

Guía de trabajo

Proceso Facultad Cero

¿Cómo diseñarías tu Universidad si partiéramos de cero?

Marzo - Mayo 2018



facultad
cero

Índice

Bienvenida/o a los laboratorios de de diseño de propuestas del Proceso Facultad Cero	2
Los roles	3
Un enfoque Design Thinking	4
Formato de propuesta	6
Guión de trabajo	7
Sesión 1: primera toma de contacto	7
Sesión 2: diseño de la propuesta	8
Sesión 3: preparación de las presentaciones	9
Instrumentos de trabajo	10
Fase 1: Empatizar	10
Mapa de empatía	10
Entrevista cualitativa	10
Stakeholders map	11
Fase 2. Definir	11
¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?	11
Checklist de lectura crítica	12
Fase 3. Idear	12
Brainstorming	12
Materiales	14

Bienvenida/o a los laboratorios de de diseño de propuestas del Proceso Facultad Cero

Los Laboratorios de Diseño de Propuestas del Proceso Facultad Cero reúnen a la **comunidad universitaria** en general (estudiantes, PAS, PDI) y a la **ciudadanía en su conjunto** con el objetivo de desarrollar **propuestas** concretas, viables y realizables con el objetivo de **ser estudiadas** por los órganos competentes de la universidad para su posible puesta en marcha.

Para ello, los laboratorios se configuran como un **espacio de encuentro** entre personas con diferentes perfiles e inquietudes que participan, conversan y co-crean colectivamente una propuesta o prototipo que da **solución total o parcial a un problema o reto** planteado a través de una **descripción** del mismo y una **pregunta** como punto partida. El encuentro se define como un **espacio físico** pero también como un **espacio digital** en el que tener **conversaciones virtuales** en los **foros** dedicados a cada uno de los laboratorios facilitados por la plataforma.

Los laboratorios estarán constituidos por un total de **tres sesiones** distribuidas en **tres semanas**. La primera sesión tendrá lugar el 13 de abril, mientras que las dos siguientes, planteadas para los días 20 y 27, podrán ser modificadas si el grupo lo acuerda y lo comunica al equipo organizador a través del correo medialab@go.ugr.es. Al mismo tiempo, existen laboratorios que funcionan a nivel de centros con sus propios ritmos y fechas. Las sesiones presenciales se complementan con un **diálogo digital** en los foros que serán habilitados en la plataforma labingranada.org que **acompañarán todo el proceso** de forma paralela a las sesiones presenciales. Las propuestas han de ser **subidas a la plataforma** en las próximas semanas para su consulta pública.

Las propuestas **serán estudiadas por el Rectorado** con el fin de determinar si su implementación es viable y serán **expuestas públicamente** por el laboratorio que las ha elaborado en el **Evento Facultad Cero** el **14 de mayo** que, además, contará con charlas y conferencias.

Para cualquier duda contacta con el equipo,

Correo electrónico medialab@go.ugr.es

Teléfono 652897695

Suscríbete al canal de Telegram través de este enlace https://t.me/medialab_ugr

Los roles

Función de las personas participantes

Las personas inscritas participan en el proceso colectivo de los laboratorios de diseño de propuestas, compartiendo el conocimiento acumulado por su experiencia profesional y/o activista y consensúan con el resto de personas de su laboratorio la solución al reto propuesto en forma de creación de una propuesta o prototipo para la mejora de la Universidad. Entre las personas participantes, señalamos las funciones de facilitación del laboratorio y función de documentación.

Función de facilitador/a

Un/a facilitador/a es la persona que ayuda a un grupo a entender los objetivos comunes y contribuye a crear un plan para alcanzarlos sin tomar partido, utilizando herramientas que permitan al grupo alcanzar un consenso en los desacuerdos preexistentes o que surjan en el transcurso del mismo.

Entre las funciones principales destacamos:

- **Coordinar** las reuniones de los laboratorios.
- **Monitorear** dinámicas necesarias para la consecución del objetivo del grupo.
- **Mantener informado al grupo** del proceso, los cambios y detalles de las reuniones.
- Ser **enlace** entre el laboratorio y el grupo de trabajo.
- Facilitar el cumplimiento de las funciones de los laboratorios: asignación de roles y, especialmente, la función de **documentación del proceso**.
- Asegurar el cumplimiento del objetivo principal de los laboratorios: la **creación de una o varias propuestas**.

Función de documentación

Nos interesa saber qué pasa, cómo es el proceso que está teniendo lugar en la elaboración de la o las propuestas. Para ello, documenta el proceso con todo lo que pienses le pueda interesar a una persona ajena que no conozca lo que se está haciendo en el laboratorio: texto, imágenes, fotografías... ¡lo que se os ocurra! Después de cada sesión del laboratorio, esta información será vertida en el Foro habilitado para el laboratorio en la plataforma digital <https://labingranada.org/>.

Además, te invitamos a participar en el debate digital generado en las redes sociales a través del twitter de Medialab ([@MedialabUGR](https://twitter.com/MedialabUGR)) y Facultad Cero ([@facultadcero](https://twitter.com/facultadcero)) usando el hashtag [#FacultadCero](https://twitter.com/hashtag/FacultadCero).

Un enfoque Design Thinking

“El Design Thinking es la búsqueda de un equilibrio mágico entre los negocios y el arte, la estructura y el caos, la intuición y la lógica, el concepto y la ejecución, el espíritu lúdico y la formalidad, y el control y la libertad.”

Idris Mootee

Design Thinking para Innovación Estratégica

El modelo de trabajo que os proponemos se inspira en el **Design Thinking o Pensamiento de Diseño**, que es una metodología para la resolución de problemas aplicable a cualquier ámbito que requiera un enfoque creativo.

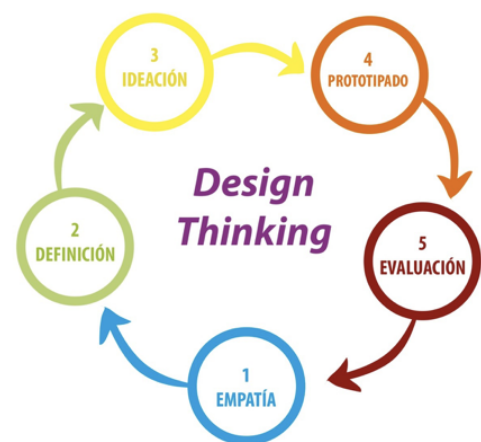
La metodología permite trabajar en equipo para desarrollar innovaciones de manera abierta y colaborativa. Persigue estimular la cooperación y la creatividad rompiendo con ideas preconcebidas con el fin de generar opciones innovadoras para abordar problemas o mejorar situaciones.

DT aplica muchas ideas del propio proceso científico, insistiendo en determinados valores:

- Diseño centrado en las personas: valor de la empatía.
- Experimentación y prototipado: se trata de una parte integral del proceso de innovación. Se prototipa para aprender y pensar.
- Orientado a la acción.
- Muéstralo, no lo digas: genera experiencias, cuenta historias, sé visual (Visual Thinking).
- Trabaja de forma iterativa: ciclo tras ciclo llegamos a una mejor solución.

Las fases por las que pasa se sintetizan en:

1. **EMPATIZAR** / Comprender al otro. Se pretende descubrir las necesidades y los elementos que son más importantes para la persona para la que se diseña. Es muy importante llegar a comprender a la otra persona, ya sea a través de una mera observación o participando de forma activa.
2. **DEFINIR** el reto o el problema. Se busca clarificar y concretar el problema que vamos a abordar de manera que sea significativo y podamos diseñar soluciones viables. La definición del problema es fundamental para que el proceso de diseño tenga éxito.
3. **IDEAR** posibles soluciones. Consiste en generar ideas, desde las más atrevidas a las más modestas, de modo que podamos generar soluciones innovadoras y eficaces.



4. **PROTOTIPAR** modelos tangibles con las soluciones. Se diseña una solución y se lleva a cado de manera tangible. No se trata de presentar la idea del proyecto de forma oral, sino con un artefacto, digital o físico dependiendo el tipo de propuesta que se formule. Prototipar nos ayuda a pensar como creadores y a comunicar con nuestro cliente o usuario. Además en un método más barato para optimizar un producto o un proceso a través de aproximaciones progresivas a una solución satisfactoria mediante un procedimiento de fallo y error. Recomiendo la lectura de este artículo sobre la cultura del prototipado.
5. **EVALUAR** los prototipos. Como apuntaba anteriormente, la evaluación no tiene como resultado una calificación sino un aprendizaje. Se trata de mostrar y confrontar con el usuario para aprender de él y generar un prototipo cada vez mejor.

Formato de propuesta

<p>Título de la propuesta</p> <p>Añade un título descriptivo y llamativo: usa tu imaginación e innova.</p>
<p>Breve resumen (máximo 300 palabras)</p> <p>No olvides que el resumen ha de ser escueto y reflejar el sentido de la propuesta.</p>
<p>Nombre de las personas participantes</p> <p>Añade los nombres de las personas participantes y su profesión.</p>
<p>Necesidades a las que atiende</p> <p>¿A qué necesidades atiende la propuesta?</p>
<p>Objetivos del proyecto</p> <p>Los objetivos se redactan comenzando por un verbo en infinitivo y deben ser evaluables permitiendo comprobar si se alcanza el resultado. Puede haber un objetivo general y otros específicos y deben ser claros y medibles.</p>
<p>Representación visual de la propuesta (esquema, imágenes, dibujos...)</p> <p>Representa la propuesta de una manera visual: un esquema, una imagen, un dibujo... ¡usa tu imaginación!</p>
<p>Descripción amplia de la propuesta</p> <p>Amplía la información del resumen para describir la propuesta más extensamente: no olvides que ha de ser descriptiva, clara, concisa.</p>
<p>Recursos necesarios</p> <p>Piensa en todos los recursos necesarios: humanos, materiales, financieros, tecnológicos... Además, realiza una estimación del coste financiero.</p>
<p>Instituciones responsables de promover el proyecto</p> <p>¿Qué instituciones podrían estar potencialmente interesadas en llevar a cabo esta propuesta? ¿qué instituciones deberían llevarla a cabo?</p>
<p>Otros actores implicados y en qué sentido (stakeholders)</p> <p>¿Qué actores sociales están implicados, podrían estar interesados o son potencialmente beneficiarios? Para ello te sugerimos la dinámica "Mapa de empatía".</p>
<p>Cronograma de la implementación propuesta</p> <p>¿Qué periodicidad tiene la implementación de la propuesta? ¿cuánto durará?</p>
<p>Impacto esperado e indicadores</p> <p>¿Cómo medimos el impacto de nuestra propuesta? ¿qué resultados esperamos?</p>
<p>¿Qué hemos aprendido?</p> <p>Colaboración, apoyo mutuo, aprendizaje colectivo... ¿qué has aprendido?</p>
<p>Documentación del proceso de trabajo</p> <p>Como te explicamos más arriba, el proceso en sí mismo es un valor: queremos saber qué estáis haciendo, cómo, cómo os sentís, queremos ver imágenes, fotografías... y subirlo después de cada sesión al foro del laboratorio habilitado en https://labingranada.org/.</p>

Guión de trabajo

Sesión 1: primera toma de contacto

SESIÓN 1		
Fase	Tareas (marca cuando esté realizada)	Dinámicas propuestas
Conocer	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Presentarnos en el laboratorio: nombre, colectivo, intereses, motivo de asistencia. <input type="checkbox"/> Atribuir los roles: facilitador/a y documentación. <input type="checkbox"/> Explicar el reto vertebrador del laboratorio por parte de la persona facilitadora. 	
Empatizar	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Describir las necesidades y/o problemas que se podrían solucionar dando respuesta al reto. <input type="checkbox"/> Definir el mapa de personas interesadas potenciales. 	Mapa de empatía Entrevista cualitativa Stakeholders map
Definir	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Definir el problema: clarificar, concretar y consensuar el problema que vamos a abordar. 	Checklist de lectura crítica

¡Fin de la primera sesión!

Antes de terminar, no olvidéis:

- Documentar** el proceso en el foro de tu laboratorio en <https://labingranada.org/foro/>
 - Decidir dónde y cuándo** será la siguiente sesión
 - Enviar un correo a medialab@go.ugr.es** incluyendo la información sobre la siguiente sesión (nombre del laboratorio, fecha y lugar) y la necesidad o no de reservar espacios

Sesión 2: diseño de la propuesta

SESIÓN 2		
Fase	Tareas (marca cuando esté realizada)	Dinámicas propuestas
Idear	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Resumen de la sesión anterior. <input type="checkbox"/> Proponer ideas que puedan dar soluciones al reto planteado. <input type="checkbox"/> Selección de una propuesta grupal: puede ser una que se haya planteado, una mezcla de varias ideas o una nueva generada a partir de las demás. 	Brainstorming
Prototipar	<p>Completar en el modelo canvas los siguientes campos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Necesidades que resuelve. <input type="checkbox"/> Representación visual a través de esquemas, mapas mentales, imágenes o dibujos. ¡Usa tu imaginación! <input type="checkbox"/> Descripción amplia de la propuesta. <input type="checkbox"/> Recursos necesarios (humanos, materiales, financieros, tecnológicos). Realiza una estimación del coste financiero. <input type="checkbox"/> Instituciones responsables de promover el proyecto. <input type="checkbox"/> Otros actores implicados y en qué sentido. <input type="checkbox"/> Cronograma de implementación. <input type="checkbox"/> Impacto esperado: ¿qué resultados esperamos? <input type="checkbox"/> ¿Qué hemos aprendido? <input type="checkbox"/> ¿Es replicable en otros sitio o áreas? Esto es, ¿se podría aplicar en otros centros o universidades? 	Modelo Canvas

¡Fin de la segunda sesión!

Antes de terminar, no olvidéis:

- Documentar** el proceso en el foro de tu laboratorio en <https://labingranada.org/foro/>
 - Decidir dónde y cuándo** será la siguiente sesión
- Enviar un correo a medialab@go.ugr.es** incluyendo la información sobre la siguiente sesión (nombre del laboratorio, fecha y lugar) y la necesidad o no de reservar espacios

Sesión 3: preparación de las presentaciones

SESIÓN 3		
Fase	Tareas (marca cuando esté realizada)	Dinámicas propuestas

Testear

- Completa toda la información de la propuesta.
- Vierte la información de la plataforma en la plataforma labingranada.org** en el apartado de Propuestas.
- Preparar la **presentación** del Encuentro Facultad Cero.

¡Fin de la tercera sesión!

Antes de terminar, no olvidéis:

- Documentar** el proceso en el foro de tu laboratorio en <https://labingranada.org/foro/>

Nos vemos en el Encuentro Facultad Cero

Instrumentos de trabajo

Fase 1: Empatizar

Mapa de empatía

El mapa de empatía nos permite, basándonos en lo que DICE el usuario, lo que HACE, lo que PIENSA y lo que SIENTE, identificar necesidades e información clave valiosa y a menudo no esperada (insights).

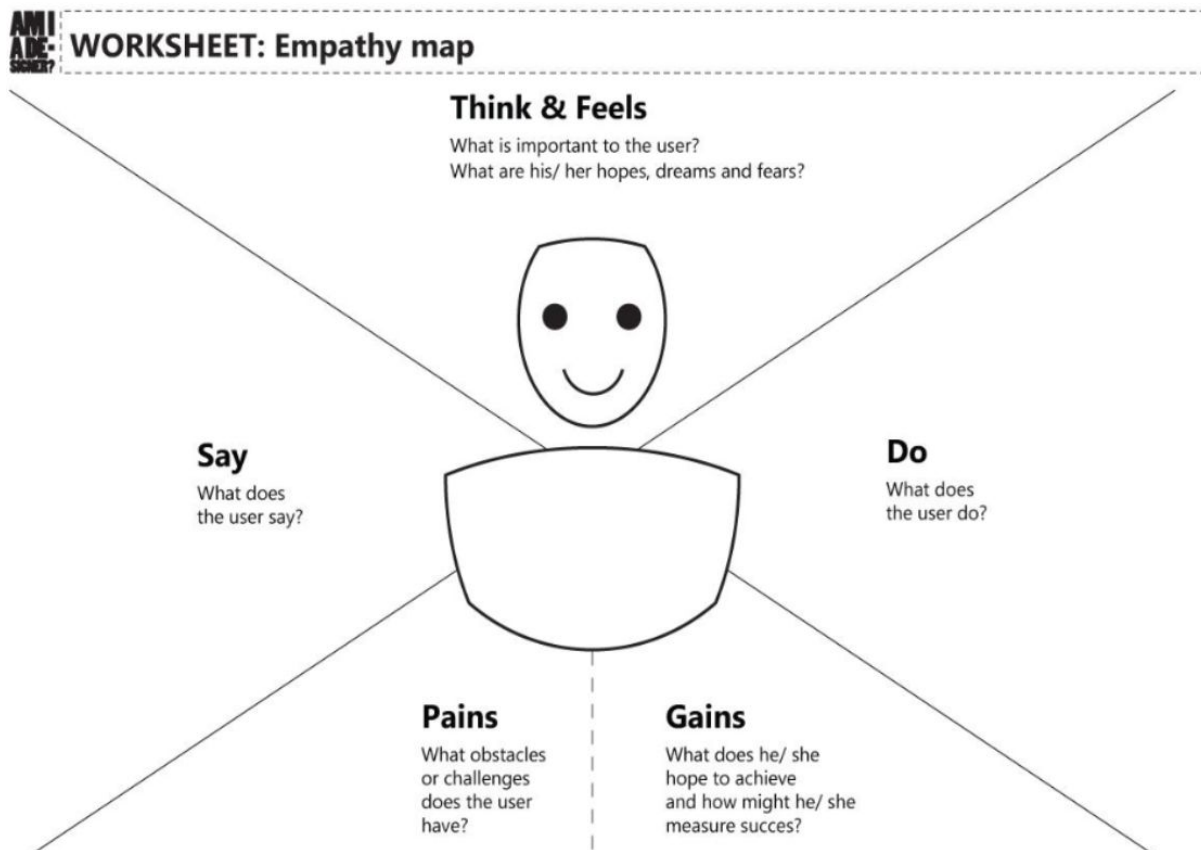


Imagen disponible en el apartado materiales.

Entrevista cualitativa

Las entrevistas nos pueden servir para recopilar información sobre el problema o las posibles soluciones. Algunos consejos:

- Pregunta ¿por qué? Aunque a veces la respuesta pueda parecer obvia, puede no serlo y reportar información muy útil.
- Deja lugar al silencio. Constituye un instrumento de reflexión para el entrevistado y también puede empujar a que os revele información que de otra forma no haría. Un buen ejemplo de ello son las entrevistas de Jesús Quintero.

- Incentiva las historias. Las narrativas tienen el poder de revelar información muy valiosa dentro de un contexto emocional determinado. En estos casos, es mejor no hacer preguntas cerradas que no den lugar a que el entrevistado se exprese más libremente.
- No sugieras respuestas y evita hacer preguntas sesgadas. Sé neutral.
- Una pregunta cada vez. Sin atosigar
- Documenta la entrevista. Acude a la entrevista en parejas o bien grábala con el permiso de tu interlocutor.

Stakeholders map

Esta dinámica permite identificar todas las personas relacionadas con nuestro reto, lo cual nos ayuda a pensar sobre el contexto en que se desarrolla el mismo. Se trata de mapear “quién es quién” en nuestro sector, identificando los posibles grupos de interés y de poder, para poder analizar cómo pueden influir en nuestro proyecto, cómo se relacionan (nos relacionamos) entre sí, o determinar el grado de influencia entre todos. Podemos dividir a los agentes que participan en nuestro ecosistema en:

- Internos: empleados, accionistas, socios,...
- Conectados (relación directa): clientes (los podríamos clasificar por tipología), entidades financieras, distribuidores, proveedores, ...
- Externos: gobierno, medios de comunicación, comunidades, foros, grupos de presión, sociedad en general, ...

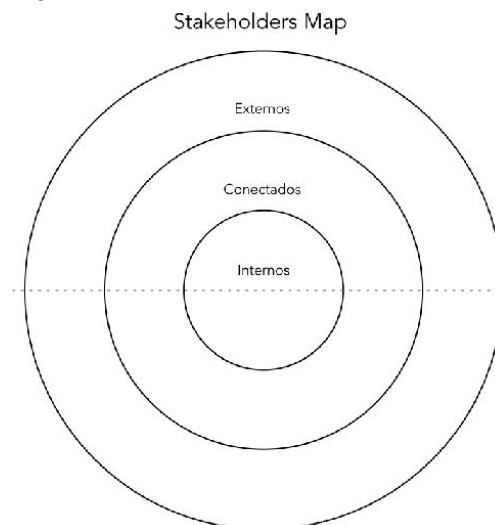


Imagen disponible en el apartado materiales.

Fase 2. Definir

¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

Se trata de analizar una situación a partir de lo concreto y observable hasta llegar a comprender las motivaciones y emociones más abstractas. Así partiendo de una situación particular (observación directa, fotografía, etc.), nos preguntamos:

- ¿Qué está ocurriendo? ¿Qué hacen?
- ¿Cómo lo hacen?

- ¿Por qué lo hacen de esa manera?. Esta última fase requiere aventurar ideas, formular hipótesis, que deberemos comprobar con los propios usuarios.

Checklist de lectura crítica

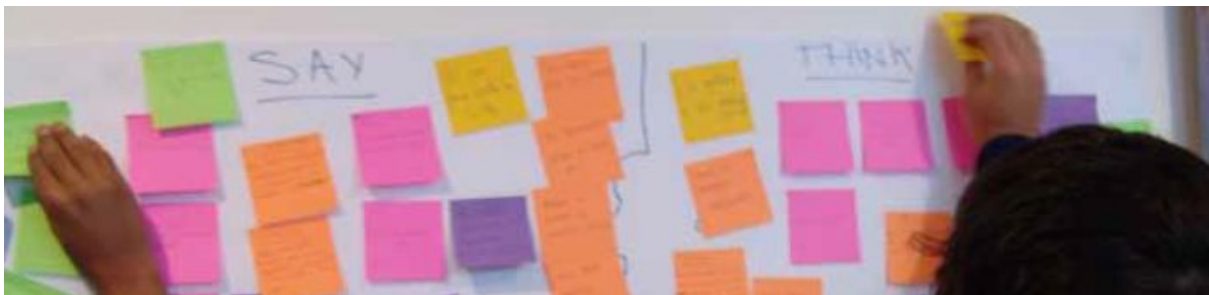
El método se emplea para determinar si la definición del problema que se ha alcanzado es adecuada, estimulante, específica y viable. Formula las siguientes preguntas:

- 1) ¿Cuál es la clave del problema?
 - ¿Qué enfoque va a adoptar tu equipo?
 - ¿Cuál es el marco teórico del problema?
 - ¿Está el problema formulado centrado en el usuario, basado en necesidades y guiado por los insights obtenidos?
- 2) ¿Quién lo dice? ¿Quién lo formula?
 - ¿Es válida la definición del problema?
 - ¿Está fundamentada en la información que has obtenido del usuario?
 - ¿Es resultado de un análisis de la información obtenida? ¿o es simplemente fruto de una entrevista entretenida?
- 3) ¿Qué tiene de nuevo?
 - ¿Qué valor añadido aporta tu definición del problema?
 - ¿Has articulado la información que has descubierto, tus percepciones (insights), de una forma novedosa, distinta?
 - ¿Sitúas la definición del problema en el propio contexto del usuario?
 - Si piensas que la definición del problema no añade nada nuevo, intenta ser más específico.
- 4) ¿A quién le importa el problema?
 - Es revelante el problema que planteas? ¿De qué manera?
 - Si es así, el equipo debiera estar entusiasmado de abordar este problema a estas alturas.
 - ¿Es un trabajo que vale la pena llevar a cabo? Si no fuera así, pregúntate por qué.
 - Vuelve a replantear el problema hasta que alcances estos objetivos.

Fase 3. Idear

Brainstorming

Dinámica. Brainstorming



Por qué hacer brainstorming

El brainstorm es una manera excelente de generar muchas ideas. El objetivo principal del brainstorm es impulsar el pensamiento colectivo del grupo por medio de la conversación, escuchando y construyendo sobre otras ideas. Este método sirve para generar soluciones de diseño pero también se puede utilizar en cualquier etapa del proceso sin problemas. Además es muy efectivo para la múltiple generación de ideas como por ejemplo hacer trabajo de observación o el trabajar sobre un producto o servicio relacionado con el proyecto.

Cómo hacer brainstorming

Ten actitud intencional de buscar siempre el espacio donde el equipo de trabajo esté en “modo Brainstorm” para concebir la mayor cantidad de ideas posibles. Se aplica mucha energía en cortos periodos de tiempo, como 15 o 30 minutos de alto compromiso. Utiliza una pizarra blanca o alrededor de una mesa siempre buscando la postura activa de estar parados y todos juntos para darle mayor efectividad al trabajo. Utilizar preguntas “¿Cómo podríamos?” es una excelente manera de enmarcar el trabajo (ej: “¿Cómo podríamos darle una experiencia personal a los trámites burocráticos de la universidad?”). (Ver el método de preguntas “¿Cómo podríamos?”.)

Existen al menos dos maneras de capturar ideas con el brainstorm:

1. **Describe:** informa de manera escrita y visual en la pizarra todas las ideas de cada miembro del equipo. Es muy importante captar cada una de las ideas sin importar la sensación personal sobre esa idea.

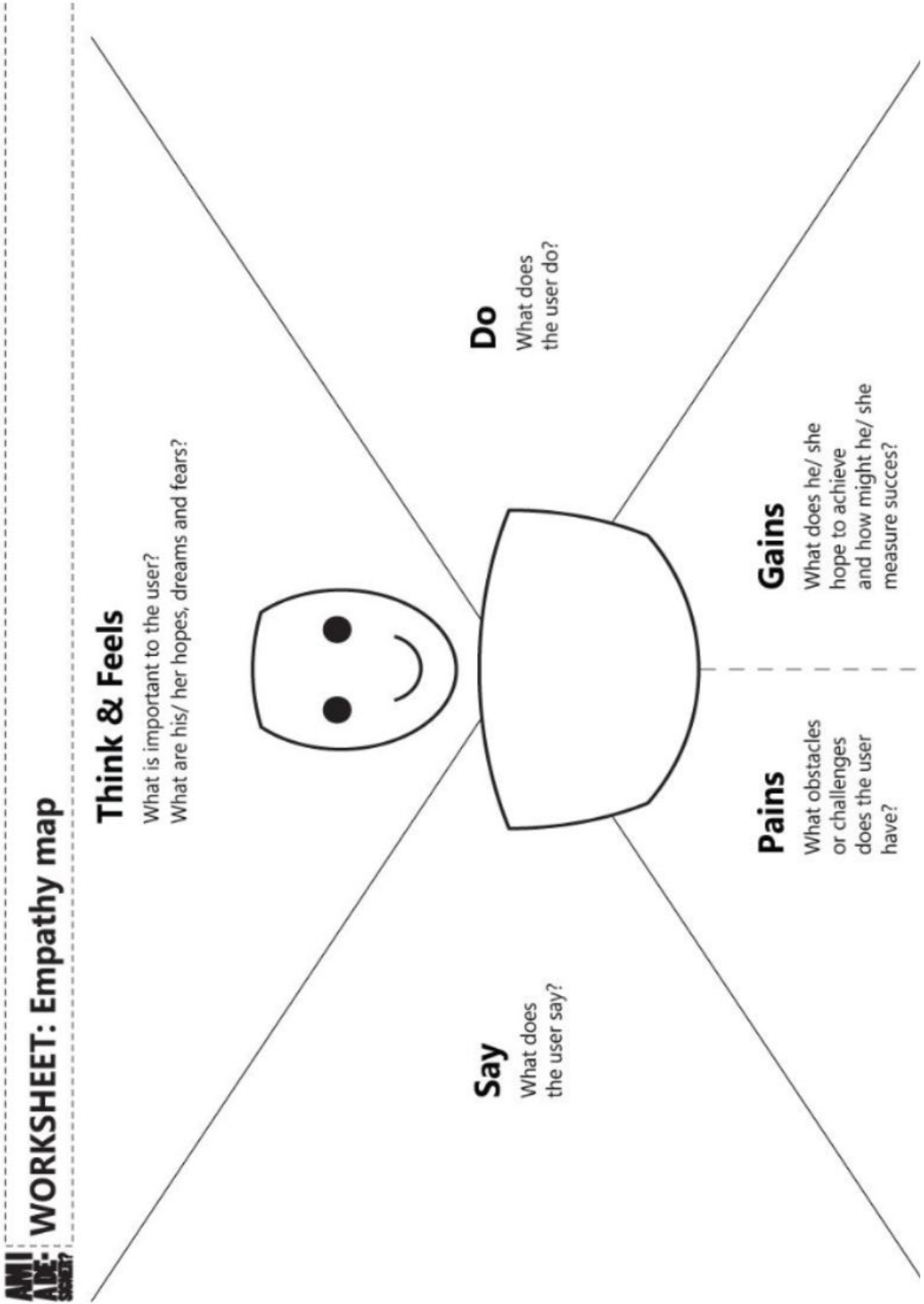
2. **Todos juntos:** Cada persona debe escribir cada una de sus ideas mientras se nos ocurren y en seguida compartirlas verbalmente con el grupo. Por eso es utilizan los post-it para poder escribir la idea y posteriormente ubicarla en el muro.

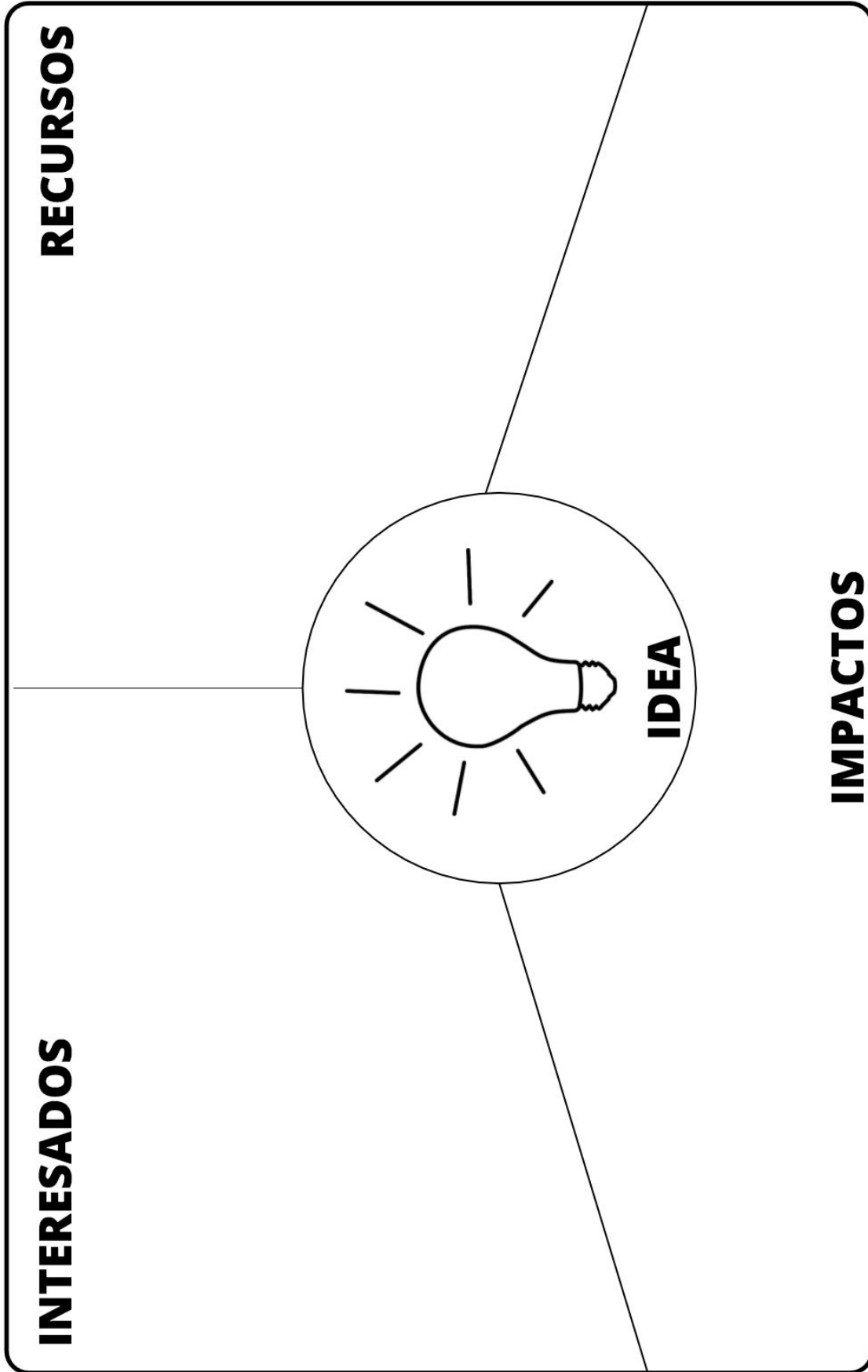
Sigue y haz cumplir las reglas del brainstorming. Están hechas para aumentar la capacidad creativa.

Materiales

Título		facultad cere	
Necesidades que resuelve	Descripción de la propuesta		Impacto social esperado
Objetivos del proyecto			¿Qué hemos aprendido en el proceso?
Recursos necesarios e instituciones promotoras			¿Es replicable en otros sitio o áreas?
Representación gráfica (utilizad una hoja aparte)			

Título	facultad cere
Representación gráfica de la propuesta	





MAPA DE INTERESADOS

