunas definiciones de cultura que encontramos en los diccionarios:

1.-Resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinar por medio del ejercicio las facultades intelectuales del hombre⁴⁴

En esta primera definición vemos que la cultura es parte de un crecimiento individual de las personas, tiene que ver con la realización individual que existe dentro de cada persona, cada uno es único y desarrolla la cultura a diferentes niveles, es decir, existe el ímpetu por afinar algún conocimiento que ayude para poder realizar cierta actividad que es de nuestro agrado o nos ayuda para otro fin básico dentro de nuestra vida, como puede ser el obtener remuneración monetaria o para satisfacción personal.

⁴⁴ María Moliner, (1998), Diccionario de Uso del Español, Segunda Edición Ed. Gredos S.A. Madrid 1998.

Por otro lado encontramos una segunda definición de cultura: 2.- Conjunto de valores, formas de vida materiales y espirituales de un grupo étnico.⁴⁵

Esta segunda definición se diferencia de la primera por ser colectiva, la cultura no como algo individual sino la agrupación de varios elementos, en este caso: valores y formas de vida, que además pertenecen a varias personas de un grupo étnico, por lo que la cultura varía según el grupo, forma de vida que según el lugar, ya sea similar o diferente; habrá si los grupos que comparten ciertas características físicas, por ejemplo las formas de vida de las ciudades grandes pueden parecerse, si hablamos de la Ciudad de México y Tokio, aun cuando se encuentren a miles de kilómetros, las dos son de las más grandes del mundo en cuanto a densidad.

La forma de vida de estas ciudades difiere de la del campo, ahora también la forma de vida de diferentes grupos pueden ser similares si son vecinos, por ejemplo un grupo que vive en un ciudad grande y otro que ya no forma parte de la ciudad pero colinda, también tiene similitud, como por ejemplo en el tipo de alimento, rutinas o vestido dado el clima. Estas similitudes llevan a una vivir similar.

Por último se encuentra una definición del diccionario que complementa la segunda definición:

3. Conjunto de valores compartidos por un grupo social que son favorables al hecho que se expresa. La cultura del ocio⁴⁶

Esta definición complementa la anterior identificando una diversidad de culturas, cada una como dice, favorable a ciertos hechos, es decir, un grupo de personas que viven en la ciudad podrían distinguirse 2 tipos de culturas en un plano general:

45 María Moliner, (1998), Diccionario de Uso del Español, Segunda Edición Ed. Gredos S.A. Madrid .

46 Diccionario de la Lengua española, (1992), Vigésima primera edición, Ed. Espasa Calpe, S.A. Madrid,

- a) Cultura Global
- b) Cultura Local

Cada una de éstas tiene sub-divisiones que comparten y otras que son distintas, por ejemplo la cultura global y nacional en la ciudad de México comparten la cultura de adquisición (consumo), en cambio la cultura nacional que adquieren los habitantes de un pueblo pequeño no compartirá esta cultura de consumo que es parte de la cultura global.

Ahora la cultura global tiene varias características que se perciben como las más importantes, y que incluyen:

Cultura de diferenciación, de experiencias y de posesión

Hoy la cultura se define por ciertas características, por ejemplo, las personas ya no buscan solo cubrir cierta necesidad, como tomar agua para satisfacer la sed, sino ser más saludable y ecológico frente a los demás, esto lo proyectan con el tipo de envase que usan, o que se resuelve con el tamaño del envase, etc.

Se podrían esquematizar estas ideas para interrelacionar los tres diferentes tipos de culturas y (Fig. 6) este esquema forma parte de un esquema mayor, ya que a este esquema se le pueden agregar u omitir otras culturas dependiendo del lugar que se quiera describir.

El cambio que se muestra en el esquema reside donde la cultura de posesión domina actualmente sobre la cultura de uso que no es dominante en nuestro contexto. Esta cultura de uso es uno de los puntos que busca el diseño de servicios, lo cual se discutirá más adelante.

Fig. 6 Diagrama de relaciones que conforman diferentes tipos de cultura. Elaboración propia.

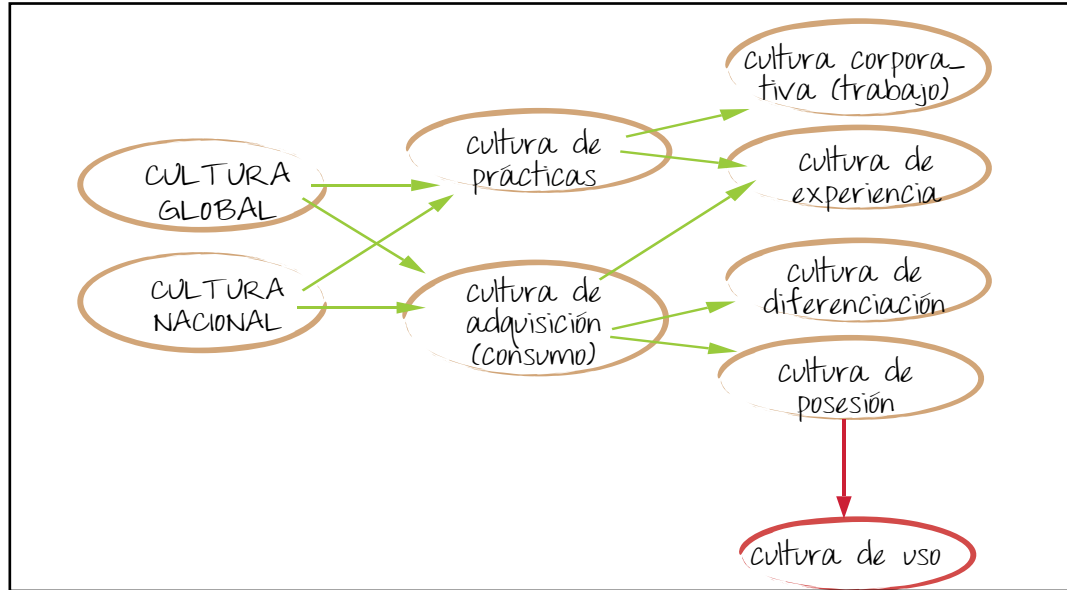
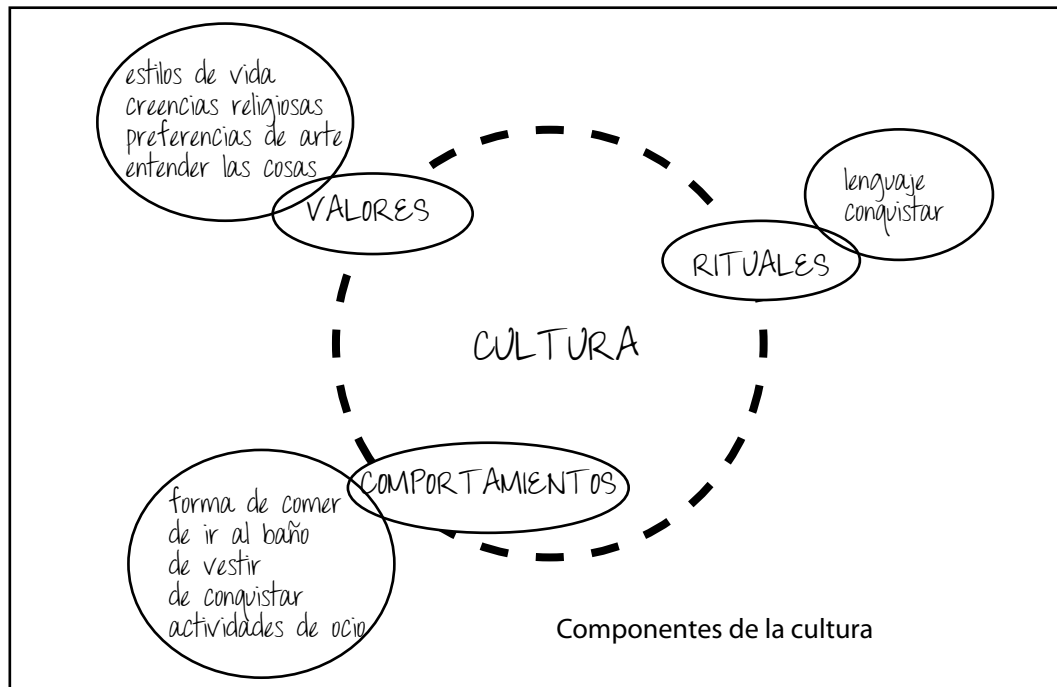


Fig. 7 Diagrama de componentes que conforman la cultura. Elaboración propia.



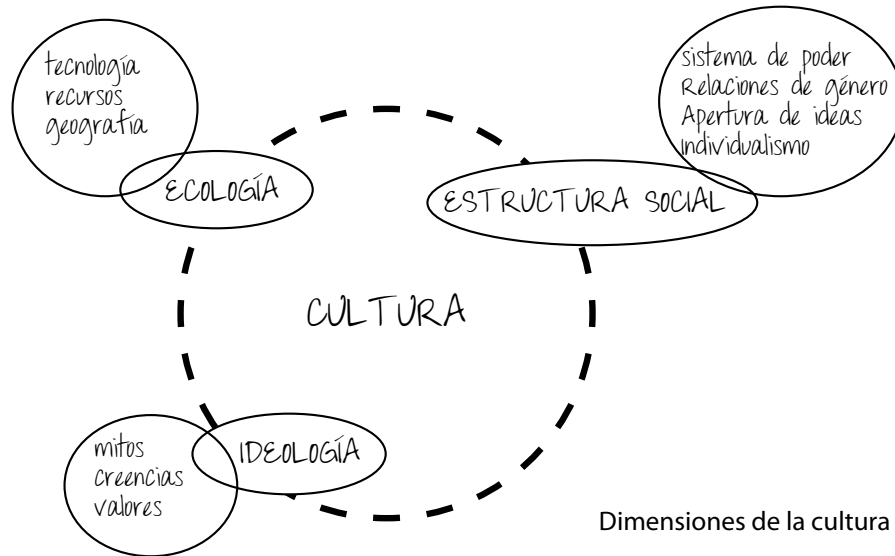
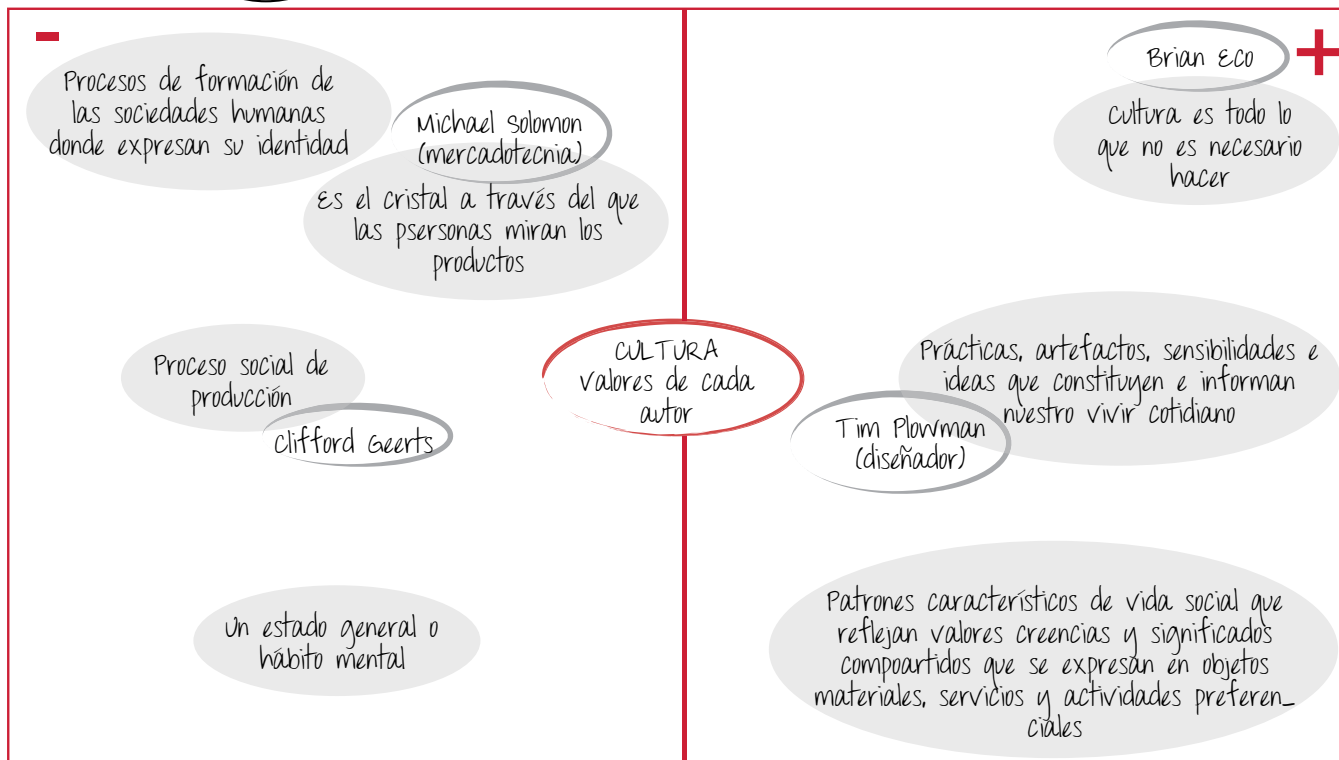


Fig. 8 Elaboración propia. Diagrama de dimensiones que conforman la cultura.

Fig. 9 Elaboración propia. Cuadro de definiciones de cultura de varios autores, categorizados de menor a mayor relevancia para el proyecto.



SERVICIOS COLABORATIVOS CULTURALES

En el mundo existen varios ejemplos que desarrollan servicios enfocados al individuo dentro de una comunidad. Encontramos una publicación de Polidesign, editada por el Politécnico de Milan, de Ezio Manzini “Collaborative services, Social innovation and design for Sustainability” del 2008, donde recopila una serie de ensayos, así como ejemplos de diversos servicios en varios países.

Habiendo distinguido tres grandes áreas que se involucran con los servicios, podemos analizar sus vertientes, por ejemplo, hay algunos que toman una perspectiva social, sustentable o colaborativa⁴⁷. Cada vertiente tiene características específicas y similitudes. Los servicios colaborativos son servicios sociales donde el usuario final se encuentra involucrado activamente y asume el rol de co-diseñador y co-productor del servicio, creando comunidades creativas y activando a un gran número de ciudadanos dentro de este desarrollo de innovación social.

Dentro de esta publicación se definen los servicios colaborativos como:

- Referentes a cambios en la forma en que los individuos y comunidades actúan para resolver un problema y generar nuevas soluciones (Landry 2006)
- Actúan sobre problemas sociales, por lo que resulta en una mejora en la calidad social.
- Son construidos por grupos de personas que colaboran en la co-creación de valores reconocidos por el grupo al que pertenecen.
- Donde un individuo no hace por todos sino todos los interesados directa y activamente trabajan para el resultado
- Retan las maneras tradicionales de hacer para introducir nuevas más sostenibles.

⁴⁷ Jégou, F., Manzini, E., (2008) *Collaborative services, social innovation and design for sustainability*, Edizioni PoliDesign,

En esta publicación se dividen los casos o ejemplos en los siguientes grupos:

- Service club: Basados en workshops abiertos y la integración de amateurs con profesionales ayudando al nuevo usuario.
- Servicios tipo familiares: Se dan a través de habilidades familiares y cualquier función que se satisfaga normalmente dentro de la casa dada la infraestructura colectiva en el vecindario.
- Comunidad selectiva: Donde círculos de personas se organizan para proporcionar ayuda mutua, limpiar, mantener, mejorar condiciones de la vida cotidiana.

Integrando estas ideas se pueden definir los servicios culturales de la siguiente manera:

Los Servicios culturales pretenden cambiar la manera tradicional en que el individuo y diferentes comunidades resuelven sus necesidades a través de nuevas maneras sostenibles, integradoras y comunitarias.

Tomando la definición de cultura de Tim Plowman: “Prácticas, artefactos, sensibilidades e ideas que constituyen e informan nuestro vivir cotidiano”⁴⁸

La cultura incluye entonces una gama de fenómenos muy amplia desde comportamientos normales (modos de hacer), formas de conquistar, formas de analizar y entender el mundo (sentimientos), de comunicar, creencias religiosas, fenómenos tan naturales que se torna difícil dar un paso atrás respecto a nuestras experiencias cotidianas y analizarlas objetivamente, sin embargo son extremadamente influyentes al moldear la cultura sin darnos cuenta.

Para entender los servicios colaborativos DES, (Design di Servizi del Politécnico de Milán), se propone dividirlos en 4 tipos dependiendo de sus características

48 Laurel, B., (2003) Design research, Methods and Perspectives. 1a ed. EUA: MIT Press. 334 p. (pp. 41)

y elementos que los componen.

1. Radican en el mundo inmaterial
2. Radican en el mundo físico
3. Se distingue entre quien lo ofrece y quien lo disfruta
4. No se distingue entre quien lo ofrece y quien lo disfruta

Tipo 1 Radican en el mundo inmaterial

Fig. 10 MobileMe



Por ejemplo MobileMe es una aplicación de mac para I-tunes, un servicio totalmente intangible al que se accede por la web. Es una aplicación que permite sincronizar de forma inalámbrica iPhone, iPad, iPod touch, iMac y controlar correo electrónico, contactos, calendario, fotos, y archivos en la web en me.com, además de ayudar a localizar cualquiera de los anteriores dispositivos en caso de pérdida.⁴⁹

Tipo 2. Radican en el mundo físico

Los servicios para el turismo por ejemplo son en su mayoría de este tipo, usan el patrimonio del país y sus recursos, para que los viajeros, extranjeros o nacionales conozcan de una forma original, con gran experiencia previamente diseñada, muchos lugares dentro del país. Hoy en día el turismo urbano está creciendo ya que los países compiten por atraer a más turistas por los beneficios económicos que traen al país.

⁴⁹ Disponible en la web, <http://www.apple.com/es/mobileme/>, Recuperado el 2 de mayo de 2011.

Tipo 3.- Se distingue quien lo ofrece y quien lo disfruta.

En esta clasificación encontramos por ejemplo el caso de un banco, (Fig. 11) donde es muy clara esta característica, es decir, en un banco existe una línea no visible que divide al banco en dos partes, por un lado están los empleados del banco y los administradores que se encuentran en cierto lugar físico, y por otro lado los clientes del banco que llegan por un periodo de tiempo variado dependiendo de su necesidad y reciben un servicio.



Fig. 11 Can you design a service? Empresa Danesa 1508

Tipo 4.- No se distingue entre quien lo ofrece y quien lo disfruta.

Por último encontramos los de tipo 4, donde ubicamos los servicios colaborativos, los cuales son co-creados y co-producidos por varios actores con el objeto de poder ser aceptados y usados. Por ejemplo, Manzini y Jégou en su libro *Collaborative Services*⁵⁰, nos dan varios ejemplos; los servicios de tipo familiar, provistos por las familias con diferentes habilidades y productos disponibles en la casa, cuyo principio es usar los productos existentes y habilidades domésticas para resolver necesidades compartidas. Los ejemplos más significativos son, las guarderías en casa donde se organizan mamás jóvenes para cuidar 2 o 3 niños además del suyo (Fig. 12); personas mayores cuyos hijos ya no viven con ellos y pueden recibir a un estudiante a cambio de una pequeña ayuda económica.

50 Jégou, F., Manzini, E., (2008) *Collaborative services, Social innovation and design for sustainability*, Edizioni PoliDesign,

Fig. 12 Manzini, E.,
"Collaborative services"





La Fig. 13, es un esquema que engloba las características más importantes de los servicios, los componentes principales, las herramientas y los tipos de servicios. El esquema permite visualizar las relaciones que existen entre los componentes y las interacciones entre los elementos, así como el área de enfoque de este proyecto, estudiado a través de la práctica del diseño participativo dentro de los servicios que se caracterizan por ser colaborativos del tipo 4, y donde no se distingue quien lo ofrece y quien lo disfruta.




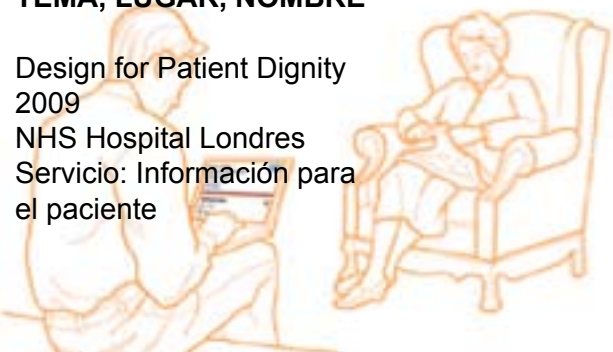
Fig. 13 Esquema con los principales componentes de un servicio. Realización Propia

A continuación se muestran algunos ejemplos de servicios colaborativos, los primeros 3 son del libro de Manzini, “Collaborative Services” y el cuarto es de Design Council:

<p>TEMA, LUGAR, NOMBRE</p> <p>Servicios para la familia Milán Servicio: FOOT BUS TAG</p> 	<p>OBSERVACIÓN ¿Qué sucede? 1</p> <p>Sistema para cuidar a los niños de ida y regreso de su escuela, el cual sincroniza niños y chaperones.</p> <p>Foot web site. Elementos parte del servicio: Insignia transmite info Web site, centro para asignar roles, reemplazos, ausencias y retrasos. Señales dirigidas a insignias, luz cuando viene el niño, 2 botones; (1 confirma que lo recogieron y 2 cancelaciones último minuto)</p>
<p>ESTO QUE SIGNIFICA</p> <p>Necesidades; Reduce transporte/tráfico Congestión alrededor de la escuela</p> <p>Implicaciones Lograr un servicio seguro para las personas con la complejidad de actividades no controladas. Ausencias y retardos.</p>	<p>IDEAS ESPECÍFICAS</p> <p>Si los botones resuelven imprevistos identificados, (cancelaciones, ausencias, retardos) entonces se logra un buen resultado.</p>

<p>TEMA, LUGAR, NOMBRE</p> <p>Servicios Colaborativos PRIVATE CAR SHARING</p> 	<p>OBSERVACIÓN ¿Qué sucede? 2</p> <p>Servicios para compartir coche en un edificio. Basado en la disponibilidad de uno o más coches.</p> <p>Elementos: Reservaciones via telefónica Mantenimiento</p>
<p>ESTO QUE SIGNIFICA</p> <p>Necesidades; Para los que no tienen vehículo</p> <p>Implicaciones Ahorro económico (gasolina, mantenimiento propio) Trabaja con un bien costoso de adquirir, como el automóvil.</p>	<p>IDEAS ESPECÍFICAS</p> <p>Si dos personas requieren el auto al mismo tiempo, ¿quién obtiene el beneficio en caso de que solo se encuentre disponible un auto? ¿Cómo incluir el compartir el auto, en caso de que la ruta sea similar?</p>

<p>TEMA, LUGAR, NOMBRE</p> <p>Servicios para la comunidad HOME LAUNDRY</p> 	<p>OBSERVACIÓN ¿Qué sucede? 3</p> <p>Si alguien posee lavadora, área para colgar y planchar, los ofrece como servicio para los vecinos, por ejemplo para solteros, estudiantes, parejas.</p> <p>Elementos 3 sacos Ropa sucia limpia Plancha - Se paga con tickets</p>
<p>ESTO QUE SIGNIFICA</p> <p>Necesidades; La familia que presta su lavadora aprovecha el agua, cuando se tiene poca ropa.</p> <p>Implicaciones Servicio que resuelve una actividad cotidiana muy personal.</p>	<p>IDEAS ESPECÍFICAS</p> <p>Es necesario: controlar los tiempos, porque los ciclos de lavado tienen cierto tiempo. Sincronizar los tiempos para que todos los usuarios queden satisfechos.</p>

<p>TEMA, LUGAR, NOMBRE</p> <p>Design for Patient Dignity 2009 NHS Hospital Londres Servicio: Información para el paciente</p> 	<p>OBSERVACIÓN ¿Qué sucede? 4</p> <p>Se le proporciona una tabla impresa al paciente y familiares, la cual incluye información relevante para dichas personas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Información de la estancia -Información para visitas <p>Tiene opción de comunicar a través de website, mobile phone, información electrónica en el sistema.</p>
<p>ESTO QUE SIGNIFICA</p> <p>Necesidades: El servicio mejora la comunicación entre paciente y sus actividades en el hospital.</p> <p>Implicaciones: Sirve para organizar actividades y comunicar procedimiento</p>	<p>IDEAS ESPECÍFICAS</p> <p>Tomar en cuenta el proceso de desarrollo de la tabla por el personal del hospital.</p> <p>La satisfacción del paciente viene de la correcta descripción del personal de su estancia en el hospital.</p>

APORTACIÓN DE LAS CIENCIAS SOCIALES AL DISEÑO DE SERVICIOS

Es relevante sentar las bases filosóficas desde donde se concibe la construcción social, con el objetivo de ser claro ante los enfoques, al momento de realizar el caso estudio.

Para Morán Carrillo existen dos bases filosóficas:

La primera base filosófica, es la propuesta holística y determinista de Marx, en ella la realidad social como imposible de alterar mecanismos, donde el universo físico responde exactamente a un encadenamiento de causas y efectos.

“No es la conciencia de los hombres la que determina la realidad; por el contrario, la realidad social es la que determina su conciencia”

La segunda base filosófica es la propuesta liberal e individualista de Mill, donde se encuentran los individuos, sus pasiones y acciones. Esta propuesta sugiere que las soluciones se dan de abajo hacia arriba, donde el individuo tiene una gran responsabilidad, conocimiento y sentido de cambio dentro de su comunidad.

Entonces por un lado tenemos visiones holísticas y por el otro individualistas desde donde cambia y se construye la sociedad: en el caso de estudio se pretende tener presente dichas bases filosóficas para entender como se forma en particular la comunidad de la tercera edad con la que se trabaja.

El libro de fundamentos del análisis social de Jaime Osorio, trata el tema central para los científicos sociales que es la inteligibilidad del mundo, se refiere a:

El problema de cómo enfrentar la realidad social, cómo interrogarla, cómo leer e interpretar sus respuestas e incluso cómo construir el dato y la información⁵¹.

51 Osorio, J., (2001) *Fundamentos del Análisis Social, La realidad social y su conocimiento*, , México: Fondo de Cultura Económica. p 12

Esto se logra cuestionando las evidencias del sentido común, estudiar la realidad con gran cuidado, ya que como menciona Mark Blaug:

“Todas las observaciones empíricas están necesariamente cargadas de teoría e incluso los actos ordinarios de percepción, tales como el acto de ver, de tocar, de oír, están profundamente condicionados por nuestras conceptualizaciones previas”⁵²

Para profundizar en lo anterior es necesario definir teoría, para este trabajo tomamos la definición según Einstein quien dice, “no es simple representación de los hechos, sino estrategias creativas, no derivables directamente de la experiencia que producen, lo que nombra “el milagro” de su aplicabilidad como sistemas ordenadores e interpretadores de las relaciones entre los fenómenos”⁵³

La teoría no se realiza solamente describiendo todos los hechos en orden y secuencia mostrados hábilmente o de generalizaciones obtenidas a partir de la práctica o mejor dicho de la experiencia. Constituye propuestas y conjeturas que es necesario plantear a partir de las observaciones

Este tipo de reflexiones teóricas, permiten en primera instancia acceder a diferentes dimensiones de análisis más allá del sentido común, a veces sesgado por la formación individual, es decir la educación y el bagaje cultural con el que el investigador cuenta al momento de la investigación, dicha reflexión se logra combinando la teoría y la práctica en el preciso momento de realizar el caso empírico, pudiendo entrar y salir de la realidad, para vivirla. Absorbiendo todo lo que es su esencia y analizarla e interpretarla objetivamente.

Por otro lado dichas reflexiones teóricas sirven para no quedarse en las capas superficiales de la realidad social y penetrar en sus capas más profundas, es decir traspasar lo visible de la superficie a lo oculto y profundo Según Jaime

52 Blaug, M., (1985) *La metodología de la economía*, Madrid: Alianza Universidad, p . 61.

53 M. Gil Antón, pp. 206-207

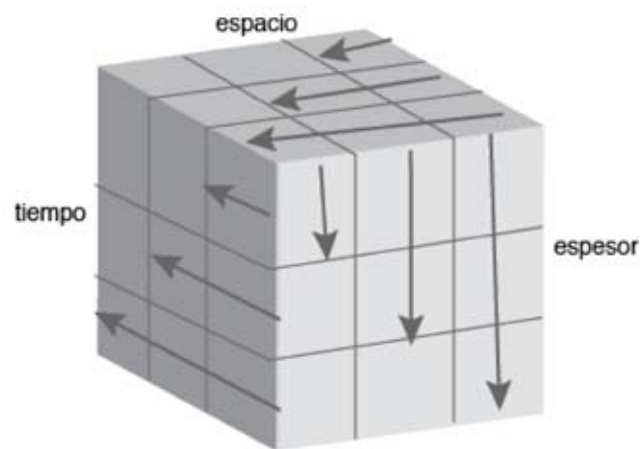


Fig. 14. Gráfica 1 Dimensiones de la realidad social

Osorio, J., (2001) Fundamentos del Análisis Social, La realidad social y su conocimiento, México: Fondo de Cultura Económica p. 54

Fig. 15. Dimensiones y niveles de análisis.

Osorio, J., (2001) Fundamentos del Análisis Social, La realidad social y su conocimiento, México: Fondo de Cultura Económica p. 54

Osorio existen tres dimensiones para desarmar y reconstruir la realidad social: espesores, tiempo y espacio. Cada una tiene sus especificaciones como se muestra en la gráfica Fig. 14. En la tabla podemos ver los tres niveles. Fig. 15.

Cada dimensión cuenta con realidades particulares, por ejemplo, la superficie muestra ciertas características, digamos que pueden ser procesos desordenados u ordenados y en lo profundo igualmente se muestra lo necesario para reconstruir e reinterpretar los procesos de lo superficial.

En relación al tiempo, en la Fig.16 se muestra la diferencia entre el tiempo cronológico con el que se mide normalmente la historia por horas, meses y años, lineal, continuo y homogéneo y el tiempo social que es heterogéneo y discontinuo. Como vemos en la figura a veces se condensa y suceden muchos eventos y cambios en lapsos cortos de tiempo cronológico y en otras ocasiones se extiende.

Espesores o capas	Dimensión temporal	Dimensión espacial
nivel superficie	tiempo corto	local
nivel medio	tiempo medio	regional
nivel profundo	tiempo largo	macrorregional

Jaime Osorio divide el tiempo social en tres concepciones: el cíclico (recorridos recurrentes), el lineal (visión de progreso siempre alejándose del punto de partida) y el espiral (combina los dos anteriores, no se regresa al punto de partida pero es similar.)



Fig. 16 Diferencia entre tiempo social y cronológico. Realización propia.

Para el caso empírico se toma el espacio local, el tiempo corto y el espesor profundo como soporte material con características particulares. Fig 17. Se requiere analizar la realidad en dimensiones de tiempo y espacio. Los instrumentos analíticos serán distintos en las diferentes unidades. Si se tomara un tiempo medio o espacio regional la investigación sería diferente, sin dejar de tomar en cuenta que:

“En todas las dimensiones de análisis, el problema que queremos explicar es lo que define la unidad de análisis a la cual debemos recurrir. Pero hay un principio que no se debe olvidar, cualquiera que sea la unidad adoptada hay que considerar que forma parte de una estructura que le da inteligibilidad. Esto implica responder a una doble interrogante: de qué manera se manifiesta y expresa un proceso general en procesos particulares y de qué manera procesos particulares inciden y afectan procesos generales en los que participan.”⁵⁴

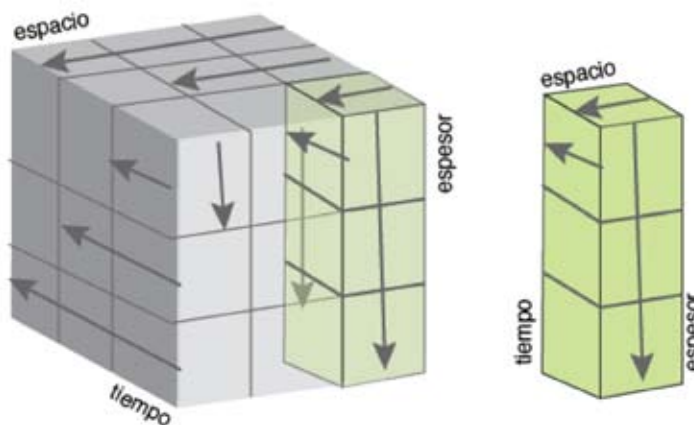


Fig. 17 Unidad de análisis. Realización propia.

54 Osorio, J., (2001) *Fundamentos del Análisis Social, La realidad social y su conocimiento*, México, Fondo de Cultura Económica, p. 54

A través del caso empírico se confirma, moldea y modela el camino que es necesario seguir al momento de enfrentar la tarea al realizar un servicio colaborativo. Sea cual sea la temática o el área por abordar: cultura, salud, entretenimiento, turismo, educación; entre otros, se puede tener una base teórica desde donde atacar y solucionar la problemática. La investigación ayuda a conocer las regularidades “naturales e inmutables” que rijan los procesos para diseñar servicios colaborativos. Definiendo la palabra conocer, como

“Un esfuerzo que se encamina a desentrañar aquellos elementos que estructuran y organizan la realidad social y que permiten explicarla con totalidad.”⁵⁵

55 Osorio, J., (2001) *Fundamentos del Análisis Social, La realidad social y su conocimiento* México: Fondo de Cultura Económica, p. 54

DISEÑO PARTICIPATIVO

Métodos de diseño

- Diseño centrado en el usuario
- Co-producción
- Co-diseño
- Co-creación
- Meta-diseño
- Diseño Colaborativo
- Diseño Participativo

Cuadro Comparativo

Métodos y herramientas para el Diseño Participativo

Conclusiones

Métodos de Diseño

Existe una variedad de métodos para diseñar, los cuales han ido evolucionando a ritmo mundial. Aquellos que han sido usados en las primeras escuelas como en la Bauhaus y Ulm se han imitado a lo largo de muchos años en un gran número de universidades donde se imparte diseño. Hoy en día se sigue impartiendo y educando con el método de las primeras escuelas. El problema es que se han desarrollado otros métodos, los cuales se adecuan mejor a resolver los problemas actuales, por lo que es necesario replantear el panorama y tomar los que concuerden eficientemente a la época actual.

Este cambio en los métodos de diseño es un reflejo de cómo el papel del diseño y del diseñador se ha modificado a lo largo del tiempo, además de explicar la relación del diseñador con el usuario. Es un hecho que dicha relación tiene la tendencia de aproximarse cada vez más, expertos con inexpertos, además de la investigación en diseño tomando en cuenta el co-diseño con los usuarios. La evo-

lución tiende al acercamiento de diseño centrado en el usuario al co-diseño.

Inicialmente, el proceso de diseño era de tipo exploratorio y de acción, es decir en el momento que se planteaba un problema para diseñar cierto objeto, se comenzaba a trazar líneas y bocetos para elegir la más apropiada. El proceso de diseño consistía en observar las diferentes soluciones a determinada necesidad, haciendo un estudio de casos análogos, considerando sus desventajas y ventajas para proponer posteriormente re-diseños o mejoras a los productos ya existentes. Los procesos evolucionaron hacia el enfoque en el usuario dado que en las primeras escuelas ya se enseñaba ergonomía para que los productos fueran compatibles con las dimensiones y con la antropometría del cuerpo humano.

En la actualidad los procesos son mucho más complejos porque se requiere de otras características para llevar a buen término el producto. En estos nuevos procesos encontramos por ejemplo, el diseño centrado en el usuario, el co-diseño, el diseño participativo, el diseño colaborativo y el meta-diseño. Es importante definir cada término, ya que existe confusión y se usan de manera indistinta por ser términos de reciente creación, aunque cada uno tiene sus características específicas y además de ver la mejor opción para diseñar servicios colaborativos culturales en el caso de esta investigación, o, si bien, varios procesos se adaptan y son factibles para su uso.

Los términos de co-diseño, co-creación, co-producción, diseño participativo tienen una característica compartida, donde todos realizan los procesos de diseño conjuntamente con diversos actores, Sanders lo define como: “creatividad colectiva”⁵⁶ creatividad que se comparte entre dos o más personas.

Las distinciones y relaciones entre los diferentes actores, sean expertos o inexpertos no son evidentes. Para entender claramente la relación se hace referencia a Artemis Yagou, quien explica que existen dos modelos básicos dentro de una

56 Sanders, E., Strappers, P.J., (2008) “Co-creation and the new landscapes of design” CoDesign, p 1.16, .

organización, que denomina Catedral y Baazar⁵⁷. El primero es el más común, se esquematiza como una pirámide con un sistema jerárquico, donde las cosas son creadas bajo dicho sistema; el segundo menos común es el Baazar donde todos tienen la misma jerarquía dentro de una pirámide. Yagou sitúa a los nuevos procesos dentro del modelo Baazar, donde los usuarios son tratados como co-desarrolladores cuya contribución es crucial. Para Artemis estos modelos tienen grandes ventajas:

“When the users are co-developers, each one approaches the task with a slightly different perceptual set of analytical toolkit, a different angle on the problem.”⁵⁸

“Cuando los usuarios son co-desarrolladores, cada uno se aproxima a la tarea con un set analítico de herramientas perceptibles, ligeramente diferente, es decir, un ángulo diferente del problema”

Esta visión reafirma lo que menciona Sanders acerca de la creatividad colectiva, la cual se aplica a todo proceso de diseño, para algunos la definición se aplica en un sentido limitado a la colaboración entre diseñadores, pero para otros la definición es mucho más extensa porque incluye la colaboración y creatividad de varias personas que no están involucradas en la disciplina de diseño.

A continuación se explica detalladamente los métodos de diseño que involucran a otros actores.

57 Yagou, A., “Rethinking Design History from an evolutionary perspective”

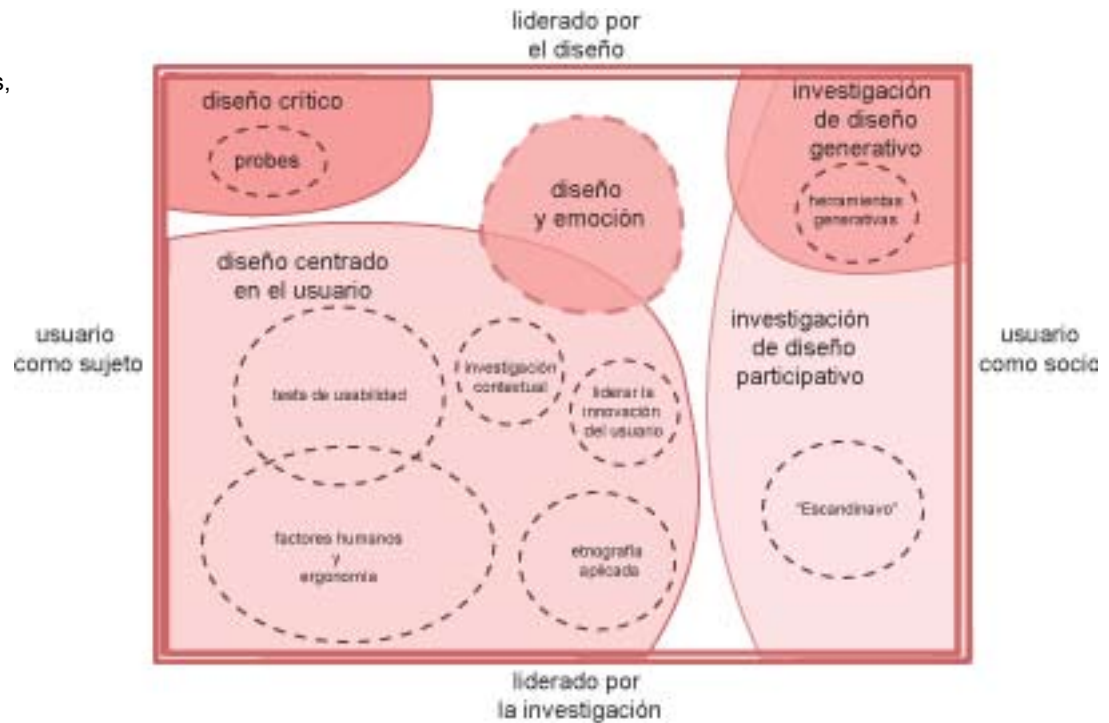
58 Ibid.

Diseño Centrado en el Usuario

El término diseño centrado en el usuario, describe al ser humano en términos instrumentalistas de “usuario”⁵⁹, es decir la investigación se enfoca en el usuario pero no lo involucra, no tiene una interacción bi-direccional. Es un proceso que viene operando en las escuelas de diseño y sigue siendo primordial para el diseño de productos, aunque el enfoque es interesante. Esta forma de trabajo está siendo sustituida por procesos que involucran más profundamente diseñadores y otros actores como el diseño participativo y el co-diseño.

Fig. 18 Co-design

Sanders, E., Strappers, P, J, (2008) *Co-creation and the new landscapes of design* ,CoDesign, p 1.16,



59 Binder, T., Brandt, E., Gregory, J., (2008) *Design participation(-s) a creative commons for on-going change*. International Journal of CoCreation in Design and the Arts, Publisher Taylor & Francis, Vol. 4, (2)

El esquema Fig. 18 plantea dos ejes, el eje X define al usuario como sujeto de estudio y al usuario como socio al extremo, el eje Y define lo guiado por la investigación y al extremo el guiado por el diseño. A partir de estos ejes se colocan dos prácticas: las centradas en el usuario y las participativas mostrando la relación con sus componentes; asimismo se muestra el estado actual en relación con la investigación y con el diseño. Vemos como el diseño centrado en el usuario abarca $\frac{3}{4}$ partes del cuadro pero casi no se guía por el diseño, a diferencia del diseño participativo que abarca menos en el eje X pero abarca todo el eje Y, es decir que es guiado tanto por el diseño como por la investigación, siendo ésta una relación vertical.

Co-diseño. Integra el término de co-creación.

Es un proceso que se lleva a cabo entre diseñadores y diferentes usuarios o actores interesados⁶⁰. David Wang lo define como: "él proceso en donde los actores de diferentes disciplinas comparten su conocimiento sobre el proceso de diseño y el contenido del diseño"⁶¹

Se argumenta que todos tienen diferentes ideales y perspectivas, donde cualquier proceso de diseño necesita manejarse. Existen preguntas como; ¿Hasta dónde funciona el co-diseño dentro de todo el proceso de diseño?, ya que puede tener un límite en la fase final del proceso de diseño, cuando la solución es definida por los profesionales, así como implementada por ellos, sin incluir a otros actores en este proceso.

Co-creación Para Leadbeater sucede cuando los usuarios son centrales, no solo en el diseño de servicios, sino también en la participación y su continuo desarrollo.

60 Binder, T., Brandt, E., Gregory, J., (2008) *Design participation(-s) a creative commons for ongoing change*. International Journal of CoCreation in Design and the Arts, Publisher Taylor & Francis, Vol. 4, (2).

61 Wang, D., Oygur, I., (2010) *A Heuristic Structure for Collaborative Design*, The Design Journal, Vol 13 Issue 3,

Co-producción

El término surgió en las ciencias sociales hace ya cuatro décadas, la idea la articuló el ganador del premio Nobel 2009 por economía Elinor Ostrom, en una serie de estudios de la policía de Chicago en el año 1970, quien definió co-producción de la siguiente manera:

“El proceso a través del cual las entradas usadas para producir un bien o servicio son contribuciones de individuos que no pertenecen a la misma organización”⁶²

El término co-producción se usa sobre todo en las áreas que se relacionan con diseño de servicios, lo mismo que en asuntos de servicios públicos. Se relaciona con la activa participación de las personas en el mantenimiento del servicio ya que cuando las personas tienen una participación pasiva entonces se atrofia el servicio y es un desperdicio de habilidades y tiempo. El hecho de que continúen aumentando las necesidades sociales generalmente no se relaciona con las fallas al conducir una investigación con las personas, sino que se debe a que no se les pide su ayuda y sus habilidades no son aprovechadas. En este caso, por ejemplo, si los usuarios no son parte del funcionamiento de los servicios, al no ser involucrados en su aplicación dentro de la sociedad, muchas veces tienden al fracaso.

“La co-producción cambia el balance de poder, responsabilidad y recursos desde los profesionales hacia los individuos, involucrando a las personas en la entrega de sus propios servicios.”⁶³

Los modelos que aplica la co-producción reconstruyen parte de la economía y realizan su potencial, es decir, ayudan a alcanzarlo. La co-producción trabaja para redescubrir los recursos humanos, o sea el gran potencial que se tiene en

62 Ostrom, E., Baugh, W.H. (1973) *Community Organization and the Provision of Police Services*, Beverly Hills: Sage Publications

63 Boyle, D. Harris, M., (2009) *The Challenge of Co-Production*, London NESTA,

los seres humanos, quienes reciben los servicios, como integrantes de familias o miembros de las comunidades; no son solo los que reciben un servicio sino los que pueden transformar esta práctica y su implicación va más allá de involucrar al usuario, es una forma de incluir a todos los actores para hacer algo, para que tengan algo que dar a cambio y para ayudar a que se entregue el servicio.

Para David Boyle (2009) la co-producción tiene su importancia en:

- Reconocer a las personas como recursos
- Valorar el trabajo de forma diferente
- Promover reciprocidad
- Construir redes sociales

La aplicación y ventajas de la co-producción en los servicios públicos, es un área poco explorada debido a que existe resistencia, y el sector de la co-producción no explota el potencial, aunque actualmente existen ejemplos exitosos, es necesario explorar a fondo sus posibilidades, métodos, recursos, etc. para mayor comprensión. Entre más se trabaje para consolidar este término se podrá definir el alcance, Robin Murray lo describe con el potencial de convertirse en “la nueva economía social” y habla de su extraordinario espíritu de innovación.⁶⁴

Un ejemplo exitoso lo encontramos en el NHS (National Health Service) de Londres, su meta es proyectar un servicio de salud que satisface necesidades para sus pacientes, hacia uno donde el servicio trabaja con sus pacientes para apoyarlos en sus requerimientos de salud. En la página www.institute.nhs.uk se puede encontrar el tipo de trabajo que se realiza para lograr el cambio.

64 Murray, R., (2009) *Danger and Opportunity; Crisis and the New Social Economy*, London NESTA,

Meta Diseño

La palabra significa planeación para un proceso de diseño, previo a resolver la problemática.

Analicemos algunas definiciones de meta-diseño

“Is about the setting of codes that allow data to be organized in spatial and temporal forms, that is, a design process of “higher order” shares with generative and evolutionary design the focus on the design of initial conditions or “seeds”⁶⁵

“Es acerca de la configuración de códigos que permiten que los datos se organizar en formas espaciales y temporales, es decir, un proceso de diseño de “orden superior”, comparte el enfoque de diseño generativo y evolutivo en el diseño de condiciones iniciales o “semillas”.

“Metadesign as the development of systems and tools, which then structures and delimits significantly what can be design”⁶⁶

“Metadiseño como desarrollador de sistemas y herramientas, que estructuran y delimitan significativamente lo que puede ser diseño”

En la primera definición la analogía de que el meta-diseño se enfoca en el diseño de condiciones o semillas, se refiere a una situación en donde existe cierto conocimiento inicial en la semilla, el cual puede crecer con la ayuda de pequeñas contribuciones de un gran número de personas. Este concepto de semilla es base del meta-diseño, porque es la información primaria que puede ayudar a lograr la colaboración ya que contiene información útil para la generación de contribuciones relevantes por parte de los participantes, en contraste con el diseño tradicional donde desde un inicio se tiene un complejo sistema, pero cerrado, es decir,

65 Giaccardi, E., (2005) “*Metadesign as an Emergent Design Culture*”,

66 Bjorviinsson, E.Bjarki., (2008) *Open-ended participatory design as prototypical practice*
CoDesign Vol 2 Junio

donde ya no pueden existir contribuciones.

La segunda definición se relaciona a la ayuda y aportación que puede proporcionarse a lo que se diseña; cabe mencionar que en el meta-diseño estos sistemas y herramientas se piensan para lograr una motivación que permita la comunicación y colaboración en el diseño participativo, el reto es precisamente lograr una cultura de trabajo en el proceso junto con los participantes donde se expresen y se involucren en actividades significativas.

El meta-diseño tiene como característica principal su apertura en varios campos: el diseño, estructura sin marcar jerarquías, interacción, inclusión activa del usuario, donde existe una naturaleza abierta que se beneficia de la constante retroalimentación ya que un diseño y la participación de los usuarios no termina cuando se obtiene el resultado final, sino al momento de usarlo, manteniendo abierta la crítica para realizar modificaciones dentro de lo posible.

La propuesta del metadiseño no pretende tener un brazo ejecutor, por el contrario da importancia a las personas en grupo, que pareciera no pueden generar soluciones inteligentes, sin embargo se ha comprobado lo contrario en los sistemas emergentes. La evolución de reglas simples a complejas es lo que llaman emergencia, éstos se adaptan y generan comportamientos que potencian su capacidad individual.

El meta-diseño pretende comportarse como un sistema emergente (Steven Johnson, 2001), esto tiene lógica si vemos la comprobación de las leyes de la emergencia, en contextos variados pero definidos, como es la organización de colonias de hormigas, la formación de barrios industriales, el comportamiento del moho de fango, donde la pregunta sería ¿qué características comparten estos sistemas?, “en términos sencillos resuelven problemas recurriendo a masas de elementos relativamente no inteligentes en lugar de hacerlo recurriendo a un solo “brazo ejecutor” inteligente”⁶⁷.

67 Johnson, S., (2001) *Sistemas emergentes, o que tiene en común hormigas, neuronas, ciudades y software*, Fondo de Cultura Económica, primera edición castellana 2003. 1a ed., 259 p.

En la Fig. 19, Se muestran los objetivos del meta diseño y su aporte para mejorar el diseño participativo.

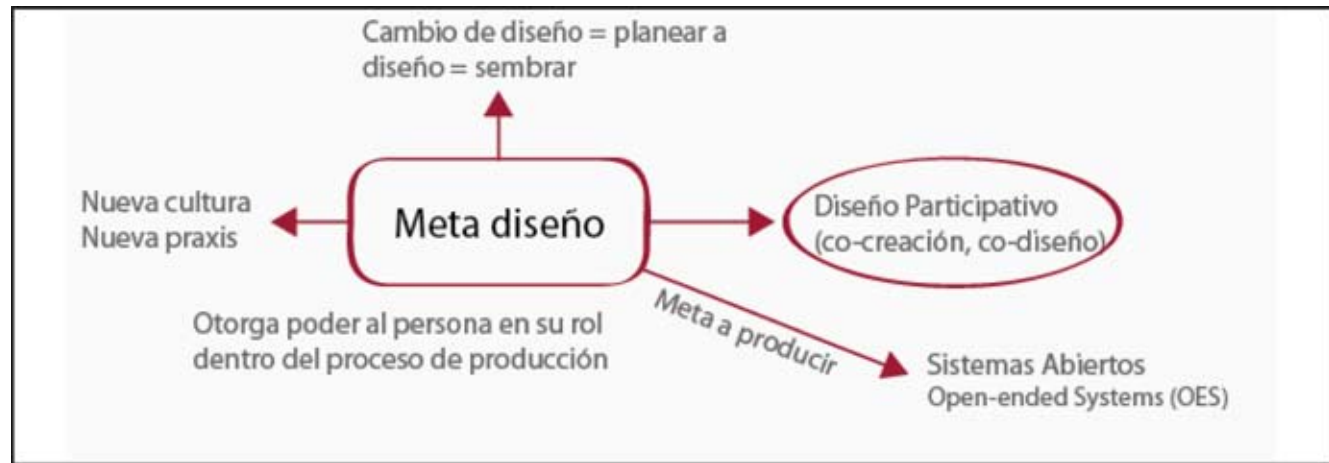


Fig 19. Características del Meta diseño. Elaboración propia

Diseño Colaborativo

El diseño colaborativo tiene gran relación con la colaboración en el área de negocios, mucho se ha escrito acerca de los diferentes tipos de colaboración que existe dentro de las empresas.

El cuadro Fig. 20 a continuación muestra los tipos de colaboración y sus características.

Fig 20. Características del Meta diseño. Elaboración propia

Tipos de colaboración		
Mandell	Pisano	Wang
1. Coordinación intermiente	Abierta	Mono-disciplinar
2. Permamente / Regular	Cerrada	Intra-organizacional
Coordinación	Hierarquica	Inter-organizacional
3.Grupo de trabajo personal	Plana	Extra-organizacional
4.Coalición		

David Wang profesor de arquitectura en el Instituto Interdisciplinario de Diseño en Washington, propone una estructura holística colaborativa de diseño Fig. 21, la propuesta es un modelo de cinco componentes, los cuales son:

1.- Al menos dos CEP, que son unidades praxis culturales epistémicos, en interacción productiva.

CEP lo define el autor como:

“Any cultural activity in which individuals participate on more than a casual basis, and in which degrees of expertise can be identified and nurtured, should be considered a domain.”

“Cualquier actividad cultural en la cual los individuos participan más allá de las circunstancias casuales, es en donde los niveles de experiencia pueden ser identificados y nutridos, deberían ser considerados un dominio”

Cada letra significa lo siguiente:

C = Culturalmente diseñado

E = Relacionado con líneas de conocimiento pertinentes

P = Expresado en la prácticas

Ejemplos de CEP: universidades, corporaciones, barrios, etc., siempre y cuando cumpla con los componentes de lo que es una CEP.

2.- Amenazas productivas del intercambio de los CEP.

3.- Descubrimiento de conocimiento.

“Technology brokering at IDEO entails more than just transporting ideas between previously unconnected industries, it also means transforming, sometimes radically, those ideas to fit new environments and new combinations.”

“El descubrimiento de cierta tecnología en IDEO conlleva más que transportar ideas entre industrias previamente conectadas, también significa transformar, a

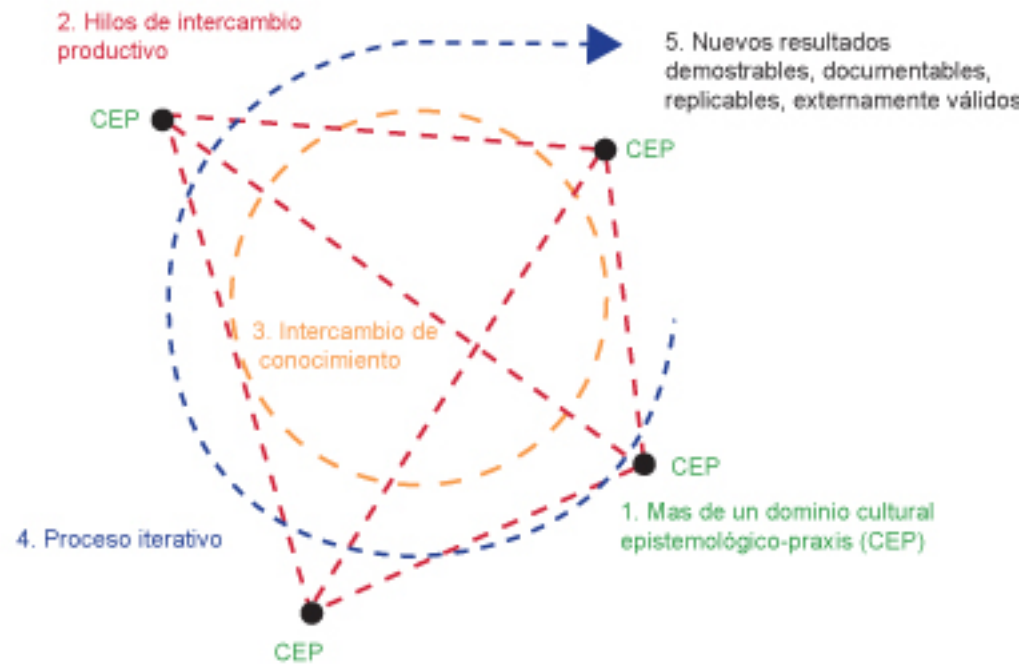
veces radicalmente, esas ideas para hacerlas embonar en nuevos ambientes y combinaciones”

4.- Proceso iterativo – Requiere tiempo e iteración para poder emparejarse con la velocidad del conocimiento relevante.

5.- Resultados nuevos demostrables. Los resultados deben documentarse, replicarse interna y externamente para su validación.

Fig. 21 CEP

Wang, D., Oygur I.,
(2010) *A Heuristic
Structure for Collaborative
Design*, The
Design Journal, Vol 13
Issue 3 355-369,



DISEÑO PARTICIPATIVO

El término “Participación en Diseño” se introdujo en 1971 en la conferencia titulada “Design Participation” de la Design Research Society (DRS), donde por primera vez se identificó este término como área específica. Pero hasta hace pocos años se ha incluido cada vez más en la investigación de diseño llevado a la práctica; su énfasis se empieza a usar en la práctica, su énfasis se inclina a responder ¿Cómo llevar a la práctica el diseño participativo? evitando la pregunta sobre si se debe o no incluir a los usuarios finales, porque se ha comprobado la utilidad de trabajar en conjunto con ellos.

El diseño participativo busca un compromiso sólido entre profesionales e interesados,⁶⁸ es un término que abarca y cubre la ideología del co-diseño; co-creación, tiene una definición más amplia, la cual se refiere a conceptualizar el proceso en un aprendizaje mutuo, no se restringe a cierto tipo de diseño sino que engloba el diseño en general, ya sea objetos, experiencias, ambientes o servicios.

El diseño participativo tiene una tradición escandinava. La pre-condición para un diseño participativo va en relación al valor atribuido a la reflexión en cuanto a cualidades en el conocimiento de los diseñadores y profesionales al perseguir retos establecidos, construyéndose sensibilidades en diálogo colectivo, negociación y constitución de la cultura, para Bjorguinsson E. B., (2008) es necesario hablar de sistemas abiertos (Open-Ended Systems OES), para poder afrontar las constantes prácticas que surgen, así como entender flexibilidad para resolver las condiciones que se presenten.

Para Henry Sanoff, la participación se refiere a un acercamiento que se enraíza en confianza, intimidad y consenso. La actividad de participación de la comunidad está basada en el principio donde el medio ambiente trabaja mejor si los ciuda-

68 Freire, K, Sangiorgi, D., (2010) *Service Design & Healthcare Innovation: From Consumption to co-production and co-creation*, ServDes Conference.

danos están activos e involucrados en la creación y administración. El rol del profesional, es facilitar las habilidades de la comunidad para alcanzar decisiones, encontrar formas para decidir como hacerlo usando una variedad de técnicas. Se requiere de una planeación estratégica y visionaria, donde se determinan objetivos para generar ideas, identificar actitudes, diseminar información y revisar la propuesta.⁶⁹

El diseño participativo tiene varios puntos de partida; en los años sesenta en EUA y Reino Unido, los pobres planeaban e implementaban sus propias metas. En Europa, el diseño participativo surge en la década de los setentas, donde se involucraba a los trabajadores en la introducción de los sistemas computacionales en áreas de trabajo. En Dinamarca, se usaron métodos de diseño participativo para crear soportes de computación en la producción de programas de radio.

El diseño participativo como dice la historia, viene del diseño comunitario el cual busca el interés de los interesados menos poderosos,⁷⁰

Otra definición bastante completa se muestra a continuación:

“Participatory design is about the direct participation of those whose working lives will change as a consequence of the introduction of a computer application. Participation potentially relates to all aspects, phases and activities of development, for example; decision making, designing, developing, deployment and further development in use.”⁷¹

El diseño participativo es la directa participación de aquellas personas cuyas vidas cambiarán a consecuencia de la introducción de una aplicación computacional. La participación potencialmente se relaciona con todos los aspectos, fases

69 Sanoff, H., “Multiple views of participatory design” Archnet-IJAR, Vol 2, Issue 1 March 2008 (57-69)

70 Strappers, P.J., *Co-creation and the new landscapes of design*, CoDesign, p 1.16, 2008.

71 Voss, A., Hartswok, M., *Configuring User- Designer Relations Interdisciplinary Perspective*, Springer 2009,

y actividades de desarrollo, por ejemplo; toma de decisiones, diseño, desarrollo y desarrollo en uso.

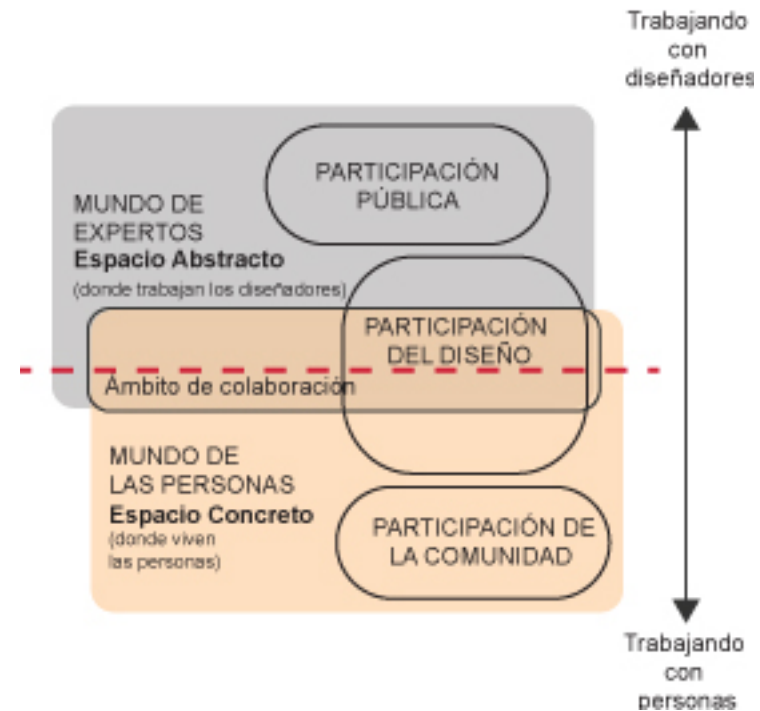
En el diseño participativo es esencial reconocer el rol del diseñador ya sea como desarrollador, facilitador o generador para poder lograr la participación de las personas en el diseño. Es necesario entender cual es la relación del diseñador con el usuario, es decir, su rol, ya que se corre el riesgo de imponer el pensamiento del diseñador sobre el de los demás, cuando una de sus características que definen la participación, es trabajar en una organización no jerárquica.

Lee explica a través de un esquema (Fig. 22), en dónde se localiza el diseño participativo, basándose en el marco analítico de Henry Lefebvre (1972), donde el mundo se divide en dos mundos de práctica, el abstracto espacio de los expertos y el concreto espacio de las personas. Cuando los dos mundos se unen un nuevo espacio se convierte en, “realm of collaboration”⁷² reino de la colaboración.

⁷² Lee, Y., *Design participation tactics: the challenges and new roles for Designers in the co-design process*, CoDesign, 4, 31-50 p. 2008.

Fig. 22 Realm of Collaboration

Lee, Y., (2008) *Design participation tactics: the challenges and new roles for Designers in the co-design process*, CoDesign, 4, 31-50 p.



Para Herny Sanoff las características y beneficios del diseño participativo son:

- Incremento del capital social (efectividad de las organización de la comunidad, relaciones sociales, y confianza mutua)
- Recursos de la comunidad = capital social, apego con el lugar.
- Promueve un sentido de comunidad
- Otorga el poder al ciudadano.
- Los que apoyan la investigación activa participativa, distinguen entre investigación para las personas e investigación por las personas.
- Democracia participatoria, es una actitud acerca de una fuerza para el cambio en la creación y administración de ambientes para las personas.

A continuación se tienen algunas preguntas para realizar el diseño participativo.

- ¿Quiénes son los actores involucrados?
- ¿Qué se tiene que realizar en el programa?
- ¿Hacia dónde tiene que ir la participación?
- ¿Cómo involucrar a las personas?
- ¿Cómo promover la participación?
- ¿En dónde en el proceso de planeación, entra la participación?
- ¿En qué parte del proceso de diseño deben participar todos los actores?

Es necesario definir en que parte del proceso de desarrollo del proyecto funciona el diseño participativo, como en la etapa de creación de la idea, en la parte del momento de decisión o a lo largo de todo el proceso de diseño.

Algunos autores concuerdan en que debe implementarse desde el proceso de planeación, ya que de no participar los actores en el desarrollo de el plan estratégico del proyecto enfocado en la problemática, generará desinterés y apatía. Esta es la razón por la cuál algunos proyectos fracasan, pues se requiere de una inmersión total del diseño participativo en todo el proceso de inicio a fin incluyendo la entrega del servicio.

Dado el sentido de comunidad de las personas, éste es un punto clave a desarrollar para la aceptación del servicio o producto, ya que de esta manera responden positivamente al solucionar problemas, como menciona John Thackara dicho sentido de comunidad se entremezcla con la localidad en la que es necesario trabajar para el éxito de los proyectos.

“Local conditions, local networks, local skills, local culture are critical success

factors for the majority of organizations”⁷³

“Condiciones locales, redes locales, habilidades locales, cultura local son factores críticos para el éxito en la mayoría de las organizaciones”

Por otro lado, se explica que no hay reglas a seguir en el proceso de diseño participativo, pero aquí se genera la duda de ¿cómo se puede llegar a una meta sin reglas previamente establecidas? y, si existen herramientas ¿cuáles son las que no limitan la creatividad de los usuarios o dirigen el proceso hacia un destino parcialmente establecido?

Respecto a este punto a través del presente trabajo de investigación, se pretende definir las prácticas y el diseño participativo por medio del diseño de servicios colaborativos culturales.

Definir estrategias sobre ¿cómo se puede mejorar la comunicación entre los dos grupos: expertos y no expertos? Para ayudar a resolver estas dudas, es necesario incluir al proceso el meta-diseño como proceso previo al diseño participativo, cómo se ayuda al diseñador para convertirse en buen facilitador, generador y guía; roles que están surgiendo recientemente de las nuevas formas de diseñar.

Cuadro comparativo entre los procesos de diseño Fig. 23.

	Meta- diseño	Diseño Participativo	Co-diseño	Co-producción	Centrado en el usuario
Historia		1971 DRS Design Research Society Scandinavian / 60 EUA			
Aplicación				Servicio Públicos	
Características	Un diseño para un PD Delimita significativamente que se puede diseñar	Aprendizaje mutuo OES Open Ended Systems Investigación por las personas Usuario como socio	Proceso entre actores de diferentes disciplinas comparte conocimiento	Activa participación de las personas en el mantenimiento del servicio	No se involucra al usuario Investigación para las personas Usuario como sujeto
Métodos usados		herramientas generativas			Usa la etnografía aplicada
Ventajas	Otorga poder a la persona En su rol dentro del PD	Investigación por las personas Otorga poder al ciudadano Incremento del capital social		Cambia el balance de poder Redescubre los recursos humanos Promueve reciprocidad Construye redes sociales	
Desventajas	Trabajo previo al inicio del PD		No siempre incluye a los usuarios en el PD		Usuario tiene una participación pasiva en el PD
Rol del diseñador	Planeador de la participación	Facilitador de la participación			

Fig. 23 Cuadro comparativo de los diferentes métodos de diseño. Previamente definidos.

PD = Proceso de Diseño

Métodos y herramientas para el diseño participativo

En la sección anterior se definieron las diferentes prácticas que se usan para diseñar, la elección de una u otra va en relación a la naturaleza de la problemática de diseño a resolver, en cuyo caso, los servicios culturales para la tercera edad requieren soluciones co-diseñadas con las personas de la comunidad que requieren la adaptación al contexto, para así ayudar a que los interesados la adopten, ya que las personas locales han invertido recursos en su creación:

IDEO dice que el diseño participativo se usa cuando:

1. Se necesita experiencia y conocimiento local
2. Las soluciones de fuera no se podrían adaptar fácilmente
3. Las políticas de la comunidad lo requieren.

Los métodos que propone IDEO para lograr esta práctica participativa son:

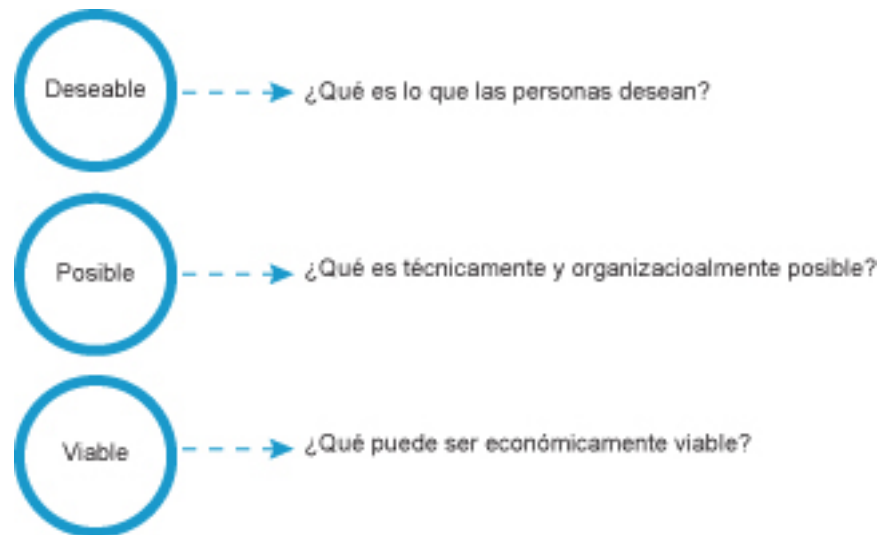
1. Un taller donde se junte de 8 a 20 personas de la comunidad para diseñar soluciones de acuerdo a los retos identificados. Se realiza lluvia de ideas en cuanto a soluciones.
2. Inmersión en el contexto, vivir con ellos por varios días o semanas para tener la oportunidad de identificar problemas y trabajar con ellos en el lugar donde se desenvuelven.
3. Encontrar expertos locales, con objeto de aprender de ellos y desarrollar soluciones en conjunto.

Estos métodos funcionan como conceptos, sin embargo, se requiere aplicarlos para lograr la participación de las personas, lo cual resulta interesante, pero se requiere mayor detalle acerca de la forma en la que se trabaja dentro de los talleres.

La Fig. 24 muestra 3 puntos a considerar, comenzando por el deseo de las personas, evaluar lo posible y viable, para posteriormente formar una intersección que incluya evaluar deseos, posibilidades del proyecto y viabilidad.

El proceso centrado en el humano HCD, por sus siglas en inglés Human-Centered Design, es el que propone IDEO dividido en tres fases:

Fig. 24 IDEO Cards.



1. Escuchar – Hear
2. Crear - Create
3. Entregar – Deliver

Thackara en el proyecto de Dott 07, obtuvo una participación importante de personas no expertas en los temas abordados, explicando que dicho trabajo igualmente se dividió igual en 3 fases:

1. Co-discover
2. Co-design
3. Co-develop

Si comparamos estas dos propuestas, vemos la gran similitud de trabajar cuando se toma en cuenta el diseño participativo, encontrando que los términos usados cambian, pero la finalidad es igual.

Por otro lado para crear un ambiente de innovación proponen también tres reglas básicas:

1. Equipos Multidisciplinarios
2. Espacios dedicados al proyecto
3. Asignar tiempos para el proyecto

Es importante cuestionarse ¿Cómo lograr la evolución de los usuarios de sujetos de observación y discusión a fuentes activas de creación de ideas?

La respuesta tiene que ver con crear motivación e involucrar creativamente a las personas para empezar a producir dentro del proceso de diseño.

Los diseñadores se benefician de esta práctica de diseño participativo en tres aspectos:

Interacción, empatía e inspiración.⁷⁴

Por ejemplo en Motorola el proceso de esta práctica se compone de tres fases⁷⁵:

1. Prime-Preparar - Previa preparación mental de los participantes para la sección
2. Dream- Soñar – Se divide en dos experiencias actuales e ideales.
3. Create – Crear – Construir soluciones que incluyan los ideales generados de la fase de soñar

Dentro de cada fase se recomiendan algunos métodos.

1. Prime-Diarios, libros de trabajo, documentación en fotos, ejercicios de un día de su vida.

2. Dream – Collages, mapas cognitivos

⁷⁴ Levitt, M., Scott, R., (2010) *Leveraging User Expertise Through Participatory Design*, *Innovation Journal*, .

⁷⁵ Ibid.

3. Crear – Técnicas generativas de modelado. Materiales como bloques de plástico o madera, velcro para unir y desprender fácilmente.

Esta última fase Sony la ocupa para crear modelos 3D a partir de bloques de espuma, piezas de velcro, aunque en este caso se aplicaron para diseñar objeto-producto, asimismo ciertos métodos pueden servir para el diseño de servicios.

Una propuesta muy similar es la de Sanders donde el gran valor son los sueños de las personas. Su propuesta para lograr co-diseño es un set de herramientas generativas donde los componentes son tanto verbales como visuales, aunque este lenguaje es predominantemente visual. De estos sets de herramientas, “toolkits”, las personas seleccionan entre varios componentes para crear productos que expresan su pensamiento, sentimiento, e idea. Los resultados pueden ser a través de collages, mapas, historias, planos o memorias, que normalmente contienen un poco de “background” historia de la persona. La regla para los participantes es usar los componentes para expresar como se sienten acerca de la experiencia⁷⁶.

Se analizaron diversas herramientas que se ocupan tanto para el diseño de producto como para los servicios, una descripción, así como su clasificación dentro del proceso de diseño y otra donde se ordenan de acuerdo al grado de participación que permiten los usuarios, con objeto de seleccionar las que se aplicarán al caso estudio. Fig. 25.

76 Sanders, *Generative Tools for codesigning*, en S.A.R. Scrivener, L.J. Ball, & A. Woodcock, Collaborative design (pp. 3-12) Londres.

Cuadro Comparativo de herramientas para las diferentes etapas del proceso del diseño de servicio.

Herramienta	Etapas	¿Qué es?	¿Porqué se usa?
Mapa de Actores (Stakeholder maps)	Descubrir	Mapa visual de los distintos actores involucrados.	Para resaltar los problemas de cada grupo, categorizar de acuerdo con importancia e influencia
Safaris del servicio	Descubrir	Exploración de ejemplos de buenas y malas experiencias de servicio	Para entender necesidades y problemas comunes que se encuentran
Shadowing	Descubrir	Inmersión de los investigadores en la vida de las personas, para observar comportamientos y experiencias.	Porque se desarrolla una visión holística de como operan las personas en relación con los servicios
Mapas del viaje del usuario	Descubrir	Visualización de la experiencia de la persona con el servicio	Permite ver los factores que influyen la experiencia de la persona
Entrevistas Contextuales	Descubrir	Entrevistas realizadas en el contexto en donde ocurre el proceso de servicio	Permite al entrevistador recordar detalles específicos que en focus groups se pierde.
Los cinco porqués	Descubrir	Cadena de preguntas	Establecer lazos entre la causas de raíz y los problemas superficiales
Pruebas Culturales (Cultural Probes)	Descubrir	Paquetes de información basados en el principio de participación del usuario, vía auto documentación.	Para adentrarse en la vida de los usuarios, sin el investigador presente (diarios visuales o escritos)
Etnografía móvil	Descubrir	Etnografía del lugar	Es una herramienta abierta a los usuarios sin estructura definida
Un día en la vida	Descubrir	Paseo descriptivo de las actividades del usuario en un día cotidiano	Contextualiza las interacciones del usuario, provee de información que tiene que ver con pensamientos y sentimientos.
Mapa de Expectativas	Diagnostico	Mapa que ilustra los que los usuarios esperan cuando interactúan con el servicio	Sirve como una herramienta diagnóstica, muestra las áreas que requieren atención
Personas	Diagnostico	Perfiles ficticios que representan un grupo en particular	Provee de diferentes perspectivas de deseo y necesidades de personas reales
Generación de Ideas	Diseño	Ejercicio para generar ideas durante workshops	Se ocupan para romper el hielo, relajar a los participantes, activar la imaginación o simplemente para mostrar puntos desde los cuales organizar la discusión.
¿Qué pasaría si?	Diseño	Preguntas que animan a los participantes a explorar situaciones futuras o potenciales	Prepara a las compañías para cambios que pudieran ocurrir

Cuadro Comparativo de herramientas para las diferentes etapas del proceso del diseño de servicio.

Herramienta	Etapas	¿Qué es?	¿Porqué se usa?	
Diseño de Escenarios	Diseño	Historias hipotéticas,	Provocar discusión para ver que realmente esta funcionando	
Storyboards	Diseño	Serie de dibujos o imágenes que visualizan una secuencia de eventos	Permiten crear historias de las experiencias de los usuarios.	
Camino a través en escritorio	Desarrollo	Pequeño modelo en 3D del ambiente del servicio.	Permite un análisis iterativo de las situaciones que ocurren en el servicio	
Prototipo del Servicio	Desarrollo	Simulación de la experiencia del servicio, desde "roleplay" hasta recreaciones donde se involucran participantes activos	Genera un entendimiento profundo del servicio, mayor que el generado por la descripción visual y escrita.	
Desarrollo ágil	Desarrollo	Reuniones de los participantes para discutir el desarrollo del servicio.	Para no perder los objetivos del proyecto.	
Storytelling	Diseño	Método para compartir nuevos conceptos de servicio	Permite a las personas seguir el proceso de servicio de cerca	
Blueprints	Diseño	Forma de detallar cada aspecto individual del servicio	Revela áreas que se duplican o enciman, identifica áreas cruciales	
"Roleplay" del servicio	Desarrollo	Métodos de ensaño del servicio	Si se toma video, permite a los participantes analizar sus acciones	
Mapas de ciclos de vida del usuario	Desarrollo	Visualización holística del usuario en su relación con el proveedor del servicio	Puede resaltar los puntos en el cual una personas puede abandonar el servicio	
Modelo de Negocios	Diseño	Modelo que describe analiza y diseña el modelo de negocios	Herramienta de enfoque	
Análisis Histórico	Diagnostico	Compara características desde varias etapas de desarrollo.	Ayuda a identificar tendencias y ciclos de uso.	
Inventario Personal	Diagnostico	Documentar las cosas que las personas consideran importantes	Revela actividades, percepciones y valores así como patrones.	
Video en un lapso de tiempo	Desarrollo	Se coloca una cámara que graba el movimiento en el espacio durante cierto tiempo.	Útil para proveer una visión objetiva y longitudinal de la actividad en el contexto.	
Asociación de Palabra-Concepto	Diseño	Asociar palabras descriptivas con conceptos de diseño o características	Para mostrar como perciben y valoran los problemas, ayuda a evaluar y priorizar los conceptos de diseño.	

Cuadro Comparativo de herramientas para las diferentes etapas del proceso del diseño de servicio.

Herramienta	Etapa	¿Qué es?	¿Porqué se usa?	
Diagramas de Afinidad	Diseño	Agrupar elementos de diseño de acuerdo a relaciones intuitivas, como similitud, dependencia, proximidad, etc.	Forma de identificar conexiones entre problemáticas y revela oportunidades de innovación	
Mapeo de Comportamiento	Descubrir	Rastrear posiciones y movimientos de las personas durante cierto tiempo	Ayuda a definir zonas espaciales de comportamiento diferente.	
Card Sort	Descubrir	En cartas separadas, nombrar posibles características, funciones o atributos de diseño. Pedir a las personas que las organicen espacialmente, que tenga sentido para ellos	Expone los mapas mentales de las personas de un producto o sistema. Revela expectativas y prioridades de funciones.	
Collage	Descubrir	Formar collages de imágenes y explicar el significado de las imágenes elegidas y el acomodo	Ilustra el entendimiento y percepciones de los participantes de los problemas y los ayuda a verbalizar temas complejos.	
			Participativo	
			Centrado en el usuario	
			Realizado por el diseñador	
			Realizado por el usuario	

Conclusiones

Los procesos de diseño colaborativos y participativos se han vuelto más populares dentro de la disciplina los cuales sugieren variaciones dentro de la tipología de trabajo en equipo, y traen consigo soluciones mucho mejor orientadas a las problemáticas que se viven.

Hay varias características en la sociedad que fomentan procesos que incluyan cada vez más a otros participantes expertos y no expertos. A continuación se mencionan los más relevantes:

La sociedad de la post-información: Negroponte en su libro “Ser digital”, escribe que nos encontramos en esta sociedad de la post-información, aunque las predicciones de muchos afirmaban que la sociedad de la información permanecería

por un tiempo, la tecnología ha evolucionado de manera exponencial, por lo que ahora nos encontramos en esta etapa post- que se caracteriza por:

- Verdadera personalización: la información por pedido dominará la vida digitalizada.
- El concepto de “dirección” cobrará un nuevo significado, dado que será posible vivir y trabajar en una o varias locaciones geográficas distintas.
- Relación a través del tiempo: la vida digitalizada incluirá muy pocas emisiones en tiempo real, no hará falta que sea recibido en el mismo orden o en la misma proporción en que serán consumidos.

Estas características que desarrolla Negroponte en su libro sugieren como se tiende a nuevas formas de interacción, que incluyen a los no expertos, lo cual se da, en gran medida, por otros medios y vía internet.

La noción del usuario dentro de este marco conceptual, está cambiando, por lo que su papel ya no es solo de usuario, sino que adquiere otros roles, no es el experto, no es el usuario; es la persona interesada, la persona capaz de que el proyecto se acepte y sobre todo funcione, por lo que más bien es un participante dentro del proyecto de diseño del producto.

Existen varias consideraciones relevantes alrededor de estas nuevas prácticas dentro de los procesos de desarrollo de diseño; los cuales están cambiando lo que se diseña, como se diseña y quien lo diseña. Sobre este último punto parece de suma importancia definir cual es el papel del diseñador en estas nuevas prácticas, por lo que es necesario definir el nivel de co-creación de los diferentes actores involucrados, ya que en primera instancia el término implica la creación por parte de todos, es decir, que se requiere entender a fondo, cuales son las limitantes del diseño participativo sobre la creación por parte de todos, eliminando las jerarquías.

3

Caso de Estudio Métodos Participativos para diseñar servicios colaborativos culturales

El capítulo 3 muestra el proceso de diseño participativo para crear una propuesta de servicio para el Club Av. Unidad Modelo del Instituto Nacional de Personas Adultos Mayores (INAPAM). El caso estudio muestra la situación y tendencias a nivel global, los beneficios del diseño participativo para el diseño de servicios, ayudando a encontrar y resolver las necesidades de las personas en este caso del sector de adultos mayores, así como para entender como perciben y experimentan los miembros del club los atributos y deficiencias de dicho servicio; por tanto la propuesta final refleja algunos valores importantes de las personas en relación a su vida dentro del club, el cual es parte primordial de su vivir cotidiano.

Este caso enfatiza la importancia del diseño participativo para diseñar servicios públicos como un proceso creativo para cambiar las situaciones imperantes del club, por soluciones que reflejan las necesidades actuales de las personas a nivel local, pudiendo tener un impacto a nivel institución INAPAM.

Caso de Estudio

PERSONAS DE LA TERCERA EDAD

SITUACIÓN MUNDIAL

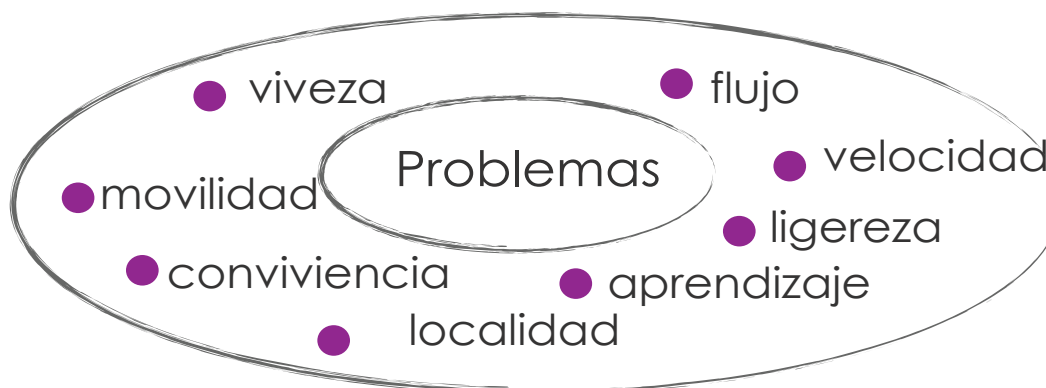
*“The beginning of the 21st Century marks the end of the period of human history with more young people than old, and for the rest of human history, there are going to be more old people than young, unless there are some very major surprises”- Joel Cohen, *Guardina*, August 2001*⁷⁷

Thackara en un capítulo para el American Center for Design Book, menciona el potencial del mercado de las personas de la tercera edad, pero como pocas personas y compañías entienden el mercado emergente, el menciona que en Europa dos tercios de los consumidores disponibles que compran pertenece al grupo de la tercera edad. Para el 2020 esto será una realidad. Habrá una demanda por servicios que involucren a las personas de la tercera edad para que vivan independientemente en sus comunidades. Los empresarios parecen ciegos ante el potencial de nuevos mercados motivados por el cambio en los estilos de vida y en los recursos financieros de muchas personas de la tercera edad.⁷⁸

⁷⁷ Laurel, B., (2003) *Design research, Methods and Perspectives*. 1a ed. EUA; MIT Press. 334 p.

⁷⁸ Thackara, J., (2005) *In the bubble, Designing in a Complex World*. 1a ed. EUA, MIT Press. . 319 p.

Fig. 26 Reproducción con fines didácticos, Temas que desarrolla Thackara en su libro "In the Bubble"



El diagrama (Fig. 26) muestra varios temas que desarrolla Thackara en su libro *In the Bubble*, cada uno puede estudiarse desde la problemática de las personas de la tercera edad, por ejemplo en cuanto al tema *velocidad*, ésta podría referirse a como este grupo de adultos mayores la disfruta, cómo la reflexionan en relación al tiempo, o también cuestionarse sobre este tema, ¿Por qué si o no tienen tiempo? ¿Cómo están cambiando sus ritmos de vida y hacia dónde se dirigen? ¿Qué actividades realizan?. En relación al tema *movilidad*, tal vez reflexionar el concepto "BEING THERE" que no se puede sustituir con la tecnología ni lo virtual. En fin todos estos temas abordados por Thackara se pueden desprender en muchas cuestionantes y áreas de oportunidad aplicadas a la comunidad de las personas de la tercera edad.

Si analizamos las macro tendencias, de *Global Trends*,⁷⁹ en "Generational gaps". Éstas se refieren a espacios entre generaciones. La tendencia es que en muchos países desarrollados se presentan cuatro generaciones distintas en la fuerza laboral, lo cual resulta en diferencias en actitudes, habilidades tecnológicas y éticas, las cuales impactan los estilos de administración, como se lleva a cabo el trabajo y la habilidad de atraer talento.

⁷⁹ *Global Trends* ayuda a las empresas navegar en mundo complejo, interconectado e incierto: dando forma al futuro en vez de ir a ciegas por cambios inadvertidos en sus entornos y mercados, además de proveer de herramientas prácticas para llevar dichas tendencias en acción, Disponible en <http://www.globaltrends.com/features/strategy-a-leadership/67-10-key-trends-to-watch>, consultado el 11 de mayo del 2011.

Lo que plantean es que se encuentran en juego los diferentes valores generacionales, con indicadores donde los valores y rasgos se están volviendo similares entre generaciones a lo largo del mundo (globalización), en vez de tender a la similitud entre generaciones dentro de un país o región.

Esta tendencia sugiere que se comparten características de generaciones a



Fig. 27 Porcentaje de la población 60 o más años, 2000-2025

nivel global, por tanto es interesante entender cual es la situación de las personas mayores a nivel global cómo primer punto, para después para poder contrastar los valores y rasgos existentes con los encontrados a nivel nacional a través del caso estudio.

La brechas generacionales, ya sea en los consumidores o en los trabajadores demandan a las empresas el desarrollo de productos y servicios flexibles a sus prácticas y diferentes aproximaciones que resuelvan diferentes necesidades.

Disponible en <http://agelab.mit.edu/disruptive-demographics>

Proyecciones Futuras

- En el 2009, la población mundial de personas mayores de 60 era de 690 millones de personas, o sea, el 11% de la población mundial, incrementándose de 10.4 millones en el 2007, un aumento en promedio de 30,000 cada día, por lo que, basándose en estos datos para el 2050, las personas mayores de 60 años se incrementarán de 680 millones a 2 billones, representando el 22% de la población mundial.
- La primera ola de Baby Boomers alcanzan el retiro total en el 2011, Para los siguientes 20 años 74 millones de Boomers se retirarán.
- Las mujeres viven más que los hombres, por lo que la mortalidad en hombres a partir del nacimiento resulta en menos hombres que mujeres, que sobreviven.
- Envejecer se caracteriza por la diversidad, no hay dos personas iguales. A medida que cada individuo envejece se acentúa la personalidad, lo cual se acentúa la diversidad en este grupo de la tercera edad.
- Contrario a la creencia, la mayoría de las personas mayores no son discapacitadas o institucionalizadas, experimentando un estilo de vida relativamente normal e independiente.

¿Por qué la población se está volviendo mayor?

Tres factores aumentan la expectativa de vida

- 1- Dinámicas de la edad, variaciones pasadas de nacimiento y mortalidad afectan la evolución de la estructura de las edades en un país.
- 2- Disminución en nacimientos.
- 3- La longevidad aumenta, no solo para las personas mayores pero también para los recién nacidos, niños y adultos, por el control en enfermedades infecciosas, iniciativas públicas de salud, nuevas cirugías y rehabilitaciones.

Diseño transgeneracional y diseño universal

Estos dos tipos de diseño muy similares entre sí, muy a menudo se les asocia con el desarrollo de productos y servicios para personas de la tercera edad, por lo que se definirán para entender sus conceptos y componentes principales.

El Diseño Transgeneracional⁸⁰ lo definen como:

“Es la práctica de hacer productos y ambientes compatibles con las personas que tienen limitaciones físicas y sensoriales, asociadas con la edad avanzada la cual limita actividades comunes de la vida cotidiana”

En el caso del diseño transgeneracional se apela por neutralizar la discriminación de los efectos tanto por envejecer, como por discapacidades, sensoriales, físicas, etc.

El Diseño Universal, “... es una metodología que se encarga de maximizar la usabilidad, y aumento de la adaptabilidad e inclusividad en el diseño, así como el uso de productos, servicios y ambientes.”⁸¹

Estas dos metodologías para abordar un problema de diseño no se refieren con producir para personas mayores, sino que su objetivo es diseñar productos y servicios atractivos para un amplio rango de posibles usuarios.

AgeLab MIT

El AgeLab MIT (Massachusetts Institute of Technology), se creó en 1999 para desarrollar nuevas ideas y de forma creativa trasladar tecnologías en soluciones prácticas que mejoren la salud de las personas y las inviten “a hacer cosas” a lo largo de su vida. El director del AgeLab es Joseph R. Coughlin, en su blog Disruptive Demographics, habla de su investigación de cómo la convergencia del cambio demográfico y tecnológico impulsará la innovación en los negocios, así

80 Disponible en <http://www.transgenerational.org>, consultado el 12 de mayo del 2011.

81 Press, M., Cooper, R., (2003) El diseño como experiencia, El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI, España: GG Diseño

como en el gobierno.

Por un lado tenemos a los Baby Boomers nacidos entre 1946 y 1964, en Estados Unidos de América que son las personas mayores de 65 y quienes exceden los 35 millones, cuyo crecimiento dramático en números y proporciones, aumenta la expectativa de vida, lo que hace que de un 20 a 25 % de la vida sea en retiro activo.⁸²

Estos datos son relevantes ya que las estadísticas prospectivas son una realidad, que nos informa del potencial de crecimiento de esta generación y la demanda por soluciones específicamente diseñadas para ellos, porque se infiere que la generación joven física e intelectualmente activa predice que la población adulta mayor del mañana estará mejor educada, más saludable, culturalmente informada y serán consumidores más selectivos.

Ahora dicha explosión de edad ha dado pie a que en muchos países se creen otras clasificaciones en tres subgrupos, dentro de las personas mayores de 65:

- “Jóvenes Mayores” 65-74.
- Los “Mayores” 74-84,
- Los “Mayores mayores” 85+

SITUACIÓN EN MÉXICO

Actualmente viven en México 10.8 millones de adultos mayores, que representan el 9.66 por ciento del total de la población (INEGI, 2010a). No obstante este porcentaje podría triplicarse en los próximos 40 años, ya que al igual que el resto de los países en América Latina y el Caribe, México experimenta un proceso acelerado de transición demográfica hacia el envejecimiento de la población, debido a la reducción de la tasa de natalidad, mortalidad y al aumento de la expectativa de vida.

⁸² Disponible en <http://www.transgenerational.org>, consultado el 12 de mayo del 2011.

La institucionalización referente al tema de la población adulta mayor en México tiene sus inicios en 1979, fecha en que se creó el Instituto Nacional de la Senectud (INSEN). Posteriormente, en el año 2002, cambió su nombre al Instituto Nacional de las Personas en Plenitud (INAPLEN), que se incorporó a la Secretaría de Desarrollo Social, como organismo descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio.

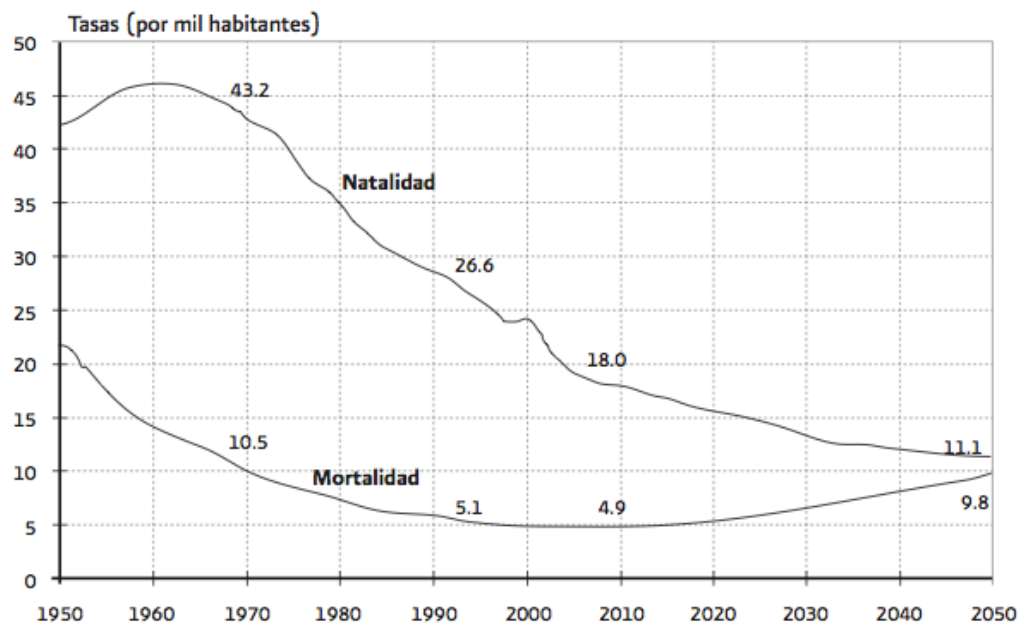


Fig. 28 Fuente: Estimaciones de Conapo con base en Inegi, II Conteo de Población y Vivienda, 2005

En ese mismo año se publicó en el Diario Oficial de la Federación, la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores, en la que se menciona la creación del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM), en sustitución del INAPLEN. En 2002 se aprobó la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores, la cual fue creada por la Cámara de Diputados y el Instituto Nacional de las Personas en Plenitud (INAPLEN) para afrontar los nuevos desafíos que supone la transición demográfica tendiente al envejecimiento de la población, con el propósito de mejorar la calidad de vida de las personas adultas mayores en México.

El INAPAM ha definido cinco ejes rectores estratégicos en materia de políticas públicas:

1. Cultura del Envejecimiento
2. Envejecimiento Activo y Saludable
3. Seguridad Económica
4. Protección Social
5. Derechos de las Personas Adultas Mayores

A partir de estos cinco ejes rectores, se han llevado a cabo programas que brindan soluciones a las personas adultas mayores. Entre ellos encontramos los Clubes en uno de los cuales se trabajó el Caso Estudio.

Opciones de Caso Estudio

Para realizar el caso estudio se tuvieron dos opciones:



1.- La primera es en un Club del INAPAM, que se encuentra en la Av. Unidad Modelo, Colonia Unidad Modelo, Delegación Iztapalapa, en él se reúnen todos los días de 9:00 a 2:00 pm. personas de la tercera edad, en su mayoría mujeres de entre 65 y 90 años.

Ventajas

- Las personas se encuentran en un solo lugar, lo que facilita el trabajo participativo
- Es un espacio adecuado para trabajar, salón grande con buena iluminación.

- El club forma parte del INAPAM, órgano rector de las políticas públicas para personas mayores de 60 años

Para poder trabajar con ellos, se realizó una carta dirigida al Dr. Sergio Valdés Rojas, el director de atención geriátrica, en las oficinas centrales del INAPAM, para tener el permiso y empezar con el proyecto.

2.- La segunda opción era una casa de reposo, “Residencia Arcoiris” ubicada en Cerrada de Cerezos No. 9, Colonia Arenal de Guadalupe, a unas cuerdas del Instituto Nacional de Rehabilitación. En esta residencia hay 22 adultos mayores, en proporción dos hombres por cada ocho mujeres. Es una casa grande con sala de televisión, sala de estar, comedor grande, jardín con sombrillas y mesas, la mayoría de las personas comparten cuarto y hay 3 recámaras individuales. Normalmente opera en el límite de su capacidad que es de 23 personas.

Se platicó con el director de la residencia el Señor Angel Gómez, quien comentó que abrió la residencia hace 5 años, pensando en personas entre 65 y 80 años, sin embargo la realidad de estos adultos mayores, algunos recién jubilados, son los que traen a sus papás a la residencia, personas de 80 a 100 años, debido a la dificultad que implica cuidar a una persona con demencia, habilidades físicas limitadas, dificultad para caminar, etc., en su mayoría personas que requieren de un cuidado especial que resulta difícil proporcionar.

Por otro lado la idea del funcionamiento y servicio de la residencia, es tratar a las personas como cualquiera desearía ser tratado. Permitir mayor libertad a las personas dentro de la



casa porque el Sr. Angel Gómez comenta que existen horarios, para levantarse, tomar los alimentos y aseo, lo cual podría darles la oportunidad de utilizar el resto del día para sus preferencias. Esta dinámica se debe también a que el personal no sería suficiente si cada uno manejara sus rutinas de manera individual.

En la residencia trabajan 5 enfermeras de tiempo completo, que se encargan de atención y monitoreo las 24 hrs. del día. Es un servicio no personalizado por razones de costo.

Ventajas

- Existe espacio adecuado para trabajar.
- Los adultos mayores se encuentran todo el tiempo en la residencia.

Desventajas

- La mayoría tiene problemas de demencia, dificultad para hablar, para caminar, para relacionarse.
- No existe el diálogo entre ellos.
- La mayoría ya no es auto-suficiente

CONTEXTO - Club Av. Unidad Modelo

Se definió trabajar en el Club del INAPAM a partir de Septiembre del 2012, porque la residencia no permite llevar a cabo el proceso participativo por el estado físico y mental de las personas mayores. A continuación se describen los programas del INAPAM dentro de los cuales se encuentran los Clubes.

Dentro de los programas del INAPAM para fomentar el desarrollo integral de las personas mayores de 60 se encuentran los Clubes. Básicamente el INAPAM maneja tres diferentes espacios físicos para adultos mayores:

1.- Los clubes y centros culturales donde se reúnen personas de 60 años o más, dentro de los cuales se ofrecen actividades de formación y desarrollo humano con la opción de que ellos mismos decidan las actividades que desean realizar

además de entrar y salir de club libremente. La finalidad de generar estos espacios se debe a la intención de promover la participación de las personas mayores, fomentando la organización e intervención en la solución de sus problemas, así como propiciar su permanencia en la comunidad.

2.- Residencias de día: donde igualmente se reciben personas de 60 años o más pero funcionan como escuelas donde hay un horario de entrada y salida que aproximadamente es de 8 am a 4 pm.

3.- Albergues: en estos centros las personas tienen alojamiento permanente, en estos dos últimos el servicio es para personas que no cuentan con apoyo familiar o recursos económicos que les permitan cubrir sus necesidades y ser independientes. Reciben alimentación balanceada, supervisión geriátrica, terapia ocupacional y servicios de trabajo social.

Para el INAPAM son muy importantes los clubes porque representan:

“Espacios de diálogo, participación e integración, su importancia radica principalmente en que combaten el aislamiento social y la soledad en la vejez, los cuales están relacionados con un declive del bienestar tanto físico como mental. La pérdida de vínculos familiares o personales, la soledad e interacción conflictiva son fuentes importantes de estrés, mientras que las redes sociales de apoyo y relaciones íntimas son fuentes vitales de fortaleza emocional” (OMS, 2002a).⁸³

PROBLEMATICA CULTURAL

Uno de los cinco ejes rectores, es la cultura del envejecimiento, aunque este punto es parte de los ejes rectores de INAPAM, las medidas para abordar esta situación son básicamente los clubs del INAPAM, actividades y convivencias que alrededor de ellos se llevan a cabo las cuales permiten a las personas mayores involucrarse en actividades entretenidas que ayudan a mantener la actividad e independencia.

⁸³ Consultado el 26-09-11, Disponible en línea: http://www.inapam.gob.mx/archivos/1/file/Libro_ejes_rectores.pdf

El objetivo cultural del envejecimiento debe explorar con mayor profundidad diferentes alternativas donde la sociedad mexicana podría involucrarse y educarse para mejorar la situación de los adultos mayores, evaluando en que medida la cultura puede crear actividades recreativas que permitan a los adultos integrarse al resto de la sociedad, ya que entre más significativas sean sus actividades mayores serán los beneficios para las personas tanto a nivel físico como psicológico.

EL BRIEF – 4 Etapas

Análisis del Servicio Operante en el Club Av. Unidad Modelo

Al ser un estudio con fines académicos, sin un brief de diseño previamente establecido por una empresa o institución (en este caso pudiendo ser el INAPAM), se tiene tanto ventajas como desventajas.

Las ventajas que se mencionan a continuación se trabajaron para obtener mejores resultados.

- El perfil de producto queda completamente abierto sin restricción alguna, pudiéndose enfocar a cualquier área o actividad en el club o vida cotidiana de las personas, lo cual permite desarrollar el proyecto de inicio a fin llevando a cabo todas las 4 etapas definidas previamente para el caso-estudio.⁸⁴
- El diseño de servicios seguirá un acercamiento con recalcada atención en las prácticas del diseño participativo es decir la activa participación de las personas. Dicho acercamiento refleja en la investigación resultados mejor aceptados y usados por las personas, sin ser ajenos a cuestiones administrativas, intereses, procesos y técnicas del INAPAM. La situación es posible si se incluyen a los diferentes actores dentro del sistema club INAPAM durante las cuatro etapas, tanto actores directos como la trabajadora social e

⁸⁴ La metodología de las 4 etapas o las 4 c la lleva a cabo el Design Council, e incluye el co-diagnóstico, co-descubrir, co-diseñar, co-desarrollar, Disponible en línea: <http://www.designcouncil.org.uk/our-work/support/Public-Services-by-Design/> consultado el 27-02-12

indirectos como la administradora del club o directivos del INAPAM.

- Es necesario internalizar los procesos y los flujos de información entre actores, así como limitantes y barreras antes de iniciar las sesiones participativas y así tener un punto de partida con bases sólidas para el co-diseño.
- Habiendo terminado el marco teórico, las definiciones de los términos y el trabajo práctico es posible reajustar, rediseñar y proponer nuevas soluciones de servicios para generar valor a todos los actores involucrados en el Club del Inapam.
- Otra ventaja es que el proyecto es manejable por su dimensión local, el número de miembros del club no asciende a más de 80, el tamaño de las instalaciones permiten manejar las variables o al menos permite enfrentar la complejidad de un sistema local con muchas variables y además parte de un sistema mayor: el INAPAM cuenta con múltiples actores, intereses y procesos, donde los actores condicionan al Club y su funcionamiento, presentes durante todo el proceso.
- En relación a los servicios públicos, el diseño de servicios puede ser visto como una herramienta que durante las primeras fases puede mostrar un panorama general de cómo son experimentados y entregados los beneficios del servicio a los usuarios, analizar si cubren expectativas y necesidades presentes así como poder visualizar cuáles son las áreas de mejora, es decir oportunidades latentes para realizar modificaciones al sistema actual del servicio.
- Si pensamos en el diseño de servicios en el área de servicios públicos, éste brinda la permanencia de dicho servicio cuando los miembros activos se sienten identificados con el servicio, lo cual atrae a nuevos miembros por la promoción de los usuarios satisfechos por la experiencia dentro del Club. Dicho beneficio se obtiene por la implementación de los servicios diseñados, desarrollados y seleccionados como los mejores por los propios

miembros del Club.

Las desventajas o limitantes del proyecto:

- Por ser un caso académico no se cuenta con un equipo de trabajo multidisciplinario, útil para analizar las sesiones participativas desde diferentes perspectivas pudiendo incluir expertos en las áreas sociales, de mercadotecnia y administración, entre otras, ya que solo el investigador en este caso diseñador industrial es el que analiza las sesiones.
- Se tiene que llevar a cabo en un periodo de tiempo corto, ya que se tienen que cubrir las cuatro fases incluyendo una parte del prototipo del servicio.
- Se encuentra desconectado de la directiva del INAPAM que por consiguiendo los resultados y pruebas con prototipos del servicio no se consolidan realmente con las normativas y legislaciones del INAPAM.
- Por último, para comprobar resultados, tener impacto y no limitarse a un taller es necesario, llegar a la fase de prototipo por lo menos de una parte del servicio. Este punto es indispensable ya que se cubren las expectativas de las personas de experimentar verdaderamente los resultados desarrollados a lo largo de las sesiones. Dichas cuestiones se deben transmitir a los adultos mayores desde un inicio para lograr captar la atención y su compromiso de los diferentes participantes durante todo el proceso del diseño de servicios.

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo el caso estudio “Diseño de un servicio” a través de la práctica del diseño participativo, se dividió en 4 etapas:

I Diagnóstico

II Co-descubrir

III Co-diseñar

IV Co-desarrollar

I ETAPA - DIAGNÓSTICO

En la praxis del estudio de las ciencias del comportamiento, el diagnóstico forma parte de los métodos clásicos usados en la investigación del caso, del grupo y de la comunidad para analizar y confrontar la información recopilada.

La primera parte consiste en un estudio de etnografía rápida, con el fin de obtener una imagen realista y fiel del grupo (personas de la tercera edad). Estudiando su interrelación y comprensión de su entorno para descubrir la oportunidad de diseñar e implementar un servicio.

El reto es que el servicio sea aceptado por los integrantes del club. Crear empatía con los diferentes actores es indispensable para llevar a término el proyecto.

Se tuvieron varias pláticas con la trabajadora social durante Agosto previas al trabajo de Diseño Participativo, útiles para entender el sistema del INAPAM y los Clubes, asimismo se tomó en cuenta la dificultad que existe para una institución grande poder reformarse de acuerdo al cambio de la sociedad. La trabajadora social es el único punto de unión entre todo el sistema Inapam y el Club, por lo que cada club recibe diferentes beneficios que vienen del INAPAM dependiendo de su involucramiento, es decir, los beneficios que el INAPAM promueve no llegan a todos los clubes de manera equitativa.

Gran parte del trabajo de los empleados y directivos del INAPAM a excepción de los trabajadores sociales es muy administrativo, sin tener realmente una visión y un contacto con el funcionamiento de los clubes a nivel local. Se percibe desvinculación con las necesidades actuales de las personas adultas mayores y la oferta y funcionamiento que maneja el Inapam.

Las características de los adultos mayores son diferentes a los de veinte años atrás cuando se creó el INAPAM, relacionándose de manera más activa con influencias globales, los medios de comunicación y avances tecnológicos, entre otras. Las personas cuentan con mejor educación, mejor salud física y mental. El servicio se percibe desarticulado de la sociedad, así como entre el club y el INAPAM que no satisface a muchos usuarios, además es difícil la integración de los integrantes recientes que están cumpliendo los sesenta años.

La trabajadora social se presenta al Club de dos a tres veces por semana, durante el horario del club, llega media hora antes de que abra a las 8:30 y se va media hora después de su cierre a las 15:00. Tiene varias labores administrativas y técnicas que incluyen tomar lista de los miembros que asisten día a día así como llevar la lista por clase y el tiempo que permanecen en el club. Lleva un diario de actividades en relación a todo lo que acontece con los adultos mayores, conversaciones y consejos que le solicitan, así como visitas privadas a sus casas, excursiones entre otras actividades. Dicho diario y listas se entregan a los jefes que se encuentran en las oficinas del INAPAM.

Generalmente el trabajo administrativo absorbe gran parte del tiempo durante su visita al Club, lo cual trae como consecuencia que se deslinde del trabajo relevante del trabajador social como agente de cambio para las personas a nivel comunidad, e individuo. Su trabajo es relevante ya que debe ir más allá de asistir a las personas proveyendo bienes y servicios, por el contrario puede analizar, mediar y diagnosticar a la comunidad para desde ahí planear, evaluar y ejecutar acciones de cambio basadas en dicho trabajo previo.

En este caso el club abrió hace 20 años y desde su apertura ha tenido pocas modificaciones en cuanto a su forma de operar lo cual ya no se adapta completamente a la vida actual de los adultos mayores, quienes no sólo requieren clases de actividad física, manualidades y algunas pláticas, sino sistemas más complejos que los conecten con la sociedad evitando su aislamiento en un solo espacio, ayudándolo a vivir plenamente, comunicándose entre ellos de manera más activa,

según se muestra en el estudio del perfil de vida de los adultos mayores que ha cambiado.

El Club Av. Unidad Modelo desde su apertura ha venido funcionando con regularidad a excepción de un cierre de 4 meses, con el cambio de administración del predio ya que en un inicio pertenecía a la delegación Iztapalapa, pero un comité decidió proponer una recuperación de espacios barriales de dicho predio, hoy el predio ya no pertenece a la delegación sino al gobierno. A partir de su reapertura en el 2008 se logró el acuerdo para el uso de las instalaciones exclusivas para personas de la tercera edad del INAPAM de las 9 a las 3 de la tarde de lunes a viernes.

El club cuenta con visitas de aproximadamente 80 personas mayores a lo largo de un mes, de los cuales 78 son mujeres y 2 hombres.

El diagnóstico comenzó el viernes 9 de Septiembre del 2012, el trabajo en el Club se realiza los días miércoles y viernes por las mañanas, aproximadamente de 9:30 a las 12:00 pm. y la dinámica del proyecto se enfoca totalmente a las personas, sus necesidades y hábitos de vida.

Durante las primeras visitas fue necesario la integración al club de manera que no se percibiera al investigador como un extraño en sus actividades o al club, sino como alguien familiar dentro de los mismos logrando así participación activa de las personas en el proyecto. Esta primeras visitas fueron clave para un acercamiento sólido con las personas, empezando por la Trabajadora Social que tiene gran influencia y presencia dentro del club, y que ha logrado una relación cordial y de gran apoyo para las personas mayores que la buscan constantemente, lo mismo que con las personas que son parte de la directiva del club, la presidenta y la tesorera, miembros con diferentes atributos, con poder de decisión sobre ciertos temas incluyendo: la organización de eventos, mantenimiento del club y por último, el acercamiento con personas que asisten frecuentemente al club, ya sea por la convivencia o por participar en las actividades.

A partir de la tercera semana de Septiembre se llevaron a cabo observaciones y entrevistas a 6 mujeres y 1 hombre sobre su vida cotidiana y su relación con el club. Se les preguntó:

¿Cómo se enteró del club?

¿A cuántas actividades asiste? ¿Por qué le gustan?

¿Quisiera otras actividades diferentes a las que se dan en el club?

¿Qué es lo que le gusta del club?

A la mayoría le gusta el club ya que emocionalmente los mantiene contentos y activos, además de interrelacionarse con amigos reuniéndose a comer o desayunar fuera del club. Todos se han enterado del club porque buscaban ayuda por algún problema o para entretener a sus padres, o porque recién enviudaron, o recién se jubilaron. La mayoría dicen estar muy contentos con las actividades que toman. Una persona comentó que le gustaría que hubiera clases de idiomas o de tecnología y otros proponen más salidas al cine o a museos.

Análisis del Servicio Actual

Para realizar este análisis se utilizaron diversas herramientas para facilitar la comprensión del servicio e identificar fácilmente las áreas de oportunidad. Por ejemplo:

- Mapa del Sistema
- Flujo de Información
- Mapa de actores
- Recorrido del usuario

El diagrama ayuda a entender todo lo que se relaciona con el club, su organización, trámites y diferentes actividades que se llevan a cabo cotidiana y esporádicamente. Dicha información fue recopilada a través de pláticas tanto con la Trabajadora Social, como con las personas mayores. La Fig. 29 muestra el diagrama del funcionamiento del club.

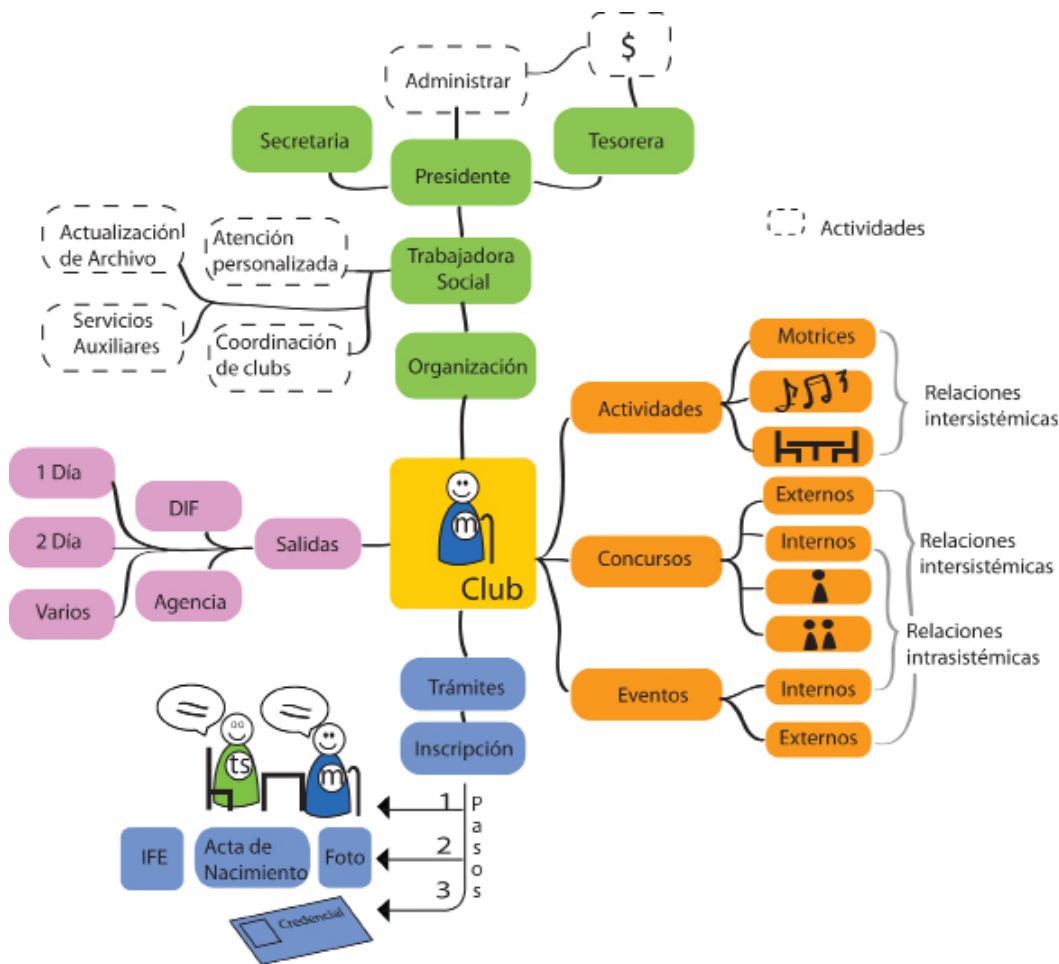


Fig. 29 Mapa del sistema del Club INAPAM. Elaboración propia

Como parte del diagnóstico, es necesario entender el sistema local definiendo la red de actores que participan directa o indirectamente en el servicio del Club, “la identificación de los actores es crítica para explorar el sistema de intereses, habilidades y conocimiento que se puede movilizar”⁸⁵ A continuación se muestra el mapa de los actores involucrados en el club, ya sean internos o externos, Fig. 30, pero que tienen algún tipo de interacción directa o indirecta.

85 Morelli, N., (2007) Social Innovation and New Industrial Contexts: Can Designers “Industrialize” Socially Responsible Solutions? MIT, Design Issues, Vol 23, (4)

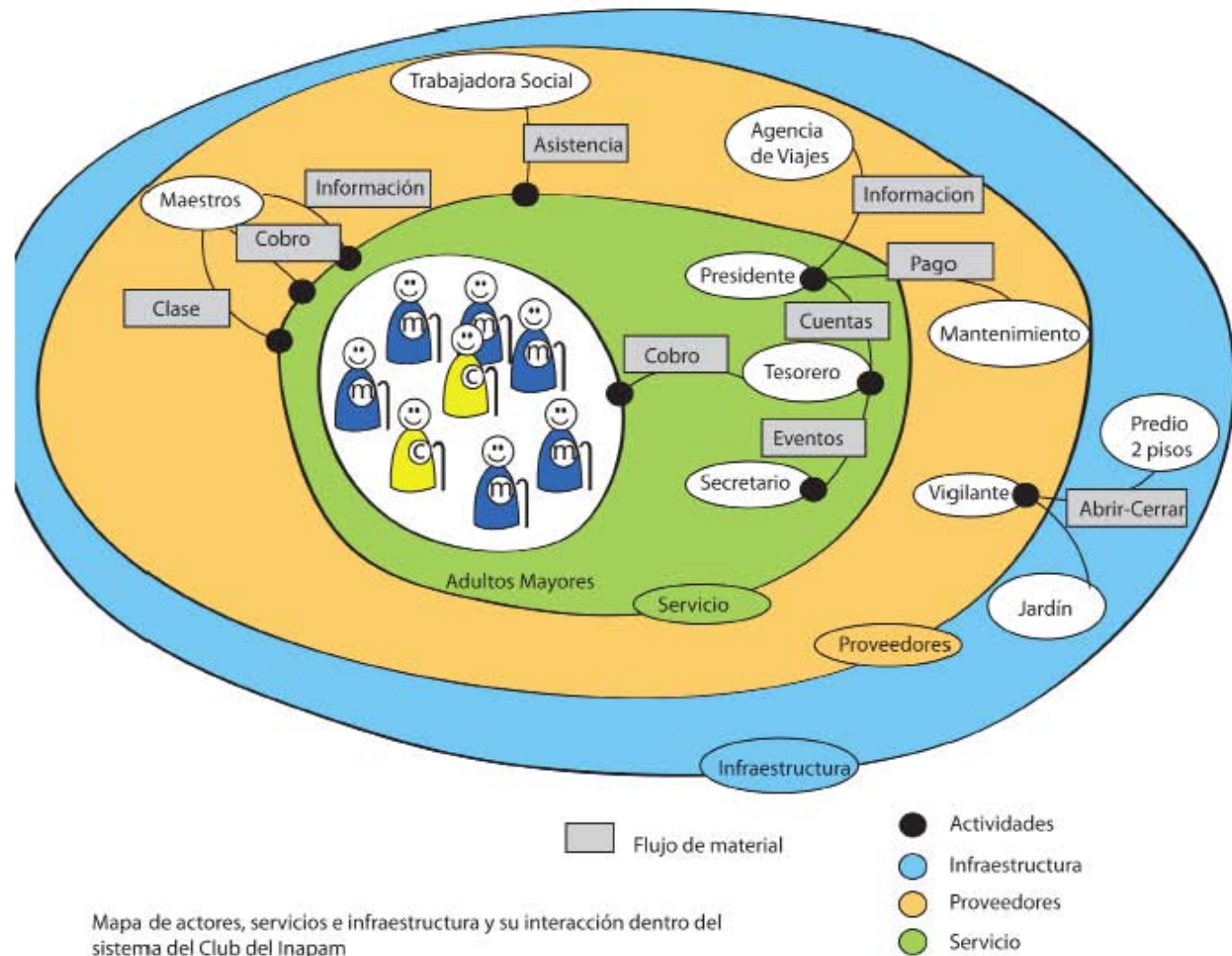


Figura 30. Mapa de actores, servicios e infraestructura y su interacción dentro del servicio Club Inapam, las relaciones entre los actores se muestra con el círculo negro y los cuadros grises se refieren a la actividad que realizan y con que actor la llevan a cabo. Elaboración propia

La eficiencia del servicio se puede diagnosticar a través de como se da el flujo de información entre los principales actores del Club, (Fig. 31). De esta forma se detectan las formas de comunicación que están dando los mejores resultados dentro de los adultos mayores, por otro lado, para analizar el recorrido del usuario, el “Customer Journey”, el mapa del viaje del usuario por el servicio, muestran las diferentes variantes que pueden existir, los diferentes recorridos libres del usuario en interacción con objetos, personas y lugares, (Fig. 32).

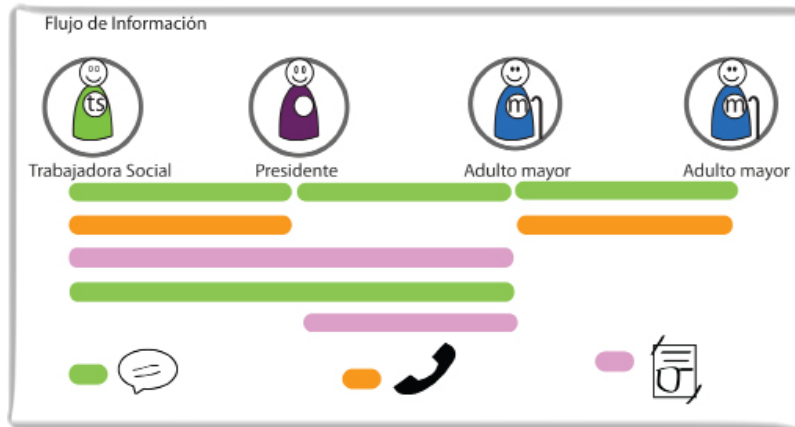


Fig. 31. Flujo de Información, a través de tres medios,
1. voz,
2. teléfono,
3. escrito (posters, pizarrón)
entre los tres principales actores, la Trabajadora Social, el presidente, y el adulto mayor. Elaboración propia



Fig. 32. “Customer journey” Las flechas rojas muestran el recorrido que realizan los adultos mayores y los puntos blancos son puntos de encuentro ya sea con componentes intangibles como otras personas o tangibles como la lista de asistencia o una café y galletas. Elaboración propia

II ETAPA – CO-DESCUBRIR

En la segunda etapa realizada en Octubre se aplicará el diseño participativo para poder comprobar la hipótesis, la cual consiste en un estudio cualitativo. Esta etapa es una investigación de acción donde las teorías se aplican a la práctica y son validadas por la práctica misma.

Todos los datos obtenidos son parte del estudio de mercado, básicos en el diseño específico para este grupo dentro de nuestra sociedad.

En esta etapa se profundiza en la oportunidad encontrada, con objeto de entender lo que motiva a la comunidad y como son las relaciones locales dentro de la comunidad. La pregunta rectora del caso estudio es: ¿Cómo se puede lograr impulsar al usuario para ser sujetos de observación y discusión, como fuentes activas de creación de ideas en el diseño de servicios?

Introducción.- Esta segunda etapa y las siguientes consiste en sesiones grupales, participativas. Incluyendo a diferentes actores, tanto de la mesa directiva, trabajadora social y el diseñador que guía y planea con anticipación las sesiones para motivar y obtener la información necesaria para la creación del servicios.



Miércoles 12 de Octubre 2012 - 1a sesión grupal -Co- descubrir

Objetivo: Descubrir areas de oportunidad para mejorar su vida entendiendo su cotidianeidad.

Se presentó el proyecto a un grupo de 8 adultos mayores, cuyo rango de edad va de los 65 a los 87. Como introducción se les explicó, qué es un servicio, con apoyo de imágenes y una pequeña secuencia de eventos. Después se les mostró una clasificación entre servicios que se encuentran en el mundo físico y en el intangible, así como ejemplos con los que ellos

Después se clasificaron las actividades, con tres categorías diferentes:

- 1.- Las que requieren y las que no requieren dinero
- 2.- Las que realizan en la mañana o en la tarde
- 3.- Las que realizan individualmente o con otros.

Fig. 34 Tabla de actividades clasificadas en categorías.

Diarias	Cada semana / 15 días	1 vez al mes
Jugar domino	Poner Hortalizas	Convivencia con las compañeras del Club
Hacer ejercicio-Zumba Yoga Psicodanza	Visitar a familiar	Salir de Día de Campo
Bordar	Surtirse de frutas y verduras	Salir de Compras
Platicar con las compañeras	Dispensa-ir al super	Salir al Teatro a al Cine
Regar el jardín	Ir a comer con amigas	Ir a cobrar la pensión
Lavar		
Caminar		
Ir al club		
Pasear		
Leer		
Escuchar música		
Ver la televisión		
Tejer		
Labores del Hogar		

Miércoles 19 de Octubre 2012 - 2a Sesión Grupal- Co-descubrir

Objetivo: Definir el área de oportunidad para diseñar servicios

Se empezó la sesión con ocho personas, siete de ellas estuvieron en la primera sesión y la presidenta actual del comité del club quien no estuvo en la 1a sesión. Para introducir la sesión de participación se explicó con más profundidad la definición de servicios, incluyendo los componentes del servicio. Se les mostraron unas tarjetas con imágenes (flashcards) de personas en diferentes ambientes de

interacción con un servicio, desde la fila en un banco, en ventanilla, una estética, en una unidad de salud del ISSSTE, en un supermercado Soriana, con el objetivo de ejemplificar los componentes del servicio y los puntos de encuentro, para que empezaron a familiarizarse con los componentes, y llevar a cabo el “Safari de Servicio” en donde cada uno pudiera contar experiencias buenas y malas que han experimentado en dichos servicios.

La segunda herramienta utilizada fue la del “Inventario Personal”, para lo cual se dividió al grupo en dos equipos de 4, para realizar un collage de palabras y recortes que responderían la pregunta ¿Qué consideran importante en su vida?, al finalizar se presentaron los dos collages.

Todas las respuestas se pueden clasificar en 3 grupos en relación a:

1. La salud
2. Relaciones familiares, de amigos o con nuevos miembros del club
3. Ser activo tanto dentro como fuera del club.

Para finalizar, conociendo sus prioridades, se concluyó que el ser activo es primordial y repercute directamente en la salud.

La mayoría de las personas opinan que el club les permite mantenerse activos, fomentando las relaciones entre amigos y generando nuevas con los miembros del club.



Después de hablar sobre el tema del club y casi al final de la sesión se comenzaron a expresar ciertas incomodidades en relación a la poca información sobre actividades y paseos, la falta de integración de muchos miembros, en especial las nuevas.

Algunas de las frases textuales fueron:

“Hay tantos letreros que me da flojera leerlos”

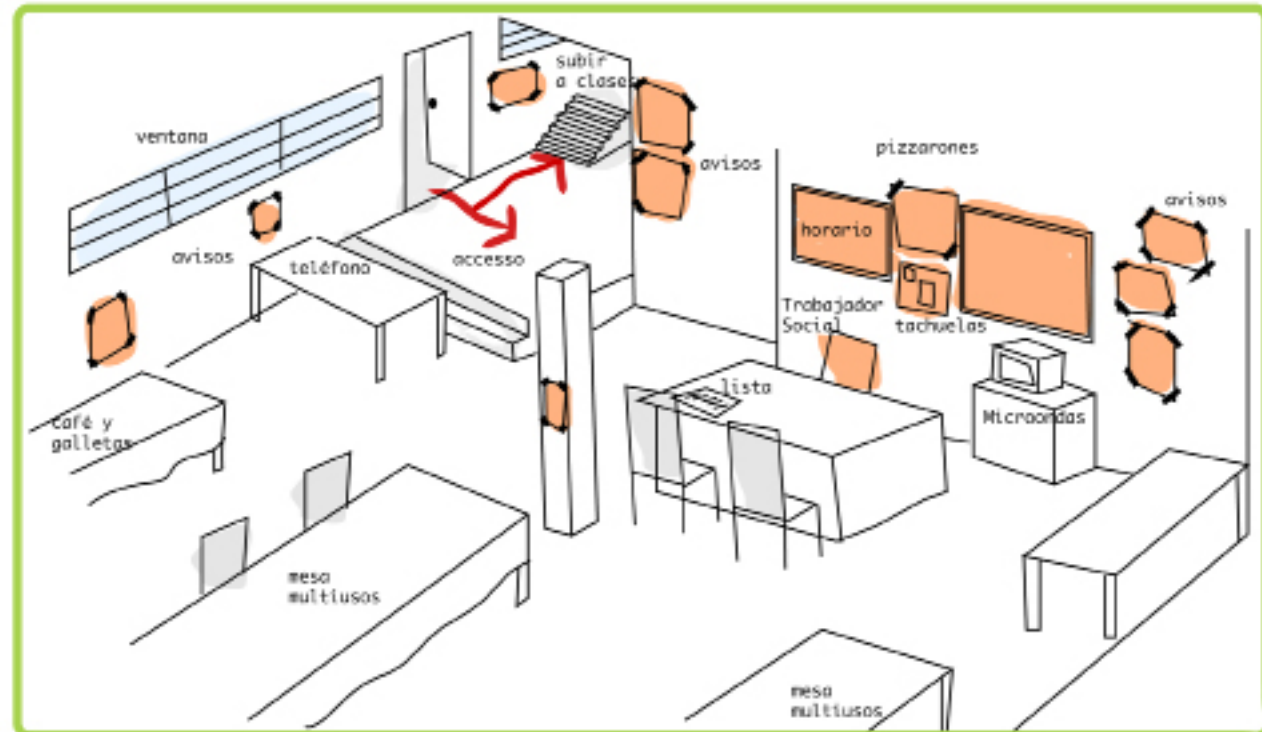
“Antes era bonito ahora no”

“Los nuevos entran y salen sin saludar siquiera”

“Y ni siquiera ven el pizarrón”

“La casa embrutece, empobrece y nadie te lo agradece”

Fig. 35 Perspectiva de la planta baja del Club, Realización propia. Muestra el exceso de información colocada en todos lados del salón.



Hacia el final de la plática, ésta se tornó activa y con mucha participación, mostrando diferencias en cuanto a la percepción del club entre integrantes. Esto dio pauta para elegir la idea de crear un servicio relacionado con la “**COMUNICACIÓN E INTEGRACIÓN**” dentro del club y entre todos los integrantes. Se realizó un consenso y concluyendo que sería el tema a trabajar.

Miércoles 26 de Octubre 2012- 3a Sesión Grupal- Co-descubrir

Objetivo: Explorar el tema elegido en la sesión anterior a fin de realizar una propuesta de servicio para el club. Se trabajan los aspectos positivos y negativos de la comunicación e integración desde un nivel emocional.

Se comenzó la sesión con diez personas, se trabajó a partir de la dinámica Círculo Mágico, como área de reflexión y relajación, en base a la intención de evitar obstáculos en la conversación.

Brindando 3 elementos fundamentales:

1. Conciencia (de uno mismo y del ambiente que nos rodea)
2. Maestría (Capacidad y confianza en uno mismo)
3. Interacción Social (Habilidades de comunicación, comprensión y respeto)

Al analizar los elementos que brinda esta técnica del Círculo Mágico, se considera una herramienta útil para profundizar en el tema del servicio, entendiendo claramente lo que realmente sucede, propiciando armonía grupal y participación equitativa. La técnica se llevó a cabo de la siguiente manera, paso por paso:

Paso 1_ Dar las Reglas del Juego:

Escuchar con atención

No juzgar

No interrumpir

Hablar en 1a persona

Paso 2_Leer los temas a trabajar: Experiencias agradables y desagradables en relación a lo que siento (interacción), pienso (conciencia) y hago (maestría) con la comunicación e integración dentro del Club.

Paso 3_ Se definió con diccionario las 2 palabras; comunicación e integración, con el objeto de tener una definición común desde la cual abordar la discusión.

Integración.- Constituir un todo, articular los elementos materiales y humanos para el adecuado funcionamiento de una organización

Comunicación.-Proceso a través del cual se transmite información de una entidad a otra.

Paso 4_ Se inicia la participación, el diseñador realza los sentimientos, enfatiza la retroalimentación y se agradece la participación después de cada intervención.

Paso 5_ Entre todos los participantes, al terminar las intervenciones se llega a un consenso a partir de lo que se habló, se escuchó y se expresó.

La segunda herramienta para terminar la sesión fue el Mapa de expectativas para responder la pregunta:

¿En base a lo aprendido qué les gustaría hacer para mejorar la comunicación e integración en el club?

Resultados

- Se requiere mayor atención a nuevos y entre todos los integrantes
- Dar una presentación a los nuevos
- Transmitir la información uno a uno
- Hacer algo con la información que se coloca en las paredes y pizarrones para evitar saturación y confusión.
- Hay muchos espacios vacíos y desperdiciados.

IV ETAPA – CO- DISEÑO

Definir una propuesta de servicio que presente una respuesta a la oportunidad encontrada. Las ideas se desarrollan a partir del trabajo de las etapas previas. Se pretende involucrar a la comunidad para que sienta pertenencia al servicio.

Es necesario que al inicio de cada sesión como lo plantea IDEO, se prepare al grupo para romper el hielo, posteriormente utilizar métodos para que sueñen sin importar la locura de las ideas, para después aterrizar las ideas y crear soluciones posibles. Este proceso puede llevar más de una sesión y tiene que ser un proceso iterativo.

Miércoles 9 de Noviembre 2012- 4a Sesión Grupal- Co-diseño

Objetivo: explorar la situación e imaginar todo tipo de problemas que se presentarían con las diferentes propuestas para mejorar la comunicación e integración.

Se comenzó la sesión con diez personas, las herramientas utilizadas fueron:

¿Qué pasaría si? esta herramienta se usa para explorar situaciones potenciales futuras y cómo se vería afectado el servicio por cambios tecnológicos, sociales o culturales, las preguntas fueron las siguientes:

¿Qué pasaría si todos los miembros del club pudieran saber dónde estas y que haces en todo momento, qué te gustaría que supieran y que no?

También se analizó la Bienvenida como tema en general

¿Qué te hace sentir bienvenido?

¿Cómo te gustaría ser recibido?

Resultados

Propuesta de Servicio

Como primera idea de lo que tiene que resolver el servicio, es ayudar a propiciar mayor comunicación e integración de las personas de la tercera edad del club para así elevar el interés de pertenencia.

Se identificaron los siguientes 3 temas principales que debe cumplir el Diseño del Servicio:

1. Dar una cálida bienvenida a los nuevos integrantes.
2. Que todos se sientan integrados y participes de todas las actividades internas y externas.
3. Comunicar relevancias en la vida de las personas.

Miércoles 16 de Noviembre 2012 - 5a Sesión Grupal - Co-diseño

Objetivo: Ordenar los elementos del servicio de acuerdo a la importancia y relevancia de uso, en círculos concéntricos, (Fig. 36). En relación a los tres principios del servicio previamente seleccionados.

Fig. 36
Dinámica de círculos de prioridades. Tres círculos de mayor a menor importancia.



A continuación se muestran los puntos por tema elegidos en la sesión anterior, ordenados de mayor a menor importancia. Se trabajaron tres temas, se identificaron por colores y se retomaron los puntos de cada tema de las dos sesiones anteriores.

1. ¿Cómo sentirse integrada y participe de todas las actividades internas y externas?

- Oralmente
- Por junta
- Escrito en el pizarrón
- Escrito en papel “Van a la basura”

“Hay que pagar tanto por los paseos entonces ya no voy, pero gratis quien te lo da”

“Las juntas son muy importantes porque viene la mayor parte de las compañeras”

Se llegó a la conclusión de que no ven el pizarrón por tanta información y por el sitio en el que esta colocado, se sugiere colocar pancartas, o un caballete justo en la entrada con la información reciente y básica, de manera que si se interesan por alguna, se acerquen a pedir información. En relación a esta idea un compañero comenta:

“Hasta este aparatito (caballete) yo lo puedo fabricar, el de madera, voy hacerlo”

“Yo tengo papel de la caja de cartón ¿servirá? para poner los anuncios”

2. Dar una cálida bienvenida a los nuevos integrantes

- Presentar a la persona en la actividad del momento
- Reunión grupal para presentar
- Orientar
- Muestras de afecto: Sonrisas, Abrazos, Saludos
- Café y galletas

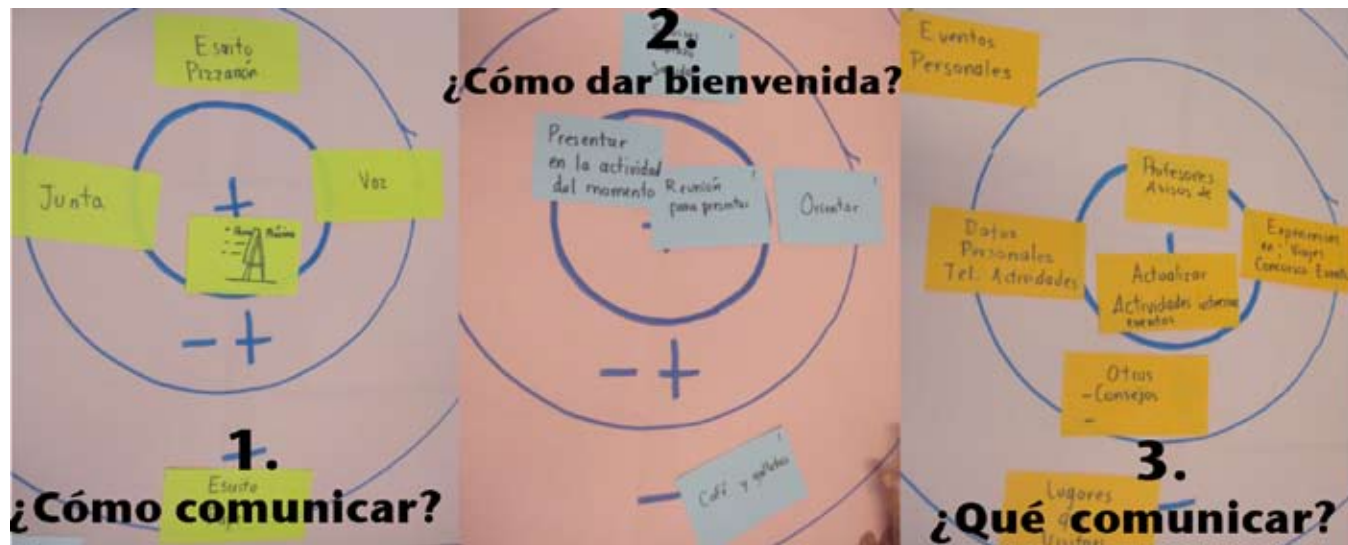
“Es imposible presentar a los nuevos integrantes en una junta, llega una persona nueva y yo la presento aprovechando la clase, porqué esperar a la junta, pasa mucho tiempo”

3. ¿Qué se debe comunicar entre los integrantes del club?

- Avisos de Profesores
- Actualizar eventos internos
- Experiencias de viajes, eventos, concursos
- Datos Personales
- Otros: Consejos (Tips)
- Eventos personales
- Lugares que visitan

Se comenta que hace algunos años se realizaba un periódico mural, por lo que se considera el realizarlo nuevamente.

“A mi me gustaría que se pusiera información de los maestros, porque luego se necesita gente para la escolta, porque solo las de tai-chi nos enteramos pero las demás no, sería bueno en un periódico”



Resultados

Al trabajar sobre los puntos que debe resolver el servicio por orden de importancia, los integrantes se dan cuenta de que la solución tiene que dirigirse a las prioridades, a pesar de que no es la solución perfecta, ya que no todos opinan igual y hay muchos puntos por mejorar en la Comunicación e Integración, sin embargo al colocarlas por mayoría de votos, los que pensaban diferente aceptaron las decisiones. Esta sesión participativa permite que las ideas del servicio se implementen y los integrantes se involucren en la creación de una parte del servicio, ya que están convencidos de que puede mejorarlo.

IV ETAPA – CO-DESARROLLAR

Las ideas y las soluciones se llevan a prototipos y se comunican a las personas, a través de gráficos. De esta forma se asegura, que la comunidad entienda la sugerencia y permite entender la percepción de las personas sobre, como podrían reaccionar y usar el servicio, con el objetivo del proceso de retroalimentación.

Las soluciones se crean y los usuarios las prueban.

Miércoles 23 de Noviembre 2012- 6a Sesión Grupal - Co-desarrollar

Objetivo: Acomodar los elementos del servicio y planear la colocación de los puntos físicos necesarios para implementar las ideas.

Se trabajó sobre una simulación de lo que sería el pizarrón con palabras y gráficos representativos de lo que se pretende mostrar, con objeto de disminuir la cantidad de información en paredes unificando bajo un sistema ordenado donde puedan intercambiar información en un solo lugar.



Se decidió dividir el pizarrón en tres secciones:

1. Avisos de Profesores,
2. Experiencias personales espacio exclusivo para los miembros del club donde puedan compartir vivencias, eventos, dudas, respuestas.
3. Para uso del comité directivo y la trabajadora social, en relación a asuntos internos relacionados al club.

Miércoles 30 de Noviembre 2012- 7a Sesión Grupal -Co-desarrollar -Última sesión

Objetivo: Role play de una parte del servicio en el pizarrón.

Se colocó el pizarrón justo cerca de la entrada para que todos lo puedan leer antes de subir a las clases o cuando accedan a la planta baja donde se realizan actividades manuales y juegos de domino, entre otras.

Todos los letreros y signos gráficos están imantados por lo que se pueden mover constantemente, se publicaron algunas actividades y las personas que no conocían el proyecto se interesaron. El viernes de esa misma semana, se realizó una junta general donde la presidenta del comité directivo, anunció a todos los

integrantes sobre el trabajo realizado y los beneficios de usar el pizarrón, aunque el servicio consta de elementos tangibles (el pizarrón) como intangibles (las interacciones entre los socios del club), el pizarrón es una pequeña muestra del servicio de dicho elemento que puede servir como punto de encuentro (touch-point) y además trae muchos cambios para el Club que genera resonancia en otros clubes diurnos del INAPAM y oficinas incluyendo el nivel administrativo.

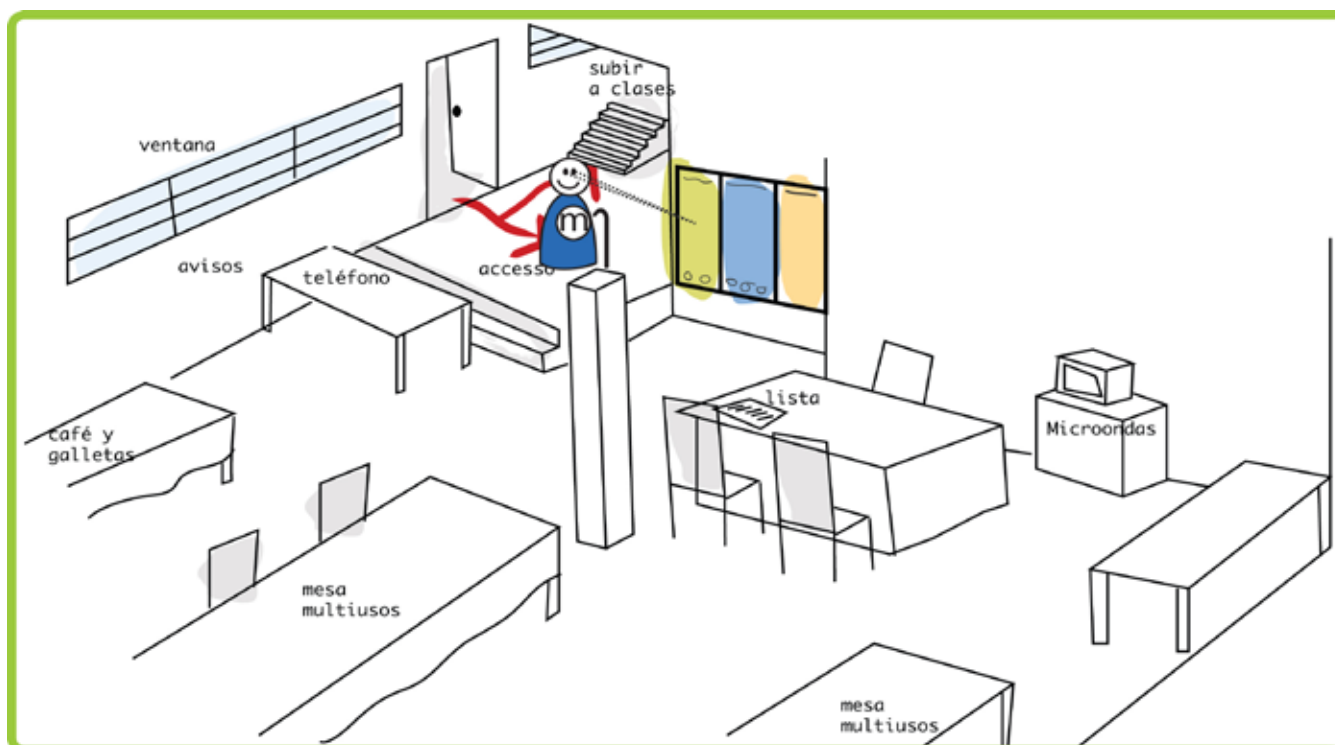


Resultados

Dicho pizarrón ayuda a manejar mejor los tres temas que se definieron como prioridad. Está dividido en tres secciones de diferente color lo que ayuda a tener ordenada la información, para que las personas la identifiquen fácilmente. La primera columna es para uso de profesores, la segunda para cualquier integrante del club que quiera escribir y la tercera columna para el comité y trabajador social, de esta forma se propicia la integración, incrementando la buena comunicación y flujo de actividades para descubrir problemas u oportunidades que puedan ser implementados al servicio del Club.

Por otro lado, es fácil de usar ya que usa textos, iconos y gráficos inmantados de fácil lectura.

Fig. 37 Nueva disposición de los letreros y pizarrones, todo se concentra en una pizarrón dividido en tres áreas.





Por último se tiene espacio para escribir con plumones. La solución es más que un pizarrón, ya que el servicio tiene que ver con las relaciones e interacciones que el pizarrón propicia, siendo estas más coherentes, ordenadas mostrando información prioritaria.

Se muestra un cuadro (Fig. 38), que resume cada sesión, las herramientas usadas, el material, tema a tratar, diálogo dentro de la sesión y número de participantes por sesión, para tener un panorama de inicio a fin del proceso participativo para diseñar un servicio colaborativo cultural para personas mayores.

Fig. 38, Cuadro del proceso de diseño participativo realizado en el 2012.

MES	SESIONES	HERRAMIENTAS	MATERIAL	TEMA A TRATAR	DIÁLOGO	PARTICIPANTES
O C T U B R E	Miércoles 5 Co-diagnóstico	Observación	Cámara	Vida dentro del club ¿Cómo se enteró del club?	"Mi papá venía al club" "Cuando enviude me lo recomendarán"	10
	Viernes 7 Co-diagnóstico	Entrevistas	Grabadora	Vida fuera del club	"En las tardes voy a un grupo de la iglesia" "Yo estoy en un coro, y clases de baile regional"	7
	1a SESIÓN Miércoles 12 Co-descubrir	Mapa de Actividades Inventario Personal	Post-it Papel bond	Objetivos del proyecto Definición de servicio Ejemplos de servicios reales Actividades que realizan	"A mi me gusta ir al super con mi hermana" "Me gusta regar mis hortalizas" "Por mi pasa Cony y vamos juntas hacer el mandado" "Los miércoles es de mercadito y vamos a desayunar"	10
	2a SESIÓN Miércoles 19 Co-descubrir	Mapa de Expectativas Safaris de Servicio Lluvia de Ideas	Flashcards Fotos Revistas	Buenas y malas experiencias con los servicios Collage: Áreas que consideran importantes en su vida	"Hay tantos letreros que no los leo todos" "Las nuevas entran y se van si saludar" "Antes era bonito ahora no" "Y ni siquiera ven el pizarrón"	9
	3a SESIÓN Miércoles 26 Co-diseñar	Círculo Mágico Mapa de Expectativas	Set de Reglas	Relaciones Personales Conductas agradables y desagradables Comunicación e Integración	"Más atención a las nuevas y entre todas" "Hay horas en donde no hay nadie" "Yo me siento muy mal, porque no conozco a nadie" "Traje un pastel y un libro de pensamientos para leer"	11
	Miércoles 2 4ta SESIÓN	Día de Muertos What if	No hubo sesión 2 Equipos	¿Cómo te gusta ser bienvenido?		7
	Miércoles 9 Nov Co-diseñar	Qué pasaría si... Diseño de Escenarios	Hojas con preguntas	Si todos pudieran saber: todo lo que haces lugares que visitas, ¿te gustaría?, ¿qué cosas no dirías? ¿Cuáles sí?	"En la junta estamos todas es buen momento para presentar presentar a las nuevas" "No porque nadie hace caso" "Una sonrisa, un café, o un saludo" "Me gustaría que me orientarán y presentarán en clase"	
	5ta SESIÓN Miércoles 16 Co-diseñar	Círculos de prioridades	Papel bond Palabras divididas en 3 grupos por color	Aspectos personales Experiencias Avisos Profesores y Comité Administrativo	"Yo puedo traer papel para el pizarrón" "Yo podría fabricar el caballete para que todas vieran los anuncios, y colocarlos en la entrada"	5
	6ta SESIÓN Miércoles 23 Co-desarrollar	Prototipo del pizarrón	Imágenes posibles Títulos posibles	Definir títulos e imágenes definitivas para el pizarrón así como ubicación		6
	7a SESIÓN Miércoles 30	Clausura	Pizarrón real	Instalación	"Estaría bien presentarlo en la junta general"	7
Diciembre	Viernes 3		Pizarrón	Presentación del prototipo		30

Conclusiones

Las oportunidades latentes descubiertas a lo largo del proceso de participación son:

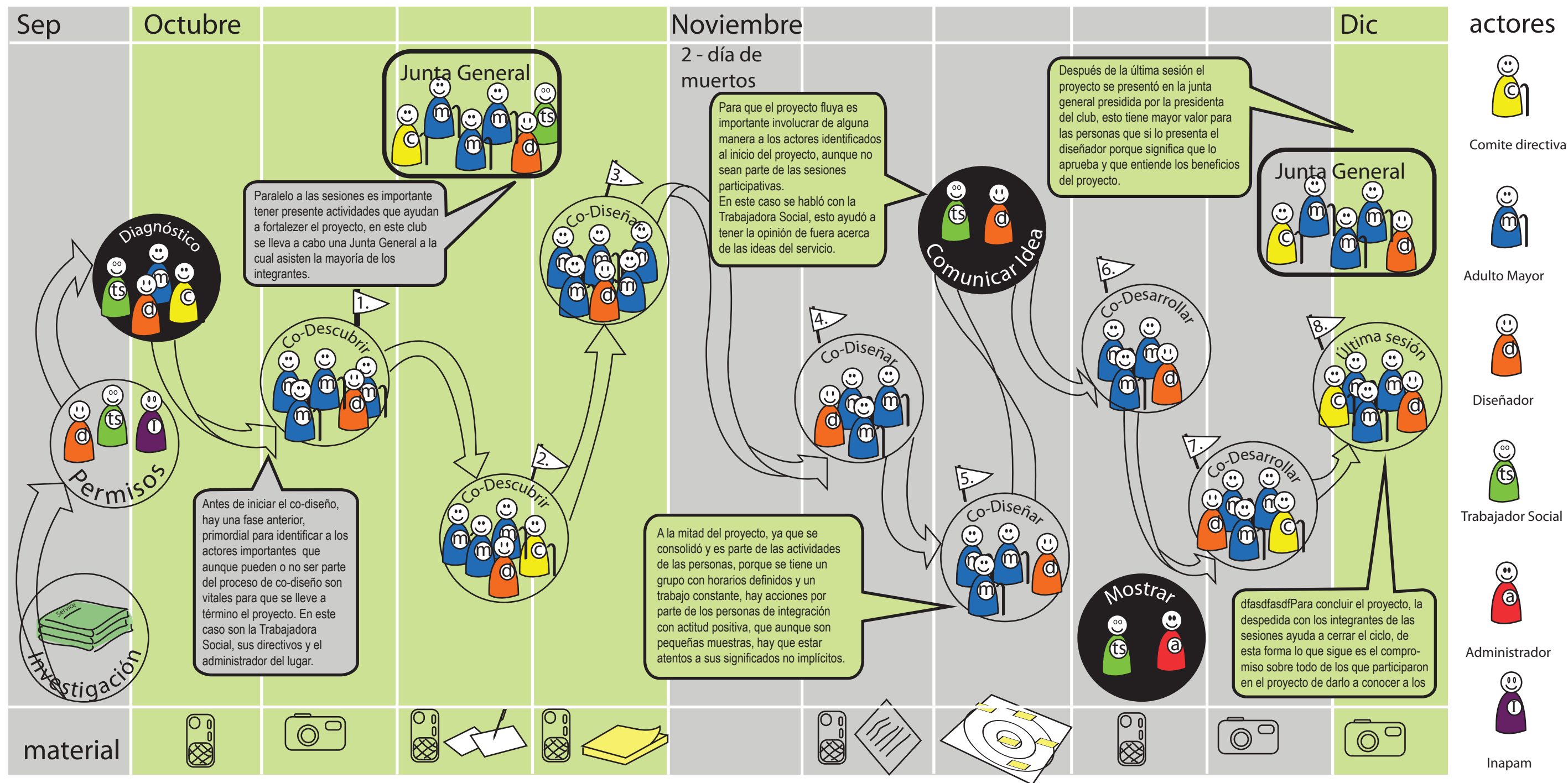
Las herramientas implementadas en las sesiones participativas tienen como resultado secundario el interés de los participantes para hablar de sus propias experiencias, muchas veces para ejemplificar sus puntos de vista. Esto ayuda a profundizar sobre el servicio a realizar o por lo menos el entendimiento de la problemática.

A la mitad de las sesiones, se percibió otro efecto en cuanto a las acciones que tomaron los integrantes, que aparentemente no tenía relación con el proyecto, por ejemplo, una señora trae un pastel para compartir después de la sesión, otra señora otro día trae un libro de pensamientos y cada integrante lee un pensamiento en voz alta, lo cual sugiere la integración del grupo en un espacio que permita actitudes espontáneas positivas, que lleva a los participantes a sentirse con poder y libertad de actuar. Estos efectos secundarios aunque pequeños, son muy importantes para el servicio, porque son parte del resultado, es decir, el tema fue mejorar la comunicación e integración que con dichas acciones ya están mejorando el problema antes de llegar a la propuesta.

Es necesario hablar también de situaciones difíciles, en algunas sesiones la discusión se torna hacia aspectos negativos, al exponer inconformidades a la mesa directiva. Estos temas son delicados, pero el diseñador necesita manejarlos como oportunidad de mejora evitando disgustos entre los integrantes, lo cual ayuda al diseño del servicio de manera importante para que la propuesta sea capaz de eliminar dichas inconformidades.

Es de suma importancia, en proyectos que pretenden crear o mejorar un servicio recreativo o cultural público, tener presente el proceso creativo, involucrado en sesiones participativas, debiendo elegir herramientas enfocadas a propiciar la participación de los actores, donde al mismo tiempo se está generando un producto terminado (el servicio), logrando una solución mejor aceptada y útil, lo cual se logrará a través de sesiones participativas más profundas.

Esquema del Caso de Estudio para el "Diseño de servicios culturales colaborativos" para personas de la tercera edad, de manera gráfica se resumió el proceso participativo mostrando la información más relevante, así como el desarrollo de la propuesta del servicio.



4

Análisis Comparativo con Finlandia

El objetivo de este capítulo es describir la situación de las personas de la tercera edad en Helsinki, capital de Finlandia así como la oferta actual de servicios y propuestas de servicios relacionados con la cultura y su vivir cotidiano.

Con esta descripción se pretende tener una base desde la cual comparar el caso Helsinki con el caso de estudio realizado en México, identificando las diferencias y similitudes entre la oferta de servicios para personas de la tercera edad en países tan lejanos, comprobando tendencias mundiales en comparación con México.

Por último se describe el Modelo de Servicios Colaborativos Culturales basado en: la investigación, el caso de estudio y el comparativo de Finlandia, el cual es parte de la aportación del presente trabajo.

ANÁLISIS COMPARATIVO CON FINLANDIA

COMPARATIVO “CASO FINLANDIA

Finlandia es uno de los países Europeos en donde más rápido se esta dando la inversión hacia más adultos mayores, en mayor proporción que en otros países europeos, por el excepcional número de nacimientos en la llamada generación de Baby Boomers.⁸⁶

El discurso narrativo típico que se maneja de manera similar a nivel mundial en la sociedad moderna dice que envejecer es igual a declinar o disminuir, es decir, se percibe envejecer como algo negativo donde las capacidades motrices, intelectuales y físicas se van deteriorando. Por otro lado tenemos también el tema de la homogeneidad como característica de esta generación, entendiendo que entre las personas adultas existen mayores similitudes de personalidad y comportamiento más que en otras generaciones, lo cual no tiene fundamentos sólidos.

Los estudios e investigaciones actuales muestran lo opuesto a los dos puntos anteriores, donde la diversidad prevalece, ya que las personas mayores no son similares en comportamiento; por ejemplo, ser mayor es diferente entre géneros.

⁸⁶ Karisto, A., (2005) Suuret ikaluokat, Vastapaino, Tampere

Otro punto importante que está cambiando es el tema del retiro. Antes retirarse era igual a no trabajar pero hoy esta adquiriendo nuevos significados, no está definido basándonos en el lugar de origen, ni en el trabajo, ni tampoco hacia donde ese alguien se dirige. Esto nos sugiere romper con la visión de envejecer como decaer para entender que existen otras posibilidades y caminos nuevos o viejos que tomar o retomar a esa edad. En una encuesta realizada en habitantes de Finlandia se muestra el porcentaje de personas que han adoptado un nuevo hobby o que han dejado uno viejo, observándose el 40 % en personas de 60 años y hasta del 25% en personas de 80 años, lo que nos sugiere cierto comportamiento activo y flexible, en relación a la sociedad postmoderna donde la vida es menos predecible que antes.

Esta es una realidad actual, pero es necesario ciertas condiciones para motivar esta búsqueda y flexibilidad en adultos mayores. En el libro “Ika on asenne” el autor menciona que no hay que sobreexagerar, “La edad no es solo cuestión de actitud, o del resultado de nuestras decisiones sino también depende de los recursos económicos y salud”, esta es una referencia importante para entender las diferencias entre los servicios y actual situación de adultos mayores en México, donde los recursos económicos varían enormemente⁸⁷.

Oferta de servicios culturales

Algunos ejemplos de servicios para los adultos mayores en Helsinki van desde, residencias permanentes, centros culturales que ofrecen variedad de actividades recreativas y físicas, lo cual más adelante se explica a detalle sobre su similitud y divergencia, comparándolos con los clubes del INAPAM en México.

87 En México la pensión alimentaria para el año 2011, fue de \$897.30 pesos, que equivalen a medio salario mínimo vigente en el Distrito Federal con el cuál la calidad de vida es baja y no alcanza para actividades culturales caras como el teatro, el cine y el arte, en comparación con Finlandia donde reciben mínimo 524.85 euros al mes y el salario mínimo es de 7 euros por hora con lo cual les alcanza para viajar, así como actividades recreativas, como el cine y el teatro. En Finlandia los pensionados con pensión básica no pagan impuestos. (Old-Age Pension Systems in the Nordic Countries, Copenhagen 2008, An Sats.)

Por otro lado Co-habitar entre personas ya retiradas va en incremento, así cómo relaciones LAT (Living Apart Together) se están volviendo cada vez más comunes. Las entrevistas en muchos países muestra que la independencia en edad adulta es ideal y es altamente deseada por el grupo. Muchos no quieren convertirse en los principales responsables de sus nietos o de la casa. Quieren seguir con relaciones emocionales y sexuales con sus parejas, pero no es posible si residen con sus hijos. De 50 a 65 años un tercio de las mujeres cuida a otros, ya sean familiares, padres o cónyuges, incluso personas de 80 a 85 años, continúan con estas tareas, aunque la proporción es 1 de cada 10.⁸⁸

Existen también lugares en Helsinki donde cuidan del adulto mayor que tiene alguna enfermedad o que ya no se puede valer por sí mismo, el beneficio no es totalmente para el enfermo, sino para la persona que lo cuida, que normalmente es su pareja, lo cual es llamado darle un descanso al cónyuge que está en buen estado a cargo de su pareja, con el objeto de mantenerse sano, tanto mental como emocional, ya que si también se enfermara resultaría mucho más caro cuidar de los dos.

Algunas de las nuevas propuestas de servicios a adultos mayores se están trabajando actualmente por parte de la Universidad Aalto y dado que Helsinki es la Capital Mundial de Diseño 2012 (Fig. 40), el tema de este año es “Embedding design in life”, (“Incorporando el diseño en la vida”.) Helsinki junto con las ciudades de Kauniainen, Espoo, Vantaa, y Lahden forman la Capital Mundial de Diseño 2012.

Los servicios que se ofrecen en los centros culturales como Villa Breda, dicha Villa se localiza en un pequeño poblado a 15 minutos del centro de Helsinki, llamado Kauniainen, en donde las autoridades locales de Kauniainen así como los administradores y encargados del Villa Breda solicitaron al departamento de Arquitectura y Diseño de la Universidad Aalto, proponer nuevos servicios

⁸⁸ Avramov, D., M. Maskova, (2003) *Active ageing in Europe. Population Studies*. Strasbourg: Council of Europe Publishing,

para los adultos mayores, recolectando los diferentes puntos de vista de los habitantes sobre Kauniainen y su vida cotidiana.

El objetivo que describe la página web de Villa Breda es:

“Crear modelos urbanos sostenibles y sensibles para desarrollar asistencia para los adultos mayores, usando el diseño de servicios, involucrando a las personas jóvenes para delinear el futuro del pueblo.⁸⁹

En su objetivo podemos ver la prioridad hacia el desarrollo de servicios en cuanto a su diseño, involucrando a los jóvenes. Estos servicios llevan a la práctica el co-diseño, el diseño de experiencias y sus puntos de encuentro.

Este lugar ofrece actividades culturales, organiza eventos y actividades para los habitantes, pero a diferencia de los Clubes del INAPAM, esta Villa está destinada a todas las edades, no sólo adultos mayores, además cuenta con un comedor donde se comparte la hora del lunch, como oportunidad de convivencia entre adultos, lo cual cobra un gran significado para ellos.

Las personas mayores en Kaunianen cuentan además con un servicio de transporte, que las conduce a sus diferentes actividades, el problema es que funciona únicamente por las mañanas resultando complicado cualquier actividad vespertina.



Fig. 40 Logo de World Design Capital, Helsinki 2012.

⁸⁹ Disponible en http://www.kauniainen.fi/en/news/world_design_capital_2012, visitado el 12 de marzo 2012.

El trabajo de la Universidad de Aalto con Villa Breda se divide en tres partes desarrolladas durante el 2012, con diferente temática. La primera se concluyó en Marzo, la segunda contiene como tema “Identidad” programada para Mayo y la tercera a finales de Noviembre.

Para la primera parte se comenzó con una reunión en Villa Breda con alumnos, tutores y encargados de Kaunianen y Villa Breda, con la finalidad de entender el contexto, por lo cual se trabajó en un proyecto por cada uno de los 6 equipos. Para concluir se presentaron los proyectos en Villa Junghans, ante autoridades, académicos y alumnos a cargo de la segunda ronda de proyectos. A continuación se muestran las propuestas presentadas:

Propuesta 1: “Granin Keittio”, servicio de comida donde se tiene la opción de cocinar y aprender en convivencia con personas que comparten el mismo interés.

Propuesta 2: “Ajo” Transporte, servicio donde se sincronizan voluntarios y choferes para acompañar a las personas, ya que aunque son independientes requieren de cierto soporte para ir de compras o caminar durante el largo invierno y realizar diferentes actividades, por razones de motivación y seguridad, promoviendo la compañía y previniendo cualquier accidente a causa del hielo.

Propuesta 3: “Memories”, Servicio mediante el cual las personas van capturando historias de los diferentes objetos con significado importantes en su vida, de manera que sus familiares puedan acceder a esta información que se escanea y codifica.

Propuesta 4: “Heimo” Servicio para actividades y eventos, con una plataforma web, donde se puedan organizar eventos, publicando la agenda e inscribirse para participar, pudiendo contribuir para su realización o propuestas de interés.

Propuesta 5: “Vida virtual” para conocer nuevas personas, facilitando la convivencia a futuro.

Propuesta 6: “Honestly” Servicio donde se comparten ideas y sentimientos, como el amor, amistad, coqueteo, trabajo, comida, hobbies, entre personas de diversas edades. Dada la necesidad de todo ser humano pudiendo compartir.

Entre estos 6 proyectos, hay algunos mas conceptuales que otros, así como innovadores, creativos y los que podrían realmente implementarse para probar su funcionamiento. Todos son recreativos y culturales, similares al caso de estudio realizado en el Club del INAPAM, aunque con un menor grado de diseño participativo.

Lo interesante radica en la creciente demanda de servicios culturales para este sector de la población en diferentes partes del mundo, desarrollados con prácticas similares como son el co-diseño y el diseño participativo. Las similitudes radican en las necesidades y deseos de las personas, entre los cuales encontramos nuevas formas de interactuar, convivir, integrarse, moverse, y alimentarse, pero con la gran diferencia en el contexto y medios para resolver las mismas.

Por ejemplo se tiene la necesidad de movilidad en los dos casos; Ciudad de México y Helsinki, la cual se dificulta con la edad, pero el caso en México tiene como variables lo inaccesible del transporte público (peseros, metro y camiones) por su inadecuación a las personas mayores, grandes distancias que hay que recorrer, tráfico, infraestructura en las calles a diferencia de Helsinki donde el problema tiene que ver con la dificultad para caminar en calles tan resbalosas, es difícil encontrar variedad cultural, debido a que es una ciudad pequeña, sin embargo las necesidades son las mismas para lo cual se debe considerar cualquier variable para diseñar los servicios.

Problemática cultural y vivir cotidiano

La salud y capacidades motrices son importantes para mantener activa a la sociedad, normalmente se promueve un estilo de vida más sano, a través de pláticas, sesiones y lecturas. Sabemos que es una prioridad en la vida de cualquier persona estar sano para desenvolverse en la sociedad, pero también se puede promover simplemente participando en actividades con significado. El investigador Sueco Benson Konlaan, ha mostrado que la participación en actividades culturales disminuye la mortalidad y morbilidad además de otras variables.

Dentro del sector social existe a veces una tendencia a considerar al sector cultural como un “buen enemigo”, ya que compite por el mismo dinero público y es buen enemigo porque el sector cultural es visto como de segunda importancia comparado con las necesidades básicas de salud y políticas sociales⁹⁰. El punto es que estos dos sectores; el cultural y el de salud, así como sus prácticas se sobreponen, ambos buscan el desarrollo comunitario, es decir, no son ajenos entre si y podrían trabajar en conjunto.

Existen razones para afirmar entonces que la inversión en cultura puede ser menos o igual de costosa que la social pero puede tener resultados similares y novedosas, siendo esta inversión una creciente necesidad para las nuevas prácticas de las personas de la tercera edad, además de generar cooperación y alianza entre diferentes sectores hacia lograr objetivos similares.

El sector cultural se desarrolla a partir de cierta estructura que prevalece en una u otra sociedad; si hablamos de Finlandia, hablamos de un país Nórdico considerado con alta calidad de vida y Helsinki como una ciudad habitable. Para afirmar que existen estas situaciones Antti Karisto afirma “es más que sólo hablar de la ausencia de problemas”⁹¹, contrario a la Ciudad de México, donde se puede decir que Helsinki no tiene contaminación, no tiene tráfico, ni miedo por ataques

90 Karisto, A., *Social Development on the Local Level: Art and Culture as Means of Empowerment*, Peter Lang, 1999.

91 Karisto, A., “Liveable cities, the soft side of urban policy”

terroristas o violencia por drogas, aunque a pesar de esto, muchos la consideran aburrida y estéticamente sin chiste donde nunca pasa nada. Por el contrario todas estas situaciones son parte del vivir cotidiano en la ciudad de México por lo que en ambos casos existe una problemática que enfrenta circunstancias opuestas.

Habrá que preguntarse ¿Qué genera la satisfacción en el vivir cotidiano?, Finlandia y México resultan extremos en su vivir cotidiano y cada uno requiere de diferentes factores para mediar su situación, entre los cuales es necesario considerar: libertad y variedad en el día a día, carácter individual de la ciudad, y combinación exitosa del espíritu de la comunidad en cuanto a su individualidad, lo cual es determinante para lograr la satisfacción.

Es conveniente recalcar que los servicios, por lo tanto, deben tener en su raíz bases teóricas, con el objetivo meta del desarrollo en la comunidad, para lo cual habrá que definir el significado de desarrollo para cada lugar.

Los servicios no se limitan a cumplir con un solo objetivo, también habrá que considerar experiencias momentáneas y buen funcionamiento al diseñar servicios, Amartya Sen⁹² expresa que para superar los problemas que enfrentan las sociedades es necesario resolver el rol de libertad en sus diferentes variantes, tanto individuales como colectivas.

Amartya Sen menciona que el desarrollo es más que el aumento en los ingresos de las personas, industrialización en las ciudades o lograr avances tecnológicos, también es importante la expansión de la libertad de las personas, convirtiéndose tanto en el fin como el medio para el desarrollo. Desarrollo es visto por Amartya Sen como el remover la falta de libertad que deja a las personas con pocas opciones u oportunidades de ejercer sus capacidades.

92 Sen, A., 1999. *Development as freedom*, Oxford University Press, United Kingdom
En su libro profundiza los diferentes tipos de libertades, las cuales son: oportunidades económicas, libertades políticas, facilidades sociales (educación y salud), garantías de transparencia, y seguridad de protección.

Es necesario que al momento de diseñar cualquier servicio, se tenga presente objetivo real y profundo, así como una visión holística y complementaria, cuestionando si dichos servicios propician mayor libertad. Por ejemplo si el servicio ayuda en alguna medida a generar oportunidades sociales, aumentar la educación y el cuidado de la salud entre otras cosas, se ofrecerán oportunidades económicas.

Antti Karisto, investigador del departamento de Gerontología Social en el departamento de Políticas Sociales, de la Universidad de Helsinki, menciona que la Tercera edad tiene tres elementos característicos:

1. El tiempo de retiro crece, así como también la expectativa de salud durante los años de retiro.
2. El número de personas que llegan a la edad de retiro es mayor que en generaciones pasadas (baby boomers)
3. Las personas retiradas tienen nuevas expectativas y actitudes, la cultura de la tercera edad emerge.

Existen dos modelos en la vida urbana, el rápido y el lento, la sociedad moderna se mueve rápidamente pero existe un incremento hacia moverse lento, usando más la bicicleta o caminando, y es que entre más estímulos y velocidad exista en la vida de las personas, más se valora el tiempo para disfrutar.

En Helsinki por ejemplo, la tendencia por el modelo lento es una realidad, como caminar hacia el trabajo; ya que los finlandeses disfrutaban el estilo lento en sus casas de verano “summer cottages” en especial entre personas mayores es común sentarse en los cafés de las calles que apenas aparecieron en Finlandia, y más que una tendencia, Antti Karisto las describe como un signo de cambio en la cultura, también es popular contemplar la vida urbana y caminar para mantener la condición. La participación cultural es una herramienta efectiva para movilizar a las personas, porque da recompensas sociales inmediatas en forma de alegría y emoción, es decir, los efectos son mucho más tangibles y apreciables a diferencia

de los programas de salud con resultados a largo plazo.

Otros efectos indirectos de la participación cultural a largo plazo encontrados en un estudio con personas mayores a través de métodos creativos y trabajo identitario⁹³, incluyeron reforzar el control que tienen las personas sobre su vida, habilidad para enfrentar problemas, darles voz y dignidad, así como también acelerar la cultura y cambio social, efectos difíciles de medir y no siempre se vuelven realidad.

En Finlandia por ejemplo, los lugares públicos están segregados por edad, en comparación con otros países Europeos donde la división es por género. Especialmente en las ciudades, personas de diferentes edades usan diferentes lugares, pero con el boom de las personas en edad de retiro o en camino al retiro, se prevé un nuevo boom por servicios en la ciudad y por la reinterpretación de uso de los espacios públicos, ya que en un estudio realizado en un área de Helsinki un tercio de los adultos mayores siente que no hay suficientes lugares donde convivir. Una ciudad debe ser habitable y atractiva para personas de todas las edades, disminuyendo esta disputa por los espacios urbanos prevaeciente entre géneros, diferentes grupos sociales y edades.

En los sitios que albergan los clubes del INAPAM, por ejemplo existe una división muy marcada por edad para el uso de lugares públicos, en el Club Av. Unidad Modelo, el club tiene uso exclusivo para adultos mayores de 9 a 2, y por las tardes uso para jóvenes y adultos. Así también esta división se da en otros lugares, restaurantes, plazas, museos, en donde se puede apreciar esta segregación. Se podría explorar este tema y entender cuales son las razones por las cuáles existe tan marcada situación, pudiendo trabajar en servicios que interconecten a las personas de diferentes edades.

Se esta abriendo paso a un paradigma orientado a la comunidad que trata de conectar e interactuar con personas de diferentes sectores, el cual enfatiza

93 Worsfold Brian J. (2011) *Acculturating Age: Approaches to Cultural Gerontology*, University of Lleida

diálogos en vez de monólogos, dándoles voz a las personas a través de su participación y libertad de expresión e interpretación de significados que ayuden a mejorar los servicios, promoviendo la comunicación a través de preguntas y no de respuestas, para encontrar soluciones enraizadas en el contexto donde se desenvuelven.

Para diseñar servicios significativos para las personas y su desarrollo es necesario, como se ha venido mencionando, ver las diferentes esferas sociales, políticas, económicas, tendencias urbanas y de vida cotidiana, ya que los servicios son un asunto de alta complejidad que deben tener un enfoque plural y diverso.

Se puede observar el gran potencial que tienen los proyectos de arte, cultura y el efecto que se puede lograr con ellos. Se ha argumentado entonces la importancia de trabajar con el ambiente habitable y el vivir cotidiano de las personas y no solo con el sector salud.

Es necesario desprenderse de la localidad en la que se trabaja, para lo cual es vital el conocimiento de las otras disciplinas, por ejemplo, si se diseñan servicios culturales para adultos mayores y nos informamos de gerontología social sin incluir políticas sociales o estudios urbanos, el resultado del servicio, no resolverá las necesidades a largo plazo ni serán coherentes con la vida urbana de una gran metrópolis como puede ser la Ciudad de México.

MODELO DE SERVICIOS COLABORATIVOS CULTURALES

El Diseño de Servicios Colaborativos Culturales SCC se define entonces como:

“Una red de actividades que se llevan a cabo en un lapso de tiempo donde las personas que lo usan se encuentran involucrados activamente en su co-producción, actividades que resuelven las necesidades de la comunidad por nuevas maneras sostenibles, integradoras y comunitarias con un amplio enfoque en el individuo”

A partir de esta definición podemos conformar el modelo de SCC, Servicios Colaborativos Culturales, que incluyen tres principales componentes para su correcto diseño, incluyendo 3 esferas (Fig. 41):

La primera esfera es la de colaboración que incluye el diseño participativo en su definición más amplia, ya discutida en el capítulo 1, la segunda esfera es la de la cultura que incluye a las ciencias sociales, las cuales permiten el correcto estudio del grupo para el cual se pretende diseñar el servicio y la última esfera es la de los servicios, que incluye el diseño de experiencias e interacción en primera instancia, incluyendo las áreas de administración, las cuales forman parte de las raíces del diseño de servicios, que se vieron influenciados durante su inicio y

Fig. 41, Los 3 componentes principales de SCC, Servicios Colaborativos Culturales



proporcionan conceptos claves para su total entendimiento.

En la intersección entre una y otra esfera, se enfrenta la complejidad por la amplia cantidad de variables de cada esfera. En la intersección de las tres esferas, uniendo todos los aportes de cada una se conforma el Diseño de Servicios Colaborativos Culturales, por lo que hay que tener presente todas las intersecciones, es decir, las partes de cada esfera que ayudan a diseñar este tipo de servicio.

A continuación se discute el modelo de la experiencia del diseño desarrollado por el experto en Marketing Darrel Rhea. Fig. 42, el cual es un instrumento conceptual para comprender el ciclo de experiencia completo, desde que el cliente percibe un producto por primera vez, lo compra y lo usa, hasta la desvinculación e integración de la experiencia. Este modelo se compara con los servicios para comprender como funciona la experiencia en los SCC.

Este modelo nos ayuda a entender los pasos por los que pasa el cliente ante la adquisición de un producto, a nivel emocional, involucrándose con el objeto, comprometiéndose con él, gracias a la vinculación que se logra a través de la percepción, atracción y comunicación que dicho producto proporcione, para después entrar a un proceso de desvinculación y por último la integración que le asigna el cliente a dicho producto en su vida.

El modelo esta planteado para cualquier experiencia, pero parece no ser 100% compatible con cualquier diseño, por ejemplo si hablamos de la compatibilidad de un servicio con este modelo, no embona completamente, es decir, la primera parte es muy similar en cuanto a que existe una implicación y compromiso con el servicio, pero la desvinculación se da de diferente manera en productos y servicios.

En un producto, la desvinculación se da porque el producto deja de funcionar o se aproxima el fin del ciclo de vida, por ejemplo, si te compras unos tenis y se desgastan, te desvinculas de ellos y el ciclo comienza de nuevo pero con otro nuevo modelo, si la experiencia fue satisfactoria en todas sus fases del modelo planteado por Rhea, puede ser que se permanezca con la misma marca de los

tenis anteriores, pero es un hecho que se re-iniciará un nuevo ciclo.

Por el contrario, en un servicio, la desvinculación es temporal, porque muchas veces se quiere que la persona vuelva a usar el servicio, por lo tanto se trabaja con un elemento inconcluso o latente de continuidad que le ayuda a la persona a sentir la necesidad de regresar a usar el servicio por la satisfacción obtenida y los beneficios que le brinda a su vida.

El cliente puede usar el mismo servicio muchas veces, a diferencia de un producto, el cual se desecha y muy rara vez se vuelve a comprar exactamente el mismo. En el caso estudio de los adultos mayores con mayor razón ya que una característica del servicio es que es colaborativo, o sea, que sin la implicación de los diversos actores del club, el servicio por si solo no funciona.

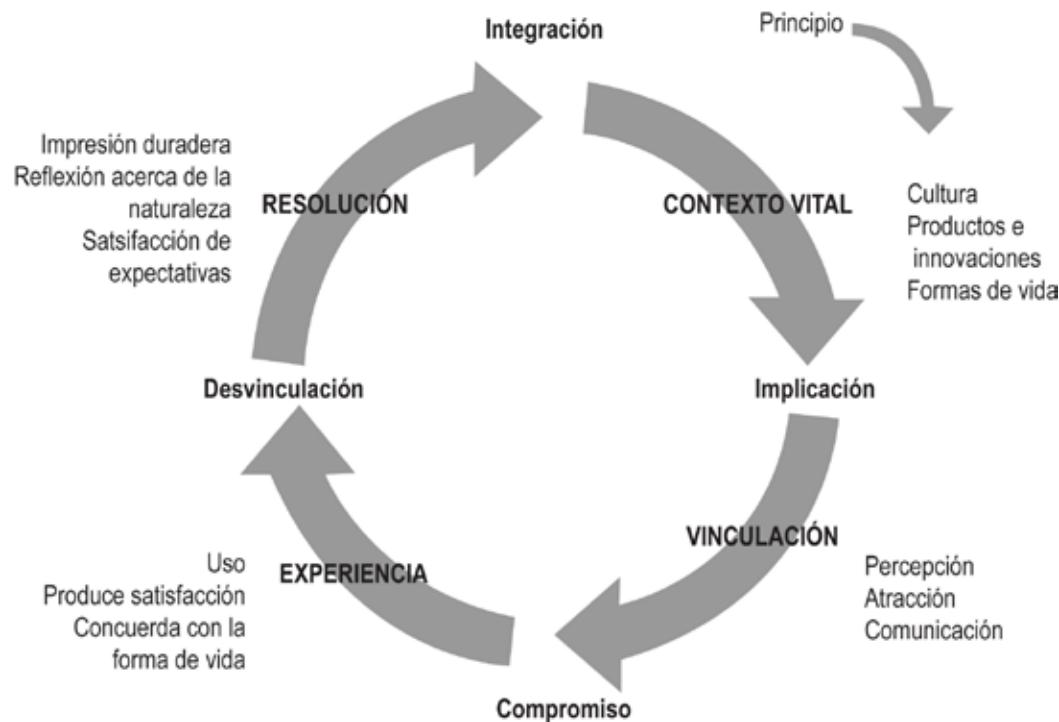


Fig. 42. El modelo de la experiencia del diseño.

Fuente adaptada de la obra de D. Rhea, "A new perspective on design: focusing on customer experience" Design Management Journal, Vol. 9 no. 4 1992 pag12 en Cooper, R., Press, M., (2007) *El diseño como experiencia*, España: GG Diseño,

Otra diferencia es que el ciclo de vida de uso de un servicio, tiene diferentes etapas, a diferencia del producto, no existe la posesión sino por el contrario el uso durante cierto tiempo, existe entonces un momento donde el cliente se empieza a desprender del servicio, pero más bien lo que se intenta, es no desvincularse por completo del servicio para que, por el contrario, la persona regrese a él.

Este modelo de Rhea es muy útil para entender mejor como poder diseñar productos o servicios exitosos, se relaciona con el modelo de SCC, ya que si se desarrollan los tres componentes propuestos para diseñar SCC, entonces se puede lograr satisfacer la experiencia de las personas en relación a los servicios culturales, pudiendo diseñarse cualquier otro servicio.

CONCLUSIÓN

El recorrido de este proyecto de investigación dio inicio antes de entrar a la maestría cursando la materia de Laboratorio de Servicios en el Politécnico de Milán. Aquí se despertó mi curiosidad y pasión por el diseño de servicios; más adelante, el proyecto de tesis aborda los métodos participativos con el objetivo principal de convertir a las personas en fuente de ideas durante el proceso de diseño del servicio.

A través del diseño de servicios, pude percatarme de que es posible proponer una solución óptima arraigada en las personas y su contexto. Para lograrlo, es necesario un cambio de pensamiento enfrentando el problema desde la complejidad y lo sistémico. Desde el inicio de cualquier proyecto, se requiere aplicar procesos de diseño que involucren a las personas a las que va dirigido. Dichas soluciones tienden a la inmaterialidad, a la experiencia placentera; pero sobre todo, brindan mayor libertad y desarrollo tanto individual como colectivo. De esta manera, se evitan pequeñas modificaciones ofreciendo soluciones integrales.

El área de servicios es indiscutiblemente un tema complejo que aborda varias disciplinas, cada una con diferente aproximación y definición. Es innegable el compromiso en el área de la disciplina del Diseño, cuya historia reciente; aporta datos significativos. Es necesario seguir trabajando en su conformación y diseño ya que se observa que el diseño de servicios surge a partir de la demanda de la sociedad en cuanto a su vivir cotidiano, el cual se ve envuelto en el contexto de muchas esferas; social, política, económica, ambiental y cultural. El diseño de servicios permite visualizar las partes para comprender el todo y tener la posibilidad de dar soluciones equilibradas al individuo y su entorno.

Las características del diseño de servicios son compatibles con el contexto actual cambiante, donde las relaciones son cada vez más flexibles, no jerárquicas, ni piramidales; sino más bien horizontales. Son procesos iterativos no lineales, con visión holística, compleja, sistémica y multidisciplinar.

El diseño de servicios tiene su inicio en paralelo a la evolución de los paradigmas y nuevas formas de obtener conocimiento. Al indagar su historia y analizar los ejemplos análogos en el mundo, encontramos la forma de enfrentar la problemática en total correlación con los planteamientos de las nuevas formas de obtener conocimiento, éstas son transdisciplinarias, heterogéneas, transitorias, sociablemente responsables y reflexivas. No como antes que eran de forma disciplinaria, homogénea y con organización jerárquica.

Los servicios tienen una larga historia y a pesar de lo anterior, en muchos países, no se diseñan desde los aportes de la disciplina de diseño, aunque es una realidad que cada vez más se empieza a incluir en la currícula de las universidades.

Por el contrario, en los países nórdicos como Finlandia, se involucra a los diseñadores en equipos multidisciplinarios para desarrollar servicios. Al estudiar el caso comparativo con Helsinki, encontramos puntos determinantes: históricos, culturales, políticos y sociales. Es necesario que se implemente en nuestra sociedad estos equipos multidisciplinarios ya sea en empresas, entes educativos y gobierno, para lo cual dicha investigación pretende hacer visible este gran potencial del diseño de servicios.

Por otro lado, una problemática con el diseño de servicios es la aplicación de dicha área en la sociedad desde una perspectiva reducida, usada sólo para ordenar los elementos de un sistema con una secuencia lógica, sin realmente cuestionarse: ¿Qué están resolviendo?, ¿Cuáles beneficios de desarrollo va a traer para las personas?, ¿Cuáles interacciones va a permitir?. También ver el aspecto ambiental donde los servicios juegan un papel importante con grandes aportes hacia lo sostenible, no sólo al disminuir la cantidad de productos en el sistema, sino también al ser proactivos con la sociedad. Dichos servicios influyen en el comportamiento de la gente el cual debe migrar hacia lo sustentable y ser reconstructivo para la sociedad.

Pude constatar que el aprendizaje adquirido durante la investigación proviene de muchas fuentes: profesores, tutores, compañeros, congresos, workshops, investigadores de todas partes del mundo a través de sus publicaciones, la práctica y por último, la estancia de investigación en la Universidad de Helsinki.

El desarrollo de este trabajo fue diferente en cada semestre, conservando la similitud en cuanto a las preguntas de investigación. En la primera parte se conforma el marco teórico, el entendimiento a profundidad del tema, desde un estudio historiográfico, indagando por debajo de lo superficial, a través del Internet y nuestro país, es decir, las publicaciones de investigadores de todas partes del mundo para tener un panorama completo que conjuntara todas las piezas del rompecabezas.

En el segundo semestre, se define la metodología para comprobar la hipótesis, desde un estudio etnográfico como parte del caso estudio, para lo cual resulta importante las aportaciones de otras disciplinas, donde el problema, visto desde otros ángulos trae mayor complejidad a la investigación; y por ende, mayor profundidad a la solución. Para lograrlo se requirió del complemento de materias de la maestría de Trabajo Social cursadas durante el tercer semestre, con objeto de abordar el caso estudio, realizado paralelamente, utilizando herramientas de las ciencias sociales.

Ha sido un reto llevar la teoría a la práctica. Por un lado, el proyecto de diseñar un servicio con métodos participativos en un ambiente real de manera individual, es decir, diseñador/personas y en otro sentido, la aplicación del conocimiento adquirido.

Este semestre fue muy fructífero al abordar la problemática real en la Ciudad de México con un grupo desfavorecido y olvidado por algunos en la sociedad como es la tercera edad.

En este proyecto, se adaptaron muchas herramientas que se encuentran en el diseño de servicios pero también otras de diversas disciplinas, siendo éstas: antropología, etnografía, trabajo social y psicoanálisis; es decir, el diseño de servicios es una área que se conforma de la adaptación y uso de muchas herramientas de otras áreas.

La inquietud de contrastar la situación de adultos mayores en el contexto México con otros países y los servicios que reciben, se logró gracias a la estancia de investigación en la Universidad de Helsinki, donde existe mayor entendimiento del área de diseño de servicios por varios entes: universidades, habitantes y empresas públicas y privadas. Dicha estancia fue supervisada por el tutor Antti Karisto, profesor de la Facultad de Ciencias Sociales, investigador gerontólogo social, lo cual permitió dar mayor profundidad al estudio comparativo y tener acceso a información y proyectos de servicios para adultos mayores en Helsinki, indagando: ¿Qué se espera de los servicios en Finlandia?, ¿Cómo se diseñan? y ¿Quién los diseña?

Se puede concluir en el estudio comparativo Ciudad de México – Helsinki, que a pesar de la similitud de la oferta de servicios para los adultos mayores en relación a la cultura, Helsinki le da mayor importancia a la cultura, además promueve el trabajo en equipos multidisciplinarios. Muestra de esto es el ejemplo del proyecto de diseño de servicios solicitado por las autoridades del gobierno del poblado de Kaunianen en Helsinki, al Departamento de Arquitectura y Diseño de la Universidad de Aalto para diseñar diferentes servicios en un centro recreativo para adultos mayores en Villa Breda, para lo cual se llamo a Antti Karisto a involucrarse en el proyecto dando una plática inicial. Es aquí donde vemos en acción la multidisciplinariedad y la apertura del diseño hacia las ciencias sociales y viceversa.

Lo anterior es un buen ejemplo de colaboración entre diferentes disciplinas, en contraste con la situación de México, donde es difícil encontrar que diseñadores se involucren en los proyectos del INAPAM.

El tamaño de cada ciudad es una variable importante y lo pequeño que es Helsinki parecería como ventaja para realizar este tipo de proyectos; sin embargo, considero que no debiera representar una excusa para no realizar proyectos en México; basta con conocer bien las partes y diferentes esferas para implantar pequeñas acciones a nivel local permitiendo el crecimiento paulatino de acuerdo a la práctica con la teoría como pauta de proyectos futuros.

En la investigación, el enfoque prioritario consistió en el diseño participativo, sus herramientas y aplicaciones en proyectos para diseñar servicios culturales acordes al lugar al cual va dirigido. La investigación se puede extrapolar a cualquier tipo de servicios, tanto virtuales como físicos, de entretenimiento, turísticos, educativos, de salud así como culturales.

Con ésta investigación, es posible abordar cualquier problemática, abarcando las tres esferas propuestas para su correcto diseño: servicios, colaboración y cultura.

No se puede generalizar en cuanto a los detalles llevados a cabo para realizar el servicio para adultos mayores, ya que cada proyecto es único y requiere del entendimiento de las herramientas, métodos y teorías analizadas a lo largo de la investigación, sin embargo, existen ciertas bases bajo las cuales pueden desarrollarse cualquier proyecto de servicios.

Para la pregunta rectora del proyecto: ¿Cómo se puede avanzar a los usuarios de sujetos de observación y discusión a fuentes activas de creación de ideas en el diseño de servicios? se concluye lo siguiente:

- Los expertos, en este caso los diseñadores, deben lograr una inmersión profunda en el contexto para tener bases sólidas sobre las cuales realizar el diseño participativo; este proceso requiere tiempo para generar la confianza de las personas en el diseñador, desvaneciendo las barreras y jerarquías creadas como hechos irrefutables entre expertos y no expertos, propiciando así un ambiente de trabajo equitativo donde no existan líderes con la última

palabra, ni diseñadores con soluciones preestablecidas. Es necesario trabajar con estructuras lineales y no piramidales.

Si se logra lo anterior durante el proceso de diseño dará pie a que el papel de la gente que recibe el servicio ya no sea la de usuario, sino de co-productor del servicio, con un compromiso sólido hacia el servicio, asumiéndose como pieza primordial para su funcionamiento.

- Como segundo punto, no existen herramientas definidas para diseñar los servicios ya que éstas se adaptan de acuerdo al grupo y contexto; proponiendo mayor flexibilidad en las herramientas a aplicar durante las sesiones participativas, es decir, no se puede dar por hecho que existan herramientas que propicien mayor participación, si bien en el presente trabajo se recopilamos, estudiamos y seleccionamos las que podían generar mayor participación durante el estudio de los conceptos, se encontró que la inmersión y diagnóstico del grupo guían y definen de mejor manera las herramientas a utilizar.
- Previo al inicio de las sesiones, se requiere definir los alcances y tiempo requerido por los participantes propiciando un compromiso sólido que asegure la permanencia de las personas. Es importante realizar minuciosamente la agenda y seguirla de manera puntual, ética y profesional.
- Por último, para lograr que las personas sean fuente activa de ideas se requiere el previo diseño de cada herramienta por parte de los expertos para cada sesión, lo cual implica tener material atractivo, definir los objetivos particulares de cada sesión, planear el diálogo e instrucciones en caso de ser amplias así como definir el flujo de una dinámica a otra para no perder la atención de las personas y tener presente el objetivo meta como parte fundamental.

Es una realidad que las personas tienen la información e ideas necesarias para resolver sus necesidades, ya que son quienes experimentan los productos y servicios necesarios para mejorar y producir, cuyo objetivo es extraer todo ese potencial con el uso de teorías y herramientas que los expertos dominan.

A lo largo del trabajo de investigación, se comprueba la importancia del proceso participativo y la colaboración de todos los actores, incluyendo a las personas a las que va dirigido, pieza clave para entender su campo social y cultural.

Se observa que en todo proyecto existen antecedentes acerca de las razones por las cuales, las personas se comportan de cierta manera en el diagnóstico, cobrando importancia el entender las consecuencias o beneficios que se obtienen del mismo. De esta manera las personas se identificarán con la solución a sus necesidades.

Podemos afirmar que el diseño de servicios con prácticas en base al diseño participativo mejora la calidad de vida de las personas, amplía sus libertades y eleva su autonomía.

La aportación del diseño a los servicios, a diferencia de otras disciplinas que también los desarrollan, se enfoca en la experiencia y estética del servicio, similar al trabajo estético que el diseño realiza en productos, lo cual define la forma en que se recorre el servicio y los puntos de encuentro que son primordiales. Este punto de vista se analizó en el taller de la conferencia en Finlandia donde se aprecia el servicio como una obra teatral incluyendo inicio-climax-desenlace, haciendo analogía con los puntos de encuentro del servicio. Lo que da como resultado un servicio agradable y altamente satisfactorio.

El diseño de servicios, parte de un proceso creativo de igual manera que el diseño de producto, los servicios además de forma, función, mensaje y experiencia, dan la oportunidad a la comunidad específica mejora en su calidad de vida, satisfacción y necesidades, que representa el cambio en la situación actual, experimentando plenitud y libertad.

Existe aún mucho trabajo por hacer en la teoría y práctica de los servicios en cuanto a su implementación dentro de la sociedad mexicana. Es una realidad el crecimiento de esta área tanto en la investigación como en la práctica, lo cual puede traer enormes beneficios sociales y económicos hacia soluciones contextualizadas, aceptadas y usadas por las personas, consolidándose cada vez más, como una área dentro del diseño con gran fuerza y potencial, unida a equipos de trabajo en el sector privado, público, empresas y universidades.

Anteriormente existía un número de variables que se consideraban al momento de resolver problemas, en las diversas disciplinas. El incremento de la complejidad de productos y servicios en el mundo es exponencial. Las tendencias globales en el campo laboral tienden a la multidisciplinariedad, cuyas fronteras y límites se desvanecen y entremezclan para poder construir sobre un número mayor de variables: necesidades, actores, requerimientos, contextos, experiencias y emociones.

Actualmente, dichas problemáticas tienen posibilidades ilimitadas, por lo que se requiere de un pensamiento complejo y sistémico para poder controlarlas y resolverlas. Sin embargo los diseñadores no pueden realizarlo solos, se requiere del trabajo en equipo capaz de manejar las diferentes variables conjuntando el conocimiento de cada uno para enfrentar los retos en la actualidad.

La conclusión a lo largo del trabajo de investigación, muestra una visión sistémica y compleja que adquiere y desarrolla a partir de la práctica, conocimiento de métodos y herramientas, que permiten vincular lo que se ofrece, con quien lo requiere y utiliza. La creatividad es el límite para afrontar cada etapa dentro del proceso de diseño de servicios, debido a la gran oferta de herramientas.

El diseño de servicios facilita el proceso de creación y diseño, pero el éxito para solucionar problemas complejos es la sinergia de esta área con otras disciplinas y subdisciplinas, lo cual requiere de entendimiento, comprensión y respeto por el quehacer de cada una.

Finalmente, a la conclusión de esta experiencia, se termina una tesis de Maestría, aún cuando hay mucho que aprender y explorar en el área de servicios, esperando explotar e implementar dentro del área profesional el conocimiento adquirido en estos últimos años.

ANEXOS

DISEÑO DE SERVICIOS E INVESTIGACIÓN

Centros de Diseño de Servicios

Si indagamos un poco en esta área vinculada con las escuelas y centros de Diseño encontramos que aunque esta práctica es joven, hoy podemos encontrar varios centros exclusivos de diseño de servicios en diferentes países. A continuación se mencionan algunos ejemplos:

DES Un centro per il design dei servizi; es un centro que realiza investigación y proyectos para una nueva generación de servicios. Surge del departamento INDACO del Politécnico de Milán, a partir de que diversos grupos de investigación trabajaban desarrollando y reflexionando en teoría y herramientas operativas, activando la actividad formativa específicamente orientada a la proyección de servicios y sistemas producto-servicios. Se inauguró formalmente en el 2009, pero desde algunos años antes, varios proyectos en diseño de servicios se tenían desarrollados por el departamento INDACO.

A partir de este núcleo se construye DES el cual opera en tres principales líneas de trabajo.

- 1.- Investigación y proyectos para promover y desarrollar sociedad con otros sujetos interesados.
- 2.- Difusión de la información de nuevos servicios y su potencialidad en el campo de aplicación
- 3.- Didáctica universitaria, para desarrollar competencia en el diseño de servicios y para promover un acercamiento proyectual en la definición de nuevos servicios.

Aalto University Service Factory; es el centro de investigación y educación de servicios de la Universidad Aalto. Busca impacto a largo plazo a través de investigación de proyectos y contribuye al desarrollo de la economía de servicios.

SDR Service Design Research. Es un blog de expertos en diseño de servicios que proclama dar un entendimiento colectivo y propiciar el dialogo.

SDN Service Design Network En 2008 se estableció como una organización sin ánimo de lucro actuando como un forum de practicantes y académicos para avanzar en el campo de Diseño de Servicios. Su propósito es desarrollar y reforzar el conocimiento en la ciencia y práctica de innovación. Algunas de sus actividades son conferencias, publicaciones, workshops y relacionar redes sociales

CONFERENCIAS

A continuación se mencionan algunas Conferencias que se llevan a cabo internacionalmente con el fin de profundizar en este tema, así como para dialogar sobre como se entienden los servicios en diferentes partes del mundo.

- ServDes. Service Design and Innovation Conference; Conferencia de investigación para intercambiar y discutir conocimiento relacionado con la innovación y el diseño de servicios, traído tanto por investigadores como practicantes, se dió por primera vez en Oslo en Noviembre del 2009, en el 2011 se llevó a cabo en Linkoping, Sweden, el 2 y 3 de Diciembre bajo el título de Ex-Changing Knowledge y en el 2012 en Espoo, Finlandia, llamado Co-creation
- En Milán se realizó el quinto Seminario de Servicios, en marzo de 2010, el tema fue Diseñar Servicios para la Salud. Se realizaron 12 seminarios temáticos, según las diferentes áreas de trabajo. El 15 de Febrero del 2011 se llevó a cabo el sexto Convenio de Servicios
- 11 th International Research Seminar in Service management, realizado en Francia.

- Service Design Conference 2010 Berlin 13-14 Octubre, 2011 Paris 24 y 25 de Junio, San Francisco 20 y 21 de Octubre

DISEÑO DE SERVICIOS Y UNIVERSIDADES

Algunas de las universidades que incursionan en esta área de diseño de servicios son:

Interaction Design Institute en Ivrea, operó del 2001 al 2006 para después fusionarse con Domus Academy en Milán, pero contribuyó enormemente a esta área por el tipo de proyectos que desarrollaba desde el enfoque de diseño de la interacción.

Domus Academy en Italia, ofrece programas en educación de diseño posgraduados desde hace más de 20 años, se distingue por explorar temas innovadores, entre ellos la humanización de la tecnología, la relación entre diseño y moda, la reflexión en la sociología del diseño y diseño de servicios. En su programa cuenta con 8 cursos de maestría, entre los que encontramos el Master en Diseño de Servicios que inició en enero del 2011, Elena Pacenti como directora.

Köln International School of Design, Germany como parte de su currícula fue pionera ya que en 1991 incluyó al diseño de servicios como materia.

CIID Copenhagen Institute of Interaction Design, el programa es de un año y acepta a pocos estudiantes, como 20 y se les enseña a aplicar la tecnología en la vida cotidiana, a través de diseño de software, productos y servicios.

La Universidad de Carnegie Mellon, donde existen dos materias relacionadas con Servicios, Designing for Service y Service Design Theories.

Aalto University, inaugurada formalmente en Enero del 2010, como fusión de tres escuelas, es una universidad multi-disciplinaria que une la Universidad de Arte y Diseño de Helsinki (TAIK), la Universidad de tecnología de Helsinki (TKK) y la Escuela de Economía de Helsinki (HSE)

Politécnico de Milán, el Diseño de Servicios se enseña como una especialidad, así como diseño del producto o diseño de interiores existe la especialidad en Diseño de Producto de Servicio Sistema (PSS),

DISEÑO DE SERVICIOS Y EMPRESAS

En lo que respecta al mundo de las empresas o consultorías de diseño, muchas están cambiando hacia proyectos de servicios sin dejar de resolver diseño de producto, como por ejemplo encontramos a:

IDEO- Consultoria de diseño, una de las principales compañías de innovación en el mundo. Tienen una visión basada en “Design thinking” para diseñar productos, servicios, espacios y experiencias interactivas.

Design21, Social Design Network, su misión es inspirar el activismo social a través del diseño.

Frog design: Firma de innovación global, se dedica a crear y traer al mercado productos, servicios y experiencias, entendiendo la cultura tecnológica y el diseño de negocios.

Think Public: Agencia de diseño social que trabaja en retos sociales. Ellos creen que la respuesta para mejorar los servicios está en las personas, por lo que las involucran en el diseño para lograr mejoras y soluciones sustentables.

Design Council: Una de las Instituciones de diseño líder en el mundo, su enfoque ha cambiado a lo largo de su historia ya que empezó en 1944, y actualmente colocan al diseño en el centro de la economía y servicios públicos.

Design Hub, Design_Hub Es una empresa creada por varios expertos investigadores del Departamento INDACO de Diseño Industrial, de Arte, de la Comunicación y de la Moda, del Politécnico de Milán, los cuales evalúan la posibilidad de innovar a través del diseño. Trabajando en conjunto con el gobierno, microempresas y empresas artesanales. Empresa creada por Giuliano Simonelli y Venan-

zio Arquilla, profesores que imparten el laboratorio de Diseño de Servicios en el Politécnico de Milán.

In/situm, Consultoria multidisciplinaria, con base en el Distrito Federal, Sao Paulo, Chicago, Bogota y Buenos Aires, desarrolla soluciones para nuevos productos, servicios, mensajes, enfocados a cinco áreas: investigación, marca, innovación, interacción y cuidado de la salud.

Live-work Consultaría en diseño de servicios, empresa de Londres totalmente enfocada a resolver problemas a través de servicios tanto para consumidores, como para otras empresas, la sociedad y el medio ambiente.

Después de observar como se mueve esta área de servicios en el mundo académico, de la investigación y en las empresas, vemos como el diseño de servicios es muy importante para nuestra era donde las estrategias de las empresas tienen que dar el cambio de la producción de bienes materiales hacia proveer soluciones sistémicas de conocimiento intensivo, soluciones que se basan en un sistema entre productos y servicios.

REFERENCIAS

- Aicher, O. (2007) *El Mundo como Proyecto*, 1a ed, GG Diseño, 2007, 183 p.
- Allmendinger, G. Lombreglia, R., (2005) *Four Strategies for the Age of Smart Services*, Harvard Business Review, vol. 83, (10), pp. 131-145.
- Avramov, D., M. Maskova (2003), *Active ageing in Europe*. Population Studies.
- Bechamnn, S., (2010) *Service design*. 1a ed. Dinamarca. 244 p.
- Binder T. Brandt, E. Gregory, J., (2008) *Design participation(-s) a creative commons for ongoing change*, International Journal of CoCreation in Design and the Arts, Publisher Taylor & Francies, Vol. 4, (2)
- Bjorfvinnsson E. B., (2008) *Open-ended participatory design as prototypical practice*, CoDesign Vol 2
- Boyle, D., Harris, M., (2009) *The Challenge of Co-Production*, London NESTA,
- Buchanan, R., (1995) Wicked problems in Design thinking, Design Issues,
- Buchanan R., (1995) Margolin, V., *Discovering Design: Explorations in Design Studies*. Chicago, The University of Chicago Press.
- Cryer, P., (2006) *The Research Student's Guide to Succes*, Third Edition, Mc. Graw Hill, 269 p
- Chapman, J., (2005) *Emotionally Durable Design Objects, Experiences & Empathy*, London: Earthscan
- Chase, R., (2001) *Want to perfect your company's Service? Use Behavioral Science*, Harvard Business Review,
- Chrsitensen, C. B., (2008) *What is so Sustainable about Services? Design Philosophy Papers*.
- Clune, S., (2009) *Service design: A critique from an environmental perspective*. Re-public, Revista en-línea,
- Cooper, R., Press, M., (2007) *El diseño como experiencia*, España: GG Diseño,
- Danish Agenty 1508, (2009) *Can you design a service*,
- Lovins., (1999) *Natural Capitalism: The Nest Industrail Revolution*, London: Earthscan,

- Ehrendeld, J., (2001) *Designing “Sustainable” Product/Service Systems. Eco design*, Tokyo.
- IDEO Method Cards
- Freire, K., Sangiorgi, D. (2010) *Service Design & Healthcare Innovation: From Consumption to co-production and co-creation*, ServDes Conference.
- Gant, N., Chapman, J., (2007) *Designers, Visionaries and other Stories: A collection of sustainable design essays*. London: Earthscan
- Giaccardi, E., (2005) *Metadesign as an Emergent Desing Culture*
- Heskett, J., (2005) *El diseño en la vida cotidiana* Ed. Gustavo Gili, 214 p.
- Jegou, F., Manzini, E., ((2004) *Sustainable Everyday: A Catalogue of Promising Solutions*, Milan: Edizione Ambiente, .
- Johnson S., (2001) *Sistemas emergentes, o que tiene en común hormigas, neuronas, ciudades y software*, Fondo de Cultura Económica, castellana 2003. 1a ed.
- Karisto, A., (1999) *Social Development on the Local Level: Art and Culture as Means of Empowement*, Peter Lang,
- Karisto, A., (2005) *Suuret ikaluokat*, Vastapaino, Tampere,
- Karisto, A. (2006) *Liveable cities, the soft side of urban policy*, Discussion Paper on urban development during Finland’s EU Presidency, October, .
- Karisto, A., *La migración de Europeos Retirados en España*, Residentes Finlandeses de Invierno en España, Colección Politeya, Estudios de Política y Sociedad.
- Karmarkar, U., (2004) *Will you Survive the Services Revolution?* Harvard Business Review. (p 8)
- Disponible en http://www.kauniainen.fi/en/news/world_design_capital_2012, visitado el 12 de marzo 2012.
- Laurel, B., (2003) *Design research, Methods and Perspectives*. 1a ed. EUA: MIT Press. 334 p.
- Laurel, B., (1996) *Utopian Enterpreneur*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Lee, Y., (2008) *Design participation tactics: the challenges and new roles for*

- Designers in the co-design process*, CoDesign, 4, 31-50 p.
- Levitt, T., (1972) *Production line approach to service*, Harvard Business Review, 1972, September-October.
- Levitt, T., (1976) *The Industrialization of service*, Harvard Business Review,
- Ludwing V. B., (1968) *Teoría general de los sistemas*, 18a reimpression, Ed. Fondo de Cultura Económica, 306 p.
- Miettinen, S., Kiuvustim M., (2009), *Designing Services with Innovative Methods*. Kuopio Academy of Design 1a ed. Finlandia.
- Mcelhinney, S., (2005) *Exposing the interests: decoding the promise of the global knowledge society*. New Media and Society. Vol 7. p 22.
- Morán, Carrillo J. M., (2003) *Epistemología, Ciencia y Paradigma en Trabajo Social*, Sevilla: Aconagua Libros , 316 p.
- Morelli, N., (2002) *Designing product/service systems A methodological exploration*. Design Issues. vol 18, (3) Pág: 3-17
- Morelli, N., (2007). *Social Innovation and New Industrial Contexts: Can Designers “Industrialize” Socially Responsible Solutions?* Design Issues. Vol 23, (4) Autumn
- Morelli, N., (2009) *Beyond the experience: In search of an operative paradigm for the industrialisation of services*. First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation.
- Morelli, N.,(2007) *New Representation Techniques for Designing in a Systemic Perspective*, Design Inquiries Stockholm, www.nordes.org Rheingold, H., (2003) *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, Cambridge, Mass Perseus, .
- Murray, R, (2009) *Danger and Opportunity; Crisis and the New Social Economy* London NESTA,
- Ojasalo, K., (2007) *Developing Industrial Services – An Empirical Study*. The Business Review 7 (1). Cambridge. P 58-62
- Osorio, J., (2001) *Fundamentos del Análisis Social, La realidad social y su conocimiento*, México: Fondo de Cultura Económica p. 54
- Saffer, D., (2007) *Designing for interaction; Creating Smart Applications and*

- Celver Devices*. Berkeley: New Riders.
- Sanders, E., Strappers, P, J, (2008) *Co-creation and the new landscapes of design*, CoDesign, p 1.16,
- Sangiorgi, D., Gillen, J., (2009) *Personal development, participation and design*. Re-public, Revista en-línea, Julio
- Sanoff, H, (2008), *Multiple views of participatory design*, Archnet-IJAR, Vol 2, Issue 1 March, 57-69 pp.
- Sen, A., (1999) *Development as freedom*, Oxford University Press, United Kingdom,
- Shostack, L., G., (1984) *Designing services that deliver*, Harvard Business Review, January-February
- Strickdorn M., Schneider J., (2010) *This is Service Design Thinking*, Amsterdam: BIS Publishers, Amsterdam, 373 p.
- Thackara, J., (2005) *In the bubble, Designing in a complex World*. 1a ed. EUA, MIT Press. 319 p.
- Thomas, E., (2008) *Innovation by design in public services*. Design Council, Public the guardian.
- Wang, D., Oygur I., (2010) *A Heuristic Structure for Collaborative Design*, The Design Journal, Vol 13 Issue 3 355-369 pp.
- Worsfold Brian J., (2011) *Acculturating Age: Approaches to Cultural Gerontology*, University of Lleida
- Yagou, A., (2009) *Re-public innovative services design for all*.
- Zeithaml B., (2008) *Il marketing dei servizi*. Ed. Mc Graw-Hill