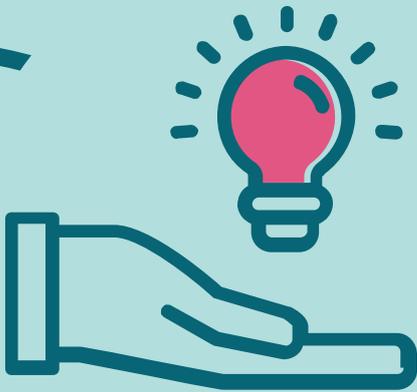


03

Idea



Ideate

03

Esta sección de la guía apoyará a los profesionales en la tercera etapa del modelo Design Thinking: idear.

El objetivo de "idear" es allanar el camino para promover el cambio social. Sobre la base de los datos recogidos durante la primera etapa (Empatizar) y concretados a través de la segunda (Definir), podremos crear una idea de cambio social procesable para crear un prototipo en la siguiente etapa.

Las preguntas How Might We (HMW) conducen a sesiones de lluvia de ideas en las que los diseñadores exploran ideas que pueden ayudar a resolver los retos de diseño de forma innovadora. Las preguntas HMW no deben ser ni demasiado amplias ni demasiado limitadas.





Definiendo la Fase de Ideas

La fase de Idear permite a los diseñadores experimentar con nuevos conceptos y soluciones, teniendo en cuenta que el Design Thinking no es un proceso lineal. Sin embargo, los conocimientos y resultados generados en las fases de empatía y definición (conocer a las personas y desarrollar una descripción clara del problema) guiarán e informarán una sesión de ideación constructiva. Las fases de definición e ideación de un proceso típico de Design Thinking se solapan.

Actividades	Herramientas	Resultados
1. Actividades para romper el hielo	<ul style="list-style-type: none"> • Generador de palabras, herramientas de dibujo 	<ul style="list-style-type: none"> • Bocetos para comunicar conceptos
2. Lluvia de Ideas	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de dibujo y escritura, papel 	<ul style="list-style-type: none"> • Bocetos para comunicar ideas
3. Brainwriting	<ul style="list-style-type: none"> • Papel, bolígrafo, lápiz, cronómetro, notas 	<ul style="list-style-type: none"> • Tarjetas con ideas
4. Brainwriting online	<ul style="list-style-type: none"> • Hoja de cálculo 	<ul style="list-style-type: none"> • Tarjetas con ideas
5. Brainwalk	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarras, rotuladores y papel de rotafolio 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagramas
6. Analogías	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de dibujo 	<ul style="list-style-type: none"> • Dibujos
7. Juegos	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de cocreación 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagramas y bocetos
8. Ideación en grupo	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta, revisión, redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Gráficos, esquemas y bases de datos
9. Pausas creativas	<ul style="list-style-type: none"> • Dar un paseo, tomar un café o simplemente relajarse 	<ul style="list-style-type: none"> • Mapa de prioridades
10. Talleres de ideas	<ul style="list-style-type: none"> • Papel y pizarra 	<ul style="list-style-type: none"> • Mapas de afinidad
11. Mapas mentales	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen de los diseños 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de ideas
12. Bocetos y dibujos	<ul style="list-style-type: none"> • Post-its, un bolígrafo o un rotulador 	<ul style="list-style-type: none"> • Dos o más ideas uniéndose para formar una única
13. Votos		



"No se trata de dar con la idea 'correcta', sino de generar el mayor abanico de posibilidades".

Hasso Plattner Instituto de Diseño de Stanford

Sesiones para Romper el Hielo

Una sesión para romper el hielo es una actividad o juego de grupo diseñado para ayudar a los participantes a sentirse más cómodos entre sí y establecer una atmósfera positiva y abierta. El objetivo es "romper el hielo" y crear un sentimiento de unidad y confianza entre los miembros del grupo, lo que facilita la colaboración y la comunicación eficaz.

