

El diseño estratégico como catalizador en el proceso de diseño y su impacto en las comunidades rurales

Autoras

Lic. Carmina Santos Bond, carmina.santos@iberopuebla.mx

Lic. Aurora Berlanga Álvarez, aurora.berlanga@iberopuebla.mx

Universidad Iberoamericana Puebla, México

RESUMEN

El estado del diseño ha sostenido una evolución constante, debido a cambios en la sociedad, tecnología, cultura, sistemas económicos y situación del planeta. Al ejercicio del diseño se le han sumado procesos de diagnóstico y solución de problemas complejos con metodologías centradas en el usuario, donde la tendencia ha sido cruzar campos al conectar disciplinas como la sociología y la economía, dando como resultado propuestas de diseño con mayor impacto en la vida de las personas.

Desde la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Iberoamericana Puebla, en vinculación con el Laboratorio de Innovación Económica y Social, se generó un proyecto que permitió a los estudiantes y profesores trabajar con la “Sociedad Cooperativa de Producción Agropecuaria S C'ajel ti Matye'el” que comprende cinco comunidades rurales en situación de pobreza de la Reserva Ecológica de Calakmul en Campeche, México.

El objetivo fue consolidar estrategias integrales y obtener productos para solventar las necesidades específicas de la cooperativa de apicultores, dotando a los diseñadores de herramientas y poniendo en práctica metodologías de diseño estratégico, para comprender distintas formas de exclusión social, promoviendo a su vez el desarrollo sostenible y solidario.

Durante el proceso se consideró al ser humano como centro y puente para vincular disciplinas, orientando las propuestas hacia la preservación de los valores culturales y condiciones de vida justas. Los resultados permitieron cambiar la perspectiva de la cooperativa y de los estudiantes involucrados, ya que se observó al diseño estratégico como un factor de cambio y herramienta de mejora en la calidad de vida de las personas.

INTRODUCCIÓN

La necesidad de respuesta ante las problemáticas sociales en la actualidad ha provocado que muchas disciplinas académicas se involucren en procesos metodológicos que ayuden a solucionar estas situaciones. El diseño es una disciplina que por la integración de procesos creativos ha logrado posicionarse como uno de los detonadores de innovación social ante los retos de problemáticas sociales como la desigualdad, pobreza, salud y educación.

Dentro de la perspectiva humanista de la Ibero Puebla, la Licenciatura en Diseño Gráfico ha abordado algunas de estas problemáticas, aplicando metodologías de diseño estratégico basadas en la observación de las necesidades sociales en México, para contextualizar su uso y dar respuesta a la visión de la universidad. Por esta razón en la primavera del año 2016 se inició un proyecto con la Sociedad Cooperativa de Producción Agropecuaria S C'ajel ti Matye'el S.C.L. que forma parte de la Organización RED Campo, con la que se ha vinculado el Laboratorio de Innovación Económica y Social de la Universidad Iberoamericana Puebla para incidir en distintos proyectos.

Un punto de partida fue respetar los valores culturales de las personas con el fin de desarrollar proyectos de diseño integral que incentivasen la economía social, creados por estudiantes con la asesoría de docentes de las asignaturas del Área de Síntesis y Evaluación.

Para este proyecto se establecieron los siguientes objetivos:

1. Vincular los procesos y productos de aprendizaje de la asignatura Diseño Integral II, a los alcances de los proyectos requeridos por la Sociedad Cooperativa de Producción Agropecuaria S C'ajel ti Matye'el S.C.L. y la Organización RED Campo.
2. Formar un equipo de trabajo con alumnos y profesores de la asignatura de "Diseño integral II" de la Licenciatura en Diseño Gráfico, los académicos integrantes del Departamento de Arte, Diseño y Arquitectura, así como del Laboratorio de Innovación Económica y Social, los integrantes de la Sociedad Cooperativa de Producción Agropecuaria S C'ajel ti Matye'el S.C. y los representantes de la Organización RED Campo, para dar respuesta a las necesidades de la comunidad.
3. Construir el marco metodológico de la investigación que incluye la observación, experimentación, comprensión y argumentación, construcción del instrumento de recolección de datos, análisis de la información y diagnóstico de un problema de diseño.
4. Iterar en el proceso o implementar los productos de aprendizaje en atención al proyecto desarrollado con la cooperativa.
5. Construir un documento formal, utilizando metodologías específicas de investigación para vincularlo al Área de Proyectos para la Investigación y Superación Académica.
6. Desarrollar un reporte de investigación con las experiencias, conclusiones y recomendaciones.
7. Presentar los resultados en la Semana de Investigación 2017 dentro del Foro del Laboratorio de Innovación Económica y Social y posteriormente a través de una publicación electrónica que sirva como espacio de divulgación de los alcances y resultados de estos proyectos.

