

02

Define



Define

02

Esta sección ayudará a los profesionales en la segunda fase del modelo Design Thinking for Social Change: definir el planteamiento de un problema.

Por ejemplo, abordar la pérdida de oportunidades educativas debido a la Covid-19 o aumentar las competencias digitales de los educadores.



El objetivo de esta fase es "definir" y enfocar los problemas y retos. Sobre la base de los datos recogidos durante la primera fase (Empatiza) podremos crear un enunciado o punto de vista de un problema de diseño procesable. El objetivo es inspirar la generación de ideas para resolverlo utilizando métodos para sintetizar datos brutos en un cuerpo de conocimientos significativo y utilizable.

Actividades	Herramientas	Resultados
1. Taller de planteamiento de problemas	• Material de papelería y diseño	• Briefings de Design Thinking y murales de ideas
2. Reunión de interesados	• Post-its	• Mapa de agentes decisivos
3. Focus group	• Esquemas y pizarras	• Mapas contextuales
4. Entrevistas en grupo	• Discusiones en comunidad	• Mapas de oportunidades y riesgos
5. Activismo de datos	• Pizarras	• Visualización de datos



Talleres (*cara a cara/online*)

Un taller puede definirse como "un seminario, grupo de debate o similar que hace hincapié en el intercambio de ideas y la demostración y aplicación de técnicas, habilidades, etc.". [www.dictionary.com]. Hay muchos formatos y herramientas de taller para aplicar. El Design Thinking emplea con frecuencia actividades de taller para reunir a un grupo diverso de personas con el fin de identificar problemas por resolver y posibles soluciones. Una de las posibilidades es crear objetivos comunes mediante el Taller de

planteamiento de problemas y conocer los distintos dilemas que otras partes interesadas desean resolver. Por otro lado, a través del Design Thinking para el cambio social, todos pueden comprender el problema y los objetivos principales de la intención de diseño. Básicamente, un informe de diseño es un documento que contiene antecedentes e información clave sobre un posible proyecto o problema de diseño de forma condensada.

Reunión de las partes Interesadas (*cara a cara/online*)

Una reunión de las partes interesadas es un acto estratégico que sirve para presentar a las partes interesadas entre sí, obtener su compromiso con el cambio social y definir objetivos comunes. También es un método para recabar información de expertos técnicos y en la materia sobre los retos del cambio social y su contexto. El equipo de diseño para el cambio social tiene que convencer a las partes interesadas de que presten atención a la necesidad de la comunidad. La clave está en garantizar que se

entienden las demandas y la implicación de cada parte interesada. Organizar a las partes interesadas en grupos y trazarlos en un mapa o esquema es el objetivo de esta acción. Esto permite al gestor del proyecto identificar quiénes son las partes interesadas del proyecto y cuánta atención y esfuerzo requiere cada una de ellas para mantener el proyecto en marcha. En la gestión de proyectos de diseño, se trata de un talento necesario.

Focus Group (*cara a cara/online*)

Un focus group es una reunión de diez o menos personas en una sala para debatir sobre un producto, un servicio, un concepto o incluso una idea. Un focus group es una herramienta de investigación cualitativa para descubrir diversas opiniones y respuestas a un tema. Cuando necesitamos conocer las opiniones de un grupo de personas, los grupos son una excelente forma de hacerlo. Los problemas de la comunidad suelen afectar a numerosas personas, y los miembros de la comunidad los debaten entre iguales en la vida real. Un grupo focal es un método para captar esa dinámica y suele utilizarse para la validación.

Los grupos focales han sido criticados recientemente como técnica debido a un defecto inherente. En la mayoría de los casos, uno de los participantes es mucho más dominante que los demás y tiende a influir en todo el grupo. En este caso, el resultado puede representar sólo a un participante y no a todo el grupo. No obstante, creemos que los grupos de discusión seguirán siendo uno de los métodos de investigación más utilizados. Requiere un moderador

experimentado para mitigar cualquier dificultad que pueda surgir durante el evento.

La herramienta que utilizaremos para recoger las necesidades de la comunidad a través de un grupo de discusión es un mapa de contexto. Un mapa de contexto es una herramienta y un documento utilizados para ilustrar aspectos complicados que afectan a una comunidad. Los diseñadores para el cambio social y los miembros y líderes de la comunidad utilizan los mapas de contexto para facilitar las conversaciones sobre el cambio relacionado con diferentes aspectos. También aborda el posible público objetivo del proyecto, las tendencias emergentes y los riesgos e incertidumbres.

Beneficios de un Mapa Contextual

1. Desarrollar una visión estratégica para todo el equipo
2. Documentar cualquier conocimiento informal que exista en la comunidad
3. Comprender los factores externos que influyen en las decisiones y la planificación de los cambios sociales.

Entrevistas en Grupo *(cara a cara/online)*

La entrevista en grupo es una metodología utilizada para facilitar los debates en comunidad y generar ideas para las iniciativas de cambio social. Este método consiste en reunir a un grupo diverso de personas que representen diferentes perspectivas y experiencias relacionadas con el tema en cuestión.

Durante la entrevista de grupo, se plantea a los participantes una serie de preguntas abiertas y se les anima a compartir sus experiencias personales, pensamientos y opiniones. El debate lo facilita un moderador experto que se asegura de que se escuchen todas las voces y de que la conversación se ciña al tema. El objetivo último de la entrevista de grupo es generar una comprensión compartida del problema, identificar oportunidades de cambio social y

crear una hoja de ruta para tomar acción.

Al final de la entrevista de grupo, el facilitador suele sintetizar las ideas recogidas y crear una representación visual del debate. Esto puede adoptar la forma de un mapa de oportunidades o un recorrido comunitario, que ilustra los temas e ideas clave que surgieron durante el debate. Estos resultados pueden utilizarse para orientar futuras iniciativas y comunicar a un público más amplio las percepciones e ideas generadas durante la entrevista en grupo. En general, las entrevistas de grupo son una herramienta valiosa para las iniciativas de cambio social, ya que proporcionan una manera de comprometerse con las comunidades, generar ideas y desarrollar una visión compartida para el cambio.

Visualización de Datos *(cara a cara/online)*

La visualización es la transformación de información en imágenes que se pueden ver con los ojos. A veces es necesario utilizar imágenes para representar texto, números u otros datos (que, como habrás oído, valen más que mil palabras). A veces se trata de unir ideas dispares para formar una historia convincente que pueda evocar imágenes mentales.

Crear representaciones visuales de los retos sociales (contaminación, datos sobre desempleo, etc.) puede ser muy útil para sensibilizar inmediatamente a las personas o las comunidades. De hecho, la visualización hace que los conceptos sean físicos y concretos. Activa una parte diferente del cerebro; es una nueva forma de pensar. Los enfoques visuales no tienen por qué ser difíciles o sofisticados. Dibujar gráficos en una pizarra puede ser una actividad realmente eficaz. Para una gran cantidad de datos recopilados mediante 'data scraping', una herramienta digital como Tableau puede ser la mejor solución.