Según la American Management Association, las actividades para romper el hielo "suelen utilizarse al principio de una reunión o sesión de formación para ayudar a los participantes a conocerse y sentirse más cómodos en el grupo." (Fuente: <https://www.amanet.org/articles/ice-breakers-that-really-work/>)

Calentamiento antes de una Sesión de Generación de Ideas

En esta sesión se elige una situación ficticia y se invita a los participantes a compartir la peor idea que se les ocurra.

Combinación de Ideas

En esta sesión, se invita a los participantes a crear una idea inspirándose en una selección de palabras o imágenes al azar.

Lluvia de Ideas (*cara a cara/online*)

El brainstorming o lluvia de ideas, puede definirse como un proceso creativo que incorpora ciclos de pensamiento divergente y convergente, así como el intercambio verbal de ideas entre los miembros de un grupo. El brainstorming es un proceso que ayuda a los pensadores del diseño social a obtener ideas más creativas formulando una serie de preguntas en un breve periodo de tiempo.

Durante esta fase, no es necesario dar respuestas o soluciones. Pensar en términos de preguntas y no de soluciones facilita la superación de sesgos cognitivos y la exploración de territorios inexplorados.

Es aconsejable incluir a dos o tres personas que no tengan conocimiento previo de la cuestión y que piensen de forma diferente a la suya. Al no estar comprometidos con el statu quo y no tener métodos establecidos para pensar sobre el tema, harán preguntas sorprendentes e intrigantes que usted no haría.

"Cuestionar es un comportamiento innato que se subvierte y se cierra activamente"

Harvard Business Review



Reglas para emprender una Lluvia de Ideas:

- Despréndete de prejuicios
- Fomenta el pensamiento creativo
- Utiliza las ideas de los demás
- Se visual para permitir que los demás miembros visualicen
- Cantidad sobre calidad
- Mantener la concentración en el tema central
- Un diálogo por momento

En nuestro caso, los bocetos para comunicar ideas/conceptos serán el resultado del proceso de brainstorming.

03

Brainwriting (*cara a cara*)

El brainwriting es una alternativa al brainstorming tradicional, un procedimiento silencioso. En lugar de intercambiar ideas verbalmente, los participantes las escriben antes de pasárselas a otra persona. La siguiente persona lee estas ideas y añade las suyas, y así

sucesivamente hasta que las ideas de cada individuo han pasado por una rotación completa. Después, se reúnen todas las ideas y se presentan al grupo para su debate. Las tarjetas de ideas serán el resultado del proceso de brainwriting.

04

Brainwriting (*online*)

El brainwriting a distancia es la versión online de la acción de brainwriting en la que, a través de una hoja de cálculo de google, se entregarán tarjetas digitales de ideas.

05

Brainwalk (*cara a cara*)

Esta es la versión más táctil y activa del brainwriting. En lugar de esparcir papel por la sala, los diseñadores se desplazan entre "estaciones de ideación" separadas. Añadirán sus

propias ideas antes de pasar a la siguiente estación, igual que en el brainwriting. Las hojas de papel serán el resultado del proceso de brainwalk.

06

Analogías (*cara a cara, online, formatos híbridos*)

Las analogías pueden ser un método fantástico de lluvia de ideas porque ayudan a avanzar en la comprensión mediante la creación de comparaciones. Al comparar lo que los pensadores del diseño social intentan resolver con diferentes elementos y escenarios, los miembros pueden producir pensamientos

originales basados en diferentes formas de comprender el problema. Por ejemplo, ¿es posible inspirarse en soluciones de cambio social de distintos campos como la economía, la empresa o la ingeniería? Establecer paralelismos será el resultado de la acción de analogía.

07

Idear con juegos, Gamestorming (*cara a cara, online*)

Añadir un elemento de juego a una situación no lúdica para aumentar la participación, como el ejercicio de la pecera (sentarse en dos círculos concéntricos, uno frente al otro, y escuchar mientras el otro habla), el antiproyecto (mirar lo contrario de tu situación o problema) o la

portada (escribir una historia que incluya un título, titulares, artículos laterales e imágenes) pueden ser muy útiles y divertidos en el contexto de la fase de definición. Grandes diagramas, esbozar ideas y fusionar palabras serán el resultado de la acción de gamestorming.