Durante la realización de este proyecto se llevaron a cabo una serie de entrevistas con los actores y un análisis sobre casos análogos de proyectos de diseño a cooperativas rurales, así como una investigación de campo en la Reserva Ecológica de Calakmul, sitio donde se ubica la Sociedad Cooperativa de Producción Agropecuaria S C'ajel ti Matye'el S.C.L., donde se diagnosticaron los problemas que fueron directrices para el proyecto general y donde también se realizaron los talleres de diseño participativo.

Al ejecutar los talleres sobre la incidencia del diseño en las cooperativas y empresas de economía social, se implementaron metodologías para el desarrollo de proyectos de diseño a través de prototipos y validaciones de propuestas que arrojaron información indispensable para integrar en el registro de resultados. La finalidad de esto, además de obtener información para concretar el proyecto específico fue concebir un instrumento de sistematización de las vinculaciones entre el diseño y los proyectos de sociedades cooperativas, la cual podría beneficiar y reforzar los enlaces que se hacen entre las distintas áreas, así como obtener mejores resultados dirigidos a las personas con quienes se contribuye.

De esta forma, fue posible generar servicios de consultoría a las comunidades privilegiando los valores estéticos, culturales e identitarios de las comunidades para quienes se trabajó, ya que estos son también factores diferenciadores del resto de los productos y elementos de pertenencia a la comunidad. Para los estudiantes, este tipo de consultoría reforzó la filosofía humanista de la IBERO Puebla que se distingue a nivel nacional y fomenta el enfoque del Sistema Universitario Jesuita fortaleciendo la formación integral desde las dimensiones de "Acción Social", "Formación Profesional" y "Formación Integral Universitaria", que a su vez rigen el Área de Síntesis y Evaluación, cursada por quienes participaron activamente en esta experiencia de aprendizaje situado.

Contexto

En los últimos años la globalización ha sido un fenómeno que ha modificado las formas de comunicación entre los individuos así como las necesidades de presentación y difusión de las empresas e instituciones que requieren informar sobre sus bienes, productos y servicios; en conjunto con lo anterior, el avance de la tecnología y los medios de comunicación ha causado que el mercado laboral busque profesionales que logren identificar problemáticas específicas y proponer soluciones óptimas a las formas de comunicación visual con diferentes usuarios y entidades.

Por lo anterior, resurge el diseño gráfico como alternativa para formular, organizar e implementar los mensajes como parte de estrategias de comunicación visual que informan, motivan, instruyen, persuaden y transmiten ideas a diferentes usuarios o destinatarios. Así, el diseño gráfico se ha constituido en una profesión que se ha adaptado a los avances tecnológicos y a los nuevos medios de comunicación, producción y reproducción a través de los cuales miles de mensajes son destinados a diversos sectores de la población.

La construcción de mensajes e imágenes en medios físicos y digitales, iniciando en bidimensionalmente y desarrollándose interactivamente en tiempo, espacio y movimiento, se integra a la vida cotidiana de las personas, de ahí la importancia de hacer prevalecer en ellas la comunicación estratégica adecuada, la innovación y calidad en la producción de sus mensajes, el balance entre funcionalidad y estética y el respeto por los valores sociales y culturales de los receptores.

Estos aspectos son abordados por los profesionales del Diseño Gráfico de la Universidad Iberoamericana Puebla que a lo largo de más de treinta años, ha contribuido de manera significativa al desarrollo y crecimiento de esta área de conocimiento con una visión integral en la formación de los diseñadores, al buscar humanizar las soluciones de diseño para adecuarlas a las expectativas y necesidades de la sociedad, con el conocimiento y la disposición para involucrarse en todo el proceso de comunicación gráfica desde su conceptualización hasta la materialización del objeto de diseño. De esta manera, el trabajo de los profesores, alumnos y egresados ha sido importante en el crecimiento y consolidación de instituciones, empresas y organizaciones que gozan de amplio reconocimiento público.

Sensible a los nuevos desafíos sociales, la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Iberoamericana Puebla, crea periódicamente procesos de investigación y generación de conocimiento para hacer énfasis en la búsqueda de estrategias de comunicación visual que informen, persuadan y nutran culturalmente a la sociedad, para evitar que perdure la dinámica fomentada por la globalización que ha modificado los criterios del diseño sin considerar los valores culturales de los pueblos.

Ante esta visión, es necesario poner en práctica las bases teóricas y metodológicas del diseño gráfico considerando como centro del proceso la investigación centrada en el usuario. Por ello, es necesario propiciar oportunidades de trabajo de campo a los alumnos, el cual debe estar situado en realidades distintas al entorno universitario con el fin de documentar, registrar, evaluar y analizar nuevas experiencias para la formación de profesionales capaces de desarrollar proyectos de comunicación visual integrales, estratégicos e innovadores.

Estas prácticas aplican el diseño de información, de sistemas identitarios, de productos, servicios y experiencias, creando elementos de diseño de interfaces y herramientas de comunicación visual, para espacios urbanos, culturales y comerciales, que puedan ser aplicados de forma bidimensional, tridimensional o cuatridimensional, interactuando con los usuarios a través de los nuevos medios y tecnologías.

Dentro de la licenciatura de Diseño Gráfico se cuenta con experiencias previas de trabajo con comunidades rurales en la resolución de distintos proyectos de diseño mismas que nos

motivan a desarrollar proyectos de esta naturaleza. Tal es el caso de proyectos como “XOCOL” en el que se trabajó mano a mano con productores de cacao del área de Comalcalco en Tabasco o la “Escuela Primaria Rural Federal Mtro. Rafael Ramírez” de la comunidad de Ayotzinapan, Puebla. El caso que se aborda en este documento es el dirigido a la Sociedad Cooperativa de Producción Agropecuaria S C'ajel ti Matye'el S.C.L. de apicultores que comprende cinco comunidades rurales del estado de Campeche y busca consolidar el desarrollo de estrategias integrales de comunicación.

Las herramientas resultantes en la práctica de las metodologías de diseño estratégico “en diálogo con las distintas realidades en las que la sociedad está inmersa”, ayudaron a contribuir y enfrentar las diversas formas de desigualdad y exclusión social. Asimismo, con la finalidad de promover el desarrollo sostenible y teniendo como horizonte la construcción de una sociedad más justa y humanamente solidaria, se orientaron los objetivos hacia el desarrollo integral de la población.



Visualización de la estructura de una problemática a través de esquemas.

Este proyecto se realizó considerando el ejercicio del diseñador gráfico como catalizador en el proceso de diseño y su impacto en las comunidades rurales, siendo factor clave en el proceso de solución centrada en el ser humano.

El profesional de diseño cruza los puentes que vinculan diferentes disciplinas, orientando sus propuestas de comunicación visual hacia la preservación de los valores culturales de las personas. Así, las condiciones de vida para quienes se trabaja, pueden ser más justas y responsables de los recursos, creando componentes de desarrollo y transformación que mejoren la calidad de vida de las personas, en especial de aquellas en situaciones de vida menos favorecidas.

Los principales actores de este proyecto son:

1. Diseño Gráfico Ibero Puebla: Alumnos de la licenciatura, profesores y directivos
2. Laboratorio de Innovación Económica y Social: Asesores especializados en empresas cooperativas
3. RED Campo, Desarrollo Rural Sostenible A.C.: Asociación de apoyo a la población rural en búsqueda de alternativas de bienestar social
4. Sociedad Cooperativa de Producción Agropecuaria S C'ajel ti Matye'el S.C.L: Comunidad de artesanos, apicultores, productores de miel y derivados

Proyecto

Para el desarrollo e implementación de este proyecto en colaboración con diferentes instituciones y organización se buscó una metodología que pudiera vincular el proceso de diseño y el desarrollo de Empresas Sociales. Este proceso permitió la aplicación de una serie de herramientas que ayudaron a la obtención de resultados para aplicar soluciones de diseño

apoyadas en los valores sociales, históricos y culturales de las comunidades para quienes se trabaje.

Por esta razón se realizó un planteamiento en donde la posibilidad de generar un proyecto de diseño, privilegiara el valor cultural a través del trabajo comunitario para producir soluciones dentro de comunidades con problemáticas complejas.

Esta posibilidad buscaba comprobar la alternativa de lograr un aprendizaje en los alumnos de diseño al aplicar el proceso metodológico de diseño estratégico dentro del contexto de la comunidad. Al mismo tiempo se buscó el poner en contacto a los estudiantes y profesores con empresas y organizaciones sociales detonando la colaboración continua con las comunidades en la que sus criterios estéticos y valores culturales, fueran respetados como elementos identitarios.

Parte importante del proyecto fue responder a las preguntas ¿cómo puede impactar el diseño en comunidades con problemáticas sociales? y ¿cómo se genera valor en una empresa de economía social a través del diseño?

El proyecto se realizó durante un lapso de un año y fue posible gracias al trabajo de quince alumnos y tres profesores de la Licenciatura de Diseño Gráfico, quienes se vieron involucrados en las cuatro visitas de los miembros del consejo de la cooperativa al campus universitario y los dos viajes a las comunidades en la zona de Calakmul, ubicada a 800 km de Puebla. En ese periodo se hicieron más de 50 entrevistas, con aproximadamente 260 horas de trabajo en campo que generaron mapas visuales, matrices de información, presentaciones formales a distintos públicos, prototipos y otros productos de aprendizaje, aplicados al proyecto general.

Proceso

Durante este proyecto se plantearon dos metodologías de diseño diversos enfoques, pero estructuras complementarias:

1. Metodología de diseño tradicional, orientada a la mercadotecnia y al arte gráfico
2. Metodología de diseño estratégico, orientada al usuario y la innovación.

Mediante la primera de ellas, se buscó generar la identidad gráfica de la cooperativa de apicultores, mediante procesos de diseño que buscaban encontrar un mercado específico, para quien la oferta del producto fuera atractiva y de este modo se pudiera incrementar la demanda, apoyando por consecuencia el crecimiento económico de la organización.

De la segunda metodología, se tomaron elementos para orientar el proyecto hacia la innovación y el beneficio de las personas utilizando herramientas de diseño estratégico. Este proceso utilizó diferentes herramientas que generaron un acercamiento con la problemática compleja dentro de la cual se encontraba la cooperativa de apicultores. Dicha metodología tuvo como punto de partida el diseño centrado en el usuario para poder aplicar una serie de herramientas propias del diseño estratégico o *“design thinking”* para obtener una o varias soluciones que pudieran tener aplicaciones de innovación social.

En el acercamiento metodológico tradicional (Diseño orientado al mercado) se definió un mercado meta para quien la miel de abeja fuera percibida como un “producto estrella”. El fin de encontrar un camino que le permitiera a la cooperativa vender sus productos y obtener ganancias directas sin tener que castigar los costos, por vender a granel su producción al intermediario.

Durante el análisis del mercado meta y la oferta de productos apícolas y sustitutos, se hizo una evaluación comparativa (*benchmarking*) que arrojó información sobre las personas que podrían adquirir los productos de la cooperativa. Estos datos fueron enriquecidos mediante la

integración de herramientas de diseño estratégico para definir una matriz de arquetipos de usuario que ampliara las características de las personas, más allá de la edad, nivel socioeconómico, grupo social o ubicación geográfica.

En esta matriz se establecieron los ejes de pertinencia social y poder adquisitivo y se encontraron cuatro arquetipos de personas consumidoras de miel. Entre ellos, se descubrió al arquetipo ideal, al que se le nombró “consumidor responsable”, un usuario al que le resultaban cercanos y/o relevantes los temas sociales y para quienes la información de origen y contenido de los productos que suelen adquirir es importante en su decisión de compra. Así se definió al mercado potencial que podría responder a una serie de planteamientos de bienestar personal y conciencia social, pagando precios mayores al de las marcas genéricas comerciales.

Al definir más a fondo al usuario ideal, a través de entrevistas a profundidad, mapas mentales, *moodboards* y esquemas de visualización, fueron cruzadas estas características con los valores de la cooperativa. De este modo se comprendió que mostrando la marca de un producto de alta calidad y genuinamente responsable del bienestar social y medioambiental, se encontraba el camino para diferenciar sus productos de los ya existentes en el anaquel.



Uso de herramientas de diseño estratégico.

Debido a que los respaldos de la nueva marca serían mostrados en medios impresos y digitales, se inició el proceso de conceptualización para que los consumidores obtuvieran un mayor conocimiento con respecto al proyecto de la cooperativa, así como las propiedades de sus productos. Al obtener los conceptos gráficos rectores de forma individual, se procedió a la fase de “explorativos” y se eligieron las mejores propuestas para trabajar por equipos y desarrollar distintas aplicaciones de la marca. Al finalizar el diseño de propuestas de identidad global del producto apícola, se presentaron a los profesores involucrados y posteriormente a los miembros del Consejo de la Cooperativa para obtener retroalimentación.

Las mejores propuestas, fueron presentadas en un grupo de enfoque compuesto por los miembros de la Sociedad Cooperativa de Producción Agropecuaria S C'ajel ti Matye'el S.C.L., entre quienes se encontraban los delegados de las comunidades, los apicultores y las familias productoras de miel. Este conjunto de personas estuvo compuesto por hombres y mujeres de 30 a 70 años de edad, pertenecientes a cinco distintas comunidades, originarios de grupos indígenas como los xoles y tzeltales y con un porcentaje de analfabetismo medio. En este grupo de enfoque se evaluó la percepción sobre la propuesta de marca, empaque esquemático y aplicaciones de comunicación generadas por los estudiantes, a través de preguntas abiertas que evaluaban cuatro elementos:

- Percepción de la forma
- Lectura de información
- Análisis de función
- Impacto emocional

Al validar la marca entre los miembros de la cooperativa y los usuarios, se procedió realizar los ajustes necesarios y a concretar el diseño las etiquetas para el envase, incluyendo

información legal, nutrimental y de promoción y socialización del trabajo de la cooperativa. Durante la siguiente visita a la comunidad fue presentada para que la impresión y comercialización pudieran llevarse a cabo.

La metodología enfocada a lo estratégico buscó la innovación en las soluciones para resolver o reducir algunos problemas de la cooperativa. Para realizar este proceso fue necesario realizar un análisis en tres ejes:

1. Diseño Centrado en el Usuario: Buscando el análisis de la persona como centro de la investigación y como receptor de la solución funcional.
2. Diseño Estratégico (*Design Thinking*): Generando una aplicación iterativa de posibles soluciones y validando directamente con los actores involucrados en el proceso.
3. Innovación Social: Trabajando con las personas de la comunidad para generar lazos de empatía entre los estudiantes y los miembros de cooperativa, para comprender de mejor manera la problemática, así como la aplicación sistémica de la solución y sentido de pertenencia al proceso y sus resultados.

Para obtener información de forma estructurada y esquemática en los talleres de diseño participativo, se utilizaron las siguientes herramientas:

- *Method Cards*: Conjunto de tarjetas con ejercicios que exploran nuevos enfoques en el proceso de diseño, que mantienen a las personas en disposición de compartir información pertinente para el proyecto (algunas mediante el juego).
- Dibuja la situación: Ejercicio de visualización que permite desmentir suposiciones y revelar cómo la gente concibe un orden de sus expectativas y/o actividades como el proceso de recolección de la miel, a través de dibujos.
- Clasificación de tarjetas: Expone la mentalidad de las personas acerca de un sistema, su organización revela la expectativa y las prioridades, mediante la elección de imágenes previamente seleccionadas por el equipo de diseño.
- Narración: Busca conocer las motivaciones, preocupaciones, razonamientos y procesos de las personas. Utiliza elementos de comunicación entre las personas para poder encontrar la información de un tema específico mientras se lleva a cabo una acción específica.
- Un día en la vida: Herramienta etnográfica que permite conocer problemas imprevistos inherentes a las rutinas y circunstancias que las personas experimentan diariamente a través de la inmersión completa en el contexto y las actividades de las personas, con participación activa y una documentación fotográfica.
- Entrevistas a profundidad: Diálogo que permite descubrir posibles problemas y situaciones diarias en la convivencia de las personas y su comportamiento interpersonal. Esta herramienta fue utilizada para conocer la percepción de los miembros de la comunidad con respecto a la cooperativa, su organización y expectativas futuras.



Trabajo con la comunidad a través de talleres de diseño participativo.

Según los hallazgos de la investigación de campo, además de la premura de tener una marca comercial y su envase para comercializar la miel, también existía la necesidad de crear una marca paraguas que comprendiera el trabajo artesanal de cada una de las cinco comunidades que abarcaba la cooperativa, para poder generar ingresos alternativos a los productos apícolas que se regían por las temporadas, el estado del tiempo y la calidad del medioambiente por lo que se procedió a generar una marca artesanal dirigida al mismo usuario y con las mismas directrices, pero con un concepto distinto.

Los lineamientos generales dentro de los que se ejecutaron estas propuestas comprendieron los valores comunitarios y los procesos de trabajo:

Valores comunitarios

- a) Identidad
- b) Trabajo y familia
- c) Apoyo colaborativo

Procesos de trabajo

- d) Homogenizar calidad de producto
- e) Evitar pérdida de tiempo y trabajo
- f) Lenguaje ético
- g) Acceso a conocimiento
- h) Tratamiento adecuado de apiarios

Era evidente también al aplicar las herramientas de obtención de información y dialogar con los miembros de la cooperativa, que sus prácticas en el manejo de los apiarios, no eran iguales entre sí y por ello su producción no siempre lograba cumplir con los estándares de calidad, necesarios para poder ofrecer el producto en un mayor precio y a un mercado conocedor, mucho menos para poder exportar.

Se descubrió entonces que aunque existían dos manuales de buenas prácticas elaborados por un experto en el tema, ninguno de los miembros de la cooperativa (incluyendo al presidente), habían leído este documento y por ello se procedió a aplicar algunas de las herramientas antes mencionadas en la siguiente visita. Los hallazgos fueron que la falta de lectura de ese documento no era por desinterés, sino porque el formato, lenguaje y medio no eran los adecuados para las personas que lo utilizarían por las siguientes razones:

- a) El formato del manual era rígido y poco atractivo para que una persona sin hábito de estudio o lectura se acercara a este.
- b) Algunos de los miembros no sabían leer o no comprendían bien el español.
- c) En las casas visitadas no se encontraron libros para adultos, solo libros de para niños que la Secretaría de Educación Pública otorgan a quienes reciben su educación primaria. En algunas casas se encontraron televisores.

Como además de estas observaciones, fue notoria la atención prestada por los miembros de la cooperativa al mostrar imágenes y esquemas a través del proyector durante las presentaciones de avances, se tomó la decisión estratégica de que los dos manuales fueran rediseñados para cambiar el formato, lenguaje y medio. Por ello se analizó el contenido de cada uno y se clasificó, reestructuró y se propuso generar cápsulas audiovisuales para hacer el contenido atractivo y comprensible por los asistentes a las reuniones del consejo. Este último punto, aún se encuentra en proceso de diseño.

Haciendo una recapitulación de lo anterior, los productos de aprendizaje destinados a distintos campos de acción fueron:

- a) Marca de los productos apícolas y sus aplicaciones externas e internas
- b) Etiquetas de comercialización de los productos
- c) Marca de productos artesanales y sus aplicaciones externas e internas

d) Manuales de buenas prácticas

De acuerdo a las etapas y características del proyecto, se utilizaron elementos de las dos metodologías para orientar los resultados al mercado o a la innovación, dependiendo de las necesidades detectadas dentro de los problemas diagnosticados. A grandes rasgos, los pasos resultantes al unir ambos procesos metodológicos, fueron los siguientes:

1. Investigación documental
2. Evaluación de materiales análogos
3. Estudio de metodologías aplicadas a problemas complejos
4. Evaluación comparativa de productos (*benchmarking*) en anaquel
5. Análisis y comprensión de información
6. Acercamiento al usuario a través de la investigación de observación y entrevistas a profundidad
7. Definición de descubrimientos o “*Insights*”
8. Articulación de datos y elementos
9. Diagnóstico
10. Definición de problemas y objetivos
11. Esquematización de relaciones entre variables
12. Conceptualización y definición de propuesta gráfica
13. Visualización y exploración gráfica
14. Evaluación de resultados por expertos
15. Planeación de talleres de diseño participativo
16. Grupo de enfoque (*focus group*)
17. Comprensión y ajuste de propuestas
18. Pruebas de validación con usuarios
19. Acercamiento a la comunidad a través de inmersión, observación y entrevistas
20. Comprensión y ajuste de propuestas
21. Elaboración de prototipos
22. Validación con usuarios
23. Adaptación de propuestas
24. Planeación de talleres de diseño participativo
25. Acercamiento a la comunidad a través de inmersión, observación y entrevistas
26. Análisis por referencias cruzadas
27. Narración de situaciones conceptuales
28. Guion gráfico (*storyboard*) de aplicaciones de solución
29. Iteración o implementación según el caso

Al mezclar los pasos de las distintas metodologías, el proceso de trabajo fue enriquecido y fue más evidente para los estudiantes la importancia de utilizarlas de forma flexible o inflexible según la situación presentada y los recursos con los que se contaron.

CONCLUSIONES

El uso de metodologías de diseño en proyectos que presentan problemáticas complejas permite comprender a fondo sus estructuras y a identificar a los actores y factores que las componen. Al comprender e identificar profundamente, se ubican los caminos que conducen hacia las soluciones simples y adecuadas. Gracias a la aplicación de las mismas, fue posible integrar a la comunidad en el proceso y como resultado, la aceptación de las propuestas por parte de la cooperativa fue positiva.

Como en el caso de muchos proyectos de incidencia social en comunidades rurales, al inicio se presentó una desconfianza generalizada por parte de los miembros de la cooperativa hacia las personas externas a ella. Es una práctica común pero poco virtuosa, que algunas organizaciones busquen obtener el "sello social", tomando a las comunidades como objeto de estudio sin aportar alguna retribución o propuesta útil al final del proceso, es que se concluye. La intención de integrar a los estudiantes en sesiones de trabajo con la comunidad, fue reforzar el lazo de la confianza a través de la explicación de los procesos a sus participantes y mostrando las evidencias de los descubrimientos.

En cada etapa se exponían y analizaban los prototipos de forma colectiva, lo cual permitió lograr el acercamiento y la apertura necesaria de los integrantes y delegados de la cooperativa para restaurar la confianza, ya que cuando cada persona sostenía entre sus manos los modelos, lo abstracto se hacía tangible. Estos hechos permitieron obtener resultados enriquecedores que impactaron positivamente a las personas de la cooperativa. Dicho horizonte pudo ser observado mediante los testimonios y demostraciones de aprobación ocurridas durante cada cierre de las actividades realizadas en las visitas a la comunidad.

El involucramiento de los estudiantes y docentes con los miembros del consejo de la cooperativa y personas de la comunidad por medio del uso de las herramientas de diseño estratégico, tuvo tal profundidad que al avanzar el proceso, creció la empatía hacia el trabajo de la organización y el valor real de la apicultura en pro de la conservación de las abejas. Esto permitió a los alumnos y docentes entender las variables que comprendían el problema y así tener la posibilidad de proponer soluciones pertinentes, viables y atractivas para la cooperativa.

La colaboración con la Sociedad Cooperativa de Producción Agropecuaria S C'ajel ti Matye'el S.C.L. y la Lic. en Diseño Gráfico de la Ibero Puebla, aún se mantiene gracias al compromiso de un grupo de estudiantes y la amistad generada con los miembros del consejo durante el año de trabajo en unión comunitaria. Los productos de miel ya se encuentran en la fase de comercialización, la marca artesanal ya ha sido aprobada y se espera que en los próximos meses el trabajo en los manuales animados pueda validarse con la comunidad y rinda los frutos esperados.

BIBLIOGRAFÍA

- IDEO (2015). The Field Guide to Human-Centered Design. USA: Design Kit by IDEO.org
- Hazenberg, W. (2012). 75 Tools for Creative Thinking: A Fun Card Deck for Creative Inspiration. Netherlands: Bis Publishers.
- Shea, A. (2012). Designing for Social Change. Andrew Shea. USA: Princeton Architectural Press.
- Berlanga, A. (2016). Colmena: Diseño Gráfico y Economía Social. México.
- Motee, I. (2013). Design Thinking for Strategic Innovation. USA: Wiley
- Manzini, E. (2014). Making Things Happen: Social Innovation and Design. USA: Massachusetts Institute of Technologies.