

Tres al Cubo:

Propuesta Metodológica para el Diseño de un Kit de Herramientas que fomenta la Comunicación Intercultural entre Artesanos y Diseñadores

Tetsu Juliana Tokumine Palomino, Ricardo Geldres Piumatti & María del Pilar Kukurelo Del Corral

Diseño Industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú

Resumen

Según la Directora del Patrimonio Inmaterial del Ministerio de Cultura del Perú, Soledad Mujica, dentro de los procesos de Innovación Artesanal se han presentado casos de conflictos interculturales entre artesanos y diseñadores. Debido a una relación vertical generada por prejuicios, falta de empatía e incomprensión lingüística. Para abarcar esta problemática se comenzó haciendo un análisis de las Herramientas de Diseño necesarias para el proceso de investigación y diseño, tales como “Inmersión”, “Entrevistas” y “Lluvia de Ideas”. Posteriormente, se revisaron metodologías que guían el Proceso enfocado en el Co-Diseño, que involucra el trabajo interdisciplinario, la mayoría de estas clasifican sus actividades de tres a cinco etapas, sin embargo, no hay una estructura explícita dentro de cada etapa que ayude clarificar el proceso. Por este motivo se planteó una metodología que parte de un entendimiento sistémico de las diversas actividades y herramientas a utilizar, al cual, por su ramificación equitativa de labores, ha sido denominado Metodología *Tres al Cubo*. Esta consta de tres etapas básicas, que dentro de cada una, tiene tres macro-actividades; y que a su vez, cada una de estas, posee tres micro-actividades; que en su totalidad serían 27 como el resultado de tres al cubo. La presentación visual de esta estructura metodológica ha ayudado en esclarecer el proceso, que como resultado dió el diseño de un Kit de Herramientas que facilita la comunicación intercultural entre artesanos y diseñadores.

Palabras Clave – Innovación Artesanal, Interculturalidad, Co-Diseño, Metodología.

Introducción

“Sin embargo, hay otros casos en que vemos que hay criterios limitados y se les dice a una comunidad eso que tú trabajas no sirve, no tiene mercado, no vale, tienes que copiar lo que hace el otro y se ha visto que se trae incluso a un artesano de Ayacucho, un tejedor, para que enseñe a unos artesanos tejedores de la Sierra Norte para que le enseñe los estilos ayacuchanos y eso es muy doloroso porque cada pueblo de tejedores tiene su propio estilo, sus iconografías tradicionales, y una intervención brusca y poco respetuosa no

ayuda a mejorar nada, al contrario, genera una sensación de impotencia, de frustración, de no comprensión entre ambas partes.”

Entrevista a Soledad Mujica (Directora del Patrimonio Inmaterial del Ministerio de Cultura del Perú), extraído de *Memoria: 1er Encuentro entre Artistas, Artesanos y Diseñadores del Perú, Kukurelo & Meneses, 2011.*

En muchos proyectos de innovación artesanal se han presenciado problemas de comunicación debido a la diferencia cultural y el idioma principalmente. Por otro lado tenemos problemas con la interacción, se presencia una relación vertical en donde la forma clásica de que el diseñador interactúa con comunidades artesanales es realizando capacitaciones. Existen casos extremos en los que el diseñador hace mandatos de cómo realizar la artesanía para que esta tenga una mejor acogida en el mercado, la opinión del artesano no cuenta, la trascendencia cultural e histórica de la artesanía se pierde y es así cuando se presencia un etnocentrismo que destruye toda relación ética.

Reconocer esta situación de conflictos interculturales entre artesanos y diseñadores fue el punto de partida del proyecto. Al tener esta problemática enmarcada, el siguiente paso fue crear una metodología que pudiese guiar el proyecto en varias etapas: Primero, en la investigación de este problema; segundo, en el diseño y la creación de un producto que resuelva completa o parcialmente el mismo; y tercero, en la implementación del producto en el contexto real. Asimismo, se necesitaba una metodología en la que el enfoque principal sean los usuarios, es decir, artesanos y diseñadores, para que así ellos puedan participar tanto del proceso de investigación como del proceso de diseño. Fue ahí donde se determinó que utilizar el Co-Diseño como enfoque principal del proceso.

Antecedentes

En esta sección se va a abordar los conceptos que son pertinentes para la investigación. Se inicia con la definición del Co-Diseño como enfoque principal del proceso del proyecto; seguidamente, se muestra una revisión de metodologías y métodos de diseño enfocados en el Co-Diseño; más adelante, se exponen varios referentes metodológicos de IDEO (la firma de consultoría de diseño más reconocido del mundo). Y se finaliza con las conclusiones de todo lo mostrado.

Co-Diseño

Según CO-CREATE, “El término co-diseño describe un enfoque de diseño que intenta involucrar activamente a todas las partes interesadas (por ejemplo, empleados, socios, clientes, ciudadanos, usuarios finales) en el proceso de diseño para garantizar que el resultado

cumpla con sus necesidades y finalmente sea utilizable. Esto ofrece una gran variedad de beneficios para su producto o servicio, como un mejor ajuste a las necesidades del cliente, la rentabilidad o la lealtad a la marca". Además cabe mencionar que el Co-Diseño refleja un cambio fundamental en la relación diseñador-cliente, [...]. Un principio clave del co-diseño es que los usuarios son reconocidos como "expertos" de su propia experiencia (CO-CREATE, 2017). Los términos: Diseño participativo (participatory design) y co-creación (co-creation) son otros de los nombres que son utilizados para referirse al Co-Diseño. Este enfoque de diseño puede ser aplicado a distintos métodos de diseño, ya que lo que mide es la aproximación de los diseñadores hacia los usuarios.

Métodos de Diseño

Los métodos esenciales que toda metodología enfocada en el Co-Diseño realiza son tres: Inmersión, Entrevistas y Lluvia de Ideas.

Inmersión

"No hay mejor manera de entender a las personas para las que estás diseñando que sumergirte en sus vidas y comunidades" (IDEO.org, 2015). En esta actividad el diseñador tiene que convivir con los usuarios idealmente por una semana, es por ello que es considerado como una actividad de alta dificultad.

Entrevistas

Se puede entrevistar tanto a los usuarios como a los expertos del tema. Es recomendable que se prepare las preguntas con anterioridad, además del tiempo de duración aproximado del mismo, lo ideal sería de sesenta a noventa minutos. Se recomienda realizar las entrevistas en el espacio del entrevistado, ya que se puede aprender mucho sobre la mentalidad, el comportamiento y el estilo de vida de una persona hablando con ellos donde viven o trabajan (IDEO.org, 2015).

Lluvia de Ideas

Más conocido por su nombre en inglés *Brainstorming*. Se trata de generar la mayor cantidad de ideas posible en un periodo corto de tiempo, dentro de 5 a 10 minutos. Todo tipo de ideas vale, cuanto más disruptivas mejor. Los participantes escriben o grafican sus ideas generalmente en *Post-it's* para que luego sean adheridas a una superficie en el cual todos puedan apreciar las ideas propuestas. Lo único que está prohibido durante este ejercicio es opinar negativamente sobre las ideas de los demás, la última cosa que se desea en un brainstorm es a alguien que, en vez de generar nuevas ideas, solo habla del por qué las ideas ya mencionadas no funcionan. Eso no sólo mata la creatividad, sino cambia el enfoque del grupo, de una visión creadora a una de crítica (IDEO.org, 2015).

Estado del Arte

Se hizo una búsqueda de metodologías de diseño de productos y/o servicios que utilizan el Co-diseño como parte medular del proceso.

The Field Guide to Human-Centered Design - IDEO.org

Aquí se muestra la metodología más importante para la co-creación, el “Diseño Centrado en el Humano (DCH)” o “Human Centered Design (HCD)” en inglés. Esta guía de campo muestra 57 métodos de diseño para ser usados por personas no necesariamente diseñadoras. Estos métodos están divididos en tres etapas designadas con un color distinto cada una: 1. Inspiración (naranja). 2. Ideación (azul). 3. Implementación (verde). La señalización de etapas con colores ayuda a la persona a identificar los métodos rápidamente.

Method Cards - IDEO

Consta de 51 cartas, en la cual cada una describe un método distinto, incluye un pequeña historia sobre cómo y cuándo usar cada método. Estas se encuentran divididas en 4 tipos de cartas dependiendo de su función dentro del proceso. El hecho de que su formato sean cartas ayuda a que su uso sea más didáctico, además permite poder coger físicamente las herramientas con las cuáles se va a trabajar en el momento. Por otro lado, las fotografías apoyan a entender cómo realizar el método.



Method Cards. Imagen extraída de

<https://museumstore.sfmoma.org/books/ideo-method-cards.html>

Design Kit Travel Pack - IDEO

Es una baraja de 32 cartas que contiene micro-ejercicios de diseño para ayudar durante la ejecución del proceso. Las cartas están divididas en tres secciones: “Build Empathy” (construye empatía), “Unleash your Creativity” (desata tu creatividad) y “Get your Hands dirty” (ensucia tus manos). Estas cartas serían como la versión portátil de *The Field Guide to Human-Centered Design*, ya que expone tres etapas semejantes. Esta presentación, al igual que *The Method Cards*, te permite manipular estos métodos de forma

tangible con un grupo de personas, y sobre todo en sesiones de Co-Diseño.



Design Kit Travel Pack. Imagen extraída de

<https://www.kickstarter.com/projects/581125890/design-kit-travel-pack?lang=es>

Conclusiones del Estado del Arte

En primer lugar, el objetivo de estos kits de herramientas metodológicas es mostrar una vasta cantidad de métodos para seleccionar cuál de ellas se va a utilizar dependiendo de la

complejidad del proyecto; pero al solo estar clasificado en tres etapas este sistema llega a ser muy general, ya que hay algunos métodos dentro de una misma etapa que son convenientes ser usados antes que otros. Es por ello, que hay una necesidad de mostrar una nueva clasificación de métodos a través de una estructura interna dentro de cada etapa.

Segundo, existe una clasificación de las etapas a través de colores, más no hay una diagramación de las conexiones entre métodos. Es pertinente la creación de una estructura visual de la metodología con apoyo de colores y diagramas.

Tercero, se carece de referentes metodológicos de proyectos culminados o en ejecución. Dentro de *The Field Guide to Human-Centered Design* se presentan casos de proyectos exitosos que han utilizado la metodología DCH, se muestra un resumen de cómo han ejecutado cada etapa, más no cuenta con una descripción detallada del proceso llevado a cabo y los métodos utilizados.

Por estos motivos se propone una metodología que guíe la investigación y la creación de un producto que ayude a resolver los conflictos interculturales entre artesanos y diseñadores que ocurren durante los procesos de Innovación Artesanal en el Perú. Se plantea una metodología basada en el *Diseño Centrado en el Humano* y que incluya a varios de sus métodos, pero que proponga una estructura mucho más detallada. El objetivo de esta propuesta metodológica es poder mostrar todo el proceso exhaustivo detrás de un proyecto, y a la vez, servir como una receta de diseño para personas que deseen crear un producto o servicio en el futuro.

Diseño del Estudio

En esta sección se va a presentar la propuesta metodológica a utilizar dentro de la ejecución del proyecto.

“Tres al Cubo”

Se determinó que todo el proceso se iba a dividir en tres etapas, tomando como ejemplo la metodología *Diseño Centrado en el Usuario*.

Luego, se redefinió los nombres de las etapas junto con sus propósitos. En la primera etapa, el rol del diseñador es de un investigador, el objetivo de esta etapa es de analizar y escoger las problemáticas específicas a atacar, es por ello que el nombre “Inspiración” del DCH no logra encajar completamente, por ello se sustituyó por el título “Identificar Problemas”. En la segunda etapa, la meta es generar ideas que puedan solucionar la problemática ya enmarcada, en esta etapa es el momento en el cual se necesita más inspiración para crear ideas innovadoras, y al tener como propósito culminar con un producto testeado, se reemplazó el nombre de “Ideación” por “Crear Soluciones”. En la tercera etapa, su finalidad es de implementar todas las soluciones, aquí sí permaneció el mismo título, sólo tuvo un pequeño cambio, pasó de “Implementación” a “Implementar el Proyecto”, puesto que todos los nuevos títulos son verbos, para que de esta forma inciten a la acción.

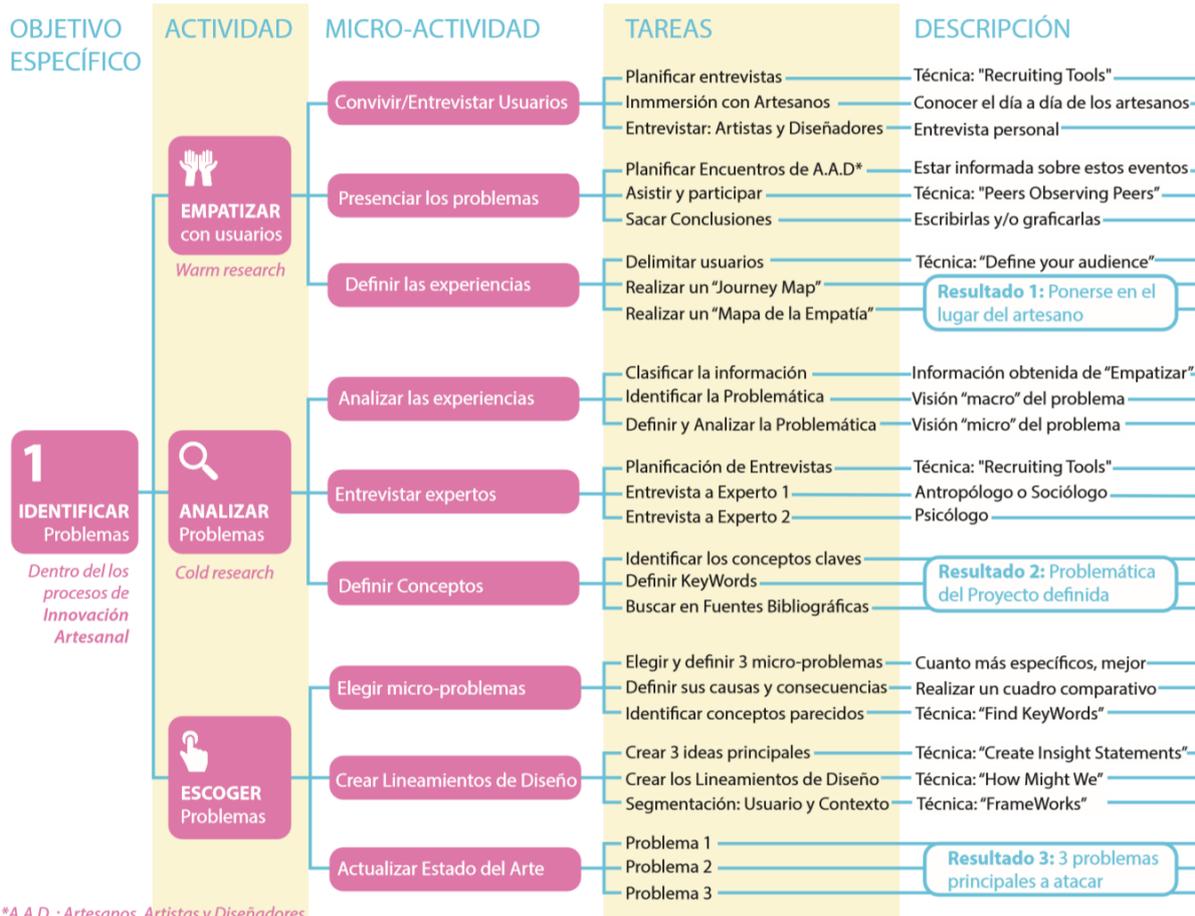
Más adelante, se seleccionó de todos los 52 métodos del libro cuáles se iban a utilizar, y se hizo una nueva clasificación, por ejemplo los métodos “How might we” y “Create Insight Statements” que pertenecían a la segunda etapa “Ideación” del DCH, se trasladaron a la segunda etapa “Crear Soluciones”.

Luego de tener todas las herramientas clasificadas, se creó una estructura dentro de cada etapa, repitiendo el mismo patrón de división en tres etapas de la estructura general, es decir se tomó el la ramificación en tres como patrón base para toda la metodología, con el motivo de que fuera más sencillo memorizar que dentro de cada etapa hay tres macro-actividades que cumplir, y dentro de cada una de estas hay tres micro-actividades más.

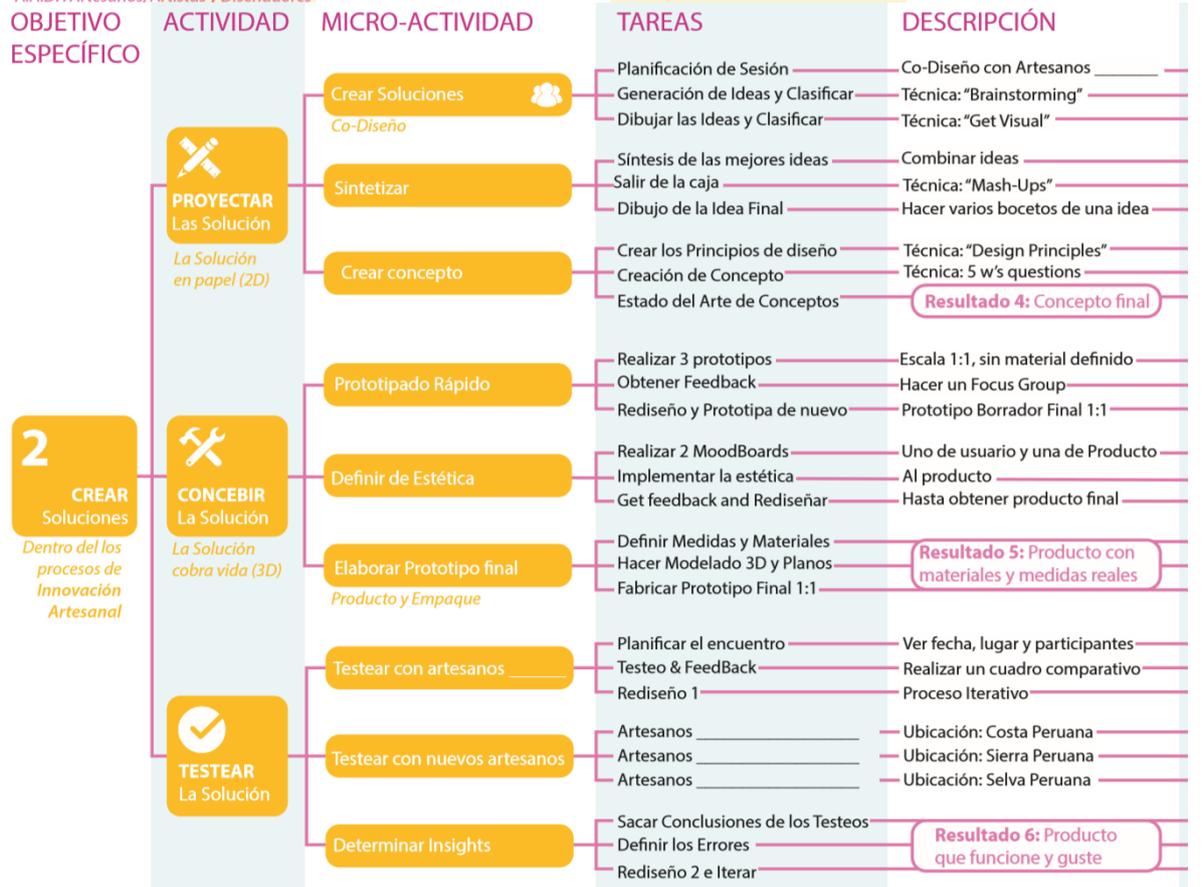
Por otro lado, se creyó conveniente asignar un color a cada etapa, para que sea más práctico el reconocimiento de la procedencia de cada método. Se seleccionó los tres colores básicos (rojo, amarillo y azul), pero en sus versiones pasteles, es decir, rosado, amarillo y celeste, a fin de que no sea visualmente saturado. Se utilizó la *Psicología del Color* para consignar un color a cada etapa:

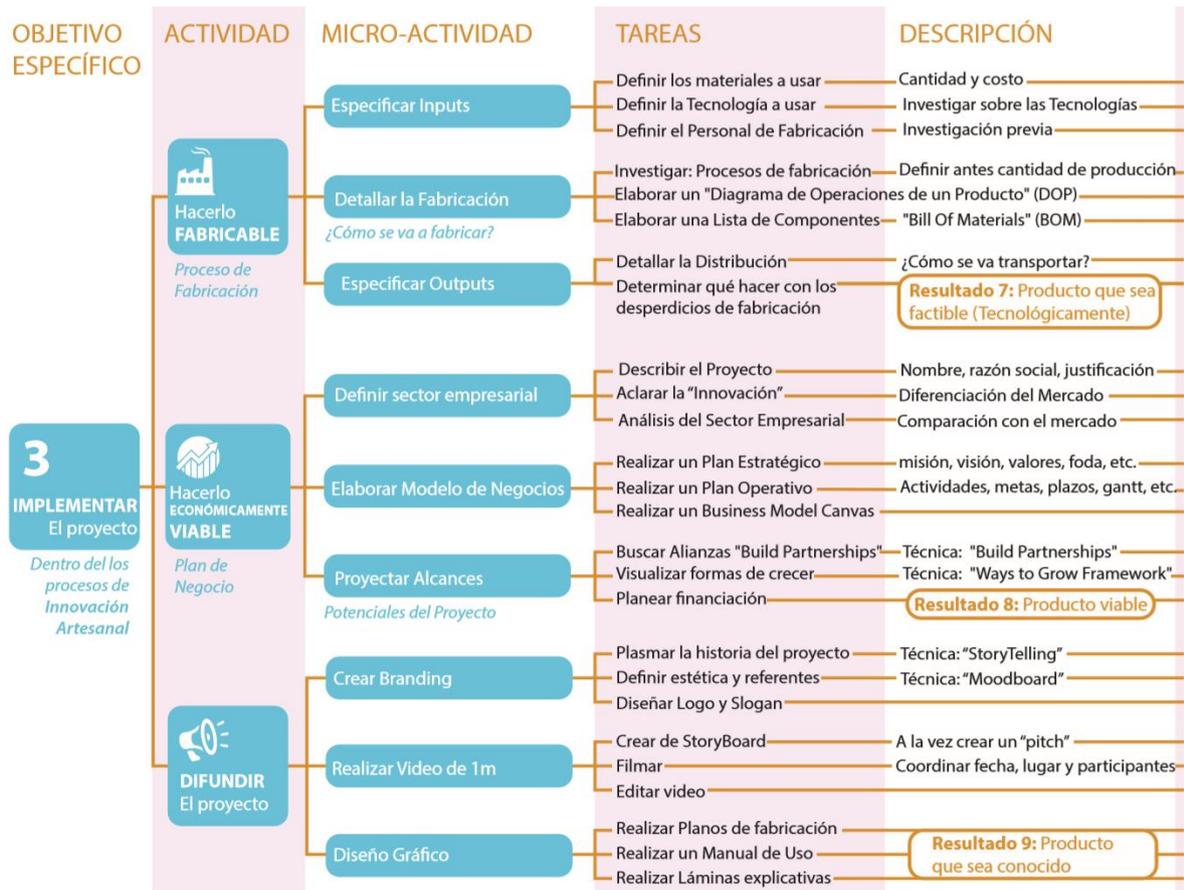
1. Identificar Problemas (rosado): En la primera etapa del proceso se necesita tener empatía para poder relacionarse con los usuarios y así poder identificar sus problemas. Se eligió rosado porque en la cultura popular, los tonos rojizos representan el afecto y el tacto humano.
2. Crear Soluciones (amarillo): En la segunda etapa se requiere de mucha imaginación. Se optó por el color amarillo ya que denota energía y dinamismo, que simboliza a una explosión creativa.
3. Implementar el Proyecto (celeste): En la tercera etapa se precisa llevar a la realidad todo lo diseñado, no sólo dejarlo en una idea, sino estar comprometido a terminarlo. Los tonos azulados simbolizan la seguridad, compromiso, perseverancia y seriedad con la idea.

Posteriormente se presentan los tres diagramas de la metodología “Tres al Cubo”, uno por cada etapa. Se diseñó cada diagrama para que calzara en un formato A4 (210 x 297 mm), para hacer su impresión accesible.



*A.A.D.: Artesanos, Artistas y Diseñadores





Resultados

Formato Guía Metodológico "Tres al Cubo"

- 1** = Identificación de problemas
- 2** = Creación de Soluciones
- 3** = Implementación del Proyecto

1. Identificación de Problemas

1.1. Empatizando

- 1.1.1. Entrevistas
- 1.1.2. Inmersión en el contexto
- 1.1.3. Definición de usuarios

1.2. Análisis de los problemas

- 1.2.1. Análisis de las experiencias anteriores
- 1.2.2. Definición de Conceptos Claves
- 1.2.3. Fundamentación Bibliográfica

1.3. Filtración de Problemas

- 1.3.1. Escoger micro-problemas
- 1.3.2. Estado del Arte
- 1.3.3. Lineamientos de Diseño

2. **Creación de Soluciones**
 - 2.1. **Proyección de la Solución**
 - 2.1.1. **Bocetado de Propuestas (Co-Diseño)**
 - 2.1.2. **Sintetizar**
 - 2.1.3. **Creación de Concepto**
 - 2.2. **Concebir la Solución**
 - 2.2.1. **Prototipado rápido**
 - 2.2.2. **Definición de la estética**
 - 2.2.3. **Elaboración del Prototipo Final**
 - 2.3. **Testeo de la Solución**
 - 2.3.1. **Testeo con Artesanos y Diseñadores**
 - 2.3.2. **Testeo con Artesanos in-situ**
 - 2.3.3. **Iteración**
3. **Implementación el proyecto**
 - 3.1. **Hacerlo Fabricable**
 - 3.1.1. **Especificación de Inputs**
 - 3.1.2. **Especificación de la Fabricación**
 - 3.1.3. **Especificación de Outputs**
 - 3.2. **Hacerlo Económicamente Viable**
 - 3.2.1. **Sector Empresarial**
 - 3.2.2. **Elaboración de Modelo de Negocios**
 - 3.2.3. **Proyección de Alcances**
 - 3.3. **Difusión el proyecto**
 - 3.3.1. **Creación del Branding**
 - 3.3.2. **Creación de Video**
 - 3.3.3. **Diseño Gráfico**

Este *Formato Guía Metodológico* presenta algunos cambios del *Formato Diagrama*. Primero, en el diagrama sólo se enumeraron las tres etapas principales y cuando se deseaba referir a las macro y micro-actividades se tenía que buscar por sus nombres, esto no resultaba práctico; fue por esto que en el “Formato Guía” se enumeraron todas las macro y micro-actividades igualmente. Segundo, se varió la organización de ciertos métodos, ya que en el proceso surgieron resultados que mostraron que era conveniente realizar algunos métodos antes o después que otros, tales como la actividad “Entrevistar a Expertos” que fue incluido dentro de la micro-actividad “Entrevistas” del Formato Guía. Tercero, se realizó el cambio de un formato visual (.pdf o .jpg) a uno textual (.txt), esto da la posibilidad de elaborarlo en cualquier programa de Microsoft Office y no necesariamente hacer uso de un software de diseño tales como Adobe Illustrator o Photoshop; asimismo este cambio de formato no afecta su propuesta visual, ya que se sigue utilizando los colores para la distinción de cada etapa.

Resultados de la Primera Etapa “Identificación de Problemas”

Después de analizar el problema general de la investigación se hallaron los problemas específicos, que se delimitaron en tres: la demasía de prejuicios, la carencia de empatía y la barrera lingüística.

	Problemas específicos	Causas	Consecuencias
1	Prejuicios	Etnocentrismo, hegemonía cultural, Desconocimiento y falta de reconocimiento de la cultura contraria.	Artesanos: Desconfianza en diseñadores, porque se cree que no poseen conocimiento suficiente sobre la artesanía. Diseñadores: Exclusión de artesanos en toma de decisiones.
2	Falta de empatía	Carencia de conocimiento interpersonal entre ambos participantes.	No se perciben ambos como personas con diferentes dimensiones, sólo son distinguidos como "Artesanos" y "Diseñadores". Esto puede llevar a que los Artesanos sean vistos como mano de obra, que puede desenlazar en una explotación laboral.
3	Incomprensión lingüística	Manejo de lenguas y/o coloquialismos distintos.	Se crean malentendidos verbales que desembocan en posibles errores de diseño.

Resultados de la Segunda Etapa "Creación Soluciones"

Este proyecto llegó hasta el punto 2.1.1 "Bocetado de Propuestas", para esto se realizó un taller de Diseño Participativo, en donde formaron parte tanto artesanas como diseñadoras para la generación de productos o servicios que solucionen los problemas específicos.

A continuación se muestran las propuestas surgidas en el taller junto con una foto de todas las participantes.



Conclusiones

A partir de los resultados, se concluye que al iniciar un proyecto es recomendable elaborar una metodología que cubra la complejidad del mismo, cuanto más detalladas sean las actividades es mejor, ya que así es más factible que se cumplan los objetivos de cada actividad. La idea de crear una metodología es que pueda funcionar como un *check list* o lista de verificación, en donde se vaya percibiendo las actividades cumplidas, así como las que faltan por cumplir. Por este motivo “Tres al Cubo” ha contribuido en el esclarecimiento del proceso, dando una estructura a todo el proyecto de una manera minuciosa y así poder ejecutarlo sin muchos obstáculos.

Limitaciones y Trabajo a Futuro

Se planea culminar este proyecto para el mes de junio, por este motivo esta propuesta metodológica no se ha logrado validar completamente, aún falta terminar la segunda y tercera etapa.

En el futuro, la metodología presentada puede ser utilizada para la ejecución de cualquier proyecto, no necesariamente al diseñar productos, sino también servicios, ya que te guía desde el análisis de un problema hasta la difusión del proyecto terminado.

Agradecimientos

Se agradece por el asesoramiento académico a Ricardo Geldres y María del Pilar Kukurelo. Asimismo, agradecer al Grupo AXIS Arte PUCP, a Juan Montalván, al colectivo Talentos Artesanales, y a todos los participantes de las entrevistas, así como del taller de Co-Diseño.

Bibliografía

Kukurelo, P & Meneses, E. (2013). *Memoria 1er Encuentro entre artistas, artesanos y diseñadores del Perú. Creando Desarrollo*. Lima: FORMA e IMAGEN.

CO-CREATE PROJECT. (2019). *Description*. [online] Disponible en: <https://cocreateeu.wordpress.com/description/> [Consultado 30 Mar. 2019]

CO-CREATE PROJECT. (2017). *Co-Design: Best Practice Report*.

IDEO.org. (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*. Canada: IDEO.