08

Crowdstorming (cara a cara, online)

Crowdstorming es el proceso de solicitar ideas al público y evaluarlas. El crowdstorming proporciona una base sólida para tus ideas utilizando encuestas, opiniones y redes sociales.

Aunque no siempre resulta en la mejor idea presentada, puede hacer maravillas para la comprensión. Los resultados del crowdstorming serán tablas, gráficos y cuadros de datos.

09

Pausas Creativas (cara a cara)

La pausa creativa es útil si los miembros del equipo de diseño se han obsesionado con un único concepto. Las pausas conscientes y los pasos alejados de las trampas les permiten hacer

maravillas para crear nuevas ideas. Las notas de ideas serán el resultado de la acción de pausa creativa.

10

Talleres de Ideas (cara a cara, online)

Un taller de ideación es un entorno seguro en el que se pueden generar ideas. El objetivo principal de una sesión de ideación es inspirar la innovación y la creatividad. Los miembros del equipo de diseño se reúnen para hablar y compartir ideas honestamente y sin juzgar.

Importancia de los Talleres:

- Los talleres de ideación pueden ser muy beneficiosos para desatascar a los equipos.
- Amplían la colaboración y los puntos de vista.
- Un espacio seguro para la creatividad
- Un entorno sin prejuicios para la creación
- Emocionante y agradable

El mapa de prioridades será el resultado de la acción del taller de ideación.

11

Mapas Mentales (cara a cara, online)

Los mapas mentales son una herramienta visual de ideación desarrollada que permite a los diseñadores establecer vínculos entre distintas colecciones de pensamientos o hechos. Para empezar, escribe un término en el centro de la página (normalmente relacionado con el enunciado de su problema) y, a continuación, rodee este término con todos y cada uno de los conceptos que se te ocurran en el mismo trozo de papel.

Por último, considera cómo se relacionan estas ideas, mostrando esas conexiones con líneas y curvas para crear un mapa visual. Esta técnica permite a los diseñadores reconocer los patrones.

El mapa de afinidad será el resultado de la creación del mapa mental.

Bocetos (cara a cara, online)

Hacer bocetos es una forma práctica de plasmar ideas sobre el papel para comunicarlas a los compañeros o desarrollar nuevas soluciones. Los diseñadores pueden presentar sus ideas de forma narrativa mediante el 'sketching'. Esta actividad permite a los diseñadores crear representaciones visuales de cualquier

información o idea compleja. Los diseñadores emplean muchas técnicas de bocetado para hacerlo accesible, como el uso de formas sencillas, líneas y palabras para crear basados en acciones, el uso de palabras, figuras de palo/cajas, etc. La evaluación de la idea será el resultado de la acción de esbozar/dibujar.

iHaz click aquí!

Votaciones (cara a cara, online)

La votación por puntos es una herramienta básica utilizada en un entorno de grupo para priorizar democráticamente elementos o tomar decisiones. Es un método sencillo y básico para reducir las opciones y decantarse por un conjunto de nociones o ideas.

Sistema de Votación en Grupo

- Recoger materiales
- Establecer restricciones de voto.
- Votar.
- Determinar el resultado.
- Restringir y volver a votar si es necesario.

Los votos se codifican por colores para representar distintos criterios de votación. La votación por puntos tradicional utiliza puntos que son todos del mismo color. Considera la posibilidad de utilizar colores diferentes a propósito para añadir matices (e información) al proceso de votación. Si los miembros de un equipo de diseño votan sobre un conjunto de conceptos, por ejemplo, los puntos verdes podrían representar la practicidad y los amarillos el impacto en el usuario. El resultado sería un revoltijo de puntos verdes y amarillos. Las dos o tres ideas que surgieran del conjunto serían los resultados de la iniciativa de votar.

