

SOCIALDESIGN

TRABAJO FINAL DE GRADO

TFG :

Modelo metodológico basado en "Social Design", aplicación práctica,
imagen y comunicación de resultados.

Autor :

Javier Balvin lau

Director/es :

Ignacio López Forniés
Carlos Romero Piqueras

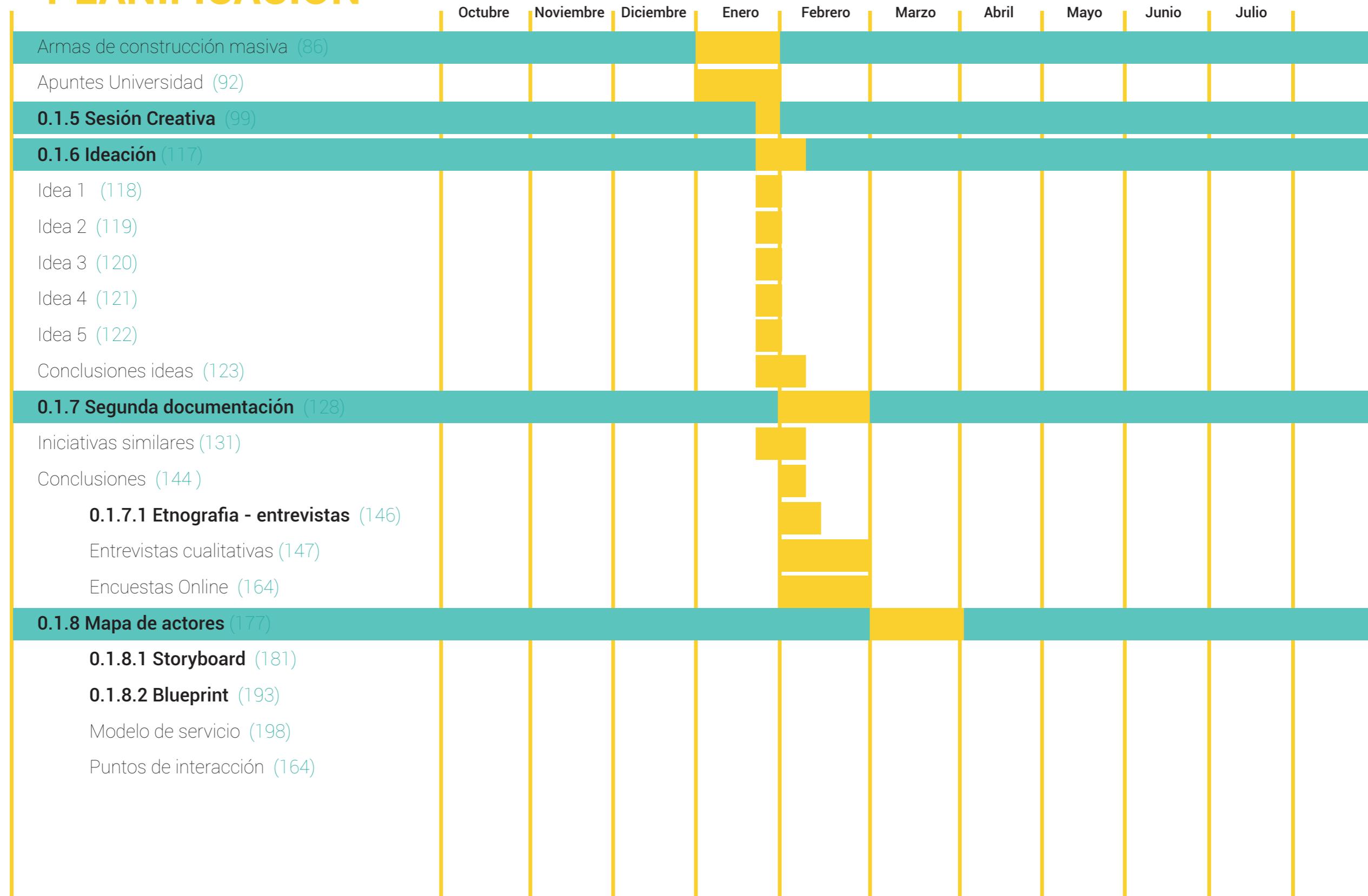
ÍNDICE

- | **0.1 DOCUMENTACION PROYECTO**
- | Definiciones Diseño Social (10)
- | Mi propia definición (11)
- | Preguntas a realizar durante el proyecto (13)
- | 50 años de historia del diseño social (14)
- |
- | **0.1.2 Ejemplos y casos (21)**
- | **0.1.3 Estudio de metodologías (38)**
- | Design thinking (40)
- | Service Design (42)
- | Universidad metodología (46)
- | DA+ (48)
- | Predica (49)
- | Blueprint (herramienta) (50)
- | Etnografía y diseño (52)
- | Escenarios (58)
- | Ecodiseño (60)
- | Activa participativa (64)
 - | **0.1.3.1 Mi metodología (72)**
 - | **0.1.3.2 Consuros y eventos (76)**
- | **0.1.4 Artículos y libros (83)**
- | Human centered design (84)
- | Servicios Participativos (88)
- | Armas de construcción masiva (90)
- | Apuntes Universidad (96)
- | **0.1.5 Sesión Creativa (103)**
- | **0.1.6 Ideación (121)**
- | Idea 1 (122)
- | Idea 2 (123)
- | Idea 3 (124)
- | Idea 4 (125)
- | Idea 5 (126)
- | Conclusiones ideas (127)
- | **0.1.7 Segunda documentación (132)**
- | Iniciativas similares (135)
- | Conclusiones (148)
 - | **0.1.7.1 Etnografía - entrevistas (150)**
 - | Entrevistas cualitativas (151)
 - | Encuestas Online (168)
- | **0.1.8 Mapa de actores (181)**
- | **0.1.8.1 Storyboard (193)**
- | **0.1.8.2 Blueprint (197)**
- | Modelo de servicio (202)
- | Puntos de interacción (204)
- |
- | **0.1.9 Desarrollo de mi proyecto (211)**
- | Inspiración de colores,tipografias... (212)
- | Naming de la iniciativa (212)
- | **0.1.10 Testeo (225)**
- | Invitaciones (225)
- | Participantes (228)
- | **0.1.11 Validación (230)**
- | Implantación real (232)
- | Niños participantes en el proyecto (242)
- | **0.2 ANEXO MANUAL CORPORATIVO**
- | **0.3 ANEXO GUÍA LUDOTECARIO**
- | **0.4 ANEXO GUÍA CREATIVA**

PLANIFICACIÓN



PLANIFICACIÓN



PLANIFICACIÓN



01

DOCUMENTACIÓN

DISEÑO SOCIAL

Definiciones

El concepto "Diseño Social" es un término vivo, en evolución. Nace en contraposición del concepto de diseño orientado a fines meramente comerciales. Pero no tienen porqué ser términos opuestos.

El concepto "Diseño social" se utiliza indistintamente entre diferentes disciplinas, algunos lo utilizan como el diseño de un mundo mejor y más sostenible, y otros se refieren al proceso basado en una metodología de diseño participativa o social.

Se exponen a continuación una serie de definiciones: Importante: en cada una de estas definiciones podemos sustituir "diseño social" por "comunicación social"

1. Diseño social es el diseño para todos. Es el diseño que tiene la forma de la sociedad y su conciencia colectiva, en lugar del diseño con la intención de dar forma a la sociedad y a su conciencia colectiva.

2. Diseño social es el que existe en el contexto de lo cotidiano, todo el mundo y en todas partes, es el pensamiento grupal tangible. Mientras que el diseño es a menudo relacionados con su público objetivo y rara vez tiene en cuenta otra cosa.

3. El respeto es realmente la clave para el diseño social. Con respecto, quiero decir el respeto por otros seres humanos, respeto por el medio ambiente, respeto de prácticamente cualquier forma en la que la palabra pueda ser usada.

4. Diseño social es las cosas que creamos con la atención al impacto medioambiental, las mejoras sociales, y el bien común.

5. El diseño social no es extravagante, es justo, es ingenioso, divertido y práctico. Es proactivo, progresista y positivo.

6. Diseño Social es el resultado de la visión de futuro y la manifestación física de la idea de que el cambio social es posible. Tener la opción de elegir el cambio social justo en lugar de la tradición es el objetivo del diseño social.

7. Diseño social debe reflejar la complejidad del contexto social en el que existe. Este diseño debe incluir algunos valores humanos comunes, presentar ideas innovadoras y provocativas, e incluso conservar un cierto grado de ambigüedad y flexibilidad que le permitan evolucionar y existir en el futuro los contextos sociales.

8. El diseño social debe esforzarse por participar e incluir, en lugar de simplificar y excluir. Aunque este tipo de diseño cree ciertos conflictos, el resultado final debe ser de utilidad social.

9. El diseño social debe promover la interacción entre intereses opuestos, alentar el diálogo y la negociación, y este proceso y la participación debe permitir a este diseño convertirse en socialmente relevante.

10. Diseño social que existe en el contexto de lo cotidiano, todo el mundo y en todas partes, es el pensamiento grupal tangible.

DISEÑO SOCIAL

Extracto y mi propio definicion

- > Es una creación destinada a la mejora de la calidad de vida de comunidades en desventaja, y de concienciación social-
 - > Despertar conciencias.
 - > Comunicar necesidades, problemas sociales.
 - > Existe en todo el mundo y en el contexto de lo cotidiano
 - > Atendemos a razones sociales, medioambientales y del bien comun
 - > Es un Diseño Justo y practico
 - > Manifestación física de la idea de que el cambio social es posible. Tener la opción de elegir el cambio social
 - > Diseño social es aquel que pone la creatividad y los medios a manos de la transformación y cambio social.
 - > Aquel que parte de un análisis exhaustivo del entorno.
 - > Desde el respeto es desde donde se puede construir, denunciar o luchar por algo socialmente 'injusto'
 - > El Diseño Social pretende, desde una metodología participativa y proactiva, incidir de manera positiva en una determinada coyuntura, con intención de transformarla a mejor.
 - > visión de cambio futuro que mejore la realidad del presente.
 - > fomentar el diálogo y la máxima participación, para que sea un cambio de todos
 - > Es importante que refleje la complejidad del contexto social.
 - > Debe incluir algunos valores humanos comunes,
- > Presentar ideas innovadoras y provocativas,
- > conservar un cierto grado de flexibilidad que le permita evolucionar y existir en el futuro.
- El diseño social puede ser una **HERRAMIENTA** para despertar/agitar conciencias, sensibilizar, movilizar ideas, grupos, tendencias.
- > El diseño y la imagen también comunica socialmente y preocupa e interesa a una gran parte de la sociedad.

DISEÑO SOCIAL

Mi Propia Definición

DISEÑO SOCIAL

Diseño Social pretende incidir de manera positiva en una determinada coyuntura negativa a través de metodologías participativas ciudadanas, ayudadas de una visión de futuro innovador y de la idea de que el cambio social es posible. Todo ello se manifiesta de una forma física que posteriormente lograra captar el interés de gran parte de la sociedad gracias a las campañas de comunicación e implantación.

DISEÑO SUSTENTABLE

Diseño sostenible es el que tiene en cuenta los aspectos ambientales en todos los niveles de producción. persigue el objetivo de fabricar productos que aporten el menor impacto posible en el ecosistema a lo largo de todo el ciclo de vida

INNOVACIÓN SOCIAL

Se refiere a la capacidad de crear y poner en práctica ideas novedosas que se ha comprobado que ofrecen valor . "Social" refiere al tipo de valor que con la innovación se espera entregar : un valor que es menos interesado en ganancias y más con cuestiones tales como la calidad de vida, la solidaridad y el bienestar

ÉTICA

La ética es una rama de la filosofía que se ocupa del estudio racional de la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir. Requiere la reflexión y la argumentación, la ética estudia qué es lo moral, cómo se justifica racionalmente un sistema moral, y cómo se ha de aplicar posteriormente a nivel individual y a nivel social. .

DISEÑO SOCIAL

Preguntas a investigar en el proyecto

- ¿ Que es Diseño?
- ¿ Cuáles son sus límites y sus competencias?
- ¿ Cuál sería su capacidad real para incidir en esta realidad?
- ¿Con qué potestad puede hacerlo?
- ¿Qué es lo social o la sociedad?
- ¿Que es Diseño Social, Definiciones?
- ¿Que no es diseño social?
- ¿El diseño que hay en la actualidad no se considera diseño social?
- ¿Cuantos tipos de diseño hay, se pueden distinguir o clasificar?
- ¿Qué es la responsabilidad social?
- ¿ Es o será necesario un Cambio de mentalidad social o simplemente es una moda ?
- ¿Cómo se diseña el cambio social?
- ¿ qué diferencias hay entre ONG, Empresa privada, Gobiernos...?
- ¿ Diferencias entre diseño social y diseño solidario?
- ¿Cuales son los beneficios y ventajas del social Design de un proyecto típico de diseño industrial ?
- ¿Es posible desarrollar un proyecto de diseño social dentro dentro del contexto empresarial ?
- El problema de diseño por encargo o diseño cuando hago un proyecto propio (exigencias del brief y tiempos)...hablar sobre el tema
- ¿ El buen diseño y el diseño social son compatibles?
- ¿ Cómo y por qué hacer diseño/comunicación social?
- ¿Cómo se aplica el diseño social al diseño industrial...productos, servicios, actividades plataformas web?

DISEÑO SOCIAL

50 Años de historia

Referencia: [John Cary, Jane Margolies, Leslie Speer, Anthony Schuman, y Kate Stohr](#)

| | | | | | | | | | |
|------|---|-------|---|------|--|---|---|------|--|
| 1963 | Consejo Internacional de sociedades de diseñadores industriales (CIADI) se concede un estatus especial consultivo con UNESCO comprometerse diseño en numerosos proyectos de desarrollo para el mejoramiento de la condición humana. | 1964. | En el Museo de arte moderno de Nueva York, se inaugura la exposición de arquitectura sin arquitectos organizado por Bernard Rudofsky trayendo foco crítico arquitectura vernácula de todo el mundo. | 1968 | American Institute of Architects (AIA) Convención discurso por Liga urbana cabeza Whitney M. Young Jr. reta a la AFP en cuestiones relativas a la responsabilidad social y la diversidad dentro de la profesión. | 1973 | Un modelo de vivienda de bajo costo "sudor equidad" es probado con éxito en Zaire (ahora República Democrática del Congo) por Millard y Linda Fuller, quién va a establecer hábitat para la humanidad internacional en 1976 | 1976 | El diseño para el simposio Need se celebró en el Royal College of Art de Londres, el examen de principios ideales-diseño industrial el diseño en términos humanos-que objeto social se combina con expresión estética y simbólica valor. |
| | | | Renovación Comité arquitectos en Harlem (arco), establecido por C. Richard Hatch como uno de los primeros centros de diseño de la comunidad en los Estados Unidos, comienza la operación. | | Whole Earth Catalog lanzado por Stewart Brand incluye tecnología alternativa y secciones de diseño por el diseñador Jay Baldwin e inspira una generación | Los límites del Crecimiento por Meadows, Meadows, Randers, y Behrens3 es publicado y establece la base para diseño sostenible por modelado de cómo "Ecológica global restricciones haría tienen importantes influencia en | Lo pequeño es hermoso: La economía como si la gente importara por British economista E. F. Schumacher populariza el concepto de "apropiado la tecnología" (fabricar utilizando recursos locales para las necesidades locales) | | |

DISEÑO SOCIAL

50 Años de historia

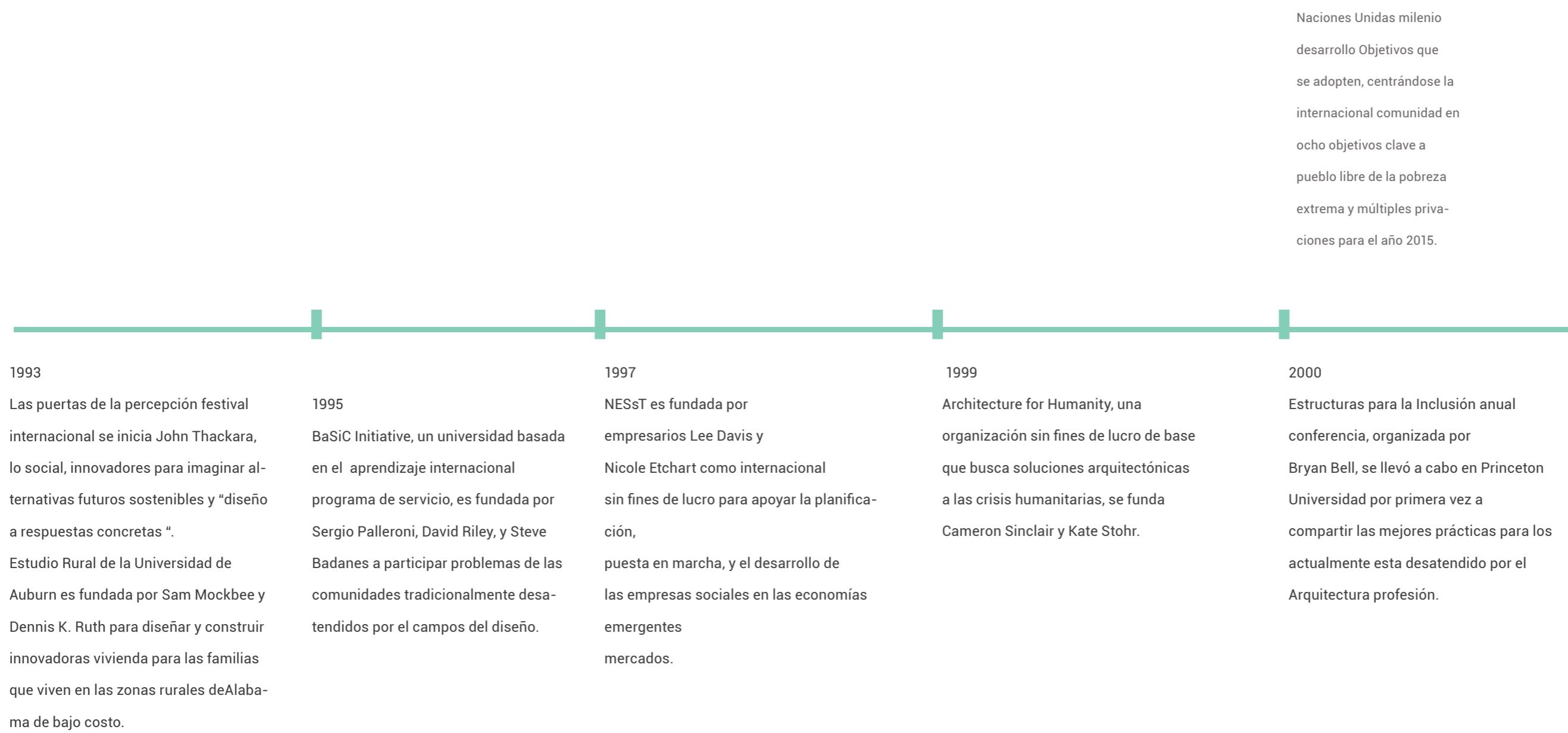
Referencia: [John Cary, Jane Margolies, Leslie Speer, Anthony Schuman, y Kate Stohr](#)

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|---|------|---|------|---|------|--|------|--|------|--|------|---|------|--|
| 1979 | La investigación del diseño Inclusivo por la diseñadora industrial Patricia A. Moore, título : explora diseño, envejecimiento, y la pobreza | 1981 | Arquitectos / diseñadores / planificadores de Responsabilidad Social (ADPSR) es formada para recaudar profesional y la conciencia pública de crítica social, y las cuestiones del medio ambiente y para un diseño más sensible y planificación. Desarrollo Internacional Enterprises (IDE), | 1984 | Diseño para el Real Mundial: Human Ecología y Social Cambiar de Victor Papanek se publica, desafiante lo establecido mundo del diseño mediante la promoción de un más sostenible, enfoque inclusivo para diseñar. | 1984 | Les Ateliers 'Estudio Internacional se establece por Liz Davis crear el diseño y Laboratorio de Desarrollo, que pone Estudiantes de diseño francés con ONG que trabajan en el campo de apoyar la cooperación realista. | 1984 | Whole Earth Catalog lanzado por Stewart Brand incluye tecnología alternativa y secciones de diseño por el diseñador Jay Baldwin e inspira una generación | 1984 | Les Ateliers 'Estudio Internacional se establece por Liz Davis crear el diseño y Laboratorio de Desarrollo, que pone Estudiantes de diseño francés con ONG que trabajan en el campo de apoyar la cooperación realista. | 1991 | ApproTEC (rebautizada KickStart en 2005) es fundada por Martin Fisher y Nick Luna, trabajadora con los diseñadores para crear simples herramientas para hacer dinero para África los empresarios. | 1991 | Design Corps es fundada por Bryan Bell para ofrecer soluciones en las necesidades diarias de la vida cotidiana personas a través del diseño. |
|------|---|------|---|------|---|------|--|------|--|------|--|------|---|------|--|

DISEÑO SOCIAL

50 Años de historia

Referencia: [John Cary, Jane Margolies, Leslie Speer, Anthony Schuman, y Kate Stohr](#)



DISEÑO SOCIAL

50 Años de historia

Referencia: [John Cary, Jane Margolies, Leslie Speer, Anthony Schuman, y Kate Stohr](#)

Cradle to Cradle:
rehacer la Forma en que
hacemos Cosas por Wi-
lliam McDonough y
Michael Braungart se
publica como llamado
manifesto de vista ecoló-
gico diseño inteligente ..

La fortuna en el Fondo
de la Pirámide de C. K.
Prahalad es publicado,
señalando "El mundo de
cinco millones de pobres
marca hasta el más rápido
crecimiento del mercado
en el mundo".

| 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|--|--|---|---|--|
| Diseño sin Fronteras iniciado por Peter Opsvik y la Fundación para el Diseño y Arquitectura en Noruega asociarse diseñadores industriales con locales las universidades y las comunidades en Uganda y Guatemala. Ingenieros sin Fronteras EE.UU. es fundada por Bernard Amadei, un profesor de ingeniería civil en la Universidad de Colorado en Boulder. | The INDEX: concurso que se establece como el que mayor premio da en el mundo se otorga cada dos años a diseños que mejoran áreas vitales de la vida de las personas. D-Lab se basa en el Massachusetts Institute of Tecnología por Amy Smith fomentar el desarrollo, diseño, y la difusión de su caso tecnologías y sostenibles soluciones en el marco de internacional para el desarrollo. | Design that Matters se funda por Tim Prestero y Neil Cantor para crear nuevos productos que permiten las empresas sociales en el desarrollo, ofrecer un mejor servicios y escala con mayor rapidez. | RED, un equipo interdisciplinario de diseñadores, analistas políticos y científicos sociales, se forma por la Consejo de Diseño del Reino Unido para abordar los obstáculos sociales y económicos problemas a través de diseño dirigido innovación. | La Cumbre de Diseño de Aspen es relanzado cuando la Conferencia de Diseño internacional de Aspen se hizo socio de la AIGA para crear un nuevo tipo de reunión de diseño de "un mundo que enfrenta graves desafíos". Global Studio es lanzado por la Universidad de Sydney, la Universidad de Columbia y la Universidad de Roma como internacional, basados en el lugar interdisciplinario y participativas de diseño y planificación studio, bajo la dirección de Anna Rubbo. |

DISEÑO SOCIAL

50 Años de historia

Referencia: [John Cary, Jane Margolies, Leslie Speer, Anthony Schuman, y Kate Stohr](#)

Diseñar Como Tú

Dale a Damn:
arquitectónico Las res-
puestas a humanitario
publicación crisis se
organiza y editado por
Arquitectura para la
Humanidad.

2006

Diseño para la Mayoría, el sección de interés profesional de la Sociedad de Diseñadores Industriales de América, se forma y se dirigió por Leslie Speer. Costa del Golfo de Diseño de la Comunidad.

2007

Diseño para el 90% exposición y el catálogo es organizado por Cynthia E. Smith y se abre en el Smithsonian de Cooper-Hewitt, National Design Museum de Nueva York. D-Rev, una organización no lucrativa, es fundada por Paul Polak "para crear un diseño revolución "reclutando diseñadores el desarrollo de productos e ideas que beneficiará a los pobres del mundo población.

2008

El primer mundo mejor, conferencia organizada y dirigida por la Universidad de Brown y Rhode Escuela Isla de estudiantes de diseño , reúne a los profesionales y estudiantes de múltiples disciplinas para comprender mejor el poder del diseño , la tecnología y empresa en la que lleva en el mundo real cambiar. El premio Curry Stone Design es establecido por lifford Curry y Piedra Delight como un premio anual otorgado a los diseños que mejoran vida de las personas y el stado de la mundo.

2009

DESIS: (Diseño para la Innovacion Social y Sostenibilidad es fundada por Ezio Manzini como una red de base universitaria laboratorios de diseño que trabajan con las autoridades locales, socios regionales y globales para el cambio social y la sostenibilidad. Transformar, un informe anual simposio en colaboración sobre innovaciones en la atención sanitaria experiencia y entrega, es puesto en marcha por la Clínica Mayo Centro de Innovación.

2010

"Pequeña escala, gran cambio: Nuevas Arquitecturas de Social Exposición compromiso "es organizada por Andrés Le- pik y se abre en el Museo de Arte Moderno Arte de Nueva York. Diseño impulsado por la comunidad es añadido a la Fundación de Surdna Programa Culturas Prosperar para apoyar la participa- ción de los artistas, arquitectos y diseñado- res en la comunidad-conducido solución de problemas y los esfuerzos de desarrollo.

DISEÑO SOCIAL

50 Años de historia

Referencia: [John Cary, Jane Margolies, Leslie Speer, Anthony Schuman, y Kate Stohr](#)

Cradle to Cradle:
rehacer la Forma en que
hacemos Cosas por Wi-
lliam McDonough y
Michael Braungart se
publica como llamado
manifesto de vista eco-
lógico diseño inteligente

..

2011

"Diseño para el otro 90%:
Exposición CIUDADES ", organizado por Smithsonian Cooper-Hewitt, Museo Nacional de Diseño de
curador de responsabilidad social diseño, Cynthia E. Smith, se abre en las Naciones Unidas Sede
en Nueva York.

IDEO.org se lanza bajo la dirección de Jocelyn Wyatt y Patrice Martin como una sin fines de lucro
organización de diseño se centró únicamente en la innovación social, permitiendo IDEO para hacer
una aún mayor impacto sobre la pobreza global. Diseño para la buena campaña se pone en marcha
por AIGA, la asociación profesional para diseño, como una plataforma en línea para construir y
mantener la aplicación del pensamiento de diseño para el cambio social.

2012

"Designing for Impact" es la el enfoque de Clinton Global Initiative Reunión Anual, con una lla-
mada a "Diseñar nuestro mundo para crear más oportunidades y más igualdad ".

"Diseño de impacto social", se añade a la Fundación Nacional para la el diseño de subvención
del Programa de Artes directrices como una actividad elegible para la financiación del gobierno
federal apoyar.

Cumbre Social Diseño Impacto está convocada por Cooper-Hewitt, Museo Nacional de Diseño,
Fondo Nacional de las Artes, y la Fundación Lemelson, que reúne a los líderes de la industria
del diseño, de la comunidad, sectores público y privado a discutir las maneras de avanzar en el
campo de diseño socialmente responsable.

01.2

Ejemplos y casos_

Casos y ejemplos

Un litro de Agua

“ La vida de una persona se puede hacer drásticamente mejor a través de un objeto que es tan asequible y fácil ”

Creador: Alfredo Moser



> PROBLEMA

Para millones de filipinos en los pueblos pobres es normal seguir con su vida diaria sin ningún tipo de luz artificial en absoluto y muchos de quienes tienen la suerte de poder tener acceso a la red eléctrica corren el riesgo de incidentes relacionados con incendios que involucran conexiones eléctricas defectuosas

> SOLUCION

Una vieja botella de plástico llena de agua puede significar la diferencia entre la luz y las tinieblas, esta es la solución casi sin costo para mejorar la calidad de vida de miles de familias pobres en las Filipinas que no tienen acceso a la electricidad y el uso de lámparas de queroseno peligrosas en interiores.

Casos y ejemplos

ABC Syringe

“ El 100 % de los participantes identificarán la jeringuilla roja como una amenaza potencia a su seguridad ”

Creador: Project Leader [David Swann](#) // Organisation University of Huddersfield //Designed By David Swann
Project Location India and beyond //Project Website - Name of nominating Icsid Member organisation

> PROBLEMA

Para millones de filipinos en los pueblos pobres es normal seguir con su vida diaria sin ningún tipo de luz artificial en absoluto y muchos de quienes tienen la suerte de poder tener acceso a la red eléctrica corren el riesgo de incidentes relacionados con incendios que involucran conexiones eléctricas defectuosas

> SOLUCION

Una vieja botella de plástico llena de agua puede significar la diferencia entre la luz y las tinieblas, esta es la solución casi sin costo para mejorar la calidad de vida de miles de familias pobres en las Filipinas que no tienen acceso a la electricidad y el uso de lámparas de queroseno peligrosas en interiores.



Casos y ejemplos

Aqueduct concept vehicle

“ El modelo funcional fue diseñado y construido en un período de tres semanas por cinco ingenieros y diseñadores de IDEO ”

Creador: [Brian Mason](#) // IDEO | Senior Mechanical Engineer, Project Lead, & Medical Products Lead



> PROBLEMA

Las fuentes de agua en las zonas en desarrollo pueden estar a kilómetros de casa, que requieren las mujeres a caminar esas distancias que transportan diariamente recipientes de agua pesada

> SOLUCION

Vehículo que transporta filtra y almacena el agua. A medida que el ciclista pedalea, una bomba conectada a la manivela del pedal extrae agua de un tanque de almacenamiento grande, a través de un filtro, a un tanque limpio más pequeño. Un embrague acopla y desacopla la correa de accionamiento de la manivela del pedal, permitiendo al jinete para filtrar el agua mientras se viaja o mientras estacionaria.

Tienen la intención de desarrollar el concepto en una solución económica y tecnológicamente viable, buscando afrontar retos tales como el costo, tecnologías de purificación adecuados, y la logística de hacer frente a un problema que afecta a miles de millones de personas en todo el mundo.

Casos y ejemplos

Briquetas de carbón

“ El 100 % de los participantes identificarán la jeringuilla roja como una amenaza potencia a su seguridad ”

Creador: Impacto Design trabajó con [ODAM](#)

> PROBLEMA

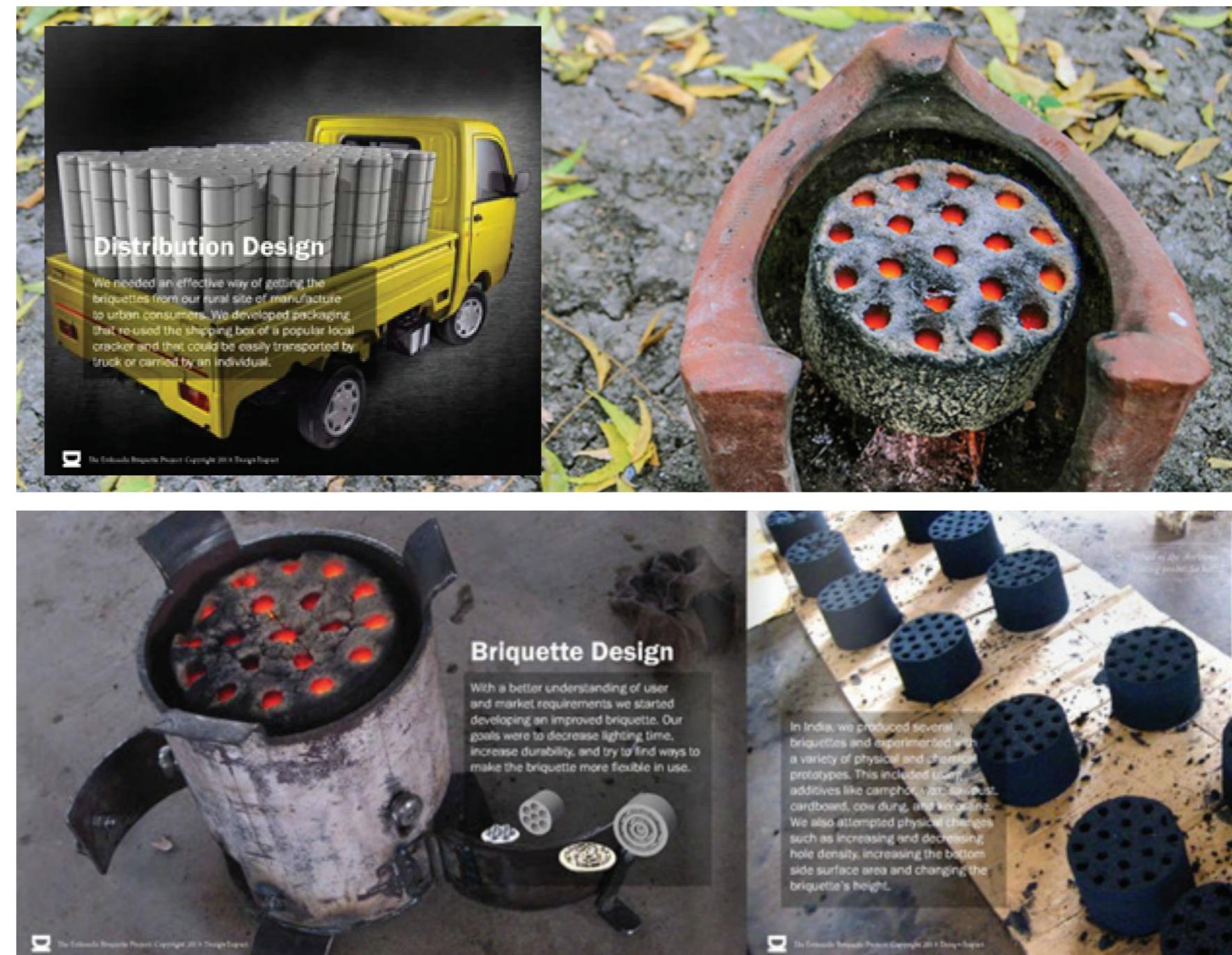
En las zonas rurales de Tamil Nadu, la producción de carbón es un gran negocio y el negocio genera una gran cantidad de residuos de carbón, suelen utilizar leña o petróleo para su necesidades de cocción, tanto de los que emiten la contaminación del aire en interiores, puede causar numerosos problemas a corto y largo plazo para la salud.

> SOLUCION

Mejorar la salud respiratoria a través de la introducción de una fuente alternativa de combustible como son las briquetas de carbon que reduce la contaminación del aire interior.

Ademas gracias a las instalaciones y puestos de trabajos creados, querian.

- Aumentar los ingresos de los distribuidores urbanos
- Aumentar los ingresos de los productores rurales
- Mejorar la calidad del aire para los usuarios urbanos



Casos y ejemplos

Save one life

Creador: Felipe Andrés Uribe Ríos // Lemur Studio // Director Creativo



“ Producto nominado en la categoría de concepto en diseño industrial en los concursos Lapiz de acero de Colombia y Red Dot Design de Singapur ”

> PROBLEMA

El objetivo de este proyecto es salvar vidas, su planteamiento surgió a raíz de la problemática mundial sobre las minas antipersonales que mutilan y asesinan miles de seres humanos.

Amplia investigación acerca de las minas antipersonales, su historia y sus cifras de muertos y mutilados diarios a causa de éstas

> SOLUCION

Se trata de un dispositivo electrónico detector dirigido a personas que están expuestas a estos artefactos explosivos, está diseñado conforme a la fisiología del pie, lo que le permite instalarse como una plantilla en cualquier tipo de calzado. Tiene una bobina planar impresa en un material conductor la cual actúa como detector de metales con un radio de acción de dos metros. Igualmente, posee un microprocesador y un emisor inalámbrico encargado de emitir una señal que es reconocida por un receptor con pantalla ubicado en la muñeca del usuario, el cual muestra el perímetro afectado y la ubicación precisa de la mina.

Casos y ejemplos

Briquetas de carbón

“ Ya son aproximadamente unos 33.000 rodillos Hippo fabricados y distribuidos hasta el momento”

Creador: Pettie Petzer y Johan Jonker

> PROBLEMA

Carga de agua desde pozos o ríos en comunidades en las cuales el acceso a este recurso es difícil y requiere mucho tiempo y esfuerzo

>SOLUCION

Dispositivo para el transporte de agua más fácil y más eficiente que los métodos tradicionales, especialmente en el mundo en desarrollo .

Se compone de un contenedor en forma de barril que contiene el agua y puede rodar por el suelo, y un mango unido al eje del cañón. Actualmente desplegado en zonas rurales de África, su naturaleza simple y construido especialmente lo convierte en un ejemplo de la tecnología apropiada.

Beneficios:

- Ahorro de tiempo
- Menor esfuerzo;
- Tensión reducida
- Mayor disponibilidad de agua,
- Almacenamiento higiénico.



Casos y ejemplos

Life straw

Creador: Compañía Suiza Vestergaard Frandsen



"LifeStraw Family filtra un máximo de 18000 litros de agua, asegurando agua potable para una familia de 5 personas por hasta 3 años"

> PROBLEMA

Aguas de ríos contaminadas

> SOLUCIÓN

Dispositivo que filtra el 99% de las bacterias y el 98% de los virus que se encuentran en aguas contaminadas. Existe también una versión "familiar" que filtra agua continuamente.

Funciona con una serie de filtros de diferentes tamaños, resina con yodo y carbón activado para absorber agentes tóxicos. Es tan efectivo como cualquier otro filtro de agua o hervirla. Se supone que cada uno de estos productos permite ingerir hasta 700 litros de agua. Su costo es de \$2.

Casos y ejemplos

Eliodoméstico

“ Ya son aproximadamente unos 33.000 rodillos Hippo fabricados y distribuidos hasta el momento”

Creador: Pettie Petzer y Johan Jonker

> PROBLEMA

Infecciones causadas por el agua contaminada o muriendo como resultado de la falta de disponibilidad alguna de agua.

> SOLUCION

A medida que el sol va calentando el agua que se vierte, ésta se convierte en vapor y la presión del mismo empuja el agua por una especie de tubería y luego se condensa en la parte inferior, para después gotear en donde se puede “recoger” el agua que ya está purificada.

Materiales necesarios para fabricar su horno son fáciles de conseguir en comunidades remotas (barro, metal reciclado, etc)

Otro detalle importante es que este diseño es un proyecto Open Source, por lo que cualquier persona puede mejorar o adaptar el Eliodoméstico para las necesidades de una comunidad específica



Casos y ejemplos

Nuevas formas de ser ancianos

Link: <http://www.hatchandbloom.com/case-studies>

“El proyecto es mostrar cómo los ciudadanos pueden influir en la formulación de políticas sin las disputas políticas habituales”



La formulación de políticas a través de participación de los usuarios.

“Queremos involucrar a los ciudadanos en la elaboración de una nueva política para los ancianos!” Solicitado por Frederiksberg Municipality, se nos pidió que establecer una visión “usuario” en la situación actual en lugar de hacer una nueva política detrás del escritorio. Y así, antes de que los políticos consideran la agenda política, se nos dio la oportunidad de organizar el curso de acción completo.

Para poner las cosas en movimiento se estableció una serie de marcos (talleres, entrevistas, eventos y reuniones) para proporcionar un foro a los usuarios un libre flujo de experiencias, ideas y recomendaciones. En primer lugar, para crear conciencia en el municipio durante un periodo de tiempo determinado. En segundo lugar, para combinar experiencias, ideas y recomendaciones y el diseño de un concepto y de toma de decisiones fundación tan significativo y tangible que apelará a los políticos y ayudarles a decidir políticamente. El proyecto está todavía en proceso. De entrada no sólo proviene de los ciudadanos del municipio, sino también de las diferentes organizaciones (tanto políticos y no políticos) y representantes de la municipalidad.

Casos y ejemplos

Servicios de comida

Creador: <http://www.hatchandbloom.com/case-studies>

Hoy en día 125.000 personas mayores están inscritos en el servicio de comidas a domicilio. Este número aumentará intensamente como el número total de personas mayores sobre-67 aumentará en los próximos 10 años. Esto significa nuevas y superiores demandas de calidad de los alimentos y la variación menú. Sin embargo, los servicios de alimentación municipales tienen una mala reputación.

Gran parte de nuestros ancianos, los principales destinatarios de los servicios, comen muy poco o incluso son desnutridos. El municipio de Holstebro era muy consciente de esto y decidió el diseño de servicios para hacer realidad el cambio.

Diseño de un nuevo servicio de comida entera para el municipio. A través de los seis meses de recogida de ideas y trabajar con todas las personas en contacto directo con el servicio de comida, la idea de la buena cocina se convirtió en una realidad. El camino estaba despejado para un nuevo tipo de servicio de comida en Dinamarca y el resultado fue un servicio de comida con más calidad, más flexibilidad y una mayor libertad de elección.

“ Nuevo servicio alejado de las comidas ajustadas e individuales, aportara tanto alta calidad como valor añadido a través de las personas ”



Casos y ejemplos

Una asesoria a su servicio

Creador: Servicio Brand Experience // aplicada a la consejería estudiantil



“El 22% de las personas que optan por la educación superior gastan menos de una hora en investigar lo que la educación les ofrece”

22% de las personas que optan por la educación superior gastan menos de una hora de investigar lo que la educación para elegir (y pasar los próximos 5-6 años completarlo). 17% de los estudiantes admitidos en la educación superior el cambio educativo dentro de dos años. 12% abandona, y más del 50% excederse el tiempo para terminar sus estudios

5 meses en la Universidad de Aarhus lo podría presentar su nueva marca de servicio Experiencia concepto, se extendió a una serie de diferentes puntos de contacto, como aplicación, chat en línea, centros de orientación, una guía de orientación interna. Además, se lanzó la primera campaña de información para los estudiantes potenciales que abordan los servicios de asesoramiento. Una campaña incluyendo la revista muestra a través del país, el sitio web que ofrece experiencias de los estudiantes y cómo consejería estaba ayudando a alcanzar sus metas, y un punto de marca en los cines. Por último, la marca, el servicio y la experiencia se unen, como la Universidad de Aarhus abiertas jornadas de puertas en marcha un concepto combinado, incluido el asesoramiento en el lugar, la inspiración y un adelanto en la vida cotidiana de los estudiantes actuales de la Universidad de Aarhus.

Casos y ejemplos

Moneda Social

“ Cada moneda tiene un código único con el que podrás seguir todas las historias de ayuda que ha generado”

Creador: <http://www.hatchandbloom.com/case-studies>

Estas monedas simbolizan el compromiso, la entrega, la confianza y la empatía. Con cada una de ellas se inicia una cadena de acciones desinteresadas que quedan escritas en nuestra página Web.

Cada moneda tiene un código único con el que podrás seguir todas las historias de ayuda que ha generado.

Además, todas las monedas son biodegradables y como dentro llevan una semilla que les dota de vida propia, se pueden plantar al final de la cadena.

¿DÓNDE VA A PARAR EL DINERO?

Somos emprendedores sociales, nuestra organización no tiene ánimo de lucro, todos los beneficios que tenga The Social Coin se distribuirán de la siguiente forma:

80% Acuñar mas monedas

20% Educación Social

Bajo nuestro programa “Aula desinteresada” distribuimos gratuitamente monedas sociales entre los alumnos de las escuelas que participan en este programa. acuñar moneda con empresas, servirán para producir más moneda y distribuirla aleatoriamente por todo el mundo.



Casos y ejemplos

Objetos más simples

Creador: Mora y Romaní // <http://www.inhabitat.com>



"El 22% de las personas que optan por la educación superior gastan menos de una hora en investigar lo que la educación les ofrece "

> PROBLEMA

Sillas de ruedas poco accesibles a las personas en los países en desarrollo debido a su alto coste.

> SOLUCIÓN

Dos diseñadores están mejorando sillas de plástico comunes con un poco de sentido común creativo. Al colocar los asientos de plástico ampliamente disponibles para ruedas de sillas de ruedas estándar, los diseñadores españoles Josep Mora y Clara Romaní son capaces de reducir drásticamente el costo de los productos a través de algunas simples bricolaje. Gracias a un taller instalado en un hospital local, este dúo de diseñadores está dando a las personas heridas en Rwanda la libertad de moverse por sí mismos.

Mora y Romaní crearon un taller dentro Gatagara hospital que involucra a los pacientes y al personal en el edificio y fijación de reciclado de sillas de ruedas .

Casos y ejemplos

Social Toy

“ Es un movimiento con el fin de divulgar una serie de valores a los más pequeños a través del juego ”

Creador: [Sarah Rink y Marta Ros](#)

La idea surgió entre dos madres, Marta y Sarah,

En esos parques, los padres no tienen que ir cargados con los juguetes de sus hijos. Ni buscarlos a la hora de irse. Porque los juguetes son de todos los niños y se quedan allí, en el parque.

Marta y Sarah han habilitado en su web un espacio con las herramientas necesarias para llevar Social Toy a cualquier parte del mundo. Una caja con 20 juguetes, 100 flyers, 20 vinilos para marcar los juguetes y dos pegatinas para identificar el parque como zona de juegos Social Toy componen el kit de “iniciación”.

Forma de hacer que los espacios públicos sean en parte propios, y por que los cuidemos como tal, y de fomentar el civismo y la creatividad”.

En Barcelona hay tres, dos en Gracia y otro en el Paseo de Sant Joan. Y existe un cuarto en Palma de Mallorca. En esos parques, los padres no tienen que ir cargados con los juguetes de sus hijos. Ni buscarlos a la hora de irse. Porque los juguetes son de todos los niños y se quedan allí, en el parque



Casos y ejemplos

Manos Descubridoras

Link: <http://www.discovering-hands.de/>



“ La discapacidad no es realmente una discapacidad sino que es la capacidad para hacer otras cosas. La discapacidad tiene la capacidad de hacer un mundo mejor ”

El ginecólogo alemán Frank Hoffmann ideó "Discovering Hands", ha creado una iniciativa que capacita a las mujeres con discapacidad visual para la detección precoz del cáncer de mama. La idea surgió hace 5 o 6 años, cuando Hoffmann tomó conciencia de la gran sensibilidad que tienen las mujeres invidentes para detectar pequeños bultos imperceptibles para cualquier otra persona.

Según un estudio realizado por Essen University's Women's las mujeres con discapacidad visual lograron detectar más tumores que los médicos, y de menor tamaño, en 450 casos. Actualmente, se han formado 20 mujeres en este programa, y 18 hospitales ofrecen esta prueba. Está previsto que en 5 años se formen 70 mujeres ciegas para el proyecto y la idea es que este número siga creciendo hasta las 300 o 400.

“ La discapacidad no es realmente discapacidad, es la capacidad para hacer otras cosas ” afirma Hoffmann. Cierto, la discapacidad tiene la capacidad de hacer un mundo mejor.

Casos y ejemplos

Los especialistas

Link: <http://specialistpeople.com/specialisterne/>

Utilizan las características de las personas con autismo como una ventaja competitiva, y como un medio para ayudar a las personas con autismo empleo seguro. La mayoría de los empleados en Specialisterne tiene un diagnóstico dentro del espectro autista, y trabajar como consultores en tareas tales como las pruebas de software, la programación y la entrada de datos para el sector corporativo.

Los rasgos que por lo general excluyen a las personas con autismo del mercado de trabajo son los mismos rasgos que los hacen valiosos empleados en Specialisterne, como la atención a los detalles, la tolerancia cero para los errores y una persistencia para hacer el trabajo. Nosotros no los vemos como personas con un diagnóstico de autismo, sino que los vemos como verdaderos especialistas, y por eso nos referimos a ellos como "personas especializadas". Imagina un mundo en el que alguien que alguna vez fue definido por su diagnóstico, en cambio se define como una "persona especialista".

“ Los rasgos que por lo general excluyen a las personas con autismo del mercado de trabajo, son los mismos rasgos que los hacen valiosos ”



01.3

Metodologías_

Metodologías

Design Thinking

Link: www.Design Sojourn.com

En esta metodología se pone al usuario en el centro de nuestra reflexión.

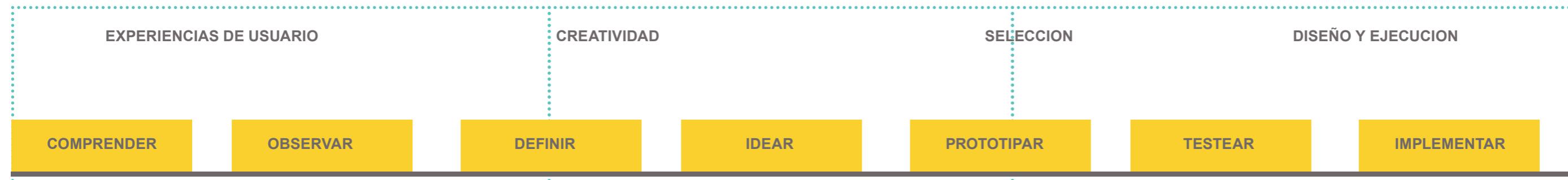
Se cree que sólo desde esta perspectiva es posible encontrar soluciones realmente relevantes para las empresas y las personas.

Se focaliza principalmente en la innovación social, es decir por un modelo de innovación que impacte en el ser humano aportándole un beneficio integral al individuo y su ecosistema.

Gracias al Pensamiento de Diseño desarrollamos proyectos desde una triple perspectiva: **Viable, Factible y Deseable**, de modo que genera un triple impacto positivo tanto en la empresa u organización como en el cliente o usuario. Pero siempre iniciando los proyectos desde un enfoque en el que las personas son el centro de la reflexión

Determina que el pensamiento de diseño no ha dado los resultados esperados en comparación a lo que la empresa está esperando, y a pesar de los esfuerzos el pensamiento de diseño es algo que solo unos pocos pueden hacer bien.

Todo el mundo se apunta a la metodología y suben al tren con razón o sin ella. Al igual que en las finanzas, organizaciones...etc un gran error es no contratar a las personas pertinentes y que han sido entrenadas y están cualificados para realizar ese trabajo, muchas empresas optan por hacerlo por su cuenta.



Metodologías

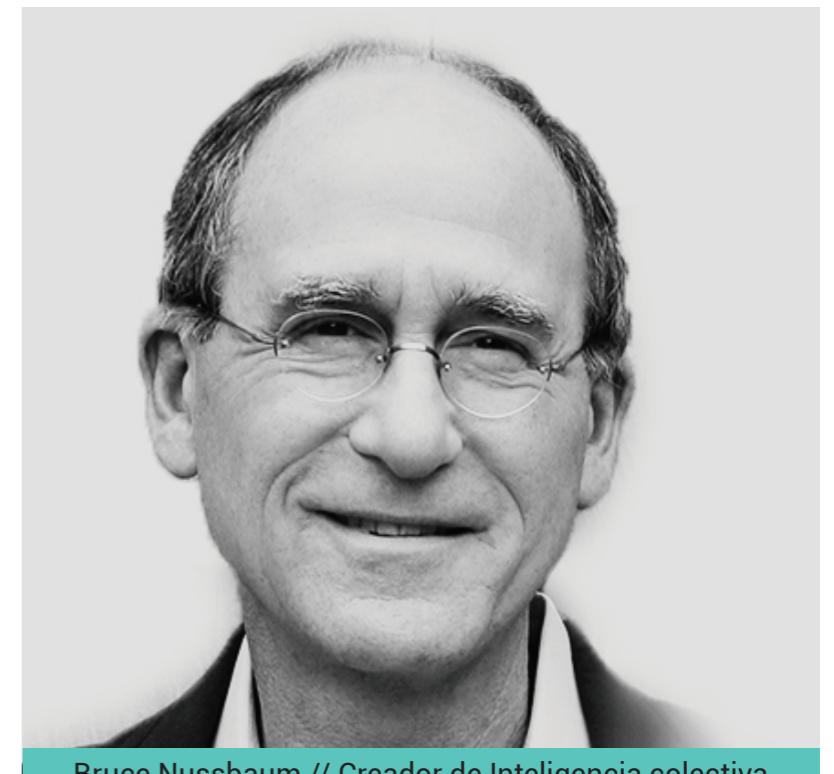
Design Thinking - Mis conclusiones

Link: www.Design Sojourn.com // <http://www.seobook.com/design-thinking>

- En la fase de observar , se hace desde una perspectiva lejana no se involucran en el entorno quizás es demasiado alejado para comprender un problema de la vida real.
- Tiempos muy marcados en cada fase.
- Se trata de una herramienta la cual solo se puede realizar en grupo y no individualmente.
- Necesitas un equipo multidisciplinar
- Es un proceso muy laborioso.
- Al recabar tanta información del bringstorming te puede saturar y no saber elegir el camino adecuado .
- no solo hay que valorar las ideas aportadas por su originalidad sino también por su fiabilidad y efectividad.
- La gente por definición no es objetiva y a veces no dicen la verdad sobre algunos temas por lo que el proceso podría estar congestionado.
- Requiere muchos recursos humanos.
- Seria interesante un periodo de reflexión individual para luego aportar esa idea más importante al grupo.
- Al hacer prototipos rápidos y no plasmar ciertos detalle puede que se nos escapen algunos conceptos de la idea o no sepamos ver algún problema añadido
- Se requieren habilidades manuales para la construcción de prototipos.
- A la hora de evaluar, los usuarios que han utilizado esos prototipos pueden cambiar la verdad un poco.
- A la hora de tener que hacer entrevistas con los usuarios hay que procurar no avasallarlos.
- La gente se cohíbe a la hora de las entrevistas debido al gran número de personas que la realizan.

Nigel Cross llega a la conclusión de los estudios de Lawson que "la resolución de problemas científicos se lleva a cabo mediante el análisis, mientras que los diseñadores de resolver un problema a través de la síntesis"

El pensamiento de diseño tiende a comenzar con la solución, en vez del problema. Un montón de problemas se centran en la búsqueda de la solución correcta a un problema, mientras que el pensamiento de diseño tiende a ofrecer una variedad de soluciones en torno a un tema común. Es una mentalidad diferente.



Bruce Nussbaum // Creador de Inteligencia colectiva

Metodologías

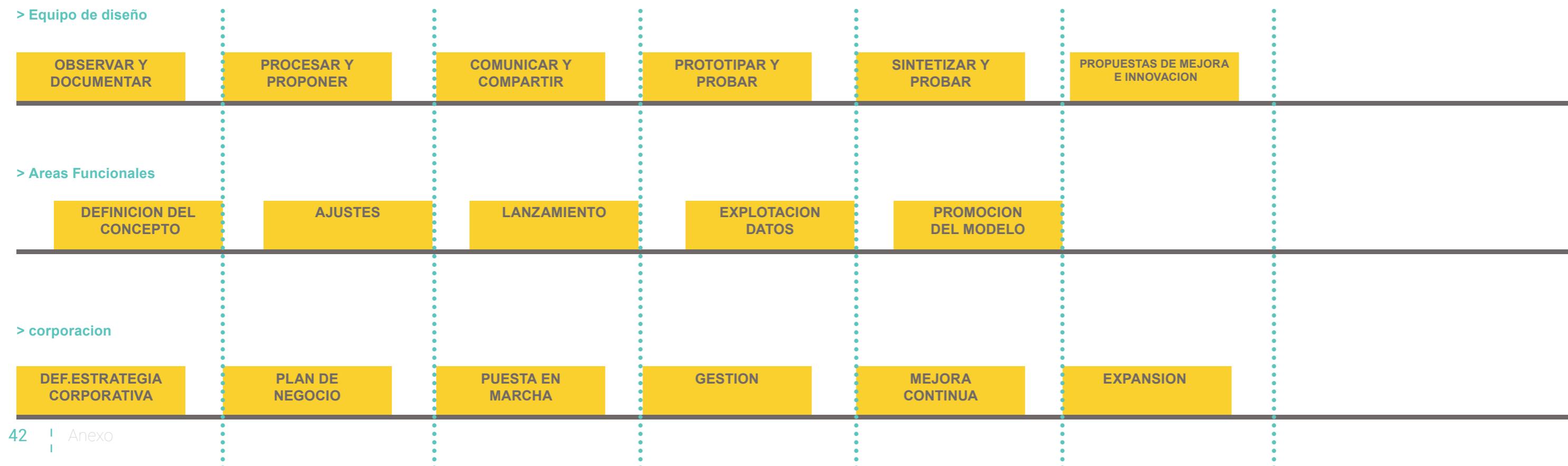
Service Design

Link: <http://rrebrand.com/es/>

En la actualidad los servicios representan cerca del 75% de la economía.

Hoy por hoy incluso los productos de las empresas que no se dedican a este sector, no se pueden considerar como objetos independientes sino que están en relación con puntos de venta, envases, espacios físicos o digitales, personas, clientes... en una palabra, hablamos siempre de EXPERIENCIAS en torno a los productos.

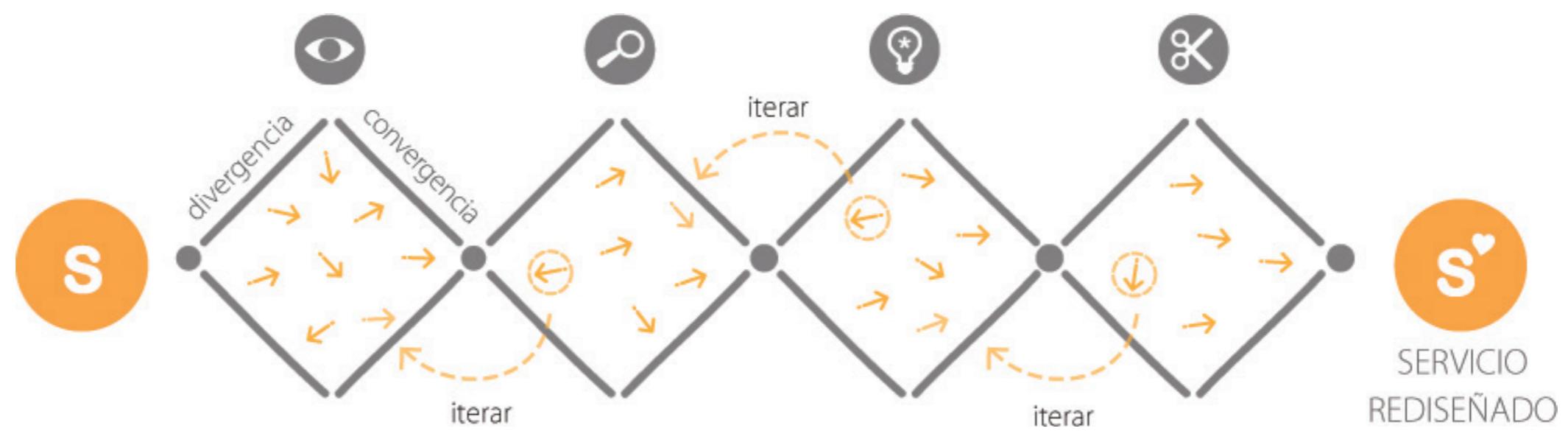
Así pues un servicio es la experiencia facilitada por alguien (organización, empresa, estado...) enfocada a cubrir una o varias necesidades concretas de un usuario. En rrebrand diseñamos contigo la experiencia que viven tus clientes al entrar en contacto con tu empresa, con tu marca, para que ésta sea una experiencia cargada de valor. La clave de un buen servicio es que sea deseable por el usuario en función de sus necesidades, factible desde el lado tecnológico y viable económicamente.



Metodologías

Service Design

Link: <http://rrebrand.com/es/>



> INVESTIGAR

Aproximación al tema.
Contextualizar el problema.
Definir los actores y las variables que intervienen.
TÉCNICAS / METODOLOGÍA:
Entrevistas
Shadowing
Mistery shopping
Cultural probes

> ANALIZAR

Procesar toda la información recogida, ordenarla y sintetizarla. Identificar oportunidades y debilidades. Desde los hechos y las personas conocer las claves del problema.
TÉCNICAS / METODOLOGÍA:
Blueprints
Customer journey maps
Ecosistemas

> CO-CREAR

Buscar soluciones juntos.
Imaginar escenarios futuros y cómo resolver cada situación. Prototipar las propuestas y verificarlas para poder validar una solución.
TÉCNICAS / METODOLOGÍA:
Convergencia / divergencia
Think out of the box
Storyboard

> MATERIALIZAR

Presentar la solución de forma visual y sintética. Recoger el proceso y sus claves. Definir los artefactos necesarios.
ENTREGABLES:
Guía de implementación
Blueprint con mapa de puntos de innovación
Diseño de artefactos

Metodologías

Service Design

Link: <http://rrebrand.com/es/>

> La persona en el centro

Partimos de la persona. Para nosotros el diseño centrado en el usuario es más que poner los botones adecuados en los lugares correctos. Es entender la cultura y el contexto de las personas antes de empezar con las ideas y las soluciones. Siempre trabajamos afirmando que en todo acto de diseño hay un para quién.

Comprender al público.

Posicionamiento del producto.

Identidad del punto de venta.

Precio de venta.

Distribución.



> Método Etnográfico

Características del usuario.

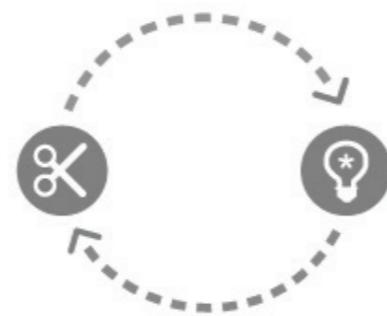
Necesidades, deseos, aspiraciones.

Gustos, preferencias. Situaciones de uso.

El camino es el prototipo. La clave es construir para pensar (y no al revés). Prototipar acelera el proceso. La clave está en prototipar de forma rápida y sencilla, con lo que tengas a mano. Equivocarse es estar un paso más cerca de la solución.

> Método Etnográfico

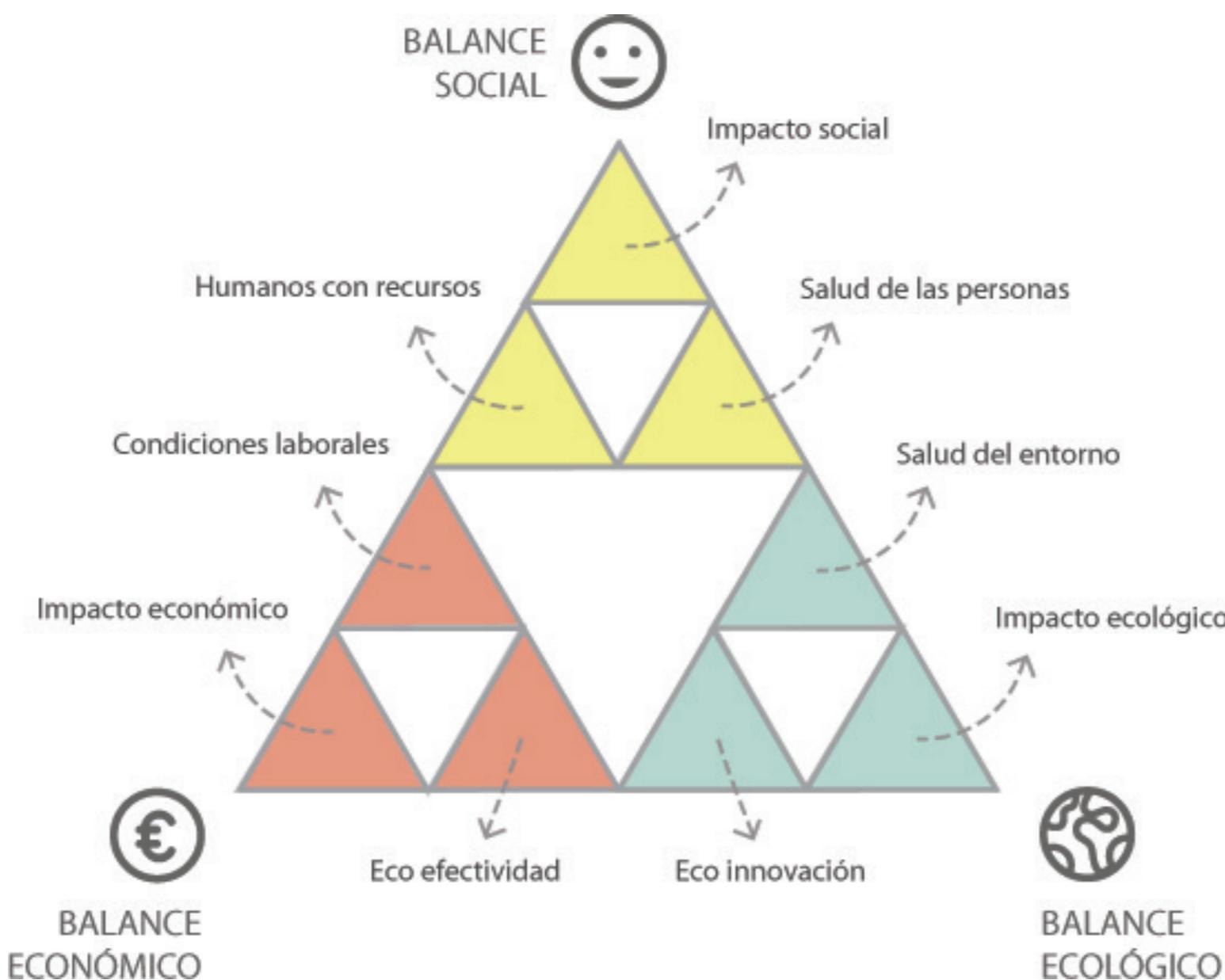
El destino es el triple balance. El diseño de sistemas participativos hace posible que emergan más valores en los negocios aparte del económico. Estamos convencidos que es una de las claves para la economía del futuro: del consumo a la participación.



Metodologías

Service Design - Triple balance

Link: <http://rrebrand.com/es/>



En un momento histórico complejo como el actual, en el que la percepción dominante en las empresas es la sensación de cambio, nuestro vínculo con los emprendedores y las Pymes se ha reforzado y ha puesto de manifiesto dos aspectos fundamentales: la necesidad de "hacer mejor las cosas" y de hacerlo desde dentro de las organizaciones.

Toca reinventarse y por eso diseñamos (o rediseñamos) negocios integrando la triple perspectiva dentro de sus objetivos. La economía que viene es una economía preocupada no sólo por los beneficios económicos, sino también por las personas y el planeta: el triple balance.

Desconocemos el futuro, pero os invitamos a diseñarlo construyendo empresas desde los valores de las personas que las integran. Empresas que, honestamente, quieren transitar hacia un modelo más justo socialmente, menos dañino ecológicamente y más solidario en lo económico, pues la demanda del público obliga, al menos, a una reflexión en estos tres órdenes.

Metodologías

Universidad de Zaragoza - Diseño

Link: [Apuntes de la Carrera Ingeniería de Diseño Industrial Y desarrollo de Producto](#)

| BRIEF | ESTUDIO MERCADO | EDPs | CONCEPTUALIZACION | DESARROLLO | DEF.FINAL | MAQUETA | PUESTA EN MARCHA SEGUIMIENTO |
|---|--|---|---|-----------------------------------|--|-------------------------------|------------------------------|
| BRIEF | ESTUDIO MERCADO | EDPs | CONCEPTUALIZACION | DESARROLLO | DEFINICION FINAL | MAQUETA | PUESTA EN MARCHA SEGUIMIENTO |
| Se enumeran las indicaciones a seguir en el proyecto, descripción, objetivos, ámbitos, fases, otros requerimientos... | Analisis: funcional, formal, de uso, ergonomico, de usuarios, ciclo de vida, entorno, Paneles de influencia. | NORMATIVAS E. Funcional E. Formal E. Uso E. Usuario E. Ciclo de vida E. Entorno | Tecnicas creativas Alternativas 3 Conceptos | Evol. alternativas 1 SELECCION | Materiales tecnicos, planos, 3D, Artes finales, materiales... Prototipos formales, ergonomicos... | Maqueta final Presentacion | |

Metodologías

Universidad de Zaragoza - Diseño

Link: [Apuntes de la Carrera Ingeniería de Diseño Industrial Y desarrollo de Producto](#)



Metodologías

Diseño y Acción DA+

Link: www.Design Sojourn.com

Iniciativa que tiene por objeto vincular activamente a diversos actores sociales interesados en dar respuestas a ciertas problemáticas sociales y ambientales, a través del Diseño.

Entendemos al Diseño como una herramienta para vincular personas y voluntades, proponer alternativas y difundir ideas, y no como un simple generador de productos descontextualizados.

Quienes son:

Son profesionales, principalmente vinculados al área del Diseño, conscientes del impacto que su actividad genera, que ven en este tipo de problemas un desafío y una posibilidad de cambio real; una forma de humanizar su profesión y recuperar la función social de su labor. Respondiendo a intereses colectivos sobre los individuales.

Su metodología de trabajo se centra en la investigación y el desarrollo de propuestas y productos orientados al mejoramiento del bien común; poniendo en valor, a través de la comunicación, el impacto positivo que estos generan en la sociedad y su entorno.

> Las acciones que realizan se centran en tres instancias:

1. Investigación y Desarrollo. Investigan los materiales, sus procesos y sus posibilidades, para poder desarrollar productos acordes a los valores que profesan.
2. Difusión y Concientización. Difunden estos valores a través de actividades, charlas y talleres con el fin de hacer conocer y concientizar sobre la responsabilidad como productores y consumidores.
3. Transferencia y Acción. Transfieren los conocimientos a través de capacitaciones para que otros puedan sumarse activamente al cambio de nuestra realidad.

>Actualmente trabajamos en tres ejes temáticos:

1. Social. Acompañando emprendimientos productivos basados en el trabajo autogestionado, para el mejoramiento de productos y puesta en valor de sus particularidades y procesos productivos.
2. Ambiental. Investigando y desarrollando nuevos productos a partir de la reutilización y el reciclado de desechos industriales (scrap).
3. Socio-Ambiental. Vinculando ambas problemáticas en un proyecto asociativo más amplio, donde éste potencie las posibilidades de desarrollo y crecimiento de los emprendimientos que forman parte del mismo.

"Lo esencial de la tarea de diseñar reside en la capacidad de imaginar cómo se comportarán las cosas antes de que existan"

André Ricard

Metodologías

Predica

“visualizamos formas de solucionar problemas de las personasa través de una nueva manera de pensar”

Predica

Link: <http://www.prodintec.es // FABRICA DEL FUTURO ASTURIAS>



El objetivo de PREDICA ha sido dar a conocer los beneficios del diseño y potenciar su incorporación en las PYMES de cada una de las comunidades autónomas participantes, desarrollando para ello un método sencillo y comprensible para la aplicación del diseño, posibilitando la ejecución de proyectos en diferentes sectores industriales, con el fin de demostrar, tanto cualitativa como cuantitativamente, que el diseño es accesible y susceptible de aplicación en cualquier tipo de empresa.

Por eso aplicamos el pensamiento de diseño (design thinking) para analizar problemas complejos y resolverlos colectivamente. Nos gusta romper paradigmas y hacer que lo complejo se vuelva fácil usando herramientas como “visual thinking” para organizar la información de manera más intuitiva y visual.

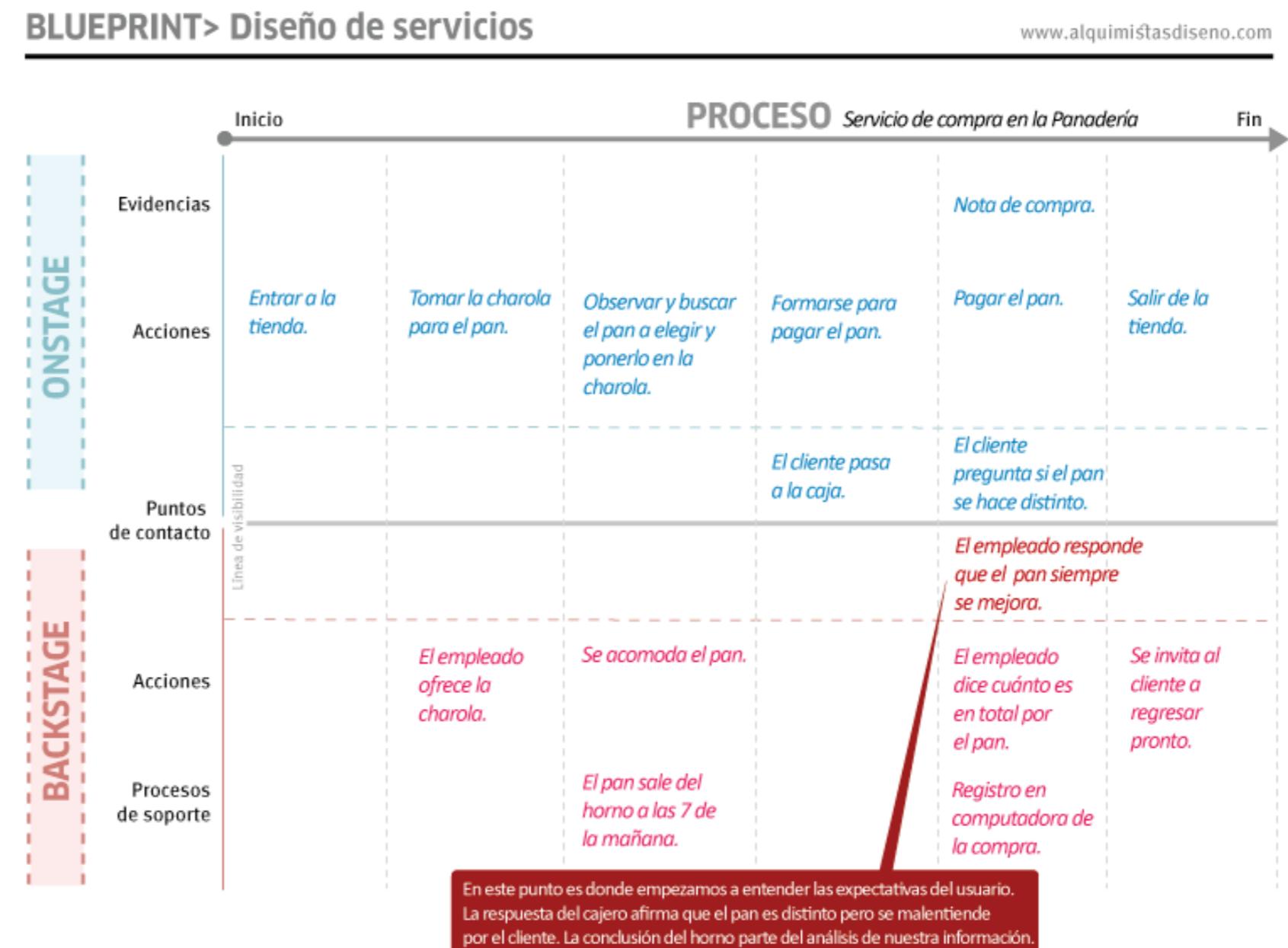
Metodologías

Blueprint [Herramienta]

Link: www.Design Sojourn.com

Es muy sencillo, finalmente lo que siempre buscamos es encontrar un orden para ubicar nuestras ideas, conceptos, o lo que tengamos en mente. El diseño de servicios tiene una plataforma básica que nos ayuda a ubicar todas estas cosas el cual se le denomina blueprint de diseño de servicios.

Para empezar a diseñar un servicio es importante conocer cómo se encuentra actualmente y esto lo vamos a poder hacer mediante observar y entender los dos lados del escenario: backstage (detrás del escenario) y el onstage (el escenario en sí) siguiendo la analogía de un teatro.



Metodologías

Blueprint [Herramienta]

Link: www.Design Sojourn.com



PREGUNTAS ORIENTATIVAS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE LOS USUARIOS

- ¿Cuántos años tiene? ¿Estado civil? ¿Con quién vive?
- ¿Tiene hijos? ¿De qué edad? ¿Viven con usted?
- ¿De qué trabaja? ¿Cuáles son sus ingresos?
- ¿Cómo es su casa? ¿En qué zona vive? ¿Cómo vive?
- ¿Quiénes son sus ídolos? ¿Y sus referentes?
- ¿Cómo pasa el tiempo libre? ¿Qué consume? ¿Qué usa?
- ¿Qué desea? ¿Qué cosas valora? ¿Qué cosas elige?

¿qué es?

Herramienta dinámica que permite visualizar a los usuarios y el contexto.

Una de las aspiraciones del que produce y comercializa todo tipo de producto es sintonizar con las necesidades y deseos de actuales y, sobre todo, futuros compradores y usuarios. Esto requiere conocerlos para contar con información cualitativa para focalizarnos en grupos específicos.

Podemos describir a los consumidores a partir de la información provista por los vendedores, o la que surja de encuestas a clientes y usuarios. Un mayor conocimiento de estas necesidades y anhelos permitirá desarrollar productos que las satisfagan de mejor manera.



CARACTERÍSTICAS DEL CONTEXTO DE USO DEL PRODUCTO

- ¿Se utiliza en el hogar, en la oficina, en la calle?
- ¿El uso es público o privado? ¿Individual o colectivo?
- ¿En una zona urbanizada o rural? ¿En algún lugar específico?
- Al usarse, ¿en el lugar (puede/debe) haber una, dos o más personas?
- ¿Interactúa con otras personas en caso de ser necesario?

Cuanto más profunda sea la búsqueda de información, más ricas o específicas serán las representaciones.

Lo que nos permitirá caracterizar a nuestros usuarios y encarar el diseño con datos más precisos. Un medio eficaz para sintetizar y comunicar el análisis y la valorización de los datos obtenidos es la realización de paneles ilustrativos, que facilitan el diálogo de los integrantes del equipo de diseño entre sí y con otras personas.

Metodologías

Etnografía y Diseño

“ La importancia de la observación de usuarios en su contexto como método para hacer mejor diseño ”

Referencia: [Aiga, asociación de diseñadores norteamericanos // www.terremoto.net](#)

La importancia de la observación de usuarios en su contexto como método para hacer mejor diseño.

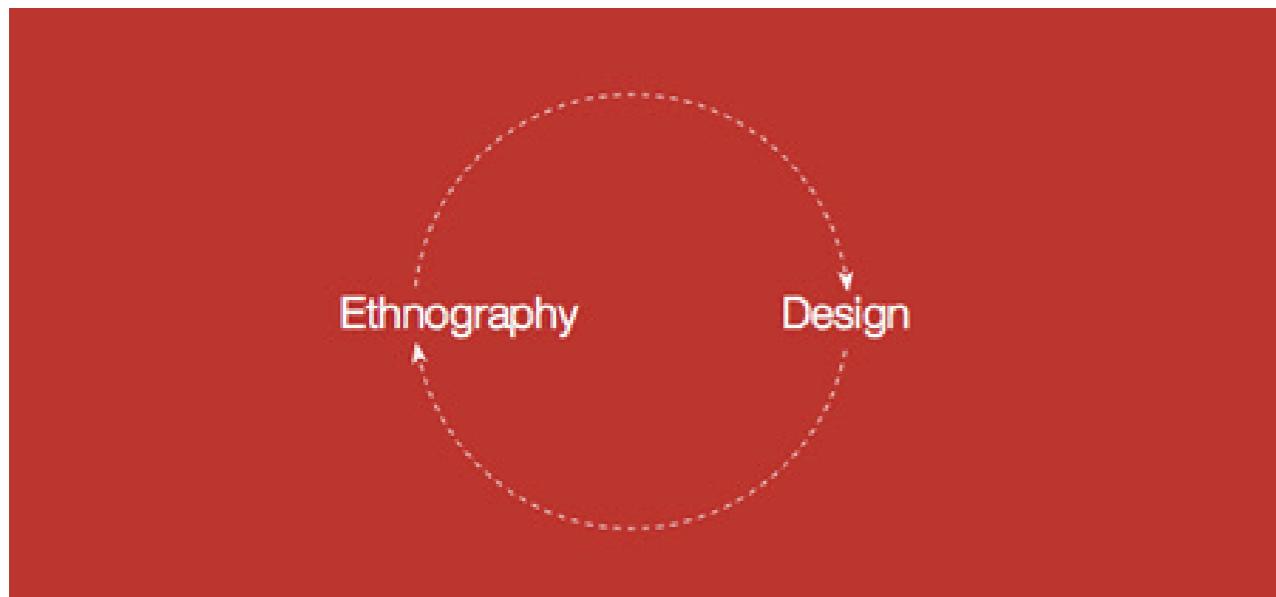
La etnografía nos dice cómo se comporta la gente en su entorno y nos abre la puerta a idear formas de hacerlo más confortable.

Vista desde esa óptica, la etnografía mejora el statucuo pero no lo cambia, no es el camino a la innovación sino al asentamiento de lo existente: diseñar productos que encajen en el estado actual de las cosas. Andrew Blauvert lo plantea con un ejemplo revelador.

De IDEO también se ha dicho que si investiga tanto el contexto y hace productos que se adapten a él, nunca cambia el contexto.

En el lado opuesto a IDEO estarían Sony o Apple, poco dados a la etnografía y más a crear productos nuevos para contextos de uso que no existían previamente, como el Walkman.

Lo indudable es que la metodología condiciona y tiende a provocar que diseñemos productos hechos en serie, igualitos unos a otros. Si nada cambias, nada cambia. También es cierto que sin método tienes muy pocas probabilidades de hacer algo sólido. Cuanto más quieras asegurar, más tendrás que ceñirte a la metodología, pero menos probabilidad de cambiar las cosas de forma significativa.



Metodologías

Etnografía y Diseño

Referencia: [Aiga, asociación de diseñadores norteamericanos // www.terremoto.net](#)

La etnografía es uno de los métodos más relevantes que se vienen utilizando en investigación cualitativa por lo que antes de meternos de lleno en este tema, sería importante explicar de qué trata este tipo de investigación.

Consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe

Procuran captar el sentido que las personas dan a sus actos, a sus ideas, y al mundo que les rodea.

Un criterio a tener en cuenta es la CREDIBILIDAD, es decir que se reconozca que nuestras conclusiones responden a la realidad que se estudia.

MODELO CUALITATIVO:

- Intenta comprender el comportamiento humano inmerso en el lugar donde éste se desenvuelve y actúa.
- Observa participativamente lo que estudia.
- Sabe que su presencia provoca efectos reactivos entre los sujetos que estudia.
- Piensa que la única generalización que existe es que no existe ninguna generalización.

El término etnografía proviene del griego "ethnos" (tribu, pueblo) y de "grapho" (yo escribo) y se utiliza para referirse a la "descripción del modo de vida de un grupo de individuos" (Woods, 1987).

Spradley (1980) establece un continuum entre las:

- > macroetnografías, que persiguen la descripción e interpretación de sociedades complejas.
- > microetnografía, cuya unidad social viene dada por una situación social concreta.

FASES:

1. Selección del diseño
2. La determinación de las técnicas
3. El acceso al ámbito de investigación
4. La selección de los informantes.
5. Recogida de datos y la determinación de la duración en el escenario.
6. El procesamiento de la información recogida.

Metodologías

Etnografía y Diseño

Referencia: [Aiga, asociación de diseñadores norteamericanos // www.terremoto.net](#)

- Etnografía particularista. Es la aplicación de la metodología holística en grupos particulares o en una unidad social. Ejemplo: Janice Morse (1994) estudios que realizan las enfermeras en unidades hospitalarias.

Se trata de analizar e interpretar la información proveniente de un trabajo de campo, cuyos datos (información verbal y no verbal) consisten en experiencias textuales de los protagonistas del fenómeno o de la observación realizada en el ambiente natural para comprender lo que hacen, dicen y piensan sus actores, además de cómo interpretan su mundo y lo que en él acontece.

Los retos de la práctica etnográfica, según Cresswell (1998):

- El investigador tiene que tener suficiente formación en antropología cultural y conocer los significados de un sistema sociocultural.
- Se dedica mucho tiempo a la recogida de datos.
- El hecho de que en ocasiones se cuente los reportes finales como una historia dificulta la tarea a los científicos ya que están acostumbrados a otro tipo de comunicaciones.
- Riesgo a la hora de terminar la investigación debido a que el investigador se involucre demasiado.

CARACTERÍSTICAS DE LA ETNOGRAFÍA:

1. Tiene un carácter fenomenológico: con este tipo de investigación el investigador puede obtener un conocimiento interno de la vida social dado que supone describir e interpretar los fenómenos sociales desde la perspectiva de los participantes del contexto social.
2. Permanencia relativamente persistente por parte del etnógrafo en el grupo o escenario objeto de estudio por dos razones: para ganarse la aceptación y confianza de sus miembros y para aprender la cultura del grupo.
3. Es holística y naturalista. Un estudio etnográfico recoge una visión global del ámbito social estudiado desde distintos puntos de vista: un punto de vista interno (el de los miembros del grupo) y una perspectiva externa (la interpretación del propio investiga-

Metodologías

Etnografía y Diseño - Fases

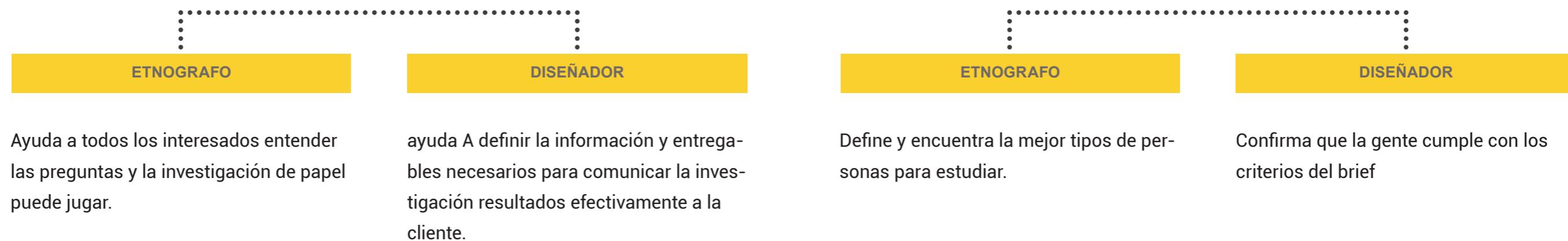
Referencia: [INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA](#) Javier Murillo y Chyntia Martínez

Define el problema

¿Cuáles son los problemas? El equipo puede tener muchas preguntas específicas o simplemente una sensación general de que se necesita más información sobre un tema. ellos exponen el problema en palabras para darle estructura y para concretar el objetivo. Esto sirve como el "Brief creativo" en la búsqueda de puntos de vista.

Encontrar a las personas

¿Quiénes son las personas que probablemente pueden arrojar mas luz a estas preguntas? ¿Es alguien que usa ciertos productos o actúa de cierta manera? ¿Es alguien que los cambios o impactos cómo otros actúan? ¿Son las personas que viven en un determinado



Metodologías

Etnografía y Diseño - Fases

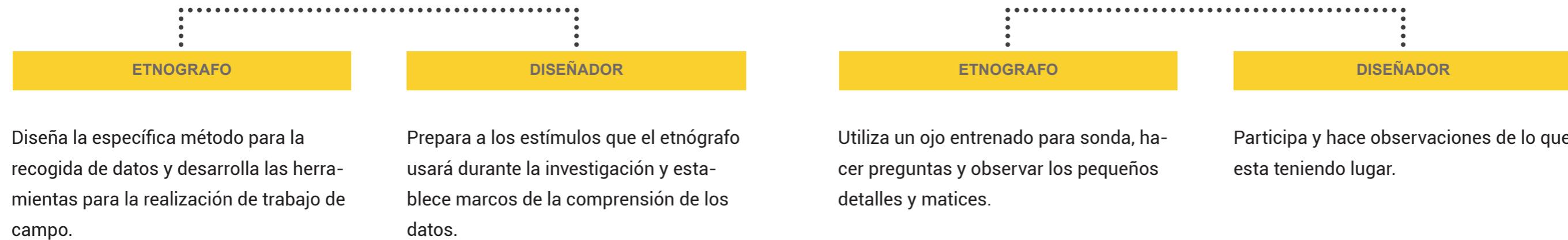
Referencia: [INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA](#) Javier Murillo y Chyntia Martínez

Plantear un enfoque

Calcule un plan de juego para las observaciones y las interacciones con los encuestados. Crear una conjunto de preguntas para hacer constantemente. incluir oportunidades de las personas para mostrar lo que tienen, lo que valoran y cómo se hacen las cosas.

Recopilar datos

Una perspectiva interesante y no vienen rápidamente el proceso consiste en disminuir la velocidad, usando los cinco sentidos y la curiosidad. Las actitudes, los gestos, el vocabulario y el grupo dinámicas son importantes. De particular interés Es así como lo que se observa apoya o contradice lo que dicen las personas. Tome fotografías, videos, notas manuscritas de audio y bocetos.



Metodologías

Etnografía y Diseño - Fases

Referencia: [INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA](#) Javier Murillo y Chyntia Martínez

Analizar e interpretar los datos de las oportunidades

Esta es la parte más difícil de cualquier investigación. Un etnógrafo entrenado trae profunda comprensión del contexto cultural y el análisis, y va más allá de las ideas obvias derivadas de la observación casual. El análisis es mucho tiempo, pero los resultados enlazan a una dirección concreta. El resultado del análisis puede incluir los principios de diseño, modelos, personajes, escenarios de usuario y / o marcos de experiencia. Una vez que los datos han sido analizados, el equipo debe ser capaz de contar esa historia a múltiples audiencias, y debe tener un conjunto claro de "aha de" y los próximos pasos.

Compartir conocimientos

Los conocimientos que se generan a través de investigación etnográfica son útiles para el conjunto equipo y para toda la organización del cliente. Diseño Storytelling y la información puede ser utilizado para comunicar el valor de la obra y las posibilidades que tiene para la creación de algomaravilloso. La información que se presenta en una forma visual manera convincente es más probable que la intriga, inspirar y comprometer. El etnógrafo y el diseñador en conjunto tienen la capacidad de hacer otros lo ven y creen. manera convincente es más probable que la intriga, inspirar y comprometer. El etnógrafo y el diseñador en conjunto tienen la capacidad de hacer otros lo ven y creen.



Lidera el análisis trabajo de campo a tierra en de investigación y formación fuera de la experiencia.

Colabora con el etnógrafo para transformar observaciones y datos en una coherente y convincente historia.



Cuenta la historia de una manera que ayuda a la gente a aceptar y recomendar crear una visión compartida.

Crea una narrativa visual para acelerar el conocimiento transferir y buy-in dentro de una organización.

Metodologías

Escenarios

Referencia: [Libro “Guía de buenas prácticas de diseño”](#)

¿Qué es ?

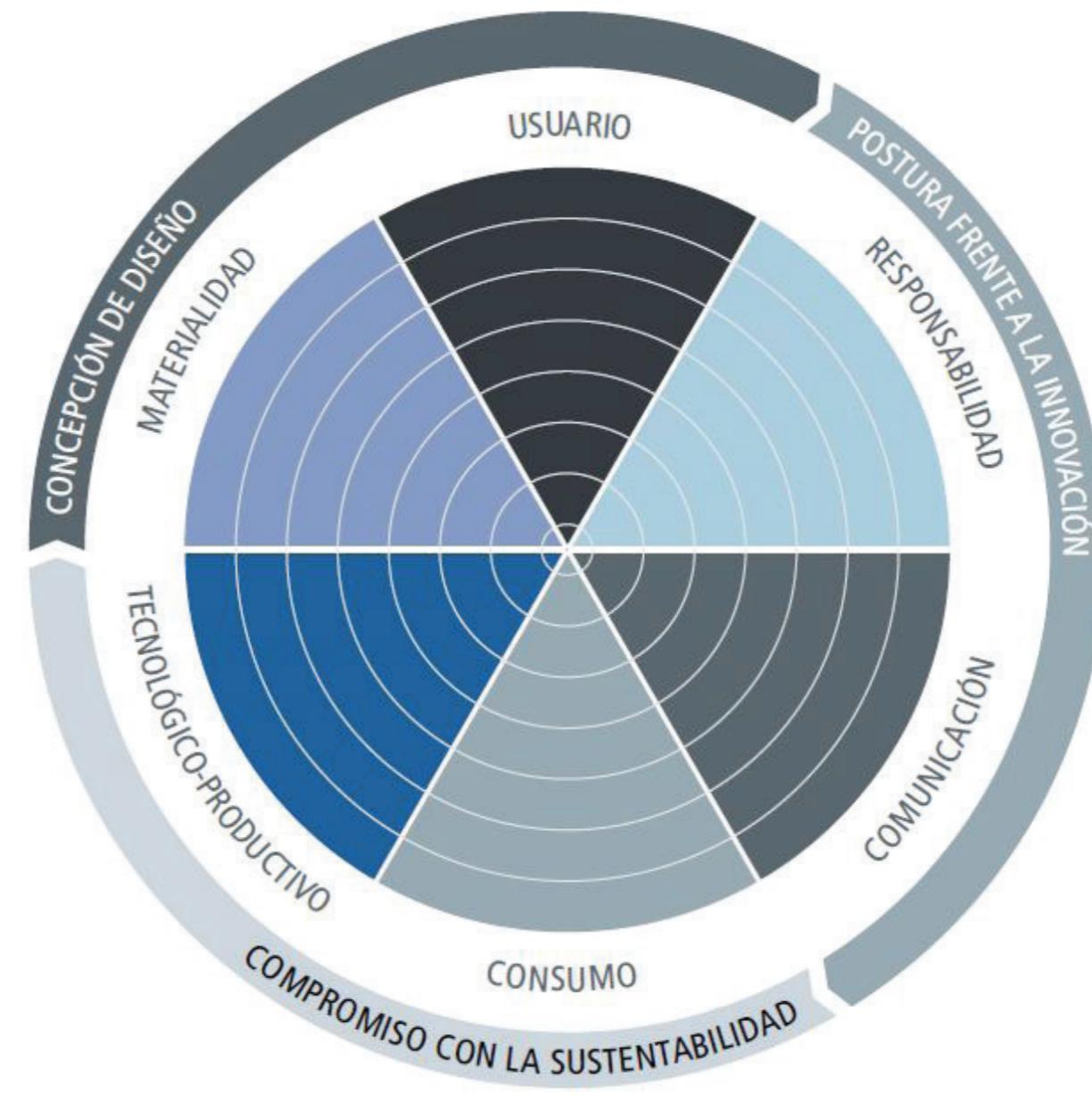
La técnica de escenarios significa un vehículo para construir pensamientos a largo plazo. El propósito de los escenarios nos es el de pronosticar el futuro.

Esto no puede hacerlo significativamente nadie, excepto a corto plazo.

El objetivo inmediato de la planificación escenario es el de producir narraciones basadas en las tendencias reales del mundo y en la razón, que sirven como base para la planificación contingencial. La planificación escenario también propicia una nueva forma de pensar que sustituye a un punto de vista simple y estático del futuro, por visiones múltiples y dinámicas.

La planificación de escenarios sirve para:

Tener en cuenta muchos puntos de vista, preparar estrategias de respuesta para un amplio abanico de contingencias, identificar indicadores que ayuden a la elección de las estrategias a ejecutar, entender con facilidad sin necesidad de recurrir a un vocabulario muy especializado o de métodos estadísticos, estimular la creación de un pensamiento futuro amplio en lugar de una visión simple.



Metodologías

Escenarios

Referencia: [Libro "Guía de buenas prácticas de diseño"](#)

El modelo de "escenarios para pensar el producto" nos propone adoptar una visión integral para el diseño de productos, que nos facilite comprender los variados factores que lo condicionan y definen. Este modo de organizar la información nos permite identificar y conceptualizar los elementos a tener en cuenta.

Usuarios de los productos

Estos escenarios para pensar el producto están fuertemente conectados y cohesionados por la estrategia de la empresa, el modo en que se entiende y se internaliza diseño, el rol asignado a la innovación y la postura frente a los desafíos de la sustentabilidad. El primero de ellos propone identificar las características de los Usuarios de los productos. Conocerlos para dar una mejor respuesta a necesidades y deseos, sean estos explícitos o latentes.

Responsabilidad

La responsabilidad que debe asumir toda unidad productiva implica tanto aquellas cuestiones de carácter obligatorio que condicionan y regulan al producto, como aquellas voluntarias. Tanto las que se dan hacia fuera como las que se hacen puertas adentro.

Materialidad

La materialidad del producto combina aspectos tangibles e intangibles, pensados desde su aportación de valor y como constructores de identidad.

Se incluyen problemáticas concretas de funcionamiento, como así también la experiencia de uso propuesta.

Tecnológico-productivo

Los aspectos tecnológico-productivos giran en torno a la gestión de los procesos necesarios para lograr pasar de una idea a una realidad. Distintas funciones de la unidad productiva son tenidas en cuenta desde la perspectiva del diseño y desarrollo del producto. Se dimensiona la capacidad tecnológica con la que se cuenta o podría contarse. Y el valor del conocimiento y de la experiencia adquieren una relevancia especial.

Comunicación

La comunicación trata de las acciones tendientes a identificar y relatar el producto. Trabaja sobre mensajes y destinatarios, buscando la coherencia entre las distintas piezas de comunicación, en el marco de una estrategia de marca.

Consumo

También se focaliza sobre públicos, clientes y nichos, con una mirada más orientada hacia el "mercado" y el consumo, y un fuerte peso de la óptica de marketing. Es por ello que tenemos en cuenta el punto de venta, la distribución, la logística y exhibición, etc.

Metodologías

Ecodiseño

Referencia: [Libro “Guía de buenas prácticas de diseño”](#)

¿Qué es ?

Herramienta útil para evaluar el impacto ambiental relativo de dos productos diferentes. Se aplica habitualmente al plantear el rediseño de un producto, donde original sirve como punto de referencia y se busca un mejor desempeño en los diferentes aspectos evaluados.

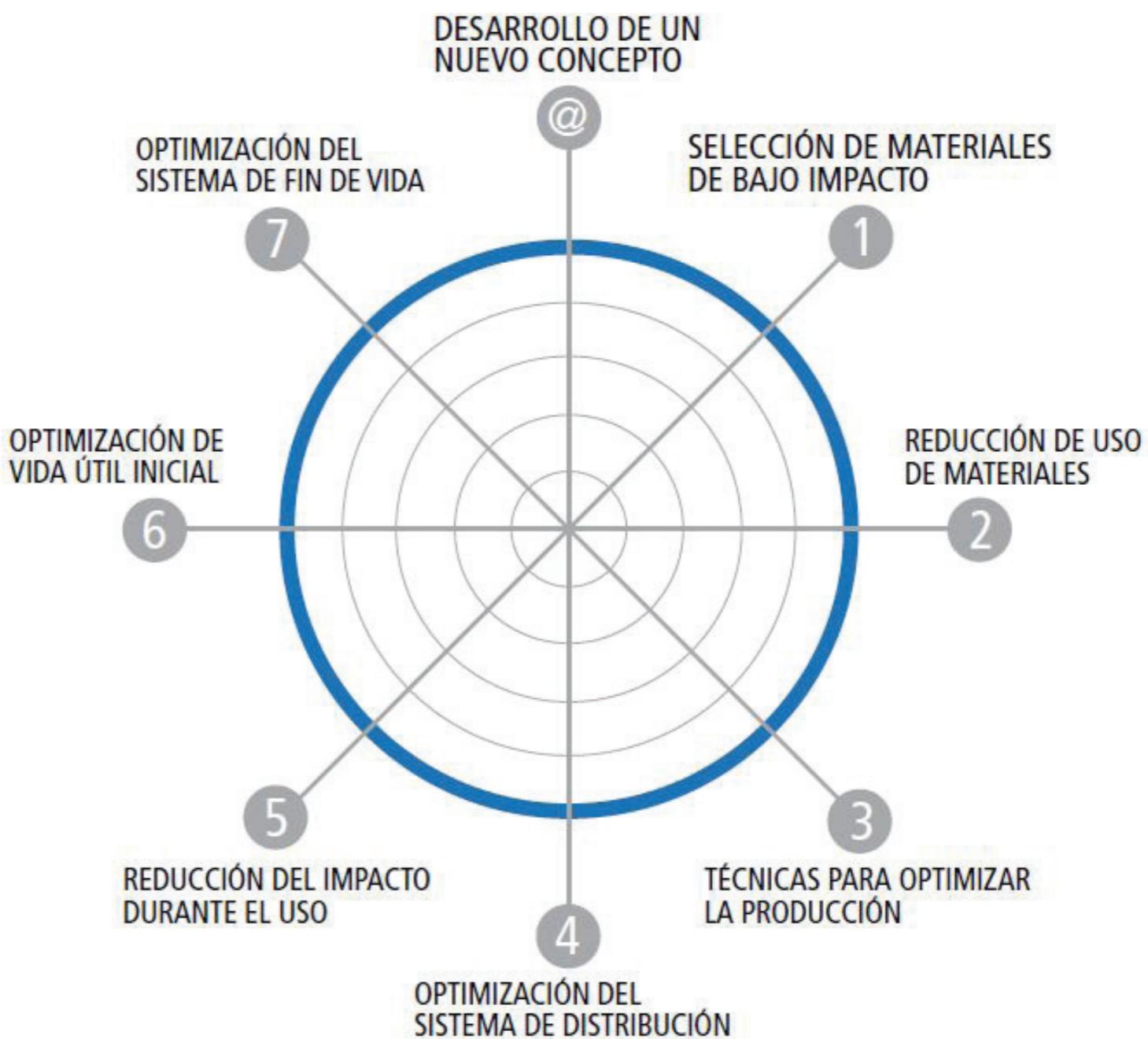
¿para qué sirve?

Su principal ventaja es la gran síntesis visual. Fue creada por Brezet y Van Hemel (1995) con auspicio del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Proporciona un marco básico que puede utilizarse de forma sistemática para examinar el ciclo de vida completo de un producto.

Es una herramienta que puede:

Estimular el proceso de diseño creativo, ayudar a visualizar el desempeño ambiental actual, resaltar las oportunidades de mejora, optimizar el rendimiento del producto, tendiendo a un equilibrio de los elementos funcionales, económicos y ambientales.



Metodologías

Ecodiseño



Metodologías

Activa - Participativa

Referencia: [Manual de Metodologías Participativas, editado por el Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible y el Ministerio de Sanidad y Política Social](#)

El objetivo de estas metodologías es promover procesos de transformaciones sociales, y hacerlo aprendiendo con los "grupos motores" y los "conjuntos de acción"

Las circunstancias concretas de cada lugar van a ser las que determinen de qué forma se va a hacer el proceso, y con qué medios contamos para ello. Sin embargo existen unos criterios comunes aplicables en la mayoría de los casos, que estos grupos deben estar dispuestos a utilizar:

> Trabajamos para conseguir unos objetivos de cambio (que negociamos con los grupos más implicados, inicialmente), al encontrar algunos problemas concretos que hay que solucionar. Hay que aceptar que nadie tiene la verdad, y que hemos de construirla conjuntamente.

> Nos abrimos a todos los puntos de vista que la gente tenga ante los problemas y los objetivos para saber qué pasa. Para construir de manera colectiva a partir de la escucha de todas las posiciones y las estrategias que estén en juego.

> Recogemos las ideas y contradicciones de las distintas posiciones, y las devolvemos para que la gente analice sus puntos clave, las líneas o caminos que debemos tomar. Así como priorizar cuales son las causas a las que debemos atender y por dónde enfocar el proceso

> Hacemos reuniones sobre las propuestas que hayan salido de forma participada a lo largo del proceso, para poder debatirlas con los sectores implicados. De tal forma que se puedan construir colectivamente aquellas líneas que nos motiven para actuar conjuntamente desde la base social.

> La gente implicada tiene que ser protagonista aportando propuestas que marcarán las líneas de actuación para el futuro. Y para eso ha de dotarse de una red organizativa con democracia participativa.

> Cuando se ponen en marcha las líneas de actuación cabe evaluar el propio proceso, y monitorear/corregir el mismo. Siempre se acaba por desbordar o paralizar lo planificado, por lo que se empiezan de nuevo a descubrir otros problemas, etc

Aunque ningún proceso participativo es igual a otro y su desarrollo no es lineal sino más bien cílico y retroalimentado, en general podemos distinguir aquellos tiempos y actividades principales que pueden ir señalando el camino a seguir.

Metodologías

Activa - Participativa

Referencia: [Manual de Metodologías Participativas](#), editado por el Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible y el Ministerio de Sanidad y Política Social

EL PUNTO DE PARTIDA: Auto-reflexión y auto-crítica

Nos preguntamos "qué le duele" a las distintas partes de la comunidad, y elaboramos un plan de trabajo con los más implicados. Se nota un problema y alguien (entidad o movimiento social) se plantea hacer algo. Hay un ¿por qué?, un ¿para qué? y un ¿para quién? Hacemos ejercicios de auto-reflexión/auto-crítica, por ejemplo con un "sociodrama", un "juego de roles" o un "DAFO", para evaluar los pre-juicios con los que partimos provocando que emergan lenguajes ocultos nuestros y de los colaboradores.

Pasar de los primeros "dolores" (síntomas más llamativos) a la construcción conjunta de la problemática, es ya un buen punto de partida (delimitar sus aspectos con mayor profundidad y consenso).

LOS PRIMEROS CONTACTOS: Evaluación de la problemática y diseño participativo del proceso

Nos acercamos al problema haciendo paseos, talleres, entrevistas a asociaciones, instituciones, expertos... generando confianzas y ambientes de creatividad donde la gente empiece a sentirse protagonista. Recogemos la información ya existente, por ejemplo sobre una "línea del tiempo" que nos dé "analizadores históricos", o paseando el territorio en una "deriva" o "transecto", etc. Se diseña el plan de trabajo después de aclarar lo que se quiere averiguar y quiénes están dispuestos (objetivos, medios, tiempos, metodología, estrategias). Se puede iniciar la formación de la Comisión de Seguimiento del proyecto, si no existiera ya.

Realizamos un primer Taller de Mapeo de actores o "sociograma", para acercarnos más a los sectores a los que vamos a escuchar. Podemos entrevistar a algunos "expertos" que nos recuerden qué temas no debemos olvidar en el proceso. A medida que nos movemos en la comunidad y su territorio, vamos creando lazos de confianza y trabajando con aquellos "cómplices" con los que poco a poco iremos constituyendo el Grupo Motor del proceso participativo.

EL TRABAJO DE CAMPO Y ESCUCHA: Salir al campo/la calle y abrirnos a la gente.

Nos abrimos a todos los conocimientos y puntos de vista que existen utilizando métodos participativos de escucha. Podemos empezar haciendo entrevistas individuales a dirigentes de las entidades, asociaciones y colectivos que sean más puentes o "nudos" del mapeo o de la muestra. Hacemos algunos talleres con los colectivos más cercanos para ir resumiendo sus posiciones sobre el problema planteado. Continuamos con el trabajo de campo realizando entrevistas en grupo a personas de la comunidad que no estén organizadas, y también entrevistas a grupos ajenos y opuestos a los objetivos del proyecto, identificando las redes de confianzas y miedos internos en las comunidades. Vamos entresacando frases textuales de los contenidos de las entrevistas, que nos muestren las principales contradicciones, y aportaciones más significativas, respecto a cada tema tratado.

Metodologías

Activa - Participativa

Referencia: [Manual de Metodologías Participativas](#), editado por el Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible y el Ministerio de Sanidad y Política Social

LA SUPERACIÓN DEL DIAGNÓSTICