Guía de Herramientas para el Diseño Social

El Diseño Social es parte de un proceso de cambio o proyecto social dentro de un entorno colectivo en el que se desenvuelven las relaciones humanas. Éstas se ordenan según los sistemas políticos, económicos y sociales alrededor de 4 ámbitos o modos de interacción social, con reglas específicas en cada uno de ellos que los hacen diferentes en su diseño, operación, evolución y gobierno.

Estos ámbitos son:

El Espacio Público. Ámbito colectivo de protección y promoción de derechos políticos y sociales a través de marcos legales y políticas públicas, de aplicación colectiva, soportadas por unos sistemas legislativo, de prestaciones, administrativo y judicial.

El Mercado. Espacio de relación y decisión privada entre organizaciones y personas que dan cobertura a productos y servicios, que operan en régimen comercial de intercambio parcialmente regulado.

El Tercer Sector y Entorno Comunitario. Organizaciones que dan respuesta a iniciativas solidarias o comunitarias para la cobertura de una necesidad específica, no bien cubierta por los sistemas públicos y de mercados

El Espacio personal y familiar. Conjunto de recursos, capacidades y relaciones que se construyen y comparten en el entorno íntimo y de mayor proximidad personal, vinculados con el modo de vida y el desarrollo emocional.

El Diseño Social se aplica allá donde **el espacio de relaciones** a cualquier nivel **es el foco principal del diseño** de una determinada solución a un problema, o se desea de manera anticipada una trasformación que se propone incorporar en un colectivo humano.

No son proyectos de Diseño Social los que buscan un diseño técnico de un dispositivo o producto, aunque se pretenda un uso por ciertos colectivos de usuarios. Un diseño centrado en el usuario no es un Diseño Social, aunque haya

fases importantes de estudio y validación de las características del producto o servicio por usuarios reales, y éstos participen activamente en el proyecto.

El diseño de los servicios puede o no enfocarse a través de esas herramientas de Diseño Social en tanto que se incorporen como nucleares del mismo el detalle de **los mecanismos de relación entre personas, organizaciones y colectivos**. Expresamente deben usarse allá donde las interacciones mutuas sean lo relevante del diseño y sobre todo, donde los objetivos de la transformación tengan un alcance superior en activos sociales (Ver Los 6 capitales) al de la transacción comercial de un servicio.

El Diseño Social tiene un enfoque más frecuente en:

- Políticas Públicas. Diseño de un servicio de educación de adultos, una comunidad de usuarios en salud.
- Tercer sector (solidario y comunitario). Diseño de un centro de ayuda a jóvenes, una red comunitaria de ayuda.
- Mercado. Acciones de recreación de los modelos de relación interpersonal interna y participación en las organizaciones y empresas. Diseño de proyectos de RSC.
- Espacio personal y familiar. Las aplicaciones de Diseño Social no entran en este ámbito, si bien las herramientas de Diseño Social son próximas a las soluciones y procesos de mediación y resolución de conflictos. Por ejemplo son aplicables en el diseño de las políticas de ámbito familiar, conciliación, etc

Por lo general, en el Diseño Social (propuesta y ejecución) se presentan agentes de los cuatro ámbitos anteriormente citados. Por eso es recomendable el uso de un instrumental compartido (Herramientas de Diseño Social) para crear un espacio de trabajo en común, que por lo menos sea de terminología y alcance, entre estos profesionales de visiones tan distintas.

Los Niveles del Diseño Social y las herramientas

Existen niveles muy distintos en las actividades que se pueden referir directa o indirectamente al Diseño Social. Este término es muy polisémico y por eso las herramientas pueden entenderse en aplicaciones muy diversas. Por ejemplo, una misma herramienta puede servir en fase de evaluación de una situación y en la fase de diseño de una solución, en tanto que aporta criterios aplicables en ambos momentos.

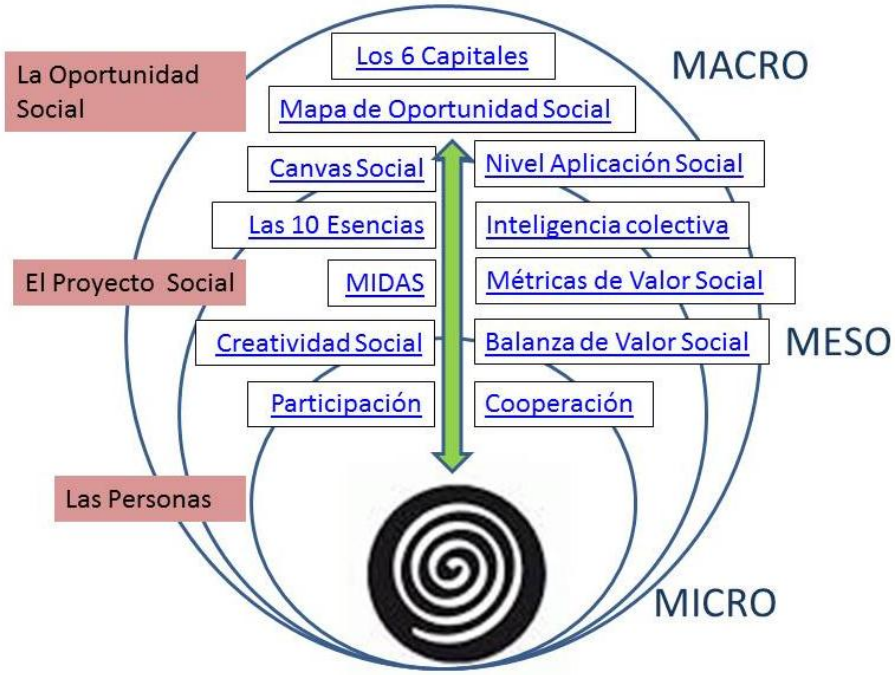
Vamos a establecer los tres niveles generales de aplicación de las herramientas que van desde el espacio global donde los instrumentos son más conceptuales, abiertos, sistémicos e integradores de los componentes de las demás herramientas. En el otro extremo, situamos las personas y el marco de

principios de dignidad, humanidad, solidaridad y cooperación, que son los sustratos que todo proyecto social debe proteger y promover.

El nivel Meso se aplica a la acción de cambio o ejecución, y en el que entendemos que está el proyecto de cambio, y la organización encargada de su impulso y las personas integrantes del proyecto orientadas al fin que pretende lograr.

El Diseño Social, como actividad específica, está más centrado en el nivel meso por ser una parte de la iniciativa de cambio, y extiende sus raíces y ramas hacia la persona –lo micro- y la organización social –lo macro- de forma reiterativa.

En la figura adjunta representamos el inventario y la ordenación de las 12 herramientas del Diseño Social según estos criterios.



La aplicación de las herramientas es diversa, y los tres niveles representan espacios que interactúan en cualquier situación. Esta interdependencia de las herramientas es una ventaja por la posibilidad de tratar unas u otras como verificación continua de la coherencia y viabilidad de lo que pretendemos. **Son los gestores de las iniciativas quienes deben evaluar y decidir que herramientas pueden aportar más al despliegue de sus propósitos**. La aplicación de las herramientas es una decisión especifica en función del problema que queramos abordar y de las competencias del colectivo que aborde la iniciativa social. Las aplicaciones son diversas pero podemos destacar como más frecuentes:

- **Evaluaciones** de proyectos, servicios y diseños ya realizados. Las herramientas permiten obtener check list cualitativos para las revisiones y mejoras.
- Recogida de **especificaciones**. Son instrumentos para ordenar los encuentros y reuniones de diseño de soluciones de Diseño Social. Y para enriquecer diseños técnicos que carecen de esta faceta humana.
- **Procesos**. Permiten definir los próximos pasos y crear las guías para evaluar la maduración y avance de los proyectos. Permiten establecer los bloques de actividades a construir en un proyecto de diseño e implantación social.
- **Creación de equipos**. Aportan una visión sistémica y formativa que permite un dialogo más acertado y ajustado entre agentes de distintas sensibilidades.
- **Estudios de situación.** Permiten disponer de un catálogo de elementos cualitativos a ser considerados en los análisis y gestión de los datos relevantes.

Describiendo las herramientas de Diseño Social.

La aportación de este grupo de herramientas de Diseño Social a lo ya existente, quiere contribuir a la consideración añadida de los factores cualitativos vinculados con las personas y sus relaciones en los criterios de diseño, muchas veces ausentes. Estas herramientas son compatibles y complementarias con otras que, en el campo tecnológico y empresarial, están activas y aportan mucho en los proyectos tecnológicos y económicos.

La faceta social se puede incorporarse en muchos tipos de proyectos aportando estas herramientas en ciertas fases de los mismos. Por ejemplo, un proyecto de investigación de un dispositivo sanitario puede incorporar la metodología MIDAS en las fases de especificación, diseño y afinado del uso. Un proyecto de diseño de un generador de energía, puede usar el modelo de los 6 capitales para activar más resultados en el proyecto. Lo mismo puede hacer un proyecto educativo, a la hora de revisar el contenido o las prácticas.

A nivel de la investigación tecnológica, la tendencia en los proyectos de investigación de orientación empresarial que Europa financia en su programa Horizon 2020 es aportar un mayor impacto social. En este sentido, estas herramientas pueden extenderse fácilmente al mundo de la empresa y de la investigación.

Para cada herramienta de la guía vamos a describir tres aspectos básicos de su aplicabilidad.

Objetivo.- El output que la herramienta busca crear

Contexto.- En qué escenarios tiene sentido su aplicación

Agentes.- Quiénes son los dinamizadores y usuarios

Herramientas

NIVEL MACRO	**1**	**Los 6 Capitales**
	2	**Mapa de oportunidad social**
	3	**Nivel de aplicación social (NAS)**
NIVEL MESO	**4**	**Canvas social**
	5	**Las 10 esencias del Diseño Social**
	6	**MIDAS (modelo de ideación y diseño de activos sociales)**
	7	**Inteligencia colectiva**
	8	**Métricas en Diseño Social**
NIVEL MICRO	**9**	**Balanza de valor social**
	10	**Cooperación**
	11	**Creatividad Social**
	12	**Participación eficaz**

DESCRIPCIÓN de las herramientas

1. **Los 6 Capitales**

Objetivo: Ampliar la visión sistémica de los impactos en riqueza social en el diseño de los proyectos y sus consecuencias en el corto medio y largo plazo

Contexto: Se pretende disponer de criterios para la evaluación y diseño de políticas o planes de protección y desarrollo de activos colectivos que generalmente son plurisectoriales y pluridepartamentales. Puede generar guías más específicas en campos concretos e innovadores: por ejemplo, en el entorno del tecnoturismo.

Agentes: Planificadores y diseñadores de políticas y proyectos de impacto social. Los agentes específicos de cada ámbito de los seis capitales deben figurar como expertos temáticos.

2. Mapa de oportunidad social

Objetivo: Integrar en una etapa muy inicial de un cambio o Diseño Social, los elementos que justifican una posible acción en forma de política, servicio o producto. Se trata de evaluar la viabilidad futura de un proyecto y de sus componentes a medio y largo plazo,

Contexto: Se trata de armonizar y correlacionar los aspectos sociológicos, técnicos innovadores y de modelo de ejecución ante una situación latente de oportunidad de progreso o cambio.

Agentes: deben estar presentes las competencias e intereses que representen 4 facetas: al promotor, a los gestores del cambio, a los especialistas y a los políticos. La oportunidad se define como un trabajo agregado de un diseño que resuelve 4 tipos de intereses.

3. Nivel de aplicación social (NAS)

Objetivo: Situar el grado de inserción social de una idea, conocimiento, o práctica social para determinar próximos pasos en la difusión y extensión del proyecto social.

Contexto: Se pretende analizar los obstáculos que limitan el crecimiento del cambio y identificar acciones técnicas, legales, de creación de estructuras,…que pueden reactivar la extensión del cambio social. Permite crear proyectos con finalidades legislativas, de difusión cultural o de cambio de modelos en el recorrido de una innovación social. Como output debe producirse un plan a largo plazo revisable.

Agentes: Planificadores y diseñadores de políticas y proyectos de impacto social, que reúnan competencias diversas en los ámbitos técnicos, de comunicación, legales y organizativos.

4. Canvas social

Objetivo: Representar y conectar las distintas facetas de un modelo de Diseño Social incluyendo el valor percibido, los usuarios, los procesos, los recursos y la generación de activos sociales.

Contexto: la situación donde se aplica es cuando tenemos que validar distintas líneas de diseño y necesitamos un buen análisis de coherencia entre los elementos que se proponen.

Agentes: Planificadores y diseñadores de políticas y proyectos de impacto social, junto con los colectivos que han de ser activos en el despliegue del Diseño Social.

5. Las 10 esencias del Diseño Social

Objetivo: Verificar si el Diseño Social obedece a unos principios cualitativos y reconsiderar el diseño haciendo modificaciones creativas.

Contexto: Sobre todo se debe emplear en los momentos de decisión sobre diseños globales o parciales del proyecto social. Puede generar guías mas especificas en campos concretos e innovadores: por ejemplo en el entorno educativo por la diversidad de impactos que produce.

Agentes.- Responsables de proyectos y programas públicos para la creación de indicadores de medida cualitativa de progreso.

6. MIDAS (modelo de ideación y diseño de activos sociales)

Objetivo.- Establecer una secuencia de actividades en la maduración del proyecto social donde las variables y fundamentos relativos al factor humano sean las dominantes y se integren con las de carácter técnico, y económico con un equilibrio adecuado en los medios y fines.

Contexto.- Cuando se trata de armonizar las acciones para definir y desplegar un proyecto de carácter social y queremos resaltar las facetas vinculadas a las personas en el diseño. Cuando se necesitan resultados a través de la hibridación de actividades antropológicas, informáticas, de diseño de procesos y de viabilidad económica.

Agentes.- Existen profesionales de las ciencias sociales y de las ciencias físicas compartiendo objetivos, a falta de mecanismos de trabajo conjunto y leguajes no bien compartidos. Por ejemplo un proyecto de diseño constructivo y de convivencia en un área urbana.

7. Inteligencia colectiva

Objetivo.- Posibilitar evaluar competencias de los miembros de un equipo o grupo para un mejor ejercicio colectivo de los trabajos. Supone incorporar los aspectos sociales y relacionales en la organización de los trabajos y en los diálogos de mejora de las competencias y relaciones grupales.

Contexto.- En cualquier equipo o grupo formado para realizar una tarea compleja. Sobre todo cuando los perfiles personales son diversos y los campos de conocimientos y responsabilidad también. El diseño social por su naturaleza requiere conversaciones y proyectos entre distintos y eso exige activar los mecanismos de la inteligencia colectiva.

Agentes.- Este modelo permite avanzar en todo tipo de participantes en tanto cooperan con su inteligencia hacia logros comunes.

8. Métricas en Diseño Social

Objetivo.- Sustituir mecanismos de selección de opciones y de medir el progreso introduciendo nuevos criterios basados en la armonía de los sistemas y en la percepción de los usuarios.

Contexto.- Cuando se trata de medir para establecer objetivos y medir resultados en cualquier momento de un Diseño Social. Las métricas se orientan a los resultados y menos a los recursos consumidos, siendo la relación entre ambos lo que hay que optimizar. Estas medidas deben considerar fenómenos de contagio y crecimiento de la iniciativa social.

Agentes.- Los encargados de la evaluación del progreso y del diseño de nuevas acciones orientadas al objetivo social. Todos los integrantes del proyecto deben compartir estos criterios de medida.

9. Balanza de valor social

Objetivo.- En los momentos de análisis de las motivaciones por lo nuevo y de la gestión de aportaciones y expectativas la balanza se ocupa de explicitar los componentes del valor intercambiado entre parejas de agentes.

Contexto.- Lograr una comprensión de expectativas y el valor esperado en recepción y aportación entre agentes es crítico en las primeras etapas del Diseño Social. La balanza de valor se expresa en mapas de valor con una estructura básica común para los distintos modos de interacción tanto para individuos como para organizaciones.

Agentes.- Los responsables de sentar las bases de lo que se pretende deben incorporar esta herramienta en las labores de entrevista, acuerdos y sobre todo en el diseño creativo. La gestión reciproca del valor forma parte sustancial de los conceptos de Diseño Social.

10. Cooperación

Objetivo.- Introducir y aplicar una cultura de cooperación entre los agentes a todos los niveles. Activar y reconocer comportamientos de alta cooperación en el diseño y en la ejecución del proyecto entre los distintos agentes.

Contexto.- En todas las situaciones donde se comparten objetivos, recursos, resultados y problemas se debe aplicar los principios de la cooperación. El propio Diseño Social debe ahondar en el enfoque cooperador y comunitario para las ideas de diseño.

Agentes.- Este enfoque es de aplicación general a todas las personas directa o indirectamente vinculadas al cambio y al proyecto social.

11. Creatividad Social

Objetivo.- Establecer ayudas para el desempeño creativo en la búsqueda de soluciones o ideas que cumplan muchas condiciones de contexto. Se aplica en las fases de propuesta de ideas y soluciones a retos o problemas.

Contexto.- Por lo general se vuelva a las soluciones ya conocidas para abordar los problemas nuevos y esto no funciona. La capacidad de crear novedades está vinculada al conocimiento previo de otros enfoques en otras disciplinas.

Agentes.- Los responsables de proponer iniciativas diferentes y esto aplica en todos los niveles de la guía. En el nivel Micro en el desarrollo personal, en el nivel meso en los modelos de relación y en nivel macro en la creación de programas y políticas.

12. La Participación en el Diseño Social

Objetivo.- Aplicar métodos que permiten optimizar resultados y vinculación de los agentes en los procesos de participación. Permite un diseño fino de las actividades de las sesiones y la formulación y revisión de diseños colectivos. Introduce la gestión de las relaciones entre las distintas figuras de un proceso participativo y los roles de cada uno de ellos.

Contexto.- En todas las situaciones donde se despliegan procesos participativos con personas desconocidas o grupos de trabajo estables.

Es una guía metodológica de aplicación general en la participación eficaz.

Agentes.- Sobre todo para los gestores y organizadores de procesos participativos que apliquen también herramientas de trabajo en grupo u otras técnicas de pensamiento, diseño y evaluación de forma colectiva.

RESUMEN DE LAS HERRAMIENTAS

		Objetivo	Contexto	Agentes
1	Los 6 Capitales	Visión global riqueza social	Diversidad de especialistas	Responsables de políticas, investigadores
2	Mapa de oportunidad social	Madurar un enfoque previo	Riesgo de inviabilidad	Promotor, técnicos, políticos, innovadores
3	Nivel de aplicación social (NAS)	Reorientación de proyectos	Planificación a medio	Políticos y planificadores
4	Canvas social	Compartir modelo de servicio	Falta de coherencia entre elementos	Diseñadores y promotores
5	Las 10 esencias del Diseño Social	Evaluación social cualitativa	Necesidad de confirmar o reorientar diseño	Líderes sociales y políticos
6	MIDAS (modelo de ideación y diseño de activos sociales)	Método de etapas iterativas en proyectos sociales	Integrar especialistas y tareas	Expertos, usuarios, gestores y desarrolladores
7	Inteligencia colectiva	Evaluar competencias	Equipo o grupo formado para realizar una tarea compleja	Los participantes del equipo
8	Métricas en Diseño Social	Medir impactos no recursos, avance en uso	Situaciones de elección de opciones, y de medir avances	Promotores, técnicos y desarrolladores
9	Balanza de valor social	Estudio exhaustivo de los motivos y dificultades en un cambo social.	Entrevistas y validación de intereses	Usuarios, entrevistadores
10	Cooperación	Principios personales para el progreso en actividades comunitarias	Marco general de conversaciones y contribución al proyecto	Todo tipo de agente
11	Creatividad Social	Obtención de soluciones que superen la obviedad	Momentos de dificultad ante una barrera no resuelta	Técnicos, usuarios y desarrolladores
12	Participación en el Diseño Social	Vinculación emocional	Vocación participativa del Diseño Social	Todo tipo de agente