



Proyecto de Investigación.

Análisis de los procesos de intercambio cultural de conocimiento como herramienta para la generación de innovación desde el diseño.

M-Tic-design Research Project Universidad de Nariño 2016

Trabajo de Grado Modalidad Proyecto de Investigación

“Estudio de los métodos e instrumentos empleados para la propuesta de los productos: Filter planter de REINHARD DIENES STUDIO (Bogotá) y Waterlens Project, de 5 AM, (Medellín), co-creados mediante el intercambio cultural y de conocimiento como herramienta de proyección para la generación de innovación en diseño”

Estudio de Casos “REINHARD DIENES STUDIO (Bogotá) y 5 AM, (Medellín)”

Autores

Marcos Javier Yepez Cabrera

Jairo Yamid Narváez Lucero

Programa de Diseño Industrial

Departamento de Diseño | Facultad de Artes | Universidad de Nariño

Agosto de 2016

Nota de responsabilidad.

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva de los autores.

Artículo 1ro del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación.

Firma jurado

Firma jurado

Agradecimientos.

Agradezco primeramente a Dios por estar siempre a mi lado y haberme otorgado una familia maravillosa; Al grupo CORD, por la oportunidad para investigar y poder aportar un granito de arena al ejercicio del diseño en la región.

El presente trabajo de grado es dedicado primeramente a mi esposa e hijos y a mis hermanos por estar siempre presentes, por su apoyo, confianza y sobre todo por ser el motor que me impulsan para seguir adelante.

En memoria de Isaura Cabrera.

Javier Yepez.

Dedicatoria.

“Mejor es adquirir sabiduría que oro preciado, y adquirir inteligencia, vale más que la plata.”

(prov 16:6). Dedico este logro a Dios quien me ha dado todo para llegar hasta aquí, en segundo lugar dedico este logro a mi padre y a mi madre que gracias a su ejemplo, esfuerzo y sacrificio soy el ser humano y profesional que algún día soñé serlo y en tercer lugar a mis familiares, novia y amigos que me han apoyado y respaldado y nunca dejaron de creer en mí, por todo esto y más “Gracias totales”.

Yamid Narváez.

Resumen.

Esta investigación es a cerca de la experiencia internacional entre diseñadores colombianos y holandeses que dentro del Programa denominado MTic Design Knowledge Exchange Program tuvieron que diseñar un objeto que pudiera ser elaborado en ambos países, con contextos diferentes, diversidades culturales y técnicas de producción.

El estudio de este proceso se inició a partir del testimonio de los diseñadores involucrados en el proceso, aplicando entrevistas y la recopilación de información de las memorias que se encuentran en los diferentes sitios web del proyecto MTic.

Se desarrollaron cuatro bloques para la recolección de información los cuales sirvieron como parámetros de análisis del proceso; Gestión documental, Comunicación y cooperación, Metodologías y procesos de diseño e Infraestructura, materiales y producción.

Con el proyecto MTic y esta investigación se busca facilitar, identificar y extender herramientas metodológicas donde profesionales del diseño y otras carreras con el fin de aplicar esta información a futuros proyectos de diseño compartido.

Abstract.

This research is about the international experiences between Colombian and Dutch industrial designers that through The MTic Design Knowledge Exchange Program to confront design an object that must be produced in both countries, from different contexts, cultural diversities and techniques for production.

The research of this program starts from the testimony of the designers part of the process, applying interviews and all the harvest from the memories that are in WEB sites of the MTic, Program.

Was developed by four blocks for the compilation of the information, and from this started to analyze the whole process: management of documents, communication and cooperation, methodologies and design process, infrastructure – materials – production techniques.

With this research and the MTic Program will search to give, identify and to extend methodological tools for industrial designers and others with the final purpose to apply it to future share design projects.

Tabla de contenido.

Portada.....	1
Nota de responsabilidad:.....	II
Nota de aceptación.....	III
Agradecimientos.....	IV
Dedicatoria.	V
Resumen.....	VI
Abstract.....	VII
Tabla de contenido.....	VIII
Lista de tabla.	XII
Lista de anexos.	XIII
DEFINICIÓN DEL PROYECTO.	1
1. Planteamiento del problema.	1
2. Definición del problema.	3
3. Objetivos.....	4
3.1. Objetivos generales.	4
3.2. Objetivos específicos.....	4
4. Justificación.....	5
5. Resultados esperados.....	6
6. Metodología.	7
6.1. 4Mat & el aprendizaje experiencial.	7
6.1. Experiencia concreta:	7
6.1.1. Experimentar:.....	7
6.1.2. Indagar:	8
6.2. Observación reflexiva:.....	8
6.2.1. Analizar:.....	8
6.2.2. Crear:.....	8
6.3. Conceptualización abstracta:	9
6.3.1. Practicar y auto practicar:	9
6.3.2. Conceptualizar:	9
6.4. Experimentación Activa:	9
6.4.1. Experimentar:.....	9

6.4.2. Aplicar:	10
7. Instituciones vinculadas.	11
8. Cronograma.	12
9. Presupuesto.....	13
DESARROLLO TEÓRICO.....	14
10. Marco teórico.	14
10.1. El co-diseño y la co-creación.	14
10.1.1. Todos somos creativos.....	16
10.1.2. La co-creación como experiencia exitosa y protagonista.	18
10.1.3. La experiencia de co-creación en el MTic-design Project.	20
10.1.4. La co-creación del conocimiento.....	20
10.2. La interculturalidad y la co-creación.....	22
10.2.1. ¿Qué es? y ¿Cómo hacer co-creación con interculturalidad?.....	23
10.3. La innovación.	24
10.3.1. La innovación social.....	26
11. Marco conceptual.....	28
11.1. Conceptos de: Metodología – Método – Proceso – Método del diseño.....	28
11.1.2. Propósitos y características de los métodos de diseño.	29
11.2. "Tecnologías de la Información y la Comunicación" TIC.....	30
11.3. Otros conceptos.	32
RESULTADOS OBTENIDOS.....	34
12. Perfiles de los diseñadores participantes en el MTic-design Project.	34
12.1. Estudio de caso: REINHARD DIENES STUDIO (Bogotá).....	34
12.1.2. Filter planter – By: Pablo Fog - REINHARD DIENES STUDIO (Bogotá) - MTic-design Project, 2015.	37
12.2. Estudio de caso: 5AM (Medellín).	38
12.2.2. Waterlens Project – By: co-creador Rick Tegelaar - co-creadora Juanita Betancur – 5AM STUDIO (Medellín) - MTic-design Project, 2015.....	41
13. Validación y conclusiones / resultados obtenidos.....	42
13.1. Experiencia del M-Tic design Project.....	42
13.2. Gestión documental y comunicación.	43
13.3. Colaboración y cooperación.	45
13.4. Metodologías y procesos de diseño.....	45

13.5. Infraestructura, materiales y producción.....	47
13.6. Diseño en la región.....	47
13.7. Recomendaciones generales.....	49
Referencias bibliográficas	50
Anexos	53

Lista de figuras.

<i>FIGURA 1. LA METODOLOGÍA 4MAT & EL APRENDIZAJE EXPERIENCIAL</i>	7
<i>FIGURA 2. 4MAT. EXPERIENCIA CONCRETA</i>	8
<i>FIGURA 3. 4 MAT OBSERVACIÓN REFLEXIVA</i>	8
<i>FIGURA 4. 4MAT. CONCEPTUALIZACIÓN ABSTRACTA</i>	9
<i>FIGURA 5. 4MAT. EXPERIMENTACIÓN ACTIVA</i>	10
<i>FIGURA 6. FILTER PLANTER - BY: PABLO FOG, MTIC-DESIGN PROJECT, 2015</i>	37
<i>FIGURA 7. WATERLENS PROJECT - BY: RICK TEGELAAR – JUANITA BETANCUR, MTIC-DESIGN PROJECT, 2015</i>	41

Lista de tablas.

TABLA 1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.	12
TABLA 2 PRESUPUESTO.	13
TABLA 3 PERFIL DEL DISEÑADOR: PABLO FOG, BOGOTÁ COLOMBIA.	34
TABLA 4 PERFIL DE LA DISEÑADORA: JUANITA BETANCUR, MEDELLÍN COLOMBIA.	38

Lista de anexos.

ANEXOS 1. ENTREVISTA ABIERTA JUANITA BETANCUR - 5AM STUDIO – MEDELLÍN.	53
ANEXOS 2. ENTREVISTA ABIERTA PABLO FOG - REINHARD DIENES STUDIO – BOGOTÁ.....	68
ANEXOS 3. ENTREVISTA ESTRUCTURADA JUANITA BETANCUR – 5AM STUDIO - MEDELLÍN.....	77
ANEXOS 4. ENTREVISTA CERRADA PABLO FOG - REINHARD DIENES STUDIO - BOGOTÁ.....	102

DEFINICIÓN DEL PROYECTO.

1. Planteamiento del problema.

El diseño industrial en Latinoamérica es una disciplina relativamente joven que ha venido ganando posicionamiento y protagonismo, a través de la investigación y estudios permitiendo concretar propuestas metodológicas basadas en conocimientos ya disponibles, permeados e influenciados por las riquezas de las culturas de cada uno de los países latinoamericanos.

Como es de conocimiento general, esta disciplina es traída de países Europeos, entre ellos Holanda, donde surgió el MTic-design Knowledge Exchange Program, (Programa de intercambio de conocimientos de diseño), el cual mediante el proyecto MTic-design Project, (proyecto de diseño), busca crear conocimiento profesional en diseño mediante el desarrollo de productos innovadores a través de la cooperación internacional entre diseñadores de América Latina y Holanda, y el MTic-research Project, (Proyecto de investigación), que pretende capturar el conocimiento emergente que se logró generar en los procesos del proyecto de diseño.

En la etapa inicial, en el primer semestre de 2015 diseñadores holandeses se reunieron en dúo con diseñadores latinoamericanos, en el marco del MTic-design Knowledge Exchange Program, y el MTic-design project, donde desarrollaron diferentes productos innovadores para uso interior, entre ellos los productos co-creados entre colombianos y holandeses, Filter planter, co-creado por REINHARD DIENES STUDIO (Bogotá) y Waterlens Project, co-creado por 5 AM, (Medellín).

En esta etapa, diseñadores egresados de la Universidad de Nariño, que es una de las universidades participantes de los proyectos, MTic-design project, y el MTic-research project, fueron los encargados de indagar e investigar, sobre los procesos y metodologías usados a la hora

de proponer los nuevos productos, como también cuáles fueron las: problemáticas, barreras, soluciones, conclusiones y aportes de los equipos que participaron en el procesos de intercambio cultural de conocimiento, MTic-design project, para condensar ese conocimiento emergente y proponer nuevas conclusiones.

2. Definición del problema.

¿Cuáles fueron los métodos y las herramientas, utilizadas por parte de los diseñadores: Pablo Fog de REINHARD DIENES STUDIO (Bogotá) y Juanita Betancur de 5 AM, (Medellín), para co-crear los productos diseñados, mediante el proceso de intercambio cultural y de conocimiento, como herramienta para la generación de innovación desde el diseño?

3. Objetivos.

3.1. Objetivos generales.

Estudiar desde nuestro enfoque, los métodos y herramientas utilizados para la co-creación de los productos: Filter planter de REINHARD DIENES STUDIO (Bogotá) y Waterlens Project, de 5 AM, (Medellín), que se desarrollaron mediante proyecto, MTic-design Project, en el marco del MTic-design Knowledge Exchange Program.

3.2. Objetivos específicos.

3.2.1 Determinar cuáles fueron las herramientas y metodologías utilizadas por parte de los diseñadores.

3.2.2. Identificar cuáles fueron las problemáticas, las barreras, las ventajas y desventajas, al momento de proponer alternativas y conceptos de diseño que permitieron la co-creación de los productos mencionados.

3.2.3. Generar conclusiones y reflexiones que puedan ser utilizados por otros diseñadores, instituciones educativas, empresas y otros sectores interesados en proponer productos innovadores que generen impacto mediante procesos de co-creación.

4. Justificación.

El MTic-design Knowledge Exchange Program, Holanda y la Universidad de Nariño Colombia, desde sus programas académicos en los campos del diseño y los negocios internacionales, son las encargadas de investigar los procesos de colaboración intercultural que surgieron en el desarrollo de los productos.

Este proyecto se ocupa de realizar una investigación aplicada, de manera que se pueda obtener información concreta y con el propósito de que sea útil para la academia, los profesionales del diseño, los estudiantes de diseño, estudiantes de negocios internacionales, compañías internacionales y otras organizaciones. Permitiendo que mejoren su política de recursos humanos hacia operaciones internacionales.

Hablar del diseño industrial y sus metodologías de diseño como herramientas, para la proyección de nuevos e innovadores productos además de permitir la satisfacción de las necesidades de los usuarios y su actividad proyectual que consiste en manejar y organizar de forma creativa la información obtenida para resolver problemas; sin lugar a duda, es una de las principales oportunidades para investigar sobre esta disciplina y sus resultados, ¡ahora, sí! a esto le agregamos la oportunidad de investigar los resultados de un intercambio cultural, de conocimientos, de herramientas y experiencias, generados, desarrollados y planteados en el MTic-design Project, propuestos y coordinados por el MTic-design Knowledge Exchange Program, se hace aún más interesante, si consideramos que los países Europeos y entre ellos los países bajos, fueron cunas de la disciplina del diseño industrial y por el otro lado Latinoamérica que es heredera de esta profesión.

5. Resultados esperados.

La combinación de diferentes métodos, pensamientos, formas de vida, entre otros, permiten generar nuevas alternativas y practicas innovadoras desde la disciplina del diseño industrial y otras disciplinas afines. Lo que nos permitiría establecer aportes significativos recomendaciones y conclusiones para la generación de innovación desde el diseño co-creado.

6. Metodología.

6.1. 4Mat & el aprendizaje experiencial.

La metodología que usaremos es planteada por Bernice Mc Carthy llamada el sistema 4MAT, esta metodología se basa en la inclusión de cuatro segmentos que a su vez incluyen 8 pasos y se basa en parte en la propuesta hecha por David Kolb, llamada Aprendizaje experiencial.

La metodología de aprendizaje experiencial hecha por David Kolb, (1984) dice: “la experiencia se refiere a toda la serie de actividades que permiten aprender” (citado por centroscomunitariosdeaprendizaje.org, s.f.) incluye el concepto de estilos de aprendizaje dentro de su modelo de aprendizaje por experiencia y lo describe como: “Algunas capacidades de aprender que se destacan por encima de otras como resultado del aparato hereditario de las experiencias vitales propias y de las exigencias del medio ambiente actual” (Kolb, 1984).

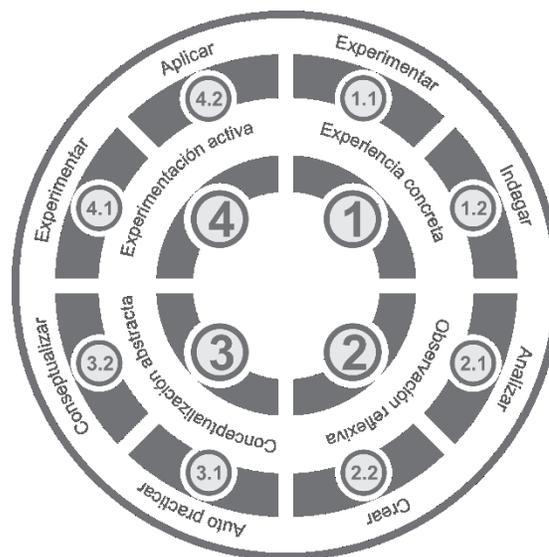


Figura 1. La metodología 4Mat & el aprendizaje experiencial.

6.1. Experiencia concreta: Experimentar (En este segmento se pretende generar, crear o percibir una experiencia y reflexionar acerca de ella).

6.1.1. Experimentar: Esta experiencia ya está generada por medio del MTic-design Knowledge Exchange Program, y el MTic-design Project, que busca crear conocimiento

profesional en diseño mediante el desarrollo de productos innovadores a través de la cooperación internacional y la co-creación, entre diseñadores de América Latina y Holanda.

6.1.2. Indagar: Por medio de una entrevista abierta que se caracterizan por su flexibilidad en sus preguntas y repuestas abiertas, y otra entrevista estructurada que se caracteriza por su rigidez en sus preguntas y respuestas. Así como también a través de consultas a los materiales generados en el desarrollo del proyecto, conoceremos cuáles fueron las metodologías y herramientas utilizadas, además cuáles fueron las barreras, problemas, ventajas y desventajas a la hora de proponer y diseñar, esto a través de la aplicación de las herramientas creadas para el análisis de este material.

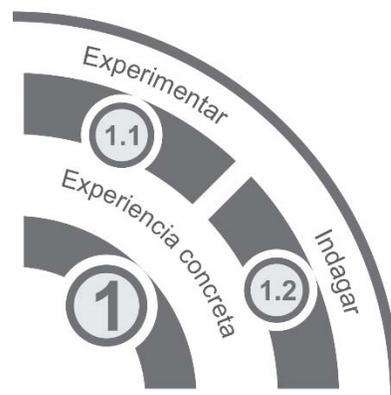


Figura 2. 4Mat. Experiencia concreta.

6.2. Observación reflexiva: Conceptualizar (En esta etapa es importante generar conceptos basados en las experiencias generadas a través de análisis del material recolectado).

6.2.1. Analizar: Mediante una observación objetiva del material adquirido en el segmento anterior y basados en las experiencias de los diseñadores y estudios de diseño participantes en el MTic-design Project por medio de las entrevistas, se pretende realizar un análisis detallado que nos permita generar conclusiones y recomendaciones.

6.2.2. Crear: Basados en el análisis del material generado en el paso anterior, se pretende crear conclusiones y recomendaciones de diseño tratando de involucrar a los diseñadores de los procesos investigados, esto último queda abierto a la



Figura 3. 4 Mat Observación reflexiva.

disposición y buena voluntad de los diseñadores investigados y no será un requisito obligatorio de cumplir por parte de los investigadores.

6.3. Conceptualización abstracta: Aplicar (Lo fundamental en esta segmento es interiorizar, comprender y auto practicar para añadir elementos propios).

6.3.1. Practicar y auto practicar: Este paso propone comprender, aprender e interiorizar las conclusiones y las recomendaciones del paso anterior, además de asociarlas con las vivencias en el ejercicio del diseño propias de los investigadores, para añadirle nuevos elementos que permitan complementarlas.

6.3.2. Conceptualizar: En esta paso se generan las conclusiones y recomendaciones como también reflexiones importantes añadiéndole los aportes propios en base a un nuevo análisis de los resultados, generando aportes más complejos que seguramente permitan crear nuevas experiencias y proyectos que tengan en cuenta las recomendaciones de esta investigación o posiblemente crear nuevas metodologías, conceptos y habilidades.

6.4. Experimentación Activa: Crear (Analizar la relevancia y utilidad de lo propuesto para luego adaptarlo a situaciones nuevas y más complejas).

6.4.1. Experimentar: Se pretende que en este paso se aplica la nuevas conclusiones y recomendaciones con pequeños o grandes grupos interdisciplinarios de profesionales, con grupos

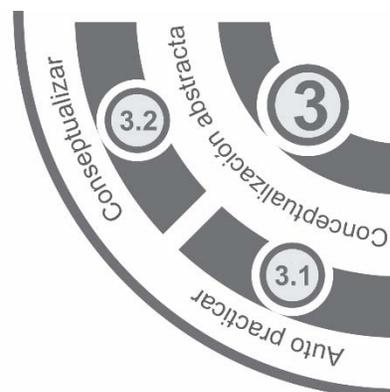


Figura 4. 4Mat. Conceptualización abstracta.

de estudiantes de diseño y otras carreras afines, en talleres, workshop, donde se resuelva un conflicto o problema, con el fin de validar las conclusiones generadas en esta investigación, evaluarlas y complementarlas.

6.4.2. Aplicar: Analizamos que tan útil y prácticos fueron los aportes anteriores y su relevancia para ajustarlas y volverlas a aplicar en experiencias nuevas y más complejas esto con el fin de nuevamente evaluar, testear, corregir y complementar. (Gomez Pawelek, s.f.)

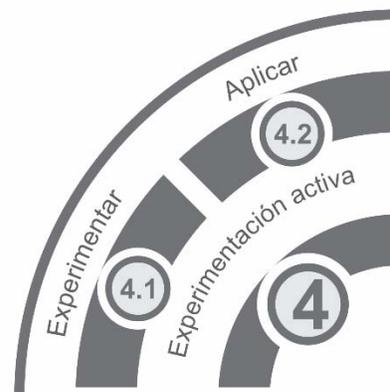


Figura 5. 4Mat. Experimentación activa.

7. Instituciones vinculadas.

Universidad de Nariño, Facultad de Artes, Programa de Diseño Industrial.

Institución encargada de avalar el proyecto por medio de su sistema de investigación.

MTic-Design Knowledge Exchange Program.

Programa de intercambio de conocimientos de diseño, que busca crear conocimiento profesional en diseño mediante el desarrollo de productos innovadores.

Grupo de Investigación CORD [Contexto – Objeto – Realidad – Diseño]

Grupo de investigación adscrito al programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño.

Asesores y docentes investigadores.

Profesor: Daniel Moncayo Guerrero.

Profesor: William Obando.

Profesor: Omar David Martínez

Director de proyecto, profesor: Danilo Calvache Cabrera.

Grupo de estudiantes y egresados del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Nariño.

Encargados de la recolección y análisis de la información necesaria para la generación de un documento recopilatorio de todo el desarrollo del MTic-research Project - Proyecto de Investigación.

8. Cronograma.

El proyecto se desarrollará en el primer semestre del 2016, entre los meses de febrero a mayo.

Las actividades específicas se programarán a finales del mes de enero de 2016 entre todos los miembros del equipo investigativo.

Tabla 1 Cronograma de actividades.

Actividades:	Semanas:															
	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Construcción en grupo de marco teórico.	■	■	■													
Solicitud al Mtic, de contactos de los diseñadores.				■												
Contactar a los diseñadores.					■											
Programación y realización de entrevistas.						■	■	■	■	■						
Recopilación de información.								■	■	■	■	■				
Análisis de la información.										■	■	■	■	■		
Elaboración documento final conclusiones.														■	■	■

9. Presupuesto.

Tabla 2 Presupuesto.

Cantidad:	Descripción:	Valor:
	Fotocopias e impresiones	\$20.000
	Transporte	\$30.000
	Internet	\$50.000
	Telefonía móvil y recargas	\$40.000
	Total:	\$140.000

DESARROLLO TEÓRICO

10. Marco teórico.

Considerando que dentro de los objetivos de este proyecto se plantea generar conclusiones y reflexiones que permitan proponer soluciones a problemas de diseño desde la co-creación y el intercambio cultural de conocimiento, como herramienta para la generación de innovación desde el diseño, será necesario plantear algunos conceptos que sirvan como eje y fundamentos que permitan apoyar y entender la proyectación dentro de la disciplina del diseño, el co-diseño la co-creación, la interculturalidad y la innovación.

10.1. El co-diseño y la co-creación.

Al hablar de co-diseño inmediatamente estamos hablando de diseño colaborativo o de co-creación, que son términos similares, aunque no son conceptos completamente nuevos, pero su naturaleza es puramente participativa donde convergen diferentes actores siendo estos una gran fuente de información y de innovación, la co-creación brinda un nuevo pensamiento de cambio, un nuevo paradigma donde los clientes juegan un papel muy importante.

La co-creación como uno de los prodigios sociales está fuertemente impregnado por el surgimiento continuo de diferentes alternativas tecnológicas o como se las denomina, “tecnologías amables” o Tecnologías de Información y Comunicación TIC “que nos hacen la vida más fácil” y junto a estas las aplicaciones “App¹” que permiten una interacción inmediata

¹ Una App es una aplicación de software que se instala en dispositivos móviles o en tablets para ayudar al usuario en una labor concreta, ya sea de carácter profesional o de ocio y entretenimiento, a diferencia de una webapp que no es instalable. (Quode, 2012)

desde cualquier parte del mundo generando oportunidades que antes no las había, permitiendo la posibilidad de crear y proponer diferentes escenarios y plataformas para desarrollar experiencias de co-creación y no solo productos, que pueden estar a la disposición de cualquier persona “usuarios” “La co-creación es una metodología de trabajo colectiva que considera a los usuarios de un diseño socios en su creación” (Llop, 2012, párr.2). De esta manera en el ejercicio de la co-creación se lo puede denominar a los usuarios co-creadores, ya que pueden participar activamente en diferentes escenarios y están dispuestos a expresar abiertamente su creatividad, permitiéndoles ser protagonistas y agentes de gran importancia en la generación y creación de nuevos conceptos, diferentes formas de conocimiento y productos entre otros; los saberes, las experiencias, el aprendizaje diario, la cosmovisión, la interculturalidad, la misma manera de como abordan y dan solución a los problemas, incluso el conocimiento técnico o teórico que puedan tener, si hablamos de iniciativas co-creativo con agentes interdisciplinarios, hacen que el proceso creativo sea aún más enriquecedor y sin lugar a duda las soluciones a los problemas planteados posiblemente serán diferentes, a los que un diseñador desde su interpretación y cosmovisión puede generar; según L. Sanders & Simons (2009) citados por Huerta, (s.f. p.1), Se puede decir que las nuevas tendencias en la tecnología han ayudado a democratizar la creatividad y la participación en el diseño, en muchos niveles.

Las ideas individuales que no pueden desarrollarse de forma individual adquieren sentido cuando se plantean para ser compartidas y co-creadas. Ese es el espíritu de este concepto, su esencia y su alma: compartir. También confiar, por supuesto, sin confianza tampoco será posible sacar nada adelante. (Torreblanca, 2015)

En el marketing la co-creación está orientado a encontrar oportunidades y desarrollar experiencias que permitan la participación de los consumidores en el proceso de proponer, crear,

desarrollar e implementar, de igual manera mejorar, adecuar, o corregir productos o servicios e incluso de idear las mismas campañas publicitarias, a través de una escucha activa y una participación que permita a los diseñadores o empresas desarrolladoras de productos o marketing poder conectarse con el consumidor, ir más allá de un simple dialogo, deben crear oportunidades donde el cliente se sienta identificado con los elementos que el mismo ayudo a idear y construir (Huerta, s.f.; Llop, 2012; Quijano, 2013).

10.1.1. Todos somos creativos.

“Juntos somos más fuertes, o juntos lo conseguiremos podrían ser una buena declaración de intenciones” (Torreblanca, 2015). Sanders E. (2006) considera que para que la co-creación avance, el diseñador que está acostumbrado a un método más tradicional debe acceder a un cambio en su mentalidad y en su práctica, liberando barreras y admitiendo la contribución creativa de nuevos socios en su actividad proyectual (Huerta, s.f.). Las mejores ideas pueden surgir a partir de una adecuada estimulación en un proceso co-creativo, con metas claras y objetivos específicos aplicando buenos métodos o herramientas que permitan, sobre todo despertar el interés y la participación de los diferentes agentes co-creadores, la interacción y el desarrollo debe ser claros.

L. Sanders, (2009) citada por Llop, (2012, párr.2) considera que hay dos tipologías de co-creación y que dependen de las etapas en el proceso de diseño, las dos tienen como esencia la participación creativa, y su forma de promoverlas siendo diferente los resultados y sus beneficios como también de cómo se reflexionar sobre ellas estas son: La co-creación en el pre-diseño y la co-creación en el post-diseño.

La primera tiene que ver más con lo que tratamos anteriormente en el tema del marketing aunque no hay que encasillarlo solo en esa línea, lo principal en el post-diseño es lograr la interacción de los usuarios involucrándolos y sobre todo empoderándolos, permitiendo que estos sean pro-activos y protagonistas, una de las recompensas sería que los co-creadores puedan ser reconocidos socialmente como agentes creativos de innovación y cambio (Llop, 2012).

El segundo tipo permite crear soluciones a situaciones o problemáticas más complejas y densas, tienen un final borroso (Fuzzy Front End), entre otros pueden ser: de tipo tecnológicas, científicas e incluso sociales, la metodología del pre-diseño esta adecuada a tratar de solventar este tipo de situaciones a través de la participación, la interacción y el trabajo en equipo de diferentes agentes, permitiendo explorar diferentes respuestas, para establecer un briefing.

Lo importante en la aplicación de este tipo de metodologías, es la no discriminación de ideas desde el principio, es más; lo esencial y lo principal, es que se generen una gran cantidad de ellas sin preocuparse de entrada por su viabilidad, esto quiere decir sin limitaciones y prejuicios, hay diferentes herramientas dentro de las metodologías que nos brinda una gran experiencia y sobre todo son estimulantes y divertidas para los agentes co-creadores, permitiendo explorar y jugar con su creatividad a través de la participación, logrando que los participantes tengan nuevas perspectivas exploren emociones evoquen historias, experiencias y tomen nuevas posturas que les permitan generar ideas, que antes posiblemente no eran inimaginable o simplemente no se las consideraba. Entre las herramientas que permiten este tipo de interacciones están los juego de roles, las lluvia de ideas, mapas de empatía, historias, analogías, lienzos conceptuales, storyboard, entre otros, a partir de la aplicación de estas herramientas se pueden ir resolviendo las funciones o posibles respuestas a nuestro problema respondiendo a la aspiraciones de los agentes involucrados de acuerdo a su relevancia. (Llop, 2012).

Sanders, et al., (2009) citados por Llop (2012, párr.7-8), hablan de tres requisitos para que se pueda dar la co-creación.

- Aceptar que todo el mundo es creativo y que está motivado y participara en la co-creación y para ello se le deberá brindara las herramientas necesarias y adecuadas.
- Entre más diverso sea el grupo co-creador, más interesantes e impredecibles serán los resultados.
- El dialogo es vital y de gran importancia entre los co-creadores debe haber un lenguaje compartido y para lograrlo es necesario utilizar herramientas que permitan un terreno de juego común.

Hay una necesidad en la co-creación y es que se requieren nuevas herramientas, métodos y sobre todo un nuevo lenguaje de diseño. (E. Sanders, 2006, citado por Huerta, s.f), de acuerdo con lo anterior Mercè Graell citad por (Llop, 2012), activista de la co-creación en Designit², afirma que “Uno de los campos de especialización que se abre para los diseñadores es la creación de herramientas para trabajar en procesos co-creativos”.

10.1.2. La co-creación como experiencia exitosa y protagonista.

Para que exista una buena experiencia y se generen buenos resultados en el ejercicio de la co-creación, la comunicación es muy importante y esta debe ser clara e incluyente. Todos los agentes participantes del proyecto co-creado tienen que tener claro este factor el dialogo debe ser claro, al mismo nivel y sobre todo se debe generar confianza, tener los objetivos claros y esto

² Designit. “diseñarlo” Es una firma internacional de diseño estratégico fundada en Aarhus, Dinamarca, en 1991.

permitirán que la experiencia sea buena y muy enriquecedora no importa porque medio se genere el ejercicio presencial o virtual (Ortega, 2016).

Hay varios casos donde la co-creación ha sido la protagonista entre ellos tenemos el caso de Nike en 2006 con Nike+. Junto a Apple, esta iniciativa permitió que los clientes se involucraran desde el principio no solamente en la mejora del producto sino de lograr descubrir y ahondar en los deseos y relaciones del cliente o co-creador, permitiendo conocer lo que él quería, incluso de permitirle proponer soluciones a su anhelo, y posibles usos. Doritos motiva a sus clientes para que de manera colaborativa realizaran el anuncio de la Super Bowl mediante su aplicación “Crash the Super Bowl” en Facebook. Lays invita a decidir a sus clientes el futuro sabor de las patatas, “ofreciendo recompensas muy sabrosas”. Volvo a través “True Blue”, iniciaron a alquilar sus tractores y demás maquinaria de construcción. (Prádanos, 2013) “En Colombia Papas Margarita permitió que sus clientes propusieran el sabor de las papas y para lograrlo lanzó la campaña “un sabor para ganar” siendo un éxito (Quijano, 2013).

Y no solo es la relación, cliente-empresa o cliente-diseñador, las diferentes alternativas de co-creación también involucran a los mismos empleados de las compañías y empresas, estos son algunos de los casos: Orange, dispone de una plataforma de opiniones para sus empleados llamada idClic, que le permite recibir un total de 21.000 ideas y sugerencias de agilización de procesos en menos de un mes después de la puesta en marcha en el año 2010. Kraft, va más haya proponiéndoles a sus empleados y clientes la participación en la creación de nuevas estrategias para el futuro de su compañía (Prádanos, 2013).

En los casos anteriores contemplamos las experiencias que se han generado a través de la creación de las relaciones clientes-empresa-empleados-diseñadores, el siguiente caso se realizó con diseñadores de diferentes partes del mundo a través de una experiencia de co-creación,

Heineken. En el 2012, dentro del marco del Open Design Exploration Edition 1, impulsó una experiencia donde participaron 19 jóvenes diseñadores para desarrollar un concepto de un nuevo club (Ortega, 2016)

10.1.3. La experiencia de co-creación en el MTic-design Project.

En el MTic-design Project, la co-creación se da con la participación de agentes con diferentes perfiles y procedencias y cuando se habla de diferentes perfiles, se hace referencia a que los participantes del proyecto de diseño de co-creación, son diseñadores, diseñadoras, ingenieros o ingenieras de productos, y de carreras afines al diseño, de dos países completamente diferentes, con idiomas, culturas, huso horario, formas, métodos y herramientas de trabajo distintos que se “unieron” y trabajaron en conjunto en un proceso de diseño y proyectación para la elaboración de productos innovadores, a través de la interculturalidad que trataremos más adelante, y es eso lo que definitivamente hace al proyecto MTic, una experiencia de co-creación diferente.

10.1.4. La co-creación del conocimiento.

NONAKA (1994) citado por Zurbriggen & González, (s.f.) considera que la creación del conocimiento, si bien parte de una idea individual esta se alimenta y amplifica a través de la interacción de los todos los individuos y que la expansión y el uso de conocimiento, ha sido un componente vital para el crecimiento económico.

Actualmente se le está prestando atención a esa voluntad colaborativa para la generación de conocimiento, pero poco se sabe de los procesos, las estructuras y esas iniciativas que permiten la generación de redes de colaboración, donde convergen varios actores con diferentes puntos de

vista y conocimientos, y le dan soluciones a diversas problemáticas, incluso problemas sociales y situaciones confusas e inciertas, a través del diseño, dando una orientación de cómo responder con sus metodologías a estas problemáticas, a través de la co-creación, permitiendo que jueguen diversos factores y estilos de aprendizajes basados en sus experiencias, en el cual la diversidad la variedad y la vinculación de diferentes métodos y herramientas es la clave.

Lo más importante es identificar cuáles son los ambientes adecuados para usar estos métodos de diseño permitiendo la generación del conocimiento. Hay una gran variedad de herramientas y metodologías, sin embargo todos los métodos de co-creación le dan gran importancia a la comunicación entre los individuos y al intercambio de saberes, la voluntad y el compromiso, y se resalta el aprendizaje colectivo contrario al individual. Para generar conocimiento a través de la co-creación es sustancial tener en cuenta que no solo es importante la participación de diferentes y diversos agentes, permitiendo que estos generen de forma sistémica una solución a un problema determinado, sino que lo fundamental es poder generar un conocimiento y una nueva forma de interpretar el mundo de manera interdisciplinaria y amplia, por medio del pensamiento creativo y experimental y su capacidad de organizar de manera creativa de la información, (Pensamiento interpretativo-intuitivo, divergente); con la capacidad de analizar esa información y organizarla con un pensamiento más lógico (pensamiento analítico-lógico, convergente) (Verganti, 2009; Sanders & Stappers, 2008; citados en Bason, 2010; citado por Zurbriggen et al, s.f.).

10.2. La interculturalidad y la co-creación.

“Como concepto y práctica, la interculturalidad significa “entre culturas”, pero no simplemente un contacto entre culturas, sino un intercambio que se establece en términos equitativos, en condiciones de igualdad” (Walsh, 1998, p. 4). La interculturalidad es la coexistencia de una comunicación y aprendizaje entre diferentes, personas, grupos saberes, valores, tradiciones y cosmovisiones, por medio del respeto mutuo y una igualdad de condiciones donde todas las culturas conviven y ninguna de estas está por encima de las demás; permitiendo que las equivalencias anteriormente excluidas refuercen su identidad (Walsh, 1998), en estos terminos la interculturalidad en el co-diseño y la co-creación, debe ser entendida como un eje central que permite la participacion igualitaria de todos los agentes involucrados en el ejercicio del diseño colaborativo, independientemente de su procedencia, conocimiento y perfiles.

Como ya se lo ha tratado anteriormente en la co-creacion pueden participar diferentes actores, y el origen o el nivel educativo entre otros factores, no deben ser excluyentes, por que lo esencial y lo que permite generar esas ideas y soluciones diferentes e innovadoras, es la diferencia y el conocimiento previo que cualquiera de los individuos allá adquirido a traves de sus vivencias, su cultura su cosmovision y sus diferentes maneras de solucionar conflictos, con la capacidad de interpretarlas y traerlas al presente, y ese conocimiento que se genero por sus experiencias particulares, juegan un papel importante en el el ejercicio co-creativo, al momento de ser compartida con los otros agentes y que estos las valoren, las comparen las complementen con mas interpretaciones y las adapten para generar la solucion parcial o definitiva al problema.

10.2.1. ¿Qué es? y ¿Cómo hacer co-creación con interculturalidad?

Es pertinente entender como se expresa la interculturalidad y hacer una comparación conceptual de lo que es: multiculturalidad y multicultural, para poder distinguir estos términos (Valbuena, 2015).

Según Hall, (2010) la multicultural se da fundamentalmente en una sociedad donde conviven varias comunidades con diferentes culturas tratando de coexistir entre ellas, pero conservando sus rasgos que las identifican. El multiculturalismo no es más que las políticas y las estrategias que permiten administrar y gobernar esas sociedades, por esa diversidad y complejidad es lógico que se presenten diferentes conflictos y problemas (Valbuena, 2015).

Barbero, (2008) propone que la comunicación es un componente constructivo de cultura, si una cultura no comunica, no se compara y no se deja traducir, es porque no está viva; todas las sociedades actualmente son multiculturales y todas las culturas están interactuando con otras y este es un paso para existir como cultura, pero se hace interculturalidad a través del diálogo y la comunicación. La comunicación no es algo que se añade a las culturas si no que es una extensión de la vida cultural porque todas las culturas se identifican y tienen su identidad a través del relato, esta identidad se construye con la narración, no existimos sino para los demás que reconocen que somos diferentes. En estos términos se entiende que la interculturalidad es comunicación pero no solo interpretemos que es una buena comunicación, porque también puede ser una comunicación caótica difícil y con diferentes conflictos, porque la “traducción” de una cultura no es completa, es parcial siempre quedan aspectos, elementos y dimensiones difíciles que no pueden ser traducidos en el lenguaje de la otra cultura, por lo tanto es este sentido donde la tolerancia y el respeto juegan un papel importante y gran relevancia; y se imperativo que se entienda que todas las culturas tienen núcleos y estructuras, incalculables y no traducibles que se

deben respetar dentro de la interculturalidad jugando un papel importante la diferencias la desigualdad y la desconexión (Valbuena, 2015). De allí la importancia de la interculturalidad en la co-creación, se hace co-creación entre culturas a través del dialogo la comunicación y la comprensión de este, reconociendo la identidad de esas culturas en los agentes que están participando de un ejercicio co-creativo, dando cabida a esa tolerancia, desconexión y desigualdad que se pueda dar dentro de una comunicación caótica, siempre llegando a consensos que no transgredan las culturas de los agentes y sus diferencias intraducibles.

10.3. La innovación.

Hay diferentes apreciaciones del concepto de innovación que dependen del punto de vista que sea analizado Schumpeter (1942), considera que la innovación ha permitido una fuerte evolución económica social y cultural y la determina como: la generación, el surgimiento y la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, métodos de producción y transporte, fuentes de oferta y demanda de materia prima, el cambio de una organización y sus procesos de gestión, la consecución y la apertura de nuevos mercados (Álvarez, sf).

En la 3ª. Edición del Manual de Oslo³, la innovación no contemplan algunos atributos que introdujo Schumpeter, como: procesos, productos, productos semimanufactureros, organización y mercadeo, desarrollos de un nuevos orígenes de las materias primas y la organización de una

³ Manual de Oslo: Surge en 1992 dando respuesta a la necesidad de tener un marco conceptual, metodológico y coherente que permita una interpretación de lo que es la innovación tecnológica de producto y proceso en el sector manufacturero, en 1997 surge nuevamente la necesidad de precisar estos conceptos y definiciones dando paso a la segunda, y en el 2005 apareció la tercera edición del Manual de Oslo que modificar y mejorar la anterior (Ángel, sf ; Organizacion de estados americanos (OEI) , s.f.).

industria, de igual manera elimina la palabra “tecnológica” considerando que se puede generar conflictos en algunas empresas prestadoras de servicios, al pensar que la innovación solo contempla la utilización de equipos y materiales de alta tecnología, dejando de lado la innovación de productos o procesos (Ángel, s.f.) (Organizacion de Estados Americanos [OEI], s.f.)

Entre los cambios del manual tambien se contempla: La integración que constituyen los diferentes conceptos planteados en las teorías de innovación el papel que juega en la innovación. La vinculación de áreas de innovación no tecnológicas. Y esta dirigido a cubrir la necesidad de medir diferentes factores, y no solo a los relacionados con el I+D (Ángel, s.f.; Organizacion de Estados Americanos [OEI], s.f.).

De acuerdo al manual, se puede identificar a una empresa cuando esta ha introducido, una innovación por algún tiempo, no importa si esta tiene éxito comercial es más un gran número de estas empresas o la gran mayoría fracasan, además se puede diferenciar de su estilo o forma de innovación por eso no solo es importante si una empresa está innovando si no que es vital saber cómo lo hace y que tipo de innovación está implementando (Ángel Álvarez, s.f.).

En estos términos la innovación no es solo es una herramienta de diferenciación y de crecimiento en una empresa y por supuesto que tampoco es de cambios y mejoras enfocados en la creación de productos exitosos, si no que la innovación se traslapa a ámbitos más completos porque permite la vinculación, de diferentes factores, como los humanos, financieros, estructuras de negocios y sus modelos y de impacto social requiriendo que estos factores interactúen (Giraldo, 2004), además pasa de ser un concepto puramente tecnológico a un concepto más integrador completo, donde la innovación social juega un papel importante de aprendizaje e interacción (COLCIENCIAS, 1998, citado por Giraldo, 2004).

10.3.1. La innovación social.

“Mulgan, Tucker, Ali, & Sanders, (2007) considera que la innovación social no es nueva⁴.”

(Zurbriggen & González Lago, s.f.) El término de innovación social últimamente ha empezado a ganar auge pasando a un primer plano y esto gracias al rol que juega la web 2.0 y todos sus atributos, que han permitido una aceleración de los procesos naturales, sociales y culturales, de participación, por lo que es urgente un nuevo paradigma que contemple la interacción y se enfaticen estas dos dimensiones, la natural y la cultural, permitiendo a los ciudadanos tomar roles cada día más complejos orientados a solucionar diferentes problemáticas borrosas o de difícil solución, a través del uso de estas tecnologías y sus plataformas que puedan desarrollar ideas razonables orientadas por la comunidad y hacia la comunidad, transitando de esta forma a un nuevo modelo de desarrollo más sostenible y contemporáneas (Murray , Mulgan, & Caullier-Grice, 2008; Caullier-Grice, Davies, Patrick, & Norman, 2012; Hochgerner, 2011; Hubert, 2011; Howald & Schwarz, 2010; citados por Zurbriggen et al, s.f.).

Bason, (2013) considera que se necesita una sociedad mas sostenible y sustentable, en donde el desarrollo, no solo este pensando en función del crecimiento economico, sino mas bien en un modelo sustentado en los principios de la democratización e inclusión (Zurbriggen et al, s.f.).

⁴ El término “innovación social” Ogburn 1969 utilizo por primera vez este término en su teoría de cambio social, donde planteaba que todo proceso de innovación tecnológica (económica) debía ir acompañada de un cambio cultural (nuevas relaciones sociales y políticas; Zapf 1989, considera que “las innovaciones sociales se miden por el hecho de que ayudan a resolver mejor nuestros problemas sociales o porque elevan la capacidad de adaptación de las sociedades” (Zapf, 1989, 174, en: Innerarity, 2009, 24)

Aunque no hay una definición absoluta de la innovación social en este momento, conviven diferentes enfoques donde se logra identificar varias dimensiones, que son las de generación de valor público y un fin social, de cambio y transformación que se logran generar a través de la co-creación, con la participación del público, enfocada a generar mejoras a las condiciones, individuales y/o particulares de una comunidad; y estas soluciones están impregnadas de participación, y posiblemente conduzcan a un cambio social, implicando una participación colaborativas de diferentes sectores, del comunitario, del público o privado o de alguna de las varias disciplinas e incluso pueden surgir iniciativas desde cualquiera de estas. Otra característica de la innovación social es su transectorialidad, se puede mover de un sector a otro lo que le permite que puede surgir de uno y pasar a otro, lo principal de estas es que es colaborativa sustentable, abierta y puramente participativa por medio del dialogo de tipo bottom-up más que top-down⁵ (Zurbriggen, et al, s.f. p. 4-5).

⁵ **Innovación Top-Down (TDI)** tiene la ventaja de que las personas que están al mando marcan el ritmo, establecen los objetivos y proveen de fondos. La puesta en marcha la lleva a cabo personal cualificado.

Innovación Bottom-Up (BUI) es la innovación que se genera en las entrañas de la empresa. Todo el mundo está invitado a participar en la innovación de abajo arriba. Provoca grandes retos a los innovadores, a esas personas que piensan diferente, que se cuestionan muchas cosas, que tienen intereses múltiples, que se sienten incómodos si no hay cambios, que son considerados provocadores, que introducen diferentes perspectivas, que preguntan más a menudo “¿por qué no?” en lugar de “¿por qué?”, que crean problemas a gerentes de primer nivel, pero que suponen la savia y el futuro de la empresa. Estas son las personas que aportan ideas y que están deseando entrar en la dinámica de primero convencerse a sí mismos, y después a los demás niveles de gestión del valor de dichas ideas. (InnoSupport, sf)

11. Marco conceptual

11.1. Conceptos de: Metodología – Método – Proceso – Método del diseño.

Metodología Científica: Este concepto aunque tiene varias ambigüedades podemos definirlo como aquel conjunto de pasos que se usa para la obtención de conocimientos con una secuencia y pasos con los que se pretende identificar un problema y explicar, justificar y describir los resultados. (Nora, s.f.)

Método: Es un proceso específico con pasos y herramientas que permite abordar una problemática dentro de una determinada disciplina científica, “al hablar de método del diseño como disciplina científica, los conceptos de metodología y método se restringen a este campo disciplinar” (Nora, s.f.)

Metodología de Diseño: Según O. Olea, citado por E.Nora, (s.f.) la gran mayoría de autores coinciden que es complicado establecer un orden jerárquico dentro de una metodología de diseño o estructurar una fórmula ya que el proceso creativo es de carácter intuitivo, se puede considerar la utilidad de esta a medida que permita organizar de forma creativa la información, pero cada una de sus etapas no tendrían un fin.

Estrategia de Diseño: Se le podría llamar estrategia a las destrezas de un diseñador generadas por medio de sus experiencias, que le permitirá poder dirigir sus esfuerzos para alcanzar sus objetivos, a través de la reflexión de las ideas y conceptos claves (Nora, s.f.).

Proceso de Diseño: Son los acontecimientos y los pasos de transformación que puede tener un determinado objeto hasta lograr alcanzar su nuevo estado, el proceso se termina cuando este objeto logre alcanzar las condiciones óptimas, determinadas por el diseño, en otras palabras lo

que hay que hacer para lograr transformar la materia prima hasta llegar al objeto diseñado (Nora, s.f.).

Método de Diseño: Es una serie de herramientas, instrumentos, técnicas y procedimientos que ayudan a lograr un diseño estos son de carácter flexible, se puede decir que es el ¿cómo? Se puede solucionar determinado problema, aclaramos que no es una receta de instrumentos ya que un diseñador utiliza y combina varios procesos. Hay algunos procedimientos que se les puede denominar generales como lo es el más común “diseñar dibujando” pero en el tiempo han surgido otros procedimientos (Nora, s.f.).

11.1.2. Propósitos y características de los métodos de diseño.

Formalización de los procedimientos de diseño: “El "formalizar un procedimiento" busca evitar aspectos omitidos, factores que pueden pasarse por alto en la detección del problema de diseño, y sobre todo, disminuir la cantidad y calidad de los errores que suceden con los métodos informales.” (Nora, s.f. p.3) Puede permitir ampliar el enfoque que el diseñador le puede dar a determinados problemas, permitiéndole encontrar soluciones apropiadas y pretende formalizar algunas técnicas informales a la que los diseñadores incurren continuamente como la búsqueda de referentes o la recolección de datos a través de entrevistas o consultas, mediante la formalización se le podría llamar "método de búsqueda de información" (Nora, s.f.).

11.2. "Tecnologías de la Información y la Comunicación" TIC.

Las TIC, son todas las tecnologías desarrolladas para gestionar y compartir información desde el mismo lugar o diferentes lugares. La oferta de soluciones es muy amplia. Entre ellas están las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes entre muchas más posibilidades, que se generan continuamente dando respuestas a problemas cada vez más complejos como, permitir la interacción de un documento o un diseño de interfaces desde diferentes lugares y con varios usuarios en línea, si elaboramos una lista con los usos que hacemos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación sería prácticamente interminable: (serviciostic, sf). Los diseñadores participantes en del MTic-design Project, para el desarrollo de sus proyectos utilizaron diferentes herramientas tecnológicas TIC por lo que en este documento ampliamos los conceptos de algunas de ellas.

Skype: Es una app que puede ser instalada en un computador una tablet o teléfono móvil, y permite la comunicación entre personas de cualquier parte del mundo a través de llamadas, video conferencias y mensajería instantánea, sus ventajas son: Se pueden realizar llamada gratuitas a cualquier lugar del mundo en tiempo real los usuarios solo tiene que instalar la app de Skype, se puede realizar llamadas a teléfonos fijos o celulares a bajos costos, si se adquiere una cuenta pago se pueden realizar video llamadas con diferentes grupos, su capacidad en las video conferencias pago es de hasta 24 personas (Aprende Libre [GCF]).

Hangouts: “Es una app multiplataforma de mensajería instantánea desarrollada por Google Inc. Creada para sustituir los servicios Google Talk, Google+ Messenger y Google+ Hangouts, unificando todos estos servicios en una única aplicación”. (sites.google.com, sf) Las ventajas de

Hangouts son: brinda la oportunidad conectarse con cualquier usuario desde cualquier parte del mundo mediante chat, llamadas de voz o video HD, se puede realice Hangouts con un máximo de veinticinco personas. La pantalla muestra a los usuarios que están interviniendo en la video conferencia, brinda la opción de silenciar para que no hayan interferencias del ruido del contorno, los usuarios pueden acceder a ella desde una computadora, tablet o teléfono con la misma facilidad de uso, se puede compartir y revisar las últimas diapositivas con las que se esa trabajando con facilidad. Y enviar vínculos útiles con la función integrada de chat. (Google Apps for Work, s.f.)

Dropbox: Dropbox es un servicio operado por la compañía Dropbox y brinda el alojamiento de archivos por medio de una multiplataforma en la nube, hay versiones gratuitas y de pago y se puede acceder con una cuenta de email de cualquier operador, con diferentes opciones. Permite que sus usuarios almacenen archivos y carpetas, los sincronicen y compartan con otros usuarios y entre ordenadores, tabletas y móviles en línea. También se puede ejecutar el programa WINISIS de UNESCO administrador de bases de datos textuales. La versión móvil está disponible para Android, Windows Phone, Blackberry e iOS (Apple). Los usuarios pueden dejar un archivo en la carpeta o en las carpetas compartidas y este se actualizara inmediatamente el equipo se conecte a la red de internet, además se puede acceder a los archivos a cualquier hora y desde cualquier lugar por medio de la Web de Dropbox, permitiendo poder editarlo y grabar archivos manualmente por medio de un navegador web y este se actualiza en línea en todos los ordenadores que estén compartidas las carpetas (web20ple).

Basecamp: Es un organizador y gestor de tareas, es una herramienta básica para equipos de personas se puede crear proyectos y compartir con otros usuarios tareas específicas como lista de tareas, con fecha y hora, además brinda la posibilidad de compartir archivos y asignación de

roles con sus correspondientes compromisos, es una gran herramienta para las personas que trabajan en equipo y de manera colaborativa. “Desarrollado por 37Signals, una pequeña empresa americana con sede en Chicago que predica la simplificación de las herramientas de productividad y de los métodos de trabajo” (ccm.net, 2016).

WhatsApp: App de mensajería instantánea, actualmente es gratuita, puede ser usada por medio de un teléfono móvil inteligente o un ordenador por medio de web con un código QR, permite enviar y recibe mensajes y hacer llamadas vía internet, y últimamente se puede compartir archivos en formato pdf, es un complemento a los servicios de correo electrónico y mensajería instantánea, a través de su servicio de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia, se puede acceder por medio de la libreta de contacto del teléfono móvil y permite crear grupos y enviar mutuamente, imágenes, vídeos y grabaciones de audio. (wikipedia.org, s.f.)

11.3. Otros conceptos.

En el transcurso de la investigación se usan diferentes conceptos y términos, que permiten interpretar de una forma técnica y profesional, las apreciaciones de los diseñadores participantes del MTic-design Project, por lo cual es necesario ampliar algunos.

Interdisciplinar: Un campo interdisciplinario es un campo de estudio que traspasa los límites tradicionales, es el espacio donde pueden converger diferentes disciplinas e interactuar entre ellas generando conocimiento por medio del trabajo colaborativo entre varias disciplinas académicas o entre varias escuelas de pensamiento, se puede trazar un objetivo común un

problema específico que requiera la interpretación desde diferentes enfoques y por el surgimiento de nuevas necesidades o la elección de nuevas profesiones.

Consenso: Se denomina consenso a la capacidad de acción y adopción de una decisión en común acuerdo entre dos o más partes, estos pueden ser interdisciplinarios, interculturales o cualquier otro grupo de personas ese acuerdo debe ser una síntesis de los diferentes puntos de vista y elementos bajo el argumento de que todas las ideas tienen un gran valor, ya que todos los aportes se consideran parte de la solución.

Concreción: Según el psicólogo e investigador Mihaly Csikszentmihalyi (1996), dice que “existen hilos conductores que podrían constituir lo que llamamos fases para la concreción de un producto creativo. “Concreción = acción de concretar” en estos términos se puede considerar que es la capacidad de llegar a un lugar o tener éxito en la culminación de una tarea esto no quiere decir que el resultado tiene que ser exitoso puede fracasar pero la acción de culminar es lo fundamental, se puede concretar un dialogo, una relación, la solución a un conflicto que permitas ese consenso para lograr terminar y cumplir el objetivo por medio de la concreción.

Briefing: Es una de las herramientas con las que trabajan las agencias de comunicación y marketing es un documento que marca el inicio el punto de partida este debe ser completo con la mayor a cantidad de información posible, porque el briefing permitirá conocer al cliente, aunque tiene que tener información importante y vital este no debe ser muy extenso.

Permeabilidad: Es la capacidad que tiene un material de permitir el flujo a un líquido y que este lo pueda atravesar sin alterar su estructura interna y externa, un material es permeable si deja pasar a través de él una cantidad apreciable de fluido en un tiempo determinado.

RESULTADOS OBTENIDOS.

12. Perfiles de los diseñadores participantes en el MTic-design Project.

La participación y colaboración de los diseñadores investigados fue fundamental para el éxito de del proyecto de investigación, su buena disposición a la hora de las entrevistas y sus valiosos aportes permitieron tener un panorama amplio de los acontecimientos generados en el desarrollo de los proyectos co-creados en el MTic-design Project, a continuación se presentan los perfiles de los diseñadores: **Pablo Fog** del estudio REINHARD DIENES STUDIO (Bogotá) co-creador del proyecto Filter planter, y **Juanita Betancur** del estudio 5 AM, (Medellín), co-creadora de Waterlens Project.

12.1. Estudio de caso: REINHARD DIENES STUDIO (Bogotá).

Tabla 3 Perfil del Diseñador: Pablo Fog, Bogotá Colombia.

Diseñador:	Pablo Fog
Ciudad y país:	Bogotá Colombia
Estudio:	REINHARD DIENES STUDIO “Está posicionado en el mercado Colombiano y Europeo, por sus icónicos productos que han sido galardonados y están elaborados con minuciosas técnicas industriales, (...) diseñan proyectos enfocados en mejorar los productos y servicios de su compañía para volverla más rentable atractiva e innovadora” (Reinhard Dienes Studio, s.f.).
Perfil Profesional:	“Diseñador Industrial Universidad de Los Andes 2009.

	Ingeniero Industrial Universidad de Los Andes 2009.
	Advanced Computer Sciences. Niels Brock, Programming and interaction design Copenhagen, Denmark” (Fog, Linkedin.com , s.f.).
Experiencia:	<p>“Director de proyecto Fog-inc. Bogotá, Colombia, SA. Design, production and renting of modular semipermanent architecture.</p> <p>Partner & Design Director Reinhard dienes</p> <p>Design Consultant & Outsourced Senior Designer. Artesanías de Colombia.</p> <p>Partner & Designer Dosuno Design</p> <p>Associate Teacher, Universidad el Bosque”. (Fog, Linkedin.com , s.f.)</p>
Proyecto desarrollado en el MTic-design Project, 2015	<p>Filter planter: nace de la comprensión de las propiedades y el comportamiento del agua; Por capilaridad el agua pasa a través de los poros de la arcilla de terracota, regando el suelo en la maceta central, por lo que es auto- riego. Es una unión especial de conocimientos técnicos y de diseño limpio con técnicas de cerámica locales que se mezclan armoniosamente (The MTic-design knowledge exchange program, 2015).</p>
Expectativas del MTic-design Project. 2015:	<p>“Era conocer quien más en Colombia estaba haciendo diseño de alto nivel, por otro lado conectarse con la gente de otras regiones de Colombia, de cierta manera también para constatar que tan lejos estábamos nosotros del método de diseño del norte de Europa, más específicamente de Holanda, de igual manera traer otro punto de vista desde otro tipo de educación de diseños, sin duda eso trae aportes al</p>

	proceso de diseño y al resultado final, y te da una visión más amplia” (Fog, 2016)
Experiencia del MTic-design Project, en el desarrollo del proyecto Filter planter, 2015	<p>“El primer treinta por ciento del proyecto fue desarrollo en conjunto; y en conjunto se escogió la técnica con la que se iba a trabajar, la experiencia no fue tan enriquecedora en términos de colaboración internacional con la dupla holandesa, pues él tuvo que dejar el proyecto en etapa temprana y luego se volvió un proyecto de desarrollo dentro del estudio como cualquier otro proyecto.</p> <p>Inicialmente fue muchas reuniones por skype, nos presentábamos tareas por un lado y por el otro y nos las presentábamos muy bien en términos de ideas de lo que podíamos hacer y de la investigación que se realizaría.</p> <p>En Alemania y en Dinamarca que están cerca a Holanda tienen unas raíces y unos fundamentos de diseño muy similares, digamos muy constructivistas, funcionales, de formas muy claras, muy limpias simples pero inteligentes con concepto, entonces en ese orden de ideas, no tuvimos grandes diferencias, trabajamos mucho la aparte de pre conceptualización, investigación y conceptualización, como ustedes puedes ver hubo un gran proceso antes de pensar en la forma del producto, en la función de un producto, había concepto atrás que es muy importante, luego se abrió otra investigación pero por un camino paralelo buscando productos del hogar, empezamos a mezclar muchas cosas y entre tantas, llegamos a unas formas muy limpias y muy</p>

modernas y que tuviera un principio de funcionalidad y beneficios”

(Fog, 2016).

12.1.2. Filter planter – By: Pablo Fog - REINHARD DIENES STUDIO (Bogotá) - MTic-design Project, 2015.



Figura 6 Filter Planter - By: Pablo Fog, MTic-design Project, 2015.

12.2. Estudio de caso: 5AM (Medellín).

Tabla 4 Perfil de la Diseñadora: Juanita Betancur, Medellín Colombia.

Diseñadora:	Juanita Betancur
Ciudad y país:	Medellín Colombia
Estudio:	5 AM es una marca colombiana basada en el diseño único y exclusivo como una forma de expresión original, propone y ofrece productos decorativos y ornamentales con diferentes significados que se entrecruzan a la relación que vive el usuario con cada objeto. Sus propuestas se basan en tendencias que convierten espacios en historias, llevando así, a una percepción basada en estímulos emocionales (5AM Diseño , 2016).
Perfil Profesional:	“Master en Dirección Comercial y Marketing. Escuela Europea de Dirección y Empresa. - EUDE Diseñadora gráfica. Escuela de diseño técnico. Ingeniera de Diseño de Producto. Universidad Escuela de Administración y Finanzas y Tecnologías EAFIT”. (Betancur, LinkedIn.com, 2016)
Experiencia:	Directora comercial y de marca 5AM Directora Comercial C.I. Laboratorio de Ideas s.a.s Jefe de diseño en C.I. Laboratorio de ideas s.a.s. Supervisión y desarrollo de Proyectos de las marcas MULIKKA y 5AM.

	<p>Diseñadora en C.I. Laboratorio de ideas s.a.s. Desarrollando proyectos de la marca MULIKKA.</p> <p>Creativa en PANÓPTICO.</p>
<p>Proyecto desarrollado en el MTic-design Project, 2015.</p>	<p>Waterlens Project. “¿Cuál es la diferencia entre la iluminación interior y exterior, y cómo puede esto hacerse visual? Para la ocasión del proyecto MTic-design Project, (...) desarrolló de una serie de farolas que interactúan con los elementos. El primero es la farola del viento: El líquido en el interior del cuerpo de la lente de la farola es agitada por el viento, y se crea una imagen viva de la luz sobre el pavimento.</p>
<p>Expectativas del MTic-design Project. 2015</p>	<p>“Realmente cuando nosotros empezamos el proyecto empezamos con todas las expectativas gigantes, porque nosotros nunca lo habíamos hecho, “nos parecía algo (guuau) por decirlo en una forma muy expresiva, desde todos los puntos de vista era un proyecto muy grande” (Betancur, 2016).</p>
<p>Experiencia del MTic-design Project, en el desarrollo del proyecto Filter planter, 2015</p>	<p>La experiencia es muy buena y nos deja muchas enseñanzas, por que aprendimos mucho de la otra persona, de cómo trabaja el uno con el otro y no solamente desde la parte académica, de diseño y procesos de diseño, sino que también en lo personal y esto en un corto tiempo, incluso nos deja ganas de seguir trabajando de forma colaborativa.</p> <p>Había cosas muy difíciles de comunicar, uno se comunica en ingles cuando son cosas sociales, nunca me había tocado hablar de algo de trabajo o de diseño, y para explicar muchas cosas era difícil y de pronto nosotros no buscamos todas las herramientas para hacerlo.</p>

Nosotros normalmente acá en 5Am lo que hacemos es que definimos casi lo que queremos diseñar primero, y en Holanda lo que él quería era investigar materiales y ver qué producto se podría hacerse con eso.

Hay que entender mucho más la tecnología, digamos como aplicarla más, porque uno no está acostumbrado a hacerlo, sino que nosotros estamos acostumbrados a trabajar el uno cerquita al otro, es como entender estas formas de comunicación y hacerlas más cercanas.

Nosotros sentimos sorpresas en ese sentido, porque vimos que él estaba trabajando muy individualizado, él quería hacerlo así y el también de pronto lo sintió de la misma forma frente a nosotros, y no logramos acordar muchas cosas, que se deben acordar casi que desde el principio, nunca pudimos convencer al otro de trabajar como nosotros queríamos ni él nos logró convencernos, ¿El error cual fue? no llegamos al acuerdo, ósea nadie cedió y cada uno quería hacer las cosas como está acostumbrado, de pronto por hacerlo más rápido, por hacerlo más fácil, o no se... simplemente por cómo está acostumbrado a trabajar de esa manera (Betancur, 2016).

12.2.2. Waterlens Project – By: co-creador Rick Tegelaar - co-creadora Juanita Betancur – 5 AM STUDIO (Medellín) - MTic-design Project, 2015.



Figura 7 Waterlens Project - By: Rick Tegelaar – Juanita Betancur, MTic-design Project, 2015.



Figura 8 Waterlens Project - By: Rick Tegelaar – Juanita Betancur, MTic-design Project, 2015.

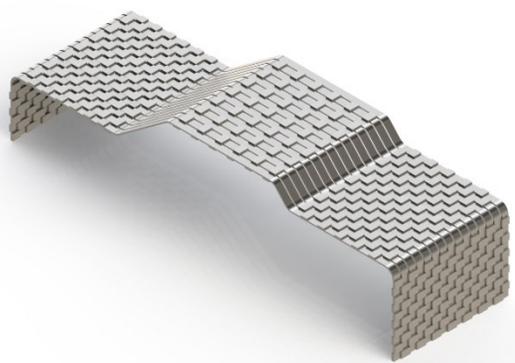


Figura 9 Proceso de diseño - By: Juanita Betancur, MTic-design Project, 2015.

13. Validación y conclusiones / resultados obtenidos.

A continuación se presentan las conclusiones del proyecto teniendo en cuenta que los resultados obtenidos son el producto del análisis de los material generados a través de las encuestas propuestas para esta investigación y el material brindado y por parte de los diseñadores investigados como también de los materiales que está publicado en las páginas del Mtic-design que nos permiten tener una amplia perspectiva de los procesos generados en el desarrollo de próximos proyectos.

Las siguientes conclusiones se las ha distribuido de acuerdo a los temas abordados en las diferentes entrevistas estos temas son: Experiencia del MTic-design Project, gestión documental y comunicación, colaboración y cooperación, metodologías y procesos de diseño, infraestructura, materiales y producción, diseño en la región y recomendaciones generales.

13.1. Experiencia del M-Tic design Project.

Proyectos como el MTic-design Project, permite a los diseñadores participantes, buscar nuevas alternativas de diseño, y es una gran plataforma donde ellos puede dar a conocer su trabajo, no solamente a nivel nacional, sino también internacional, además es una excelente ventana que brinda la oportunidad a los diseñadores locales, ver y conocer cómo está el diseño en otros lugares del mundo, específicamente en Holanda y en Europa esto gracias a la gestión de los promotores del proyecto.

Genera experiencias positivas en cuanto a la forma de cómo se aborda y desarrolla este tipo de proyectos de co-creación y cooperación internacional.

Permite a los diseñadores participantes medir su capacidad, es un buen escenario y un espacio abierto para crear discusión sobre procesos y metodologías porque podemos encontrar diferentes formas de abordar y solucionar problemas de diseño, desde diferentes enfoques, generando buenos resultados y nuevos conocimientos para crear y proponer productos innovadores.

13.2. Gestión documental y comunicación.

Actualmente se cuenta con un sin número de herramientas que permiten el trabajo en equipos y a distancia de manera colaborativa que están dentro de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y que son muy eficientes y eficaces, entre las herramienta que se usaron por parte de los diseñadores participantes del MTic-design Project, están dropbox, skype, hangouts, basecamp entre otras que permitieron generar experiencias satisfactorias y buenos resultados entre los usuarios, por ser el MTic-design Project, un proyecto que contemplaba y contempla una participación a distancia, era muy necesario el uso, el conocimiento y la utilidad de estas herramientas que cumplieron la función para lo que fueron creadas, las experiencias son muy diferentes entre las duplas investigadas, cabe resaltar que el conocimiento y la experiencia en el uso de estas herramientas TIC es determinante en los resultados.

Es fundamental precisar metas al inicio del proyecto, pero también es elemental definir, que procesos en gestión documental se van a usar, y que estos sean claros y con tiempos bien definidos en cuanto a entregables, además recomendamos que las reuniones sean periódicas.

Se debe ser muy exigente en cuanto a la responsabilidad de los diseñadores o participantes del proyecto de co-creación, no solamente por parte de los facilitadores del proyecto, sino de los mismos autores y participantes.

Los diseñadores o participantes deben ser muy profesionales.

La experiencia en cuanto a gestión documental es fundamental a la hora de abordar este tipo de proyectos, porque los conocimientos previos y el uso de ciertas herramientas, metodológicas, técnicas, tecnológicas y de comunicación, permitirán organizar mejor el trabajo para tener muy buenos resultados.

Hay diversas herramientas interactivas que actualmente ofrecen las TIC; de aprendizaje, de gestión documental, de gerencia de proyectos, que permiten crear y compartir tableros temáticos y conceptuales, de maquetación, de interconectividad y de multimedia, y que fácilmente se pueden acoplar al ejercicio del diseño colaborativo a distancia, lo importante es conocerlas y usarlas.

Los participantes el MTic-design Project, y de este tipo de proyectos de colaboración, deben contar con un conocimiento básico en el manejo de este tipo de herramientas interactivas o por lo menos antes de iniciar el proyecto deben haber investigado, que herramientas pueden usar, que funciones le brindan, y cuáles son las más acertadas, de acuerdo a sus necesidades, esto les permitirá desarrollar una mejor experiencia interactiva y de comunicación en la co-creación, sería interesante que el mismo proyecto tenga una plataforma de organización documental o interconexión, como también ofrezca a los diseñadores una pequeña capacitación o un documento a nivel de información con buen número de estas plataformas que se han usado o se pueden usar en este tipo de proyectos de co-creación.

13.3. Colaboración y cooperación.

El tiempo es un factor determinante e influye mucho en los resultados de todo tipo de proyectos y mucho más en los proyectos de diseño co-creado y de colaboración, se necesita mucho tiempo para lograr comunicar las ideas, los conceptos, las conclusiones y las experiencias que se generan individualmente a través de la investigación y la experimentación, y sobre todo a la hora de socializarlos y poder llegar a consensos con el panel co-creador.

Es muy importante, conocer y dominar diferentes idiomas, en el caso específico del MTic-design Project, el idioma inglés, y no solamente hablarlo y entenderlo en un ámbito social, sino que es fundamental entenderlo en el contexto profesional del diseño, Esto permitirá ganar tiempo y agilizar el proceso de diseño, porque la comunicación será asertiva y muy clara.

13.4. Metodologías y procesos de diseño.

En la parte metodológica podemos ver una gran diferencia en la forma de abordar los proyectos, mientras Juanita Betancourt, con el estudio de diseño 5 Am, se concentra más en la forma del producto, de otro lado el panel holandés Rick Tegelaar se concentra más en la función y la parte productiva, además de la investigación y experimentación de los materiales. Esto generó algunos inconvenientes que no permitieron que se llegará a consensos y al desarrollo de una sola propuesta en la que las dos partes intervengan conjuntamente y propongan soluciones a los problemas que se les presentaron.

La metodología de diseño usada por Pablo Fog es muy similar a la de Rick Tegelaar, es una tendencia o un estilo de abordar los proyectos un poco más europeo, donde hay mucha

investigación y experimentación con los materiales, creemos que esto se debe a su formación y más que todo a su experiencia profesional.

Fue importante el desarrollo de la investigación y la experimentación con los materiales y la definición de la función y el cómo se va a construir el producto, antes de definir su forma, porque esto permite aminorar errores, retrasos, sobre costos y tiempo. Por qué pudieron conocer con anticipación cual es el mejor proceso productivo, y como se va abordar La diferencia entre los dos procesos radicó en que en uno prevalece la investigación previa y en el otro se dan procesos anticipados de proyectación.

La experiencia en el campo de diseño juega un papel muy importante e influyo en los proyectos de co-creación y en los resultados del producto final. En los dos proyectos de esta investigación se logró definir tres procesos diferentes y muy marcados en los estudios de diseño y esto debido a que prevalece esa experiencia profesional. De los tres procesos dos son muy similares y muy enfocados en la investigación y la experimentación con los materiales y la función del producto, con conceptos muy claros generados desde el principio. El otro procesos está enfocado en lo formal y en lo funcional, esto no quiere decir que alguno de los tres procesos no funcione, o que el uno sea mejor que el otro, pero sí permiten tener resultados diferentes. Si hablamos en términos de innovación los dos estilos que se enfocan más en investigación y experimentación, permitirán tener productos más innovadores.

13.5. Infraestructura, materiales y producción.

El problema en esta etapa de la producción en el proyecto Waterlens Project, de Juanita Betancur y de Rick Tejelaar, se dio por que no lograron un dialogo y un consenso, que les permitiera establecer unos acuerdos donde se dieran a conocer la limitantes técnico productivas de la región precisamente de Medellín Colombia; El proyecto estaba bien planteado, con un concepto claro, pero tenía una limitante y era en la producción. Si ellos hubieran concretado en conjunto el tipo de producto que ellos iban a mostrar al final, posiblemente escogían una alternativa diferente y muy probablemente esto hubiera permitido que el concepto y el producto evolucionen, además de poder desarrollarlo en las dos ciudades. Por eso es muy importante la comunicación entre los autores y que se generen esos escenarios de discusión, donde se presenten las problemáticas para que se puedan solucionar en conjunto y no solo tratar de solucionar en función de salir y terminar el proyecto, sino más bien el lograr los objetivo previamente trazados.

Para lograr con éxito el desarrollo final de un proceso técnico productivo es muy importante llegar a acuerdos y conocer cuáles son las limitantes de los dos lugares de donde se desarrollan los procesos creativos co-creados, y por más que haya costado la investigación no podemos llegar a imponer, sino más bien buscar la manera de replicar el proceso así sea con diferentes herramientas y para lograrlo debemos tener una mente abierta y buena disposición.

13.6. Diseño en la región.

“En Medellín el diseño cada vez está creciendo y juega un papel importante en el desarrollo de la ciudad como en el crecimiento de la misma, es un generador de empleo y desarrollo. Muchas

emprendedores empiezan a crear sus empresas en diseño tanto en joyería, diseño gráfico, impresiones, decoración, diseño de producto industrial y vestuario entre otros. Sería importante generar redes donde las marcas o estudios de diseño se colaboren entre sí y no solamente diseñando producto en conjunto, y trabajando proyectos en equipo, sino que también se apoyen en la parte productiva”. (Betancur, 2016).

“El papel del diseño no es muy significativo en realidad, incluso estando en Bogotá, el mercado de diseño industrial no es grande, es competido hay muchos diseñadores y cada año salen más. Hay diversas agencias en temas publicitarios que usan a los diseñadores industriales para tema de P.O.P y estands, en ese contexto es relevante el diseño industrial en la región. De la misma forma han empezado a surgir agencias de innovación, agencias de estrategia, de design thinking, etc... a las que les viene muy bien el perfil de un diseñador industrial, por esa capacidad de poder resolver problemas con técnicas de diseño” (Fog, 2016).

Haciendo una comparación de acuerdo a las dos intervenciones de los diseñadores investigados, podemos concluir que el diseño en Colombia es bastante nuevo en comparación a otros países donde el diseño esta mejor posicionado. Se piensa que el diseño esta mejor posicionado en Bogotá y en Medellín que el sur del país, más específicamente en la ciudad de Pasto, pero podemos observar que tenemos las mismas dificultades, aunque en Medellín se está generando una cultura del diseño donde las empresas y el sector gubernamental están dando cuenta de los beneficios que generan el diseño.

Para fortalecer el diseño en las región se necesita concientizar desde la academia, a los futuros profesiones del diseño, para que estos no se limiten únicamente a generar proyectos de tipo académico en las empresas, sino que puedan desarrollar proyectos de gran impacto, que

beneficien a las empresas en la parte productiva brindándoles ese valor agregado y la ventaja de tener un diseñador.

Desde la parte académica y gubernamental se necesita crear proyectos de gran impacto, que permitan generar espacios y plataformas para poder mostrar el potencial del diseño que tenemos, con rubros importantes destinados al fortalecimiento de la disciplina de diseño.

13.7. Recomendaciones generales.

Para generar innovación desde el diseño con proyectos como el MTic-design Project, de intercambio de conocimientos, se recomienda abordar los proyecto de una forma adecuada de principio a fin, con una clara metodología y un proceso de diseño consensuado, ordenado, con un cronograma específico con tiempos y metas claras, siempre enfocados en la investigación de materiales y de los procesos de diseño, que consoliden los dos puntos de vista y las dos formas de interpretar los resultados.

Sería muy interesante que los diseñadores participantes de un proyecto como el MTic-design Project, de co-creación tuvieran la oportunidad de socializar y conocer con anterioridad a los otros participantes del proyecto, esto posiblemente permitiría que ellos escojan a sus pares de acuerdo a su perfil y a las metodologías y de acuerdo a sus propios requerimientos.

Referencias bibliográficas

- 5AM Diseño . (2016). *5AM Diseño* . Obtenido de <http://5am.com.co/>
- Ángel Álvarez, B. E. (s.f.). *Revista Lupa Empresarial | CEIPA, Business School*. Obtenido de <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/94/182>
- Aprende Libre [GCF]. (s.f.). *gcfaprendelibre.org*. Obtenido de www.gcfaprendelibre.org
- Barbero, M. J. (2008). Diversidad cultural y convergencia digital. *Científica de Información Y Comunicación*, 5, 12–25.
- Bason, C. (2010). *Leading Public Sector Innovation: Co-creating for a Better Society*, Bristol, Policy Press.
- Bason, C. (2013). Obtenido de http://www.ssireview.org/articles/entry/design_led_innovation_in_government.
- Betancur, J. (04 de 2016). (J. Yopez , Entrevistador)
- Betancur, J. (2016). *Linkedin.com*. Obtenido de https://www.linkedin.com/in/juanita-betancur-vel%C3%A1squez-5b467328?authType=NAME_SEARCH&authToken=ijg8
- Brown University Swearer Center for Public Service:. (s.f.). Obtenido de <http://brown.edu/academics/college/special-programs/public-service/>
- Cauillier-Grice, J., Davies, A., Patrick, R., & Norman, W. (2012). *Defining Social Innovation. A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE)*. Bruselas, European: Commissi.
- ccm.net. (Julio de 2016). <http://es.ccm.net/>. Obtenido de <http://es.ccm.net/faq/8170-basecamp-una-herramienta-colaborativa-muy-eficaz>
- centroscomunitariosdeaprendizaje.org. (s,f). <http://www.centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx/>. Obtenido de http://www.cca.org.mx/profesores/cursos/cep21/modulo_2/modelo_kolb.htm
- COLCIENCIAS . (1998). Nuevo escenario de la competitividad, . *Sistema Nacional de Innovación*,.
- Fog, P. (04 de 2016). (J. Yopez , & Y. Narvaez , Entrevistadores)
- Fog, P. (s.f.). *Linkedin.com* . Obtenido de <https://www.linkedin.com/in/pablo-fog-2568601b>
- García González, F. (Octubre de 2012). *acofi.edu.co*. Obtenido de [acofi.edu.co: http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf](http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf)
- Giraldo, J. P. (8-9 de Octubre de 2004). *icesi.edu.co/disenohoy*. Obtenido de https://www.icesi.edu.co/disenohoy/memorias/Witjes_giraldo.pdf
- Gomez Pawelek, j. (s.f.). El aprendizaje experiencial. *capacitacion y desarrollo en las organizaciones Cód 693*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires Facultad de Psicología.
- Google Apps for Work. (s.f.). *apps.google.com*. Obtenido de <https://apps.google.com/intx/es-419/products/hangouts/>

- Grupo de Investigación Artefacto. (2015). Guía de trabajo para proyectos de Grado del Departamento de Diseño. Pasto.
- Hall, S. (2010). La cuestión multicultural. In Stuar Hall. *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*, 583–618. Popayán-Lima-Quito.: Envió Editores-IEP- Instituto Pensar- Universidad Andina Simón Bolívar.
- Hochgerner, J. (2011). The analysis of Social Innovation as Social Practice. . *Zentrum Für Soziale Innovation*,. Viena: ZSI.
- Howald , J., & Schwarz, M. (2010). Social Innovation. *Concepts, research fields and international trends*,. IMO international monitoring.
- Hubert, A. (2011). Empowering people, driving change., . *Social Innovation in the European Union Francia, Bureau of European Policy Advisors*. (BEPA), European Commission.
- Huerta, E. (s.f.). *www.esdi.es*. Obtenido de http://www.esdi.es/content/pdf/articuloweb_esdi-4_ehuerta180913.pdf
- InnoSupport. (sf). <http://www.innosupport.net/>. Obtenido de <http://www.innosupport.net/index.php?id=6057&L=6>
- Kolb, D. (1984). *centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx*. Obtenido de <http://www.centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx/>: http://www.cca.org.mx/profesores/cursos/cep21/modulo_2/modelo_kolb.htm
- Llop, R. (02 de 07 de 2012). Obtenido de <http://www.rosallop.com/blog/co-creacion-la-creatividad-no-es-exclusiva/#sthash.a6dClbGS.dpbs>
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). Social Innovation. *What is, why it matters and how it can be accelerated*. Oxford, Said Business School.
- Murray , R., Mulgan, G., & Caullier-Grice, J. (2008). How to Innovate. *The tools for social innovation*. Londres,: The Young Foundation, NESTA.
- NONAKA, I. (1994). *A dynamic theory of organizational knowledge creation* (Vols. vol.5, nº 1). Organization Science.
- Nora, E. (s.f.). <http://www.faud.unsj.edu.ar/>. Obtenido de Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño - Universidad Nacional de San Juan: http://www.faud.unsj.edu.ar/descargas/blogs/apuntes-de-ctedra-mtodos-y-estrategias-de-diseo_Metodos%20y%20Estrategias%20de%20Dise%C3%B1o.pdf
- Organizacion de Estados Americanos [OEI]. (s.f.). *www.oei.es*. Obtenido de <http://www.oei.es/salactsi/oslo3.htm>
- Ortega Hermida, C. A. (09 de 03 de 2016). *youngmarketing.co*. Obtenido de <http://www.youngmarketing.co/co-creacion-la-llave-oculta-de-la-innovacion-empresarial/>
- Ortega, C. A. (09 de 03 de 2016). *youngmarketing.co*. Obtenido de <http://www.youngmarketing.co/co-creacion-la-llave-oculta-de-la-innovacion-empresarial/>

- Prádanos, E. (2013). *El blog de Eduardo Prádanos*. Obtenido de <https://eduardopradanos.com/2013/01/09/que-es-la-cocreacion-y-cual-es-la-diferencia-con-crowdsourcing-y-open-innovation/>
- Quijano, G. (01 de 2013). *Marketing y finanzas.net*. Obtenido de <http://www.marketingyfinanzas.net/2013/01/cocreacion-permita-que-su-cliente-le-ayude-hacer-su-producto/>
- Quode. (31 de octubre de 2012). *qodeblog*. Obtenido de <http://qode.pro/blog/que-es-una-app/>
- Reinhard Dienes Studio. (s.f.). *Reinhard Dienes Studio*. Obtenido de <http://www.reinharddienes.com/>
- Sanders, E. (2006). "Design serving people, New languages for co-creation" University of Art and Design Helsinki. Copenhagen.: Cumulus Working Papers;.
- Sanders, E., & Stappers, P. J. (2008). "Co-creation and the new landscapes of design". *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts*, 4 n°1.
- Sanders, L., & Simons , G. (December de 2009). <http://timreview.ca/>. Obtenido de "A Social Vision for Value Co-creation in Design": <http://timreview.ca/node/310>
- serviciostic. (sf). <http://www.serviciostic.com/>. Obtenido de <http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html>
- sites.google.com. (sf). Obtenido de <https://sites.google.com/site/hangouts21551023/>
- The MTic-design knowledge exchange program. (2015). *MTic design*. Obtenido de <http://mtic-design.nl/project/>
- Torreblanca, F. (2015). *Francisco torreblanca*. Obtenido de <http://franciscotorreblanca.es/que-es-la-cocreacion/>
- Valbuena Buitrago, W. S. (Diciembre de 2015). *Researchgate.net*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/287201875_Como_estudiar_la_Interculturalidad_de_sde_el_Disenio_Co-creacion_de_interfaces_pluriculturales
- Verganti, R. (2009). Design Driven Innovation – Changing the Rules of Competition. *by Radically Innovating what Things Mean*. Boston: MA: Harvard Business Press.
- Walsh, C. (1998). *www.unicef.org*. Obtenido de "La interculturalidad en la Educación": http://www.unicef.org/peru/_files/Publicaciones/Educacionbasica/peru_educacion_interculturalidad.pdf
- web20ple. (s.f.). *web20ple.wikispaces.com*. Obtenido de <https://web20ple.wikispaces.com/Dropbox>
- wikipedia.org. (s.f.). <https://es.wikipedia.org>. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>
- Zurbriggen, C., & González, M. (s.f.). *Revista Iberoamericana de ciencia, tecnologia e innovación*. Obtenido de Co-producción, co-diseño e innovacion social: http://www.revistacts.net/files/Volumen_10_Numero_30/06GonzalezLagoEDITADO.pdf

Anexos



Anexos 1. Entrevista abierta Juanita Betancur - 5AM Studio – Medellín.

DATOS TECNICOS (Rotulo del video de la entrevista):			
Nombre del archivo:	Entrevista cerrada a Juanita Betancur - 5AM Studio - Medellín		
Tema:	Experiencia generada en el desarrollo del proyecto del MTic-design Project.		
Formato: (.wmv)	Fecha: 04 de Mayo 2016	Tipo: Audio:	Video: <input checked="" type="checkbox"/>
Personas que intervienen en el dialogo:	Nombre del entrevistado:	Javier Yepez - Yamid Narváez.	
	Nombre del entrevistador:	Juanita Betancur	
<p>Cordial saludo mi nombre es: Javier Yepez y Yamid Narváez. La siguiente es una entrevista abierta desarrollada por el grupo de investigación CORD del Departamento de Diseño, Universidad de Nariño - Colombia; mediante esta herramienta queremos que ustedes nos cuenten sobre sus experiencia y expectativas, antes, durante y después como también escuchar sus conclusiones y recomendaciones del proyecto, MTic-design Project.</p> <p>La información que ustedes nos suministren servirá como uno de los principales insumo para esta investigación.</p>			
PERFIL DEL DISEÑADOR			
-¿Quién es Juanita Betancur?-			
Fragmentos del audio o video más relevantes:			

Ingeniera de diseño de producto de la Universidad EAFIT del año 2009, con estudios de diseño gráfico, gerencia comercial y mercadeo.

Desde mi graduación he trabajado en el diseño de producto en Mulica y en 5Am, actualmente estoy dedicada al diseño de producto, estoy trabajando en montar una nueva marca, que espero lanzarla muy pronto, y todo el tiempo estoy pensando en que cosas hacer.

En la parte personal soy persona muy alegre y dispuesta a ayudar y por eso estamos participando en eso.

EXPERIENCIAS:

- Cuéntenos un poco de su experiencia en el desarrollo del proyecto WATERLENS

PROJECT.-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

A nosotros quien nos contacto fue Danilo Calvache. El proyecto en cuanto experiencia fue demasiado interesante, es algo que nos deja como muchas enseñanzas, por que aprendimos mucho de la otra persona no solamente desde la parte académica y de diseño y procesos de diseño sino que también de la persona como tal y aprende uno muchas cosas en un corto tiempo, de cómo trabaja el uno no con el otro.

EXPECTATIVAS:

-¿Cuáles eran sus expectativas cuando usted decide ingresar al proyecto de intercambio de conocimiento?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Realmente cuando nosotros empezamos el proyecto empezamos con todas las expectativas gigantes, porque nosotros nunca lo habíamos hecho, nos parecía algo “guuuu” por decirlo en una forma muy expresiva. ¡Porque cuando uno...! en la vida va a pensar que iba a diseñar

con una persona de Holanda y que es posible hacerlo y aparte el gobierno estaba apoyando este proceso pues el gobierno Holandés, porque incluso a nosotros nos daban un dinero, para poder desarrollar el proyecto, entonces desde todos los puntos de vista era una cosa como muy grande, nosotros pensábamos que íbamos a desarrollar un mejor producto y es pues como si... nosotros esperábamos como... creo que no dimos de pronto todo lo que teníamos para dar o no fue la mejor forma de abordar el proyecto, me explico, nosotros a ver digamos que empezamos el proyecto queriendo hacer las cosas en el orden de como nosotros las hacemos y nuestro compañero también lo quiso hacer así, pues o así lo percibimos nosotros, entonces no hubo un momento de conocimiento de las dos personas de entender tu como trabajas o yo como trabajo, y como nos vamos a ordenar, sino con el afán de pronto de hacer las cosas demasiado bien demasiado y rápido, cada uno con su forma, digamos que nos separamos y cada uno hizo su proyecto.

-Luego de haber participado en el proyecto de intercambio de conocimiento ¿Cuál son sus expectativas en cuanto a la co-creación?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Pues cuando empezamos, digamos empezamos muy bien, ósea como persona Rick digamos es demasiado buena onda, nosotros también entonces la parte de conversación y todo fue muy fácil, pero teníamos obviamente un limitante y es el idioma, por más que yo sepa inglés y él también sabe pues los acentos son muy distintos, yo no soy la más experta, habían cosas muy difíciles de comunicar uno a veces se comunica en ingles cuando son cosas como sociales, nunca me había tocado hablar de algo de trabajo o de diseño, entonces para explicar muchas cosas era difícil y de pronto nosotros no buscamos todas las herramientas para hacerlo, nosotros nos comunicamos por Gmail por Hangouts, creo que una vez por Skype, pero fue

mucho por Hangouts, y a veces por Gmail pero la comunicación era súper difícil digamos, yo a veces le escribía e-mails y a veces la respuesta se tardaba mucho en llegar o a veces yo no podía estar en una cita con él porque tenía una reunión, bueno entonces dejamos pasar el tiempo, al principio si hicimos como un acuerdo entonces empezamos a mirar una... como referentes en lo que nos queríamos basar y hablamos de lo que queríamos trabajar que a cada uno nos gustaba mucho la iluminación entonces pensamos en la iluminación y además miramos que las dos ciudades, pues que los dos referentes que teníamos eran buenos referentes en ese sentido y miramos que él exploró Medellín y yo explore Arnhem, mirando como las cosas que teníamos cada uno como potenciales, él identificó cosas de Medellín muy chéveres que nosotros no habíamos pillado y nosotros identificamos cosas de Arnhem que él no hubiera pensado, allí me gusto el trabajo y fue muy chévere por que integramos las dos culturas, como cada uno desde su lugar buscando los beneficios de la otra ¿Si me entienden?

-Si- Y eso fue muy chévere porque si iniciamos con cosas que el otro no había identificado pero allí definimos que íbamos a trabajar la iluminación y a nosotros nos gustaba como la parte verde de Arnhem. La iluminación de diciembre de Medellín a él le encanto y él lo quería usar como uno de los temas principales, bueno entonces ahí empezamos nuestro trabajo pero allí nos empezamos a separar, por que digamos que ellos tienen una forma de trabajar donde investigan primero, digamos materiales procesos y de acuerdo a esa investigación de los materiales y de los procesos desarrollan los productos, yo no sé ustedes como lo trabajan, pero nosotros normalmente acá en 5Am lo que hacemos es que definimos casi lo que queremos diseñar primero, yo quiero diseñar una lámpara o iluminación de exterior o mobiliario urbano y en Holanda no, en Holanda lo que él quería era investigar materiales y ver qué producto se podría hacerse con eso, y ahí fue nuestro primer choque, porque nosotros no

estamos acostumbrados a hacer ese proceso y el tampoco igual al de nosotros, a él le gustaba más (Y me parece súper valido pues) a él le gustaba hacerlo de la otra forma, de pronto también por tiempo, de pronto él tenía más tiempo para dedicarle al proyecto, nosotros teníamos que definirlo muy bien porque aparte de este proyecto estamos trabajamos constantemente, entonces tenemos que repartirnos muy bien, entonces en ese momento nos comenzamos a separar, cada uno empezó a presentar sus propuestas de iluminación, Rick tenía como una idea muy chévere que era como con liquides como lentes con agua o no recuerdo, unos lentes que podrían generar unos reflejos en la superficie, como cuando la luz atravesaba el líquido quedaba súper chévere entonces empezamos a adoptar esos conceptos en nuestras propuestas. Finalmente como ya en el proseo final no pudimos como aportar nada entonces nosotros ya empezamos con otro proceso que era como con un tejido con láminas metálicas que también era como con una inspiración en Medellín que es una ciudad textilera, pensando en la forma de cómo se dan los tejidos y de acuerdo con eso empezamos a desarrollar, nosotros hicimos dos propuestas, incluso una que ya era como de las lámparas pensando en el proceso de Rick y el proceso de nosotros que era de mobiliario ósea digamos que la experiencia es muy muy, ósea deja demasiadas enseñanzas, incluso nos deja ganas de seguir trabajando de forma colaborativa, pero aprendimos que hay una cosa importante que nosotros no la hicimos y es conocer a la otra persona, no es la parte académica ni profesional si no conocer a la persona como tal, ósea saber que le gusta, que esta, como desarrolla sus procesos, que el sitio donde vive, tu vida, porque esto hace una cercanía entre las personas y esto permite entender más como se hace los procesos ya en la parte profesional.

Que más cosas que nos dejó como enseñanza y es como tenemos que buscar entender mucho más la tecnología, digamos como aplicarla más, porque uno no está acostumbrado a

hacerlo, sino que nosotros estamos acostumbrados a trabajar cerquita el uno al otro y entonces es como entender estas formas de comunicación y hacerlas más cercanas, digamos nosotros vimos otros equipos que se mostraban fotos por aquí, se mostraban sketches, se escogían como cosas así, nosotros nos cerramos de pronto desde los dos lados y es que nosotros simplemente hacíamos como una reunión acá nos mostrábamos algunas cositas y otras por e-mail, entonces se volvió una cosa como muy impersonal, como si fuera una tarea y no un trabajo en equipo, entonces digamos que ese fue un error nuestro, aunque nosotros digamos que la primera parte nos nutrió mucho y conocerlo a él y como entender esos procesos, nos permitió diseñar cosas también bacanas y yo incluso todavía continuo con el proyecto para presentar en Medellín en design week que es en junio, un producto mejor terminado.

-Cuando comenta que ustedes, (digamos que depende de cada profesión y depende de la academia pero también de la persona), cuando usted dice que hay personas, que se dedican primero a investigar los materiales las técnicas y luego a diseñar ¿A qué se refiere?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Rick, primero genera el concepto, luego busca los materiales y luego diseña o genera en si la ideas o define el producto. En esa parte me dices que fue uno de los detonantes para no ponerse de acuerdo. Y ustedes lo primero que hacen me imagino es hacer la idea de una vez el boceto y ahora si hagamos el producto entonces.-

Si, ahora si ni siquiera definimos materiales en el boceto, sino que lo hacemos como lo que nos guste físicamente o formalmente y buscamos como que materiales se pueden usar para hacer el proceso, ósea nosotros si investigamos los materiales pero ya -después- exacto como lo que nos pueda servir para hacer esas forma y para hacer que se vea lo más bonito

posible, obviamente pues aplicando todas las partes del referente y pensando en el referente digamos pensamos en la forma y en el referente también están incluidos los materiales, pero no es, no investigamos de iniciada los materiales para ver las bondades y eso es un error.

-¿Les ha pasado que gastan más de lo presupuestado, por no entrar a hacer primero la investigación de los materiales y la técnica que usaran para trabajar ese material?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Pues realmente lo que pasa es que nosotros... Bueno si hay si tienen la razón y eso nos pasó en este proyecto que nos acabamos de dar cuenta hace poquito y es que el tejido con las láminas metálicas es una cosa, un proceso carísimo que si se puede hacer pues para el producto final pero lo que se hace es que no nos daría un valor muy comercial ósea después no podríamos vender el producto porque sería que casi una obra de arte, porque es una cosa tejida muy manual a veces y si se hace con maquina habría que hacer unos moldes carísimos y entonces si hay si hay uno de los errores.

Qué pasa con experiencia de nosotros, como nosotros ya tenemos la marca digamos desde el 2012 o desde el 2011 incluso por que fue un años del proceso de creación y digamos que ya conocemos muchos de los procesos que están en Medellín, y entendemos cuánto valen por cosas y tenemos muchas experiencia en el tema y digamos que a veces creemos que esa experiencia ya nos va a dar toda la posibilidad para diseñar sin investigar pero al enfrentarnos a este proyecto como me dicen a mí me toco abortar por decirlo así el proyecto, el proyecto del tejido ya no va más por que finalmente no va hacer comercial entonces si es verdad es muy triste porque formalmente se ve una nota en la parte del concepto de la justificación del producto estaba muy chévere pero comercialmente no puede venderse

entonces para que continuar porque es verdad sería un producto carísimo entonces si nos ha pasado y es otra de las enseñanzas.

-¿Estos temas así, como los estamos tratando en este momento también los trataron con Rick?

¿Nunca los trataron? ¿De cómo o cual sería la metodología?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

No pues lo intentamos, lo que pasa es que, como que cada uno tiro por su lado, ¿si me entienden?, entonces como era una cosa que era como con tiempo, y con entregas y la comunicación no era tan fácil, porque, bueno a nosotros nos tocó un amigo que es Rick que estaba metido como que en una producción para la feria de Milán en ese tiempo, era un tiempo donde estaba distraído y todas concentrado en otras cosas, nosotros también estábamos participando creo que en esa época en local “feria” entonces fue un tiempo que estuvimos como ausentes, Entonces fue que cada uno necesito en algún momento avanzar de alguna forma y de mostrar avances en el proyecto, y ni siquiera acordamos que nos íbamos a separar, ósea cada uno dijo no tenemos que hacer algo entonces le mandábamos reportes a Rick, como que bueno estamos haciendo todo esto, no sé qué para que veas y a veces ni siquiera recibíamos respuesta de la otra parte, porque estaba concentrado desarrollando su producto, entonces para mí fue más también falta de comunicación, como te digo y la falta de comunicación para mí se dio, por al principio no hacer una relación personal más chévere, pues como más cercana, donde uno pudiera saber que podía abordar a la otra persona a decirle más tranquilamente pues a mí me parece esto, pues tus procesos no sé qué, pues nosotros sentimos sorpresas en ese sentido, porque vimos que él estaba trabajando muy individualizado, él quería hacerlo así y él también de pronto lo sintió así frente a nosotros, Digamos que en cuanto a la persona es un bacán y es un teso, pero no logramos acordar

muchas cosas, que se deben acordar casi que desde el principio, por que entender al otro, bueno como trabaja y de su forma de hacer las cosas.

Otra cosa que me pareció difícil en el proyecto es de pronto... Digamos que en Holanda hay más procesos o de pronto están más abiertos a la investigación o no se... más tecnologías, digamos que Rick quería hacer unas cosas en vidrio soplado y nosotros acá eso no tenemos donde hacerlo, buscamos por todas partes y no podríamos encontrar en Medellín, en Bogotá si queda como una pero es súper artesanal ósea que nos ayuden es más difícil que en Holanda, En Holanda es como si estuvieran acostumbrados a sus investigaciones, que tu taller es una nota y de pronto la gente es más abierta y los diseñadores están todo el tiempo creando. Aquí hay que pedir muchos favores y a veces es muy difícil que le ayuden a uno (Pues sí, mira investiguemos por este lado y a veces nos encontramos con respuestas que es un simple No, ve acá no lo podemos hacer entonces chao) entonces esas diferencias en la cultura, que no dependía de nosotros sino de, con los que trabajábamos también hacen una diferencia. Bueno y otra cosa que les quería decir aparte de todo que no crean que todo es malo, que todo lo que estoy diciendo no es nada malo, a mí me encanto el proyecto porque nosotros vivimos aparte de la experiencia con Rick, presentar el proyecto a los otros, que todos pudieran ver diseño de Colombia a mí me parece grandioso y entender cómo se puede tener un proceso un proyecto colaborativo, también me parece grandioso, yo lo volvería hacer... ¡Pero mejor!

-Estábamos hablando de la relación personal con Rick, que fue muy buena y que si falto de pronto en la relación profesional, que son dos cosas muy diferentes ¿No?, primero que, para poder trabajar en equipo, hay que conocerse como persona.- Si en eso nos faltó un poco. -Y después ya en la parte profesional o... Bueno pueden ser las dos al mismo tiempo.

Y usted habla de que ustedes se dieron cuenta de que había una ruptura, ¿En ese momento trataron de arreglarla, de hablar con él, de decir pasa esto?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Si claro enviamos sobretodo un correo porque no logramos reunirnos, por que como te digo, él estaba súper ocupado con su feria de Milán, entonces fue más como que entendimos que el proceso estaba siendo difícil hacerlo juntos, porque estaba muy concentrado en la feria nosotros también, pues no solamente culpa de él, nuestra también pues estábamos muy concentrados en la marca entonces encontrar momentos en que los dos nos podríamos reunirnos y entrevistar está siendo difícil, entonces fue el momento en que dijimos listo tenemos que avanzar de alguna forma, no nos estamos encontrando porque es difícil y entonces nos tocaba avanzar porque teníamos que presentar algo, pero no fue como una ruptura de pelea o algo así, porque todo fue súper bien, si no de que nos dimos cuenta de que en los tiempos no estábamos, no estaban acordes, ósea nosotros no podíamos ponernos de acuerdo ni siquiera para una reunión, entonces si nosotros seguíamos alegando eso no íbamos a presentar nada, entonces fue más por eso, intentamos muchas veces pero él estaba ocupado nosotros también, el correo como vamos hasta que ya, cada uno tomo por su lado.

Yo hablando con Bass, Bass Salas es uno de los coordinadores del proyecto, el por ejemplo nos decía que, en estos días que vino a Medellín, que Rick por ejemplo, de nosotros también tiene una súper buena imagen que dice que somos súper bien, que nos relacionamos súper bien en todo el proyecto, pero que no pudimos como que ponernos de acuerdo en la forma de trabajar, entonces es más eso.

-¿Usted dice que si volvería a diseñar nuevamente? y ¿Trabajaría nuevamente con Rick o con otras personas?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Si con otra persona y hasta con Rick, pues lo que yo digo es que tenemos que corregir desde el inicio, conociendo a la otra persona, para poder entender no solamente su forma de trabajo, porque nosotros si le preguntamos a él como trabajaba y él nos preguntó a nosotros, pero nunca pudimos convencer al otro de trabajar como nosotros queríamos ni él nos logró convencer a nosotros, ¿El error cual fue? no llegamos al acuerdo, ósea nadie cedió y cada uno quería hacer las cosas como como está acostumbrado, de pronto por hacerlo más rápido, por hacerlo más fácil, o no se... simplemente por cómo está acostumbrado a trabajar, pero si volvería a trabajar con Rick, claro cayo súper bien, me parece súper teso, no sé si han visto algo del trabajo de él, tiene unas cosas muy bacanas y ya sabiendo el cómo trabaja y cómo es su proceso, todavía puedo aprender muchísimo más, incluso me gustaría.

-Cuando nos reunimos al principio empezamos a generar una hipótesis, De que hay diseñadores pasivos y diseñadores activos. Entonces era la cuestión de que si se miraba, de que hay muchos procesos, igual ósea uno en la experiencia de uno, se ve que a veces uno termina imponiendo, sí (...) imponiendo los colores, o imponiendo las formas, materiales, entonces eso era como una de las preguntas que nos hacíamos nosotros, que si existían diseñadores activos y pasivos. ¿Allá entre ustedes quien fue el dominante?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Digamos que entre nosotros no pudo haber dominante, porque cada uno quería, ósea los dos somos activos probablemente, entonces los dos queríamos presentar muchas propuestas y nadie cedía ante el otro, entonces ahí es lo difícil, pero a mí me parece chévere incluso en los equipos entiendo mucho la teoría de ustedes, que hallan varios activos, porque eso es muy chévere cuando hay varios activos es cuando uno realmente puede llegar a un producto final

más ganador, porque los dos van a decidir si funciona, los dos van a elegir el mejor material, o los dos van a buscar siempre que su idea sea la que gane, entonces van a intentar mejorar el producto. Por eso a mí me gustaría volver a trabajar con Rick, porque sé que es muy teso y sé que tiene unas ideas muy bacanas, que no logramos adoptar, pero sería una nota digamos. Y pero yo no siempre soy activa, también a veces he sido pasiva, pues uno reconoce cuando el diseño del otro dice es “guauuuu” es muy teso, aportemos nada más y proponer unos cambiecitos nada más, como en función o como cositas de forma, textura, material. También puedo ser pasiva pero en ese caso creo que los dos queríamos ser activos y casi que ganar con el diseño. A bueno y otra cosa al principio cuando empecé el proyecto yo pensé que era hacer cada uno un diseño distinto, ósea como que cada uno haga su trabajo aparte, pero que hiciera parte de un todo, que definiáramos referentes, definiríamos de pronto temas, materiales. Y pues cuando ya estaba avanzando el proyecto. Desde el planteamiento yo pensé que era eso apenas cuando ya nos contaron bien que era colaborativo pues si me parecía que era más difícil por la parte de la distancia, pero mucho de los otros proyectos, no sé si ustedes los hayan visto, mi favorito es el que hizo que hizo los chicos de MOAK que es un objeto de picnic o la lámpara que hizo la bestial que es otro estudio de acá de Medellín o WHISPER que es un proyecto en cerámica y la otra en porcelana, cuando vemos esos proyectos vemos que si se puede llegar hacer proyectos colaborativos y que se pueden hacer súper bien.

-Cuando ustedes tienen que entregar el proyecto. ¿Ustedes tuvieron que elaborar el producto final o realizar un prototipo, lo mismo del lado de Holanda de Rick? y cuando ustedes ya lo miran ya echo elaborado. ¿Cuál es esa sensación?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

La cosa es que nosotros no llegamos hacer el prototipo real, nosotros hicimos modelo y lo hicimos casi que manual con unas laminas metálicas muy delgadas, porque precisamente los procesos para poder hacer el producto real era de un costoso altísimo y muy difícil, entonces digamos para mí en realidad cuando lo vi me sentí triste, no por el producto diseñado sino por el resultado del modelo porque no se veía de la calidad que nosotros queríamos tener y de la cálida que nosotros estamos acostumbrados a tener dentro de la marca, digamos sin que suene como creído, pero si cada uno tiene como unas metas donde llegar y como nosotros vimos nuestro prototipo no alcanzaba las metas de nosotros, entonces digamos que ahí hubo una desilusión propia y ya incluso por eso después de nosotros presentar a Rick le toco presentar nuestro proyecto allá yo, junto con el tuvimos que hacer una presentación final, donde incluía los dos diseños, bueno al hacer la presentación final, nosotros así hayamos trabajado separados, digamos que yo me encargue de hacer la de los dos con lo que él me había mandado él me había contado que había hecho su lámpara, ósea si seguíamos en contacto no es que hallamos roto como el contacto sino que cada uno diseño por su lado entonces yo hice la presentación final y el la mostro, mostro lo que yo les estoy contando de que al principio iniciamos por el mismo camino y al final nos fuimos separando pero que llegamos a dos productos finales que igual se podían como complementar en la parte que era iluminación exterior, mobiliario.

Incluso cuando Rick lo presento en Holanda era como penoso, porque nosotros quería que el producto sea súper teso, por eso después de eso al terminarlo nosotros continuamos con el proyecto yo seguí investigando a ver si todavía se podía hacer el producto y todavía estoy en esas, pero no voy a hacer ese producto, sino vamos a desarrollar otro producto como les contaba para el Medellín desing week que esta por ahí en los sketches del proyecto. ¿Ustedes

tienen o les mostraron todo? –No la verdad no en cierto sentido tenemos poca información, para ir la consiguiéndola poco a poco, para poder generar estos procesos.- Otras de las tecnologías que nosotros usamos pues para la comunicación fue dropbox, en dropbox cada uno iba poniendo lo que cada uno iba haciendo como modelaciones, renders, sketches en lápiz sean feos o bonitos, ideas de materiales, recortes y todo como fotos de cosas que nos inspiraban que eso también es importante para el proceso.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Conocer a la otra persona, Que no solo sea un trabajo profesional o una tarea con objetivos por cumplir, sino que es un trabajo realmente en equipo, donde tiene que entender a la otra persona no solamente como trabaja, sino como es la otra persona, ósea para poder saber cómo abordar el proyecto, Eso genera una relación más cercana, lo primero para poder desarrollar un proyecto, sobre todo a distancia, porque cuando uno tiene a la persona alado finalmente la termina conociéndola, pero a distancia si realmente hay que buscar la forma de entender a la otra persona haciendo de pronto sesiones más seguidas o hablando más por WhatsApp, por skype o por cualquier medio para hacer más cercana a la persona.

Siempre buscar los medios para transmitir las ideas, no quedarse en los básicos, ósea buscar muchas formas de transmitir las ideas y que el otro las entienda y sustentar muy bien para nutrir más el trabajo.

Yo creo que lo más importante es la primera parte, generar esa relación para que el proyecto fluya.

-Quería preguntarle, en cuanto al nivel, desde su perspectiva ¿Lo vio de igual a igual, superior, en cuanto a la tecnología, lo profesional en fin?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Yo lo vi de igual a igual en cuanto a conocimiento y desarrollo a propuestas, lo que no vi de igual a igual es que si el desarrollo de la tecnología allá es más alto, de pronto tienen desarrollo de tecnologías que nosotros no hemos manejado nunca, es por eso, digamos cuando hablábamos de manejo de paneles solares nosotros sabemos que existen y acá también los manejan pues, no es que los usen pero es una cosa traída todo es traído es importado entonces todo es más caro y allá no es tan caro. Entonces esas son las diferencias digamos que son más cercanas a ellos, porque no son tan caras ellos se acercan más a esos procesos y es allí donde veríamos más las diferencias. Nosotros estamos acostumbrados y uno se acostumbra a trabajar con lo que es local.

CONCLUSIONES POR PARTE DE LOS INVESTIGADORES:

(Este tipo de conclusiones deben ser abiertas y no tendenciosas).

Diseñadora local, es la primera vez que trabaja a nivel internacional.

En cuanto al abordar el proyecto surgieron diferencias metodológicas que de una u otra forma influyeron el resultado final, en cuanto a la comunicación hubo conflictos que impidieron que el proyecto fluya normalmente, y al terminar el proyecto vemos dos resultados diferentes en cuanto a producto pero con los mismos referentes y conceptos acordados en equipo.

Anexos 2. Entrevista abierta Pablo Fog - REINHARD DIENES STUDIO – Bogotá.

DATOS TECNICOS (Rotulo del video de la entrevista):

Nombre del archivo:	Entrevista abierta a Pablo Fog - REINHARD DIENES STUDIO - Bogotá		
Tema:	Experiencia generada en el desarrollo del proyecto del MTic-design Project.		
Formato: (.wmv)	Fecha: 11 de Mayo 2016	Tipo: Audio: X	Video:
Personas que intervienen en el dialogo:	Nombre del entrevistado:	Javier Yepez.	
	Nombre del entrevistador:	Pablo Fog.	

Cordial saludo mi nombre es: **Javier Yepez**. La siguiente es una entrevista abierta desarrollada por el grupo de investigación CORD del Departamento de Diseño, Universidad de Nariño - Colombia; mediante esta herramienta queremos que ustedes nos cuenten sobre sus experiencia y expectativas, antes, durante y después como también escuchar sus conclusiones y recomendaciones del proyecto, MTic-design Project.

La información que ustedes nos suministren servirá como uno de los principales insumo para esta investigación.

PERFIL DEL DISEÑADOR

-Cuéntenos un poco. ¿Quién es Pablo Fog?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Pablo Fog es un diseñador industrial, ingeniero industrial, estudiando acá en Bogotá en Copenhague, también en la india, emprendedor cuando salí de estudiar no tuve un empleo, y

empecé con diseño de servicios y productos, hice muchas cosas, al mismo tiempo, llevo un empresa de construcción modular, entonces hoy en día tengo una empresa de arquitectura modular y una empresa de diseño industrial enfocada al producto.

Listo, eso es más o menos lo que soy, tengo 32 años, independiente, socio de una empresa, socio independiente en la otra.

-¿Qué es REINHARD DIENES STUDIO?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Reinhard Dienes Studio, lo funda Reinhard Dienes en Alemania hace 12 años, empiezo hacer internacionales directamente con ellos, tanto cosas en Colombia y cosas en Alemania luego se abre la sucursal de Bogotá de la cual soy socio, y trabajamos proyectos para Europa y para Colombia básicamente.

EXPERIENCIAS:

-Queremos conocer un poco ¿Cuál fue la experiencia en el desarrollo del proyecto FILTER PLANTER?-

Fragmentos del audio o video más relevantes:

Ok la experiencia fue muy buena, digamos que nosotros tuvimos un incidente un poquito desafortunado con el proyecto, y es que nuestro panel holandés no pudo seguir con el proyecto por problemas médicos, entonces nos tocó seguir a nosotros, digamos que el primer treinta por ciento del proyecto fue desarrollo del conjunto y en conjunto se escogió la técnica con que se iba a trabajar, nuestro tema era agua y yo principalmente quería ir mucho a al lateralidad, el asunto es que se le metió un ingrediente más briff y era que trabajáramos con materiales locales de Colombia y ojala artesanales, por que del lado mío estamos jalando un proyecto de trabajo, de producto de diseño para exportar con comunidades artesanales de

acá, entonces me pareció una buena oportunidad y una buena ventana para unificar los dos proyectos, elegimos terracota, cerámica tipo terracota y la experiencia digamos no fue tan enriquecedora en términos de colaboración internacional, que se tenía que hacer con la dupla holandesa, pues él tuvo que dejar el proyecto en etapa temprana, entonces de ahí básicamente se volvió un proyecto de desarrollo dentro del estudio como cualquier otro proyecto que se desarrolla en el estudio, digamos que lo que queríamos en el proyecto era mostrar el agua de una manera posiblemente que... bueno mostrar el agua no sería la palabra, sino como usar el agua de una manera que tal vez no era muy común para mucha gente, generando beneficios, función y comodidad para el usuario, el terracota es un material poroso que puede transmitir agua de un lugar para otro de acuerdo a la diferencia de humedades que exista, entonces por eso se decidió utilizar el terracota con el tema agua que traía el briff del M-Tic, para finalmente llegar a un producto de decoración dentro de casa, en el interior que pueda tener tus plantas, tu albaca, tus romero, hierbas que puedas tener para cocinar o comer o para condimentar y que no tengas que tener que regarlos con la misma frecuencia que los regaría si estuvieran sembrado tradicionalmente, sino que pudieras reducir el sistema de regado en un ochenta por ciento (80 %), manteniendo la calidad de la planta.

-¿Cómo fue ese proceso de investigación y desarrollo del proyecto (FILTER PLANTER), Sobre todo en ese primer 30% que si había colaboración de la dupla Holandesa y después, como se dio la investigación de desarrollo, ya sin la dupla Holandesa?-

Ok, pues inicialmente fue muchas reuniones por Skype, nos presentábamos tareas por un lado y por el otro y nos las presentábamos muy bien en términos de ideas de que podíamos hacer y de investigación, y alcanzo hacer como eso, en un momento ya dijimos bueno sí, el terracota es el material, entonces nosotros teníamos la visión de usar el agua de una manera que no era

tan obvia y no era tan común y el panel holandés por ejemplo tenía una visión más artística del asusto y la propuesta de él era hacer un objeto y después regarlo como con agua alrededor, antes de la quema para que la misma aspersión del agua le fuera dando como ciertas texturas, digamos que en ese momento se quedó el proyecto con la dupla, quedamos de hacer nosotros una pruebas de filtrado, habían dos ideas que a nosotros nos gustaba ya en la etapa de prototipaje es decir yo creo que el terracota absorbe y que pasa agua y tal, entonces compruébelo y si también se creía que un terracota húmedo poniéndole agua a presión le cambiaba la forma y le daba textura y después se le quemaba y daba efectos interesante entonces comprobémoslo y en eso estábamos cuando dejamos de trabajar juntos.

-Esta parte que me interesa bastante y es ¿Cuando ustedes hacían el intercambio de conocimiento habían diferencias en la forma de pensar o de como abordaban el proyecto?-

Haber digamos que esa respuesta es muy ambigua, nosotros al venir con Anahí y Danesa de diseño muy racional y de Alemania y de Dinamarca que estando tan cerca a Holanda tienen una rices y unos fundamentos de diseño muy similares, digamos muy constructivistas, funcionales, de formas muy claras, muy limpias simples pero inteligentes con concepto, entonces en ese orden de ideas, no tuvimos grandes diferencias, digamos q una de las principales diferencias más evidentes es que nosotros latina misamos nuestros diseños, desde unas formas y funciones y conceptos muy claros, y se le daba un toque de sabor latino y no se quedan en ser tan minimalista y en grises y en blanco, como productos de estaciones de invierno o en productos para países con estaciones, sino más bien les damos esos toques más latinos.

-¿Cómo fue el desarrollo del proyecto, desde q la dupla Holandesa salió? ¿Cómo se siguió desarrollando el proyecto?-

Seguimos nuestro proceso de diseño tradicional, por eso es que te digo que esto no se puede publicar pero chévere que lo usen para la parte investigativa.

Además el M-tic, se trata de eso, pero es nuestro proceso de diseño también, Sí. Entonces dentro de la etapa de investigación, hicimos el brigstone, y salió la idea de usar el agua de diferentes maneras, se profundizo sobre eso mucho más con investigación, buscando como más se podría mezclar agua y el terracota, buscamos más ideas y de ahí escogimos una y la prototipamos y empezamos a dibujar, cuando vimos que funcionaba el principio físico, empezamos ya a dibujar y a como concentrar eso con un producto, como tú puedes ver hubo un gran proceso antes de pensar en la forma del producto, en la función de un producto, había concepto atrás que es lo importante y lo que creemos que es bastante fuerte de planters, no solo funcionalidad, sino meterle tecnología y un tema de concepto fuerte, entonces nosotros trabajamos mucho la aparte de pre conceptualización, investigación y conceptualización, hicimos ese primer prototipo de terracota que de un lado pasara agua al otro y en este momento, otra vez abrimos investigación, pero por un camino paralelo que se trata básicamente en buscar productos del hogar, el que había en la sala, el que había en la cocina, con algo que queríamos hacer que era algo de decoración, entonces con ese principio de las mejores ideas talvez la mejor idea que tuvimos, fue “mézclémelo” con una planta, pero no solo con plantas de la casa, eso no es nuevo eso ya se ha visto, entonces metámosle plantas comestibles, eso también se ha visto, pero pues empezamos a mesclar cosas y entre tantas, una matera con plantas comestibles totalmente echa por manos artesanas, pero que tuviera formas muy limpias y muy modernas y que tuviera un principio de funcionalidad y beneficios pero que se autorregule su entrada de agua, entonces básicamente hicimos dibujos, conectamos con él mundo que queríamos conectarlo, definimos proporciones, cuál era el contexto, como

era una mesa donde la gente lo iba a poner etc, etc, etc. Después de definir eso nos movimos a unos prototipos volumétricos y a unos prototipos en 3D, de pronto como dato, hicimos físicos en cartón paja y en 3D para estar seguros del tamaño de las proporciones, antes de aplicar colores, ya estábamos seguros de la forma como tal en blanco, estábamos convencidos que funcionaba y empezamos a aplicar colores y texturas que se aplican no solo por dar un look estético sino por funcionalidad, sabemos que el esmalte lo que hace en el terracota es suprimir el paso del agua entonces había unas zonas por requerimientos de diseño que tenían que tener esmalte y habían partes que por requerimiento de diseño no podía tener esmalte, entonces empezamos a jugar donde sí y donde no, lo que hicimos fue buscar colores que sean vivos y contrastantes, había momentos que si se iba a tener esmalte, la idea era que se viera el esmalte y no tratar de esconderlo, definimos ya finalmente alturas y donde llevaba los remates de esmalte y de terracota, donde abre el molde, como se termina la pieza, por donde se le tornea tal pedazo, una parte como más técnica y de producción para salir a los dos productos que se hicieron.

EXPECTATIVAS:

-¿Cuáles eran sus expectativas cuando usted decide ingresar al proyecto de intercambio de conocimiento? Y ¿Cómo fueron Contactados?-

Pues como fuimos contactados estoy casi seguro que fue Danilo, él estaba en contacto con Bass y con Marie Tere, y nos invitó a ver si queríamos participar en la convocatoria si no estoy mal, eso fue ya hace un año y medio, pero a mí me pareció muy chévere y todo. Y la expectativa era también de quien más en Colombia estaba haciendo diseño de más alto nivel y quien más tenía esas ideas en la cabeza y por un lado conectarse con la gente de otros regiones de Colombia que podrían estar interesadas en lo mismo, por otro lado se dijo desde

el principio que íbamos posiblemente a estar en feria y ese tema también nos parecía chévere, y también cualquier proyecto de colaboración internacional y además la unión de unos actores importantes a nivel nacional como que lo motivan a uno a seguir esforzándose y a seguir tratando de unirse con otros diseñadores.

Era exactamente eso, poder conectarse, no era precisamente para buscar proyectos, no era para que Danilo me contrate o yo contratar a Danilo, para conocerse para trabajar en conjunto, de cierta manera también para constatar que tan lejos estábamos nosotros del método de diseño del norte de Europa, más específicamente de Holanda, y varios razones del estudio, personales, pero no hay una expectativa que uno diga no es que esto me va a llevar a la cima, esto me va ayudar a vender diez mil productos, me voy a conseguir un trabajo en Holanda, no había una expectativa grande, sino que encontrar algo nuevo de colaboración internacional que no se ha hecho en el mundo, porque también lo investigamos y no se ha hecho algo así en el mundo, algo así de bien jalado, digamos que lo había patrocinado por el gobierno con un presupuesto para que ellos puedan viajar etc.

-Ok, y creo que también sobretodo en la parte que usted lo dices “del aprender de mirar lo que se estaba haciendo en otras partes del mundo más específicamente en Holanda”.-

Si la verdad un poco, por que como también nosotros estamos en Alemania, y digamos que Alemania con Dinamarca hoy en día es una potencia, tal vez se podría decir al nivel o un poco más alto que Holanda, por eso nuestra expectativa no era tan grande en nuestro caso.

-Luego de haber participado en el proyecto ¿Cuál son sus expectativas en cuanto a la creación?-

Yo creo que es un muy buen inicio, y también creo que las cosas es natural que maduren, la expectativa seria realizar proyectos que tuviera una trascendencia a nivel social y a nivel

económico un poco más fuerte, digamos que yo no soy de la rama de la parte investigativa, sino mucho más de la rama práctica, de mover masas, de hacer y vender y hacer productos que se produzcan miles y todo eso, me parecería interesante ver cómo se mezclan componentes de diseño y venta de producto, que pudiera generar ingresos a las comunidades artesanales, por ejemplo si se trabajara con ellos con un inversión social y económica más fuerte, porque inicialmente el objetivo de M-tic no era ese y no debe ser ese, sino por el contrario arrancar un proyecto de colaboración internacional que hiciera un enfoque, de mayor impacto social y económico.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

¿Está satisfecho con los resultados obtenidos?

Si, a pesar de que no lo pudimos terminar con la dupla Holandesa, estamos bastante satisfecho, yo estoy bastante agradecido con el proyecto en términos de la conferencia que me invitaron a dar en el marco de la feria del libro y del panel de diseñadores y arquitectos Holandeses, para compartirles mi visión de hacia dónde va el diseño colombiano y estoy agradecido y creo que los resultados en términos generales de los proyectos se de todos los diseñadores del proyecto M-tic de la presencia en ferias y eventos, y en relaciones públicas y mercadeo ha sido un éxito todo el proyecto.

-¿Cuáles son sus recomendaciones, o que recomendaría a los diseñadores o profesionales de otras áreas para tener en cuenta a la hora de co-crear?-

Este tipo de proyectos en mi experiencia, lo realizan principalmente universidades, y entes gubernamentales y no el sector privado, entonces aun la investigación y los datos son muy muy importantes, los uso muchísimo en mi carrera en mis empresas, que son componentes del sector privado que aporte ideas, que aporte de cómo esto puede generar valor, no solo el

valor cognitivos y el valor de datos de investigación, sino generar el valor a nivel de impacto social a nivel cultural, y a nivel económico etc. Se podría meterle muchos componentes que fácilmente generaran este tipo de valores adicionalmente a todos los de la investigación, digamos que si uno vuelve la conceptualización del proyecto más interdisciplinar, pienso que tenían unas ventajas enormes, porque no se trata nunca de dejar de hacer investigación por hacer algo más de mercadeo o dejar de hacer investigación por enriquecer la cultura y darle a poblaciones vulnerables, se trata de concertar todos los puntos y hacer proyectos más como a la vanguardia de hoy en día y que conecten carreras profesiones, u oficios y terminen generando valor por todos los lados, entonces recomendaría específicamente que metieran a unos profesiones de diferentes áreas y ojala el sector privado también, a la pre conceptualización del proyecto, que es lo que va hacer este proyecto, que ese tipo de objetivos, los objetivos generales y específicos que se den una vez desde ahí, desde el nacimiento del proyecto, y que este un grupo interdisciplinar pensando en esas cosas, no solo en investigación, sino en generación de valores, publicidad, generación de cultura, creación de patrimonio cultural etc.

CONCLUSIONES POR PARTE DE LOS INVESTIGADORES:

(Este tipo de conclusiones deben ser abiertas y no tendenciosas).



Anexos 3. Entrevista estructurada Juanita Betancur – 5AM STUDIO - Medellín.

DATOS TECNICOS (Rotulo del video de la entrevista):

Nombre del archivo:	Entrevista estructurada Juanita Betancur – 5 AM STUDIO – Medellín, 2.1 y 2.2.		
Tema:	Experiencia generada en el desarrollo del proyecto del MTic-design Project.		
Formato: (.wmv)	Fecha: 19 de mayo 2016	Tipo: Audio: X	Video:
Personas que intervienen en el dialogo:	Nombre del entrevistado:	Javier Yepez.	
	Nombre del entrevistador:	Pablo Fog.	

Cordial saludo mi nombre es: **Javier Yepez**. La siguiente es una entrevista abierta desarrollada por el grupo de investigación CORD del Departamento de Diseño, Universidad de Nariño - Colombia; mediante esta herramienta queremos que ustedes nos cuenten sobre sus experiencia y expectativas, antes, durante y después como también escuchar sus conclusiones y recomendaciones del proyecto, MTic-design Project.

La información que ustedes nos suministren servirá como uno de los principales insumo para esta investigación.

GESTION DOCUMENTAL

-¿Cuáles fueron las herramientas y mecanismos de documentación que ustedes usaron?-

Las herramienta de comunicación la más principal fue Dropbox el E-mail y YouTube que por medio de Hangouts se puede grabar a YouTube por lo que están guardadas algunas de las conversaciones que tuvimos.

-¿Cómo compartieron sus ideas personales y sus resultados?-

Intentamos al principio que fuera por medio de Hangouts, siempre acordábamos una hora la reunión que estuviera bien para los dos y cada uno exponía como su punto y luego el otro opinaba con respecto a la investigación de la otra persona y algunas veces lo compartíamos por e-mail cuando no había mucho tiempo y cuando no lográbamos acordar una reunión, como les había comentado a nosotros nos quedaba un poco difícil acordar tiempos iguales y era imposibles para los dos.

-¿Qué herramienta recomendarían para recopilar información, en este tipo de proyectos?-

Dropbox me parece perfecto, Dropbox permite trabajar en línea permite hacer comentarios sobre los documentos que tú tienes, entonces dropbox no conozco otro.

Hace falta cuando uno va a realizar un proyecto colaborativo hacer una introducción en texto para que le presenten las herramientas que existen, porque uno no las conoce porque uno no ha trabajado ese tema y nunca las ha necesitado por alguna u otra razón. Entonces sería chévere que en los proyectos colaborativos que haya como no una formación sino que una presentación donde uno puedan mirar las herramientas, porque te lo juro no se me ocurrió y no las se usar siquiera.

-¿Crearon nuevas herramientas que les permitió la recolección de datos para desarrollar el proyecto?-

No, la verdad no, nosotros trabajamos muy como siempre hemos trabajado.

COMUNICACIÓN, COLABORACIÓN Y COOPERACIÓN.

-¿Cuáles creen ustedes que fueron las ventajas de la colaboración intercultural?-

El pensamiento distinto y la formación diferente, lo voy a mirar desde un punto desde ya el aprendizaje, porque tú sabes en el proceso no nos fue, no hicimos la mejor colaboración para aprender mucho de ellos, para mi ventajas aunque la culturas son atan distintas, hay cosas que uno logra tener en común, y es que todos son cercanos, les gusta conversar con las personas y uno logra identificar estas cosas en común y puede desarrollar cosas más positivas.

Otra ventaja es que de pronto ellos tiene una tecnología distinta a la de nosotros y eso se complementa, ósea cuando uno empieza a hablar de un tema, la otra personas siempre tiene algo que complementar de pronto distinto o desde su experiencia diferente, entonces no es siempre nunca un pensamiento como aquí que pasa cuando uno habla con los mismos ing... de la misma ciudad porque yo creo que hay diferentes incluso en ciudades, que en la misma ciudad todos vemos los mismos problemas, los mismos benéficos, porque todos estamos formados pues cortados con la misma tijera como dicen por allí, pero cuando es de otra parte el veía beneficios donde nosotros no los veíamos el miraba cosas muy bonitas en los referentes de la ciudad, que a nosotros nos parecían normales entonces es como identificar esas diferencias de los diferentes puntos de vista, muy chévere porque es un complemento.

-¿Cuáles fueron las desventajas de estos procesos?-

El idioma me parece complicado, así yo sepa ingles a veces expresarme y expresarnos y explicar las cosas era difícil.

El tiempo, pues como la diferencia horaria, a veces uno no logra cuadrar es una desventaja pero se puede cuadrar y eso depende de los participantes, pero igual son desventajas por que

juegan como en contra del proyecto la diferencia horaria y el idioma que se puede solucionar y el tiempo.

-¿Y las herramientas también no es una desventaja, lo que hablábamos anteriormente?-

Pues no haberlo conocido, pero digamos que no es una desventaja porque no lo viví ósea yo no sabía que existían si me entiendes, ósea en este momento si se puede ser una desventaja porque qué pesar no haberlas conocido, de pronto pude haber aprovechado más las herramientas, pero si las hubiera conocido se hubieran convertido en una ventaja. Porque no es que yo no haya tenido acceso a ellas si no que yo no las conocía.

-¿Cuáles fueron los métodos y herramientas que usaron para comunicarse y trabajar?-

Hay podemos agregar que durante las reuniones por Hangouts y por Skype, nos mostrábamos en el video los sketches, los dibujos hechos a mano donde explicábamos un poquitico, el hizo modelos con papel, de alguna de las piezas al principio, entonces ello puede ser incluido dentro de las herramientas, o la metodología uno mostrar en vivo y explicar con modelitos y con cosas las ideas que cada uno tiene.

-¿Hicieron alguna lluvia de ideas de pronto?, esto va dentro de los métodos.-

Sí, pero cada uno por separado, ósea hicimos al principio en los métodos, si una lluvia de ideas cada uno dijimos que íbamos hacer iluminación y cada uno comenzó a pensar como en los referentes que habíamos definido en propuestas de iluminación hicimos muchos sketches, de ahí conversamos y escogimos como las ideas que más nos gustaban.

-Usted me dice que definieron que iban a hacer iluminación. ¿Cómo plantearon que iba a hacer iluminación? o ¿Qué alternativas más, Aparte de iluminación tenían? y ¿Cómo llegaron a negociar que sea iluminación?-

Primero cada uno exploro lo que hacia el otro, lo que hacía cada uno de los estudios y nos contamos lo que hacíamos en cada uno de los estudios, entonces definimos que en las dos partes teníamos experiencia un poquito en iluminación y que a los dos nos gustaba, por eso fue que lo hablamos, después empezamos a hablar que es lo que le gustaba a el que es lo que me gustaba a mí del trabajo del trabajo no de persona y definimos que la iluminación nos gustaba a ambos por eso nos metimos por allí.

-¿Qué métodos y herramientas de comunicación uso su equipo con mayor frecuencia?-

Hangouts, E-mail, Skype.

-¿Qué tan efectivas fueron las herramientas que ustedes usaron?-

Hangouts, me pareció muy útil, demasiado útil por que como te dije ahorita uno podía grabarlo en YouTube, me parece un plus, porque queda grabado, para después poder revisar, cosas que aunó de pronto se les escapan, a veces de las conversaciones y de las conclusiones sacadas.

Dropbox también me pareció una herramienta efectiva, la actualización digamos que de los archivos y de las cosas es muy rápido, entonces uno puede ver las cosas casi que en tiempo real ¿cierto?

Que hay materia para agregar pues, de pronto que nosotros no buscamos todas las herramientas posibles como para lograr lo que hablábamos ahorita, fue más como falta, no por falta de efectividad de las herramienta sino porque fue error de nosotros cierto como de no buscar la forma de mostrar mejor las cosas, de pronto de estar más en contacto, ni siquiera usamos WhatsApp, había otra gente de los otros equipos que se mandaban mensajes por WhatsApp, fotos, no sé qué, nosotros fue como si no se nos hubiera ocurrido a ninguno de los dos de usar esa herramienta, entonces creo que no falta efectividad en la herramientas si

no que creatividad de nosotros, creatividad en buscar formas de usar estas herramientas y conocer de otras.

-¿Ustedes consideran que hacen falta más herramientas que faciliten la comunicación a distancia?-

No, pues no porque digamos de cierta forma nosotros buscamos la forma de comunicarnos y nosotros sabíamos, pero si lo miro desde otros equipos y desde como si yo no supiera mucho o no entendiera muy bien el inglés si me parecería muy útil una herramienta que uno pudiera como hablar y que tuviera un traductor instantáneo, pero es muy difícil, pues no sé si eso se puede, creo que google ya tenía una cosa así ¿cierto?

Creo que no hace falta herramientas creo que hace falta conocimiento de las que hay.

-¿El idioma jugo un papel importante en la comprensión, entre ustedes?-

Si. ¿Por qué? Haber vuelvo a repetir, yo digamos que se inglés y lo entiendo muy bien pero no sabía a veces explicar muchas cosas que uno sabe decir floridamente en español, entonces a veces era como tan difícil de explicar y habían cosas como que uno prefería dejarlo así como que hay bueno listo ya, pues no soy capaz de explicarlo de ninguna forma uno no puedo hondar en el tema porque no sé cómo profundizar entonces bueno dejemolo así y ya, de pronto esas fueron algunas de la reacciones yo creo que incluso de los dos, como que el intentaba explicarme algo y yo no lo entendía o como que yo le intentaba explicar algo y él no me entendía finalmente el otro decía entendí listo, listo es esto, uno si entendía pero dejaba uno cosas como al aire, pues detalles que en español o en inglés para él o en el idioma que sea nativo para cada persona no se pierde.

-¿Surgieron mal entendidos debido a la diferencia del idioma?-

No, pues si entendíamos de pronto alguna cosa que no era, pero él lograba explicarnos de alguna forma hasta que entendiéramos lo que era y con dibujos y con sketches a veces es muy fácil a veces cuando uno muestra gráficamente lo que está intentando explicar y con fotos digamos que eso se puede lograr, malos entendidos como que peleas y cosas así, no.

-¿Quedaron esos sin sabores, de será que me entendió o será que me entendieron otra cosa?-

No porque al final, o no sé yo no los sentí así nosotros en la comunicación preguntábamos con si entendiste bien, los dos nos preguntábamos y cada uno dijo que si en su momento. Yo si le entendía pero lo que te estaba diciendo ahorita es que quedaban cosas al aire, pero sinsabores de no entender a la otra persona no.

-¿Cómo los resolvieron esos malos entendidos?-

No aplica.

METODOLOGÍAS Y PROCESOS DE DISEÑO

-¿Ustedes consideran que prevalece una influencia cultural en los diseños, co-creados en el proyecto?-

No, porque, a ver ahí esa pregunta me parece difícil de responder por que nosotros no logramos co-crear de verdad sino que cada uno tomo su rumbo, entonces pues si en la de cada uno va a prevaler su forma de diseñar y su cultura, porque no llegamos al momento que dijéramos de diseñar en conjunto si no que cada uno lo hizo, entonces esa pregunta no encaja, si me entiendes.

-¿Puede hablar sobre la contribución de la cultura en los procesos de diseño co-creados?-

Para mí la cultura es lo que conoces, la educación, lo que vives como lo vives y cada una de las personas está formada de una forma distinta, de acuerdo a la cultura donde vive, nosotros somos muy familiares muy cercanos nos gusta estar mucho con la gente ellos no son tan

familiares, pero siguen siendo como muy cercanos y son conversadores y son abiertos con todas las personas, creo que ellos son más abiertos, incluso a recibir personas nuevas y a trabajar en equipo, nosotros de pronto todavía tenemos una cultura muy cerrada, y al mezclar las dos cosas es un complemento súper importante y no solamente, para mí más es la relación que los diseños. Para mí es un complemento la formación de la persona hace que se creen y alcance más metas, cada uno tiene una forma de ver sus productos y la forma de ver y abordar los problemas, para mí si influye la cultura. La forma de abordar los diseños y las cosas positivas que tiene como materiales y las cosas de como hace el diseño que eso es parte de su educación saber cómo cuestiona y como es el proceso de producir y esta es una cosa nueva para nosotros en el diseño, no nueva si no una metodología diferente para nosotros y que se nos quedó para siempre y que nosotros en algún momento pueda que la utilicemos así y que llegemos a resultados distintos a los que nosotros estamos acostumbrados.

¿Cuáles fueron las metodologías que ustedes usaron para el proceso del diseño?

Lluvia de ideas fue la primera, primero hicimos como un briff más o menos de lo que queríamos, buscamos como la definición del problema, pues no definimos un problema en general pero dijimos que queríamos hacer iluminación para el espacio público, al principio. Buscamos referentes cada uno en las ciudades que trabajaba entonces yo busque en Arnhem que era de Rick y el la de Medellín, y allí integramos como las culturas.

Lluvia de ideas, fue como la más real porque después de la lluvia de ideas nosotros nos centramos a seleccionar una alternativa y a desarrollarla y a identificar como las mejores cosas y a mejorarla, es decir lluvia de ideas es la única que utilizamos, no usamos más.

-¿Notaron diferencias en las metodologías que ustedes propusieron? ¿Cuáles fueron esas diferencias?-

No, digamos que al principio no notamos casi diferencias, al principio fue, cada uno busca referencias ambos sabíamos buscar referencias es la vida y buscamos que nos gustaba de cada ciudad, miramos las cosas positivas de cada una de las ciudades y las compartimos, allí definimos unos puntos en los que los dos estábamos de acuerdo que eran los más vacaneros de cada ciudad y en los que nos podíamos basar, entonces ambos estábamos trabajando, Estábamos en consenso entre los dos, cuando definimos la iluminación también y cuando definimos que íbamos a hacer una lluvia de ideas más o menos de como no lo imaginamos, perfecto ambos coincidíamos en lo que era una lluvia de ideas. De pronto él lo acercaba un poquito más a la parte funcional, entonces no trabajaba todavía en la forma del producto, si no más en la función que quería que prestara el producto y el cómo se iba a construir, nosotros lo trabajábamos en la parte formal sabiendo que después podíamos definir la parte funcional de alguna forma, si había esa diferencia pues como en la forma de hacerla pero la lluvia de ideas era igual por sketches, y a partir de allí fue donde empezamos con las diferencias, porque él quería obviamente seguir con sus proyectos y nosotros con los de nosotros y no logramos como, nosotros intentamos como acoplarnos a su idea de producto, pero digamos que no logramos ese interés de él en nuestra forma y él quería a su forma y allí fue la diferencia, a bueno y en la metodología que él quería seguir investigando por su lado la función y la forma de cómo utilizar los materiales para llegar a la forma y nosotros queríamos definir la forma primero para poder después definir los materiales y hacer que cumpliera la función.

-¿Hubo acuerdos o concesos para usar alguna metodología específica para desarrollar el proyecto?-

Si, la lluvia de ideas, pero a partir de allí ya no, ya no definimos otra metodología y cada uno trabajo por su lado, yo no sé cuál fue la metodología de él. Y la mía después de la lluvia de ideas él quería seguir investigando por su lado la función y la forma de cómo utilizar los materiales para llegar a la forma y nosotros queríamos definir la forma primero para poder después definir los materiales y hacer que cumpliera la función.

-Sabiendo que: Un consenso es adoptar una decisión en común acuerdo entre dos o más partes, y es una síntesis de los diferentes elementos en el que todas las ideas tienen un gran valor ya que todos los aportes se consideran como parte de la solución. ¿En qué etapas del proceso de diseño cree usted que hubo consenso-

En la etapa inicial.

¿Cómo fue ese proceso, para que ustedes llegaran a un consenso en el tema de metodologías?

Realmente fue muy fácil, porque nosotros en las conversaciones iniciales nos contamos un poquito como trabajamos, entonces definimos que lo primero que teníamos que hacer, era poder saber por qué camino íbamos cada uno para poder entendernos, era hacer esa lluvia de ideas de lo que quería cada uno, porque a veces con las palabras uno queda corto, entonces por eso definimos que cada uno va a desarrollar ideas por su lado las vamos a poner en común para mirar que cosas le vemos positivas a cada una de las ideas y de allí partimos para desarrollar el proyecto. Ese fue el primer consenso y lo hicimos súper bien. Y después no logramos hacer más consensos, pero no fue por peleas sino por lo de la metodología que hablamos y por la falta de tiempo, porque no logramos cuadrar una reunión, él no lograba responderme los e-mail a tiempo y cuando él ya respondía yo ya había avanzado.

-¿Surgieron nuevos procesos de diseño, en el desarrollo del proyecto?-

No, realmente intentamos desarrollar un tejido con metales pero es completamente difícil y caro entonces no desarrollamos ningún proceso nuevo ni de producción.

-Si surgieron nuevos procesos de diseño ¿Cuáles continuaban aplicando en su proceso creativo?-

No, ninguno.

-¿Cómo dinamizaron la colaboración a distancia?-

No la dinamizamos y para mí creo que eso fue nuestro problema, nosotros nos limitamos a hacer reuniones por Hangouts y enviar correos por e-mail, y no logramos la parte personal y la parte de cómo hacer que haya más cercanía entre los dos, casi que hacernos amigos para que la colaboración sea más dinámica. No utilizamos más herramientas, no buscamos la forma más creativa para comunicarnos, no hacíamos sketches en vivo por ejemplo que de pronto otros grupos hacían y se explicaban, solo llevábamos la tarea, ósea de esto nosotros aprendimos un montón para nuevas colaboraciones.

-¿Cómo influye la colaboración a distancia en los procesos de diseño y en sus resultados?-

Influye bastante, por el tiempo que a veces uno no tiene como para compartir las ideas con la otra persona y es muy limitado, entonces uno de pronto uno no logra los mejores resultados al tener este tiempo limitado, pero... es que lo digo desde mi experiencia pero vi resultados de otros equipos que tuvieron unas cosas impresionantes, por que lograron usar herramientas diferentes lograron acordar los tiempos, lograron cada uno definir y llegar al consenso real del producto, entonces yo creo que influye demasiado positiva o negativamente. Positivo cuando se logra el consenso completamente del producto que se va a desarrollar y entre los dos buscan mejorar el mismo producto porque cada uno así sea a la distancia cada uno va a ver los beneficios que puede sacar y negativamente por el tiempo, porque si las dos personas

no logran estar de acuerdo, pues influye por qué no se logró, entonces influye bastante en los dos sentidos positiva o negativamente y esto es acorde a como una aborde el proyecto.

-¿El proceso de diseño fluyo normalmente de principio a fin o tuvo algún inconveniente?-

No fluyo normalmente, hubo un inicio y luego un desarrollo individual del producto.

- Si hubo algún tipo de inconveniente ¿Cómo se solucionó?-

Es que realmente es como si no hubiera habido ningún inconveniente, ósea si hubo inconvenientes porque al final no hicimos una cosa colaborativa, sino que cada uno trabajo por su lado, pero inconveniente, inconveniente, pues como si estuviéramos molesto no paso, cada uno fluyo y seguimos con el proyecto y pues finalmente no solucionamos la parte de la colaboración pero digamos que entre los dos al final se logró hacer como una presentación donde mostramos las cosas que hicimos juntos, entonces digamos que la solución fue como contar lo que hicimos todo el tiempo, no me parece que ese haya sido un inconveniente del todo pues es una forma distinta de ver los puntos de vista.

-¿Ustedes creen que se debería complementar o añadir algo adicional a la forma como se desarrolló proyectos?-

¿Adicionar en cuanto al planteamiento del proyecto? o adicionar a ¿Cómo lo abordamos nosotros? En cuanto a lo que decíamos ahorita por ejemplo, que para hacer un proyecto colaborativo que es dirigido por algunas personas, de pronto que nos hicieran como una formación o una leve explicación de las herramientas que existen para colaborar a distancia o ¿Qué quieres con decir con agregar algo?

-No, eso es una buena adición, pues lo que acaba de decir-

¿Y qué agregaría yo también?, yo sé que cada persona aborda los proyectos como los quiera abordar, pero sería chévere como hacer unas recomendaciones iniciales donde digan que

(pues bajo está experiencia) que es importante hacer una relación más allá de las tareas a desarrollar, ósea como generar una relación cercana para poder hacer más fácil la comunicación, porque cuando uno lo hace como por simplemente tarea o por trabajo, pues de pronto no se genera esa comunicación fácilmente como cuando uno lo hace con un amigo que por WhatsApp le manda una foto y le dice que te parece esto, si me entiende, entonces nosotros esperábamos a una reunión lejana, pues como para uno compartir en lugar de decir hey te puedo tener en el momento por WhatsApp, si me entiende, entonces como explicar un poco, que hacer ese acercamiento es beneficioso para el proyecto y que uno no se limite a la parte nada más como académica y de trabajo.

- ¿Conocen algún otro caso o modo de colaboración a distancia entre estudios de diseño?-

No, ninguno.

-¿Ustedes conocieron nuevas corrientes o tendencia de diseño durante el desarrollo del proyecto? ¿Cuáles?-

No, la verdad no miramos nuevas tendencias, ósea lo que nosotros abordamos más, fue como de los procesos, entonces miramos lo de la iluminación en el espacio público. A no, esto si puede ser una tendencia, espacio público es la iluminación que no es simplemente funcional si no que genera una experiencia, entonces hay iluminaciones que cambian de color o las formas entonces la gente vemos el espacio público más agradable y eso es una tendencia de espacio público y ya.

-¿Ustedes conocieron nuevas técnicas, materiales, u otros temas relevantes para el diseño, en el desarrollo del proyecto de colaboración?-

No

-¿Cómo catalogan al diseño cooperativo?-

Es una nueva alternativa demasiado interesante, es muy interesante pero hay que saberla abordar, uno puede llegar a tener cosas muy positivas, que cada una de las personas que trabajan en diseño colaborativo sean de otro país, de otra ciudad, lo que sea, va a tener una experiencia mayor como en los temas, pues digamos yo voy a tener mayor experiencia, no sé en diseño de lámparas y tú vas a tener más experiencia en los materiales y en tecnología amigable con la naturaleza, entonces cuando uno combina las dos experiencias y se crearan diseños más exitosos y diseños más ganadores, hay que saber combinarlos. Me parece que es interesante hacerlo entre dos culturas distintas, y ver qué es lo que uno puede lograr como productos ganadores, bonitos, vácacos y funcionales, me parece muy bueno hacerlo, pero siempre con lo que he dicho en estas conversaciones hay que saber abordar, creo que no es una cosa que de la noche a la mañana se logre, se podría seguir algunas metodologías para que el diseño colaborativo se funcione, ósea diseñar algunas metodologías, saber que uno tiene que hablar cada cierto tiempo, saber todas las herramientas que se pueden utilizar.

-Me parece muy interesante lo que acaba de decir, por qué esta investigación pretende eso, como generar metodologías, que nos faciliten el trabajo a través de la cooperación. Y lograr mejores resultados.-

Súper bien porque si hay que buscar la forma eso, no paso a paso pero si como recomendaciones formas de como presentar las cosas y datos que uno tenga que tener en cuenta como para hacerlo.

-¿Cómo consideran ustedes que podrían ser más influyente el diseño en los procesos de colaboración intercultural?-

Pues me parece que debe ser una cosa como desde las universidades, porque a uno lo forman y uno aprende a diseñar en la universidad, entonces generar este tipo de trabajos y entender

que uno puede desarrollarlos sería lo más básico, de pronto por medio de concursos me parece que sería el proyecto colaborativo y ya creo que es desde la educación y por medio de concurso del gobierno en las ciudades o en el país en general, creo también que para hacer más atractivos este tipo de proyectos no solamente es plantearlo así tan fácil, en nuestro país digamos que el diseño no es tan reconocido, digamos que apenas las personas están empezando a reconocer que el diseño es una carrera importante, y que es una disciplina con la que se pueden lograr cosas demasiado importantes y que no está relegada a un segundo plano como muchas veces era o se veía, muchas personas veían al diseño como menos carrera que una ingeniería por ejemplo, entonces creo que también es de cultura que se podría cambiar desde el gobierno, desde las ciudades y las empresas.

Reconocer que el diseño es una cosa bacana y que se pueden lograr productos positivos y chéveres, para poder lograr este tipo de actividades, es que si en la ciudad no se reconoce no lo van a trabajar en sus propuesta, ¿Si me logro hacer entender? Es cuando tú vas. Por ejemplo yo fui aquí a la secretaria de cultura en Medellín para haber si habían apoyos para nosotros poder visitar ferias y para nosotros que somos creadores que apoyos hay desde la ciudad y todavía no existe como una secretaria que apoye este tipo de actividades, digamos que acá todavía no hay como una categoría en el gobierno que apoye a los creadores y diseñadores en el desarrollo de producto, no nomas como en emprendimiento si, como para generar empresa, entonces solo estamos como en desarrollo económico y desarrollo económico abarca demasiadas cosas y no hay un reconocimiento de la ciudad como si esto fuera un closter, como un closter de la salud no sé qué más closter hay, pero puede haber un closter de diseño que pudiera apoyar este tipo de actividades y si nosotros en cada ciudad tuviéramos un closter que fomentara estas actividades, el diseño podría ser más activo porque

entonces Medellín misma hiciera como hizo el gobierno de Holanda que apoya incluso económicamente este tipo de proyectos, no tiene que ser con apoyo Holanda que apoyaba la producción y todo, pero si de pronto una ayuda y una motivación para que esto se haga o concursos para que esto se haga, incluso se podrían hacer metodologías o formas de hacer que cada una de las ciudades se proyectaran a nivel mundial con este tipo de actividades.

-Algunos expertos dicen que cada individuo tiene su propia concepción de lo que es un desarrollo creativo de acuerdo a su propia experiencia. Según el psicólogo e investigador Mihaly Csikszentmihalyi (1996), dice que existen hilos conductores que podrían constituir lo que llamamos fases para la concreción de un producto creativo. “Concreción = acción de concretar” ¿Cuéntenos un poco cómo fue ese proceso creativo y esa fase de concretar?-

Es que realmente no usamos mecanismos como para la selección o para concretar, si hablamos, pero no usamos como una herramienta de selección, sino que nosotros aplicamos como lo que nos enseñaron en las universidades, como que uno evalué las alternativas en diferentes aspectos, no usamos una herramienta pero digamos nosotros si lo concretamos por experiencia en los manejos de materiales, entonces para concretar cada uno de los pasos, tuvimos que pensar en la parte formal que los pudiéramos producir en Medellín y que los pudiéramos hacer como fácilmente y que pudiéramos llegar a lo que queríamos del proyecto, que sea un producto que realmente llamara la atención y que no se quedara de pronto atrás, se requiere también una de las cosas que hablamos anteriormente de definir los pasos como para uno poder corregir y definir muy bien con la persona con la cual estas trabajando, aspectos como calificar o no sé de pronto o crear una herramienta para la concreción en la co-creación, esta alternativa la vamos a concretar finalmente, cuales son los referentes, cual de formas es la más agradable y definirlo uno bastante bien.

Lo que pasa es que cuando estábamos en la universidad aprendimos un montón de metodologías pero en la práctica en el mundo real uno no tiene tanto tiempo o por lo menos nosotros, como para desarrollar muchas cosas como con tanto cuidado como cuando lo aprendimos entonces como que uno lo va haciendo más fluido pero obviamente como la formación entonces uno no utiliza una metodología exacta pero un si aplica el hecho de pensar en la selección de materiales, que los materiales se consigan, en que comercial que el precio sea asequible probablemente, que sea un producto ganador, que tenga un factor guau pues como para que pueda sorprender en cierta medida que sea de acuerdo al referente y un montón de especificaciones, que cuando yo estudie se llamaba the function design justification y que uno la usaba como para calificar las alternativas y en cierta forma nosotros no definimos esas especificaciones que debe tener el producto, pero uno si las va calificando como mentalmente o en las reuniones como te decimos este si por esto y esto o este no por estos motivos, digamos que eso si lo hicimos pero internamente ósea acá dentro del equipo de 5 Am mirando las alternativas dijimos bueno esta esta y esta son las más probables miremos a ver como las desarrollamos.

-¿Hubo acuerdos o conceso para definir algún proceso creativo? ¿Cómo llegaron a esos acuerdos o consenso?-

Estábamos en consenso entre los dos, cuando definimos la iluminación, también cuando definimos que íbamos, hacer una lluvia de ideas más o menos de como no lo imaginamos.

-¿Surgieron problemas a la hora de ponerse de acuerdo y trabajar en equipo?-

De pronto sí, pero no problemas, porque problemas a mí me parece como ya una palabra mayor, lo que ya hablamos no logramos ponernos de acuerdo en cómo hacer el proceso de diseño, estábamos súper bien hasta el momento del desarrollo de las alternativa y la primera

lluvia de ideas y ya de ahí, no es que surgieron problemas si no es que no nos pudimos poner de acuerdo.

INFRASTRUCTURAS MATERIALES, PRODUCCION Y DISEÑO EN LA REGIÓN:

-¿Estuvo influenciado el proceso de diseño por algunas consideraciones técnico productivas?-

Pues inicialmente no, porque inicialmente lo que queríamos era hacer un producto que nos pareciera bacano y que cumpla los referentes, pero después cuando empezamos a mirar las propuestas de cada uno, pues la de nosotros más, porque no se en la experiencia de Rick, pero cuando teníamos la propuesta de él como que eran una cosas de vidrio soplado, nosotros empezamos a investigar donde hacíamos vidrio soplado y nosotros no lo podido encontrar y todavía no lo hemos podido encontrar y queremos encontrar el proceso de vidrio soplado, porque sería un proceso bacano para la marca, pero no pudimos encontrar, y digamos que si eso limita el diseño por que digamos que nosotros no pudimos alcanzar a lo que nos quería proponer nuestro compañero, el de cierta forma el sí encontró por alguna parte creo que fue en el museo del vidrio, de pronto busco más, acá no existe un museo de vidrio y no encontramos quien hiciera este tipo de proyectos y que nos ayudara, digamos que esa fue la primera limitante, y empezamos nosotros a angustiarnos y a decir bueno nosotros no vamos a presentar algo tan bacano, en ese sentido que vamos a hacer y nos tocó tomar la decisión de seguir por nuestro rumbo.

En el trabajo corporativo una de las ventajas que probablemente ya las hablamos antes, es que uno aprovecha cada una de las potencialidades que tiene cada uno de los miembros del equipo, pero al ser una cosa tan lejos no es tan fácil, Arnhem esta en Holanda y decir tú te encargas de hacer lo del vidrio soplado y nosotros la estructura fresco, no es tan fácil para la producción, entonces el hecho de que eso se pueda vender en otros países es imposible,

porque esto sería un gasto de dinero en transporte, entonces si la colaboración se hace regionalmente por ejemplo, Nariño y Antioquia uno podría pensar en esto, listo si allá hay vidrio soplado entonces acá tenemos más fuerza textil y estructura entonces hacemos esas partes y el transporte no es tan complicado, pero en el otro sentido digamos que si nos perjudico, porque nosotros no podíamos hacer la parte del vidrio soplado entonces allí si teníamos la limitante, otra limitante fue después de decir listo nosotros, lo hacemos en metalmecánica la parte del tejido en metales, hicimos un modelito y pensamos que si se podía desarrollar y finalmente no lo pudimos hacer digamos que no fue una limitante en el proceso porque si existe y si se puede hacer, si no que en el costo porque finalmente queda una pieza que se convierte casi que en una obra de arte porque es muy costosa en desarrollarse entonces esta es una limitante, no es tanto del proceso si no del costo del proceso y ya allí tomamos la decisión de hacer otro producto.

¿Estuvo influenciado tanto el proceso como el resultado de diseño por alguna tendencia de alguna de las partes del equipo co-creador?-

Intentamos explorar nuevas cosas, porque queríamos abrírnos a desarrollar un proyecto totalmente nuevo y que no sea igual a los que estamos acostumbrados a trabajar, incluso en ambas ciudades en Arnhem y en Medellín, nosotros nos centramos en decir bueno vamos a buscar referentes en las ciudades y nosotros en Arnhem para no desarrollar la tendencia que tiene 5Am y por eso llegamos a un tejido, que es bastante distinto a lo que nosotros tenemos ahora.

Pero finalmente yo creo que en cada una de los desarrollos siempre va a estar el sello de lo que uno tiene sembrado ya como marca, nuestro estudio de diseño tiene un manejo claro lo que son las texturas creadas con diferentes estructuras metálicas o la combinación de

materiales digamos que eso se podrían encontrar en las formas y se podría ver ese sellito en la combinación de las estructuras o formas geométricas que nosotros estamos acostumbrados a usar.

Esta pregunta también es triste, porque pensar que nosotros no pudimos hacer el producto en conjunto, porque no logro contestar si alguna de las tendencias de los dos grupos se vio más o está más planteada, porque cada uno hizo el suyo entonces yo creo que cada uno le puso su sello cada y su tendencia, pero en el nuestro siempre intentamos hacer algo completamente distinto.

-¿Se presentaron limitantes durante el proceso de producción? ¿Estos limitantes alteraron los resultados del proyecto?-

Claro inicialmente, como te dije ahorita con el vidrio soplado, nosotros queríamos trabajar con diferentes tipos de fondos de lentes para que entiendas y Rick tenía una idea de hacer iluminación para espacio público que generara experiencias, la idea de todos era generar experiencias, más que solamente luz, entonces a él se le ocurre una idea de hacer unos juegos con luz y con lentes que estuvieran llenos como de líquidos, entonces estos lentes de agua con diferentes formas que se pudieran mover, influyen dependiendo de cómo los diseñáramos, se pretendían que estuvieran influenciados como por el viento o por el calor entonces se podía mover un poco y generar diferentes texturas en el piso cuando se encienda la iluminación, esos lentes tenían que tener una formas específicas y especiales para poder generar la luz, nosotros queríamos trabajar con eso también y queríamos desarrollar unas formas bien bacanas para la ciudad tanto de la forma del vidrio como la forma de la estructura. Cuando nosotros empezamos a investigar dijimos listo, Rick puede desarrollar el diseño del lente

nosotros desarrollamos lo otro, pero ya en la parte de producción, hay era donde estaba la limitante que nosotros incluso diseñamos unas lámparas de espacio público usando un lente “que probablemente lo diseñaba Rick” pero no llegamos como a desarrollarlo del todo por eso, porque no teníamos la forma de realizarlo acá o pueda que no investigamos del todo, pueda que si se lo pueda hacer en otro proceso de producción, no qué se, que pueda hacer por extrusión o en vidrio templado, pero no artesanalmente sino ya masivamente y en serie como se hacen las botellas, entonces no nos daba en ese momento o una empresa no nos paraba bolas a uno para hacer este tipo de proyectos, sino que hacer unos proyectos masivo, proyectos más grande, pues allí fue la primera limitante de la producción que nos hizo a nosotros decir listo no vamos a desarrollar esa lámpara con ese lente pues desarrollemos más bien la otra propuesta que teníamos como empezada, incluso nosotros al final hicimos los dos diseños hicimos los dos modelos de la lámpara y el mueble, pero vimos que con la lámpara no íbamos a llegar a un lugar positivo y a un final como un producto terminado, por eso fue que cambiamos a hacer el mobiliario con tejido y al hacer el mobiliario, al finalizar vimos que la producción era muy costosa y volvimos a cambiar.

Nosotros, en este momento estamos trabajando en otra lámpara que esperamos mostrar para una feria de diseño y que hace parte de ese proyecto.

-¿Los materiales jugaron un papel importante en resultado del proyecto?-

Si claro por lo que venimos hablando, creo que todo el proceso de producción y el tema de materiales van ligados.

-¿Cómo se pusieron de acuerdo en temas como materiales y procesos productivos?-

Creo que esa fase no la vivimos, porque ya cada uno estaba tomando sus decisiones, entonces no nos pusimos de acuerdo en cuanto a los procesos productivos, y en ningún momento lo

conversamos ni siquiera, como que al principio conversamos como lo que queríamos y conversamos un poco de los procesos productivos que había en cada una de las ciudades y empezamos a pensar con eso, pero nunca dijimos bueno vamos a trabajar así, porque ya cada uno ya había tomado como su rumbo.

Pero si de pronto le sirve nosotros dentro del equipo, lo que prima para tomar una decisión de un proceso productivo, nosotros siempre investigamos, buscamos siempre lo más importante siempre va a ser la forma que nos de mejor calidad y mejor precio, como costo beneficio que las dos sean buenas.

-¿Qué papel desempeña el diseño industrial en su región?-

En Medellín creo que cada vez está creciendo, creo que es un generador de empleo, porque muchas personas acá somos muy emprendedores entonces empiezan a crear sus empresas en diseño tanto en joyería, diseño gráfico, impresiones, de decoración, diseño de producto industrial como la de nosotros y vestuario entre otros, y son generadores de empleo y generadores de desarrollo, porque cada uno empieza como a buscar el crecimiento por ese lado, entonces para mí juega un papel importante en el desarrollo de la ciudad como en el crecimiento de la misma y mostrarnos como una ciudad capaz e innovadora así la palabra suene como cliché.

También podría agregar que cada vez el diseño aporta mucho más a las empresas, entonces las empresas se dan cuenta y no solo las empresas de los emprendedores sino las grandes empresas de que el diseño les da como un plus, ósea que no es lo mismo tener un producto que sea funcional pero que no sea agradable, a tener las dos cosas, y el diseñador o un ingeniero de producto es capaz de integrar las dos, tanto la parte formal como la funcional y también el diseño es un elemento que puede jugar muy bien en un equipo multidisciplinar.

-¿Según usted cómo se podría fortalecer el diseño en su región?-

De alguna forma como lo estamos intentando en este momento y es generando un tipo de cluster o colectivo que de tal forma entre todas las personas que trabajamos el diseño nos apoyemos para el crecimiento, nosotros actualmente estamos construyendo esa idea con nueve marcas con las que participamos en la ferias de diseño de la ciudad, para mostrarnos y esa es la idea que entre las marcas se generen alianzas y esa competencia sana donde entre todos unamos como para aprender y nos apoyemos de pronto eso me parece importante generar redes ósea redes donde una sepa de las marcas o estudios de diseño y cómo podemos colaborarnos entre sí, colaborando no solamente diseñando producto en conjunto, sino producirle algunos productos a los otros o trabajar en equipo proyecto de alguna forma, que se generen esas alianzas no solamente buscando beneficios en la parte económica, pues esa no es la idea sino de apoyo, nosotros somos fuertes en iluminación y mobiliario y puede haber otra persona, digamos es ejemplo que tengo muy claro en colaboración, nosotros también tenemos productos en cerámica y los trabajamos con un taller de cerámica de una de las personas del colectivo, entonces para mí esa es otra forma de hacer proyectos colaborativos buscando que el diseño crezca, y se hace en equipo.

También lo que habíamos hablado antes, de que el gobierno reconozca como un cluster para el diseño y pueda apoyar a los diseñadores de aquí, por medio de concurso o no sé cómo hacerlo, o para poder visitar ferias por ejemplo y si mostrar el diseño Colombiano y el de Medellín en mi caso en otras partes del mundo, incluso esto como a nivel de experiencia, a nosotros nos visitó hace poco una persona de Europa no me acuerdo de donde específicamente y él nos decía que estaba impresionado con nuestros diseños y que él sabía que tendríamos un éxito en Europa y nos preguntaba el ¿por qué nosotros no vendíamos

nuestros productos allá? Y ¿Que nos falta a nosotros para vender halla? pues apoyo, de pronto del gobierno con formación o información también pues como para conocer que debe hacer uno para exportar siendo una pequeña empresa o una mediana empresa, porque nosotros no somos una gran empresa que tiene un equipo como para hacer negocios internacionales y exportaciones y este tipo de conocimientos, entonces un apoyo en ese sentido en formación, como para poder llegar a ellos y tener esos espacio de negociación. Me parece que sería una buena forma de hacer que se visibilicé, obviamente que Medellín están, la feria de diseño en el mes de junio y el Medellín design week que es al mismo tiempo, entonces es muy chévere que en Medellín de pronto en este momento le están parando bolas a eso y a hacerlo crecer y la secretaria de cultura está cambiando un poco la feria como feria y dándole a los diseñadores como ese espacio entonces nos ayuda como a mostrarnos.

-¿Qué oportunidades para el diseño actualmente se están desaprovechando en su región?-

No sé, no las conozco, sé que si hay muchas oportunidades como para el emprendimiento, pero no sé, si para el diseño como tal, De pronto si sé, que acá hay oportunidades como para crear y diseñar, por ejemplo: todas esas cosas que mandan hacer, siempre buscan diseñadores que los apoyen y ya no las están haciendo así como muy a la ligera porque es una lámpara o una mesa, sino que le están poniendo más ganas y más mentalidad de que todo tiene que estar full y bien diseñado desde el plato, la lámpara y hasta la pared, entonces digamos que en ese sentido las oportunidades si se aprovecha.

Pero no conozco oportunidades en cuanto a apoyos de la región, económicos o de formación, no las conozco entonces pueden que si existan y las estemos desaprovechando o pueda que no existan entonces no se están desaprovechando.

-¿Qué hace falta en su región para lograr un rendimiento óptimo del diseño?-

Hablando más en cuanto al tema de procesos de producción digamos que es un poco limitado los procesos productivo porque evoluciono más la sociedad y los temas de construcción donde todo se hace más como en metales, estructuras metálicas gigantes, concreto, y hay empresas que son muy grandes y a veces no aceptan proyectos pequeños, de pronto un desarrollo más de la producción o un tema más que las empresas grandes tuvieran como un beneficio o algo así para apoyar el producto o los diseños exclusivos, no sé cómo explicarme, es más como en el tema de producción, lo que le estaba hablando ahorita, ojala hubiera habido lo del de vidrio soplado, ojala hubieran más talleres de cerámica, porque son como contados con los dedos de la mano, entonces estamos limitados con el tiempo de la entrega, entonces no tanto apoyo como para nosotros sino que también ojala hubiera apoyo para ellos, para que pudieran crecer o que les enseñaran a crecer o como aumentar su capacidad productiva, pero de pronto eso sería lo que faltaría más apoyo a la red de productos.

Anexos 4. Entrevista estructurada Pablo Fog - REINHARD DIENES STUDIO - Bogotá.

DATOS TECNICOS (Rotulo del video de la entrevista):

Nombre del archivo:	Entrevista estructurada Pablo Fog -REINHARD DIENES STUDIO-Bogotá 2,1 y 2,2.		
Tema:	Experiencia generada en el desarrollo del proyecto del MTic-design Project.		
Formato: (.wmv)	Fecha: 19 de mayo 2016	Tipo: Audio: X	Video:
Personas que intervienen en el dialogo:	Nombre del entrevistado:	Javier Yepez.	
	Nombre del entrevistador:	Pablo Fog.	

Cordial saludo mi nombre es: **Javier Yepez**. La siguiente es una entrevista abierta desarrollada por el grupo de investigación CORD del Departamento de Diseño, Universidad de Nariño - Colombia; mediante esta herramienta queremos que ustedes nos cuenten sobre sus experiencia y expectativas, antes, durante y después como también escuchar sus conclusiones y recomendaciones del proyecto, MTic-design Project.

La información que ustedes nos suministren servirá como uno de los principales insumo para esta investigación.

GESTION DOCUMENTAL.

-¿Cuáles fueron las herramientas y mecanismos de documentación que ustedes usaron?-

Para documentación usamos principalmente fotografía, que es el principal medio, video no hubo o muy poco, para comunicación si hubo mucho Skype, Hangouts, pero no registramos en

video la verdad, nosotros no fuimos tan juiciosos con la documentación porque no hubo mucha colaboración con el panel holandés.

-¿Abrieron alguna carpeta en la nube, en Drive o Dropbox?-

En dropbox, dropbox fue el principal medio de compartimiento de archivos, por un momento usamos basecamp, que es un programa de manejo de proyectos de gerencia y esas fueron básicamente las herramientas que usamos.

-¿Cómo compartieron sus ideas personales y sus resultados?-

Mediante un Skype compartiendo pantalla la mayoría de las veces, o mandábamos por ejemplo la entrega era investigación de aplicación en cerámica y principios transmisores del agua, entonces se hacia la investigación y se mandaba, y cada uno estaba en skype leyendo los dos el mismo documento sea la entrega del panel holandés, o sea mi entrega, los dos estábamos sobre el mismo documento hablando de eso, fuera de eso uno riseps de fotos en pinterest fotos de un tablero salido de acá de la oficina digamos que así es como se hacía.

-¿Qué herramienta recomendarían para recopilar información, en este tipo de proyectos?-

Dropbox definitivamente.

-¿Crearon nuevas herramientas que les permitió la recolección de datos para desarrollar el proyecto?-

No, no lo creamos ninguna herramienta para recolectar datos.

COMUNICACIÓN, COLABORACIÓN Y COOPERACIÓN.

-¿Cuáles creen ustedes que fueron las ventajas de la colaboración intercultural?-

Traer otro punto de vista desde otro tipo de educación de diseños, sin duda eso trae aportes al proceso de diseño y al resultado final, y te da una cancha más amplia.

-¿Cuáles fueron las desventajas de estos procesos?-

De todas maneras trabajar a distancia con diferentes horarios y una personas que vienen de otra cultura, digamos que tiene su curva de aprendizaje y sus tiempos, digamos que yo creo que en estos proyectos los tiempos de desarrollo, no son tan rápidos como los de una oficina, sino que hay que compartir mucho, comunicar muchísimo, ser muy claro dejar que el otro piense, y uno piensa diferente del otro, discutir, digamos que no es tanto una desventaja, pero si los tiempos de desarrolló se prolongan bastante.

-¿Cuáles fueron los métodos y herramientas que usaron para comunicarse y trabajar?-

Eso fue Skype, principalmente para comunicarse WhatsApp, también lo usamos pero poco.

-¿Qué métodos y herramientas de comunicación uso su equipo con mayor frecuencia?-

Skype.

-¿Qué tan efectivas fueron las herramientas que ustedes usaron?-

No, la verdad es que tanto que Skype, como Hangouts, WhatsApp, o una llamada desde el teléfono son suficientes para comunicar.

-¿Ustedes consideran que hacen falta más herramientas que faciliten la comunicación a distancia?-

No, en realidad no considero que haya sido una limitación en el proyecto, creo que la tecnología ha madurado mucho, y hoy en día desde compartir pantalla con cuatro personas en skype al tiempo en tiempo real es algo que te soluciona mucho la vida.

-¿El idioma jugó un papel importante en la comprensión, entre ustedes?-

Sin duda porque ellos hablan holandés y nosotros español, entonces si jugó un papel importante.

-¿Surgieron mal entendidos debido a la diferencia del idioma?-

No tanto debido a la diferencia de idioma, pienso que si hubo un mal entendido, y fue cuando el enfermo, y dejo de aparecer, nunca nos contó a nosotros y ni a las directivas del proyecto que estaba enfermo simplemente dejo de aparecer, entonces eso si nos retrasó un poco porque nosotros queríamos hacer un proyecto de colaboración internacional, yo no quería saltarme la colaboración internacional, tuvimos que dejar de trabajar en el proyecto y esperar y esperar, tanto así que prácticamente toco ir a golpearle a la casa y ahí ya nos enteramos que no seguía con el proyecto.

-¿Cómo los resolvieron esos malos entendidos?-

Terminar el proyecto sin el panel Holandés.

METODOLOGÍAS Y PROCESOS DE DISEÑO.

-¿Ustedes consideran que prevalece una influencia cultural en los diseños, co-creados en el proyecto?-

Claro de eso se trataba de tener una influencia tanto colombiana como holandesa, no creo que prevalezca una en especial, está la línea de diseño nuestra, que tiene como influencias de la artesanía colombiana y con raíces un poquito más europeas también.

-¿Puede hablar sobre la contribución de la cultura en los procesos de diseño co-creados?-

Si claro, el tema muy racional muy europeo y del norte de Europa y de diseño escandinavo contra algo mucho más de la tierra, mucho más rustico y mucho más hecho a mano, mucho más artesanal y como es lo que está pasando en Colombia, digamos que la tradición colombiana cuenta en un objeto.

-Devolviéndonos un poco a la pregunta anterior, de la prevalencia e influencia, miramos su proyecto y es muy bueno y uno mira la parte latina, la parte nuestra y en esa misma que parte,

usted cual considera que es la contribución holandesa, pues lo poco pudo o que estuvo aportando?-

El no estuvo en la parte formal de la pieza, pero lo que se puede ver es nuestra línea un poco más nórdica, es una forma muy simple, no deja de ser un cuadrado no deja de ser dos cuadrados uno encima del otro, pero entonces tiene unos pequeños ángulos, unos radios grandes en una zonas donde queremos no generar tensión sino al contrario que sea una pieza muy amigable, y yo pienso que es hay en esa parte es donde se le ve el diseño europeo, en la simpleza y la belleza es un diseño muy racional cero caprichoso.

Si tú lo comparas, con el proyecto que había y que hicieron una escaneada 3D de los cuerpos y entonces cogieron una oreja y la volvieron una taza, esto para mi es el contrario el opuesto, era ver a karim Rashid o Marcel Wanders contra ver a Peter Behrens o ver a Jasper Morrison.

-¿Cuáles fueron las metodologías que ustedes usaron para el proceso del diseño?-

Diseño constructivista específicamente.

-¿Notaron diferencias en las metodologías que ustedes propusieron? ¿Cuáles fueron esas diferencias?-

No alcanzamos a ver propuesta metodológica por parte de panel holandesa, en realidad primera propuesta la hicimos nosotros, que investiguemos y él estuvo de acuerdo en que investiguemos, luego proponíamos y empezamos a proponer y ahí fue donde se acabó la colaboración.

-¿Hubo acuerdos o conceso para usar alguna metodología específica para desarrollar el proyecto?-

No los hubo en nuestro caso.

-Sabiendo que: Un consenso es adoptar una decisión en común acuerdo entre dos o más partes, y es una síntesis de los diferentes elementos en el que todas las ideas tienen un gran valor ya que todos los aportes se consideran como parte de la solución. ¿En qué etapas del proceso de diseño cree usted que hubo consenso-

Solo hubo un consenso, que fue el de investigar.

-¿Cómo fue ese proceso, para que ustedes llegaran a un consenso en el tema de metodologías?-

No aplica.

-¿Surgieron nuevos procesos de diseño, en el desarrollo del proyecto?-

La verdad no, seguimos con nuestro proceso de diseño que usamos normalmente, y no surgieron nuevos procesos.

-Si surgieron nuevos procesos de diseño ¿Cuáles continúan aplicando en su proceso creativo?-

No aplica.

-¿Cómo dinamizaron la colaboración a distancia?-

Prácticamente haciendo un cronograma como te decía inicialmente. Con un cronograma lo que logramos fue establecer un proceso donde investigaríamos y teníamos que hacer retroalimentación.

-¿Cómo influye la colaboración a distancia en los procesos de diseño y en sus resultados?-

Influyen en que te demoras un poca más de tiempo.

-¿El proceso de diseño fluyo normalmente de principio a fin o tuvo algún inconveniente?-

Como les conté que el panel holandés se enfermó y tuvo que abandonar el proyecto.

- Si hubo algún tipo de inconveniente ¿Cómo se solucionó?-

Terminar el proyecto sin el panel Holandés.

-¿Ustedes creen que se debería complementar o añadir algo adicional a la forma como se desarrolló proyectos?-

No, a mí me parece que el proyecto aparte del imprevisto que tuvimos, se desarrolló muy bien, lo interesante el acercamiento a nuestro proyecto por parte de María Tere y de Bass, entonces la verdad nosotros nos sentimos muy bien.

-¿Conocen algún otro caso o modo de colaboración a distancia entre estudios de diseño?-

Se han visto colaboraciones muy puntuales, pero por motivación propia de los estudios de diseño, nosotros hemos hecho algunas de estas colaboraciones pero lo interesante es este facilitador y gestor de recursos y acumulador de diseñadores, mostrando los resultados en ferias, pero en el caso de este nuevo formato como el MTic-design, que dijeron nosotros vamos a colaborar vamos a conseguirle como exposiciones y vamos a llevarlos, entonces es un poco más interesante yo no lo había visto que se hubiera hecho antes.

-¿Ustedes conocieron nuevas corrientes o tendencia de diseño durante el desarrollo del proyecto? ¿Cuáles?-

No, no conocimos.

-¿Ustedes conocieron nuevas técnicas, materiales, u otros temas relevantes para el diseño, en el desarrollo del proyecto de colaboración?-

No, ya habíamos trabajado la terracota y conocíamos el material la verdad no es que hayamos investigado muchos materiales para este proyecto en específico.

-¿Cómo catalogan al diseño cooperativo?-

La verdad creemos que es complicado, por el tema de la distancia y por estar tan lejos, pero es interesante.

-¿Cómo consideran ustedes que podría ser más activo el diseño en los procesos de colaboración intercultural?-

Podría ser más activo mediante la creación de grupos como el MTic-design, de gente que no se dedique a diseñar sino a articular este tipo de grupos.

-Algunos expertos dicen que cada individuo tiene su propia concepción de lo que es un desarrollo creativo de acuerdo a su propia experiencia. Según el psicólogo e investigador Mihaly Csikszentmihalyi (1996), dice que existen hilos conductores que podrían constituir lo que llamamos fases para la concreción de un producto creativo. “Concreción = acción de concretar” ¿Cuéntenos un poco cómo fue ese proceso creativo y esa fase de concretar?-

El proceso para elegir el producto final ya te lo había comentado en la entrevista anterior, pero básicamente es investigación, investigación, investigación, luego interacción donde botan ideas totalmente abierta luego se empiezan a cerrar un poco, y se empieza a cerrar el proyecto mediante el filtro al breiston luego empiezo a prototipar estas ideas se llaman procesos de comportamientos físicos del material lo que necesitas prototipar, luego cuando pasas a ciertas modelaciones y hacer modelos en 3D a un modelo físico de comprobación de tamaño luego a la comprobación de prototipo y después sacas los moldes.

-¿Hubo acuerdos o conceso para definir algún proceso creativo? ¿Cómo llegaron a esos acuerdos o consenso?-

No aplica.

-¿Surgieron problemas a la hora de ponerse de acuerdo y trabajar en equipo?-

No aplica

INFRASTRUCTURAS MATERIALES, PRODUCCION Y DISEÑO EN LA REGIÓN.

-¿Estuvo influenciado el proceso de diseño por algunas consideraciones técnico productivas?-

No; no tuvimos. Porque era un material con el que ya teníamos bastante experiencia.

¿Estuvo influenciado tanto el proceso como el resultado de diseño por alguna tendencia de alguna de las partes del equipo co-creador?-

Si claro, pues el resultado, claro que fue influenciado por las tendencias de los integrantes del equipo.

-¿Se presentaron limitantes durante el proceso de producción? ¿Estos limitantes alteraron los resultados del proyecto?-

No, no se presentaron limitantes, era un material y un proceso de vaciado que ya conocíamos y estábamos familiarizados, y teníamos los proveedores.

-¿Los materiales jugaron un papel importante en resultado del proyecto?-

Fundamentales, a partir del material se desarrolló el proyecto.

-¿Cómo se pusieron de acuerdo en temas como materiales y procesos productivos?-

Con el material nos pusimos de acuerdo, talvez porque él ya tenía experiencia y nosotros también teníamos experiencia y nos interesaba incluir el tema de terracota y artesanal y un poco más And Crafts no queríamos usar plástico, no queríamos usar metales, no queríamos usar muchos materiales, sino algo un poquito más de la tierra, digamos que fue por una empatía múltiple con el material.

-¿Qué papel desempeña el diseño industrial en su región?-

¿Del diseño industrial?

-Si hablemos del diseño industrial en la región-

No es un papel muy significativo en realidad, incluso estando en Bogotá, el mercado de diseño industrial no es grande, es competido, hay muchos, muchos diseñadores, muchos saliendo cada año. Hoy en día se contratan un poco, como en el medio publicitario y ahí tiene cierta

relevancia, digamos que muchas agencias usan a los diseñadores industriales para el tema de P.O.P y stands, ahí es relevante el diseño industrial en mi región en temas publicitarios y de O.P.L., stands y ferias etc. Desarrollo de producto, no hay mucho en Bogotá la verdad, en comparación al mundo no es una capital del producto, comparado a ventas de productos importados, el papel del producto nacional del producto de diseño contemporáneo es bastante pequeño. Han empezado a ver agencias de innovación, agencias de estrategia, de design thinking, etc... a las que les viene muy bien el perfil de un diseñador industrial, por esa capacidad de poder resolver problemas con técnicas de diseño, entonces ahí se ha empezado a ver un campo pero esto está bastante crudo. Así es como veo el papel del diseño industrial en mi región. Por ejemplo en Medellín el diseño es más reconocido, es un poco más amplia la cultura y la educación sobre el diseño, el gobierno está contratando diseño, están viendo que el diseño no solo un lujo sino una inversión, que puede dar muy buenos frutos, entonces digamos que eso está bastante más maduro en Medellín, así como la moda empezó a pegar más duro en Medellín y el diseño de moda, pienso que con el diseño industrial va a pasar así.

-¿Según usted cómo se podría fortalecer el diseño en su región?-

¿Cómo se podría fortalecer? No se es una pregunta bastante amplia, a mí me parece que existe como un círculo vicioso, la poca empresas que se atreven a contratar un diseñador industrial, en muchos de los caso el diseñador industrial no tuvo la experiencia o el recorrido para generar valor a la empresa como tal, entonces el proyecto se queda en unas cosa un poquito académicas que no generan valor a la empresa o al estado, hablando de empresa y estado y no es que haya un mal sabor de haber contratado un diseñador industrial, pero digamos que no hubo una generación de valor, como cuando contratas a un ingeniero o

cuando contratas un economista o un administrador entonces pienso que el fortalecimiento de la relación empresa y diseñador estando bien diseñada ayudaría muchísimo a posicionar.

-¿Qué oportunidades para el diseño actualmente se están desaprovechando en su región?-

Pues no hay si no tengo información, de pronto yo soy principalmente el que los está desaprovechando, si no se cuales existen, menos se cuales se están desaprovechando.

-¿Qué hace falta en su región para lograr un rendimiento óptimo del diseño?-

Me parece que el diseñador debe esforzarse a generar resultados, no solo debe hacer lo que le piden, porque muchas veces el cliente le pide lo que él cree que necesita, pero en muchos caso necesitan otra cosa y es tarea del diseñador decirle no, usted necesita esto y yo se lo soluciono, creo que el diseñador debe trabajar más orientado a resultados y no solo a unos entregables un poco académicos con los que, la empresa o el estado no tiene mucho que hacer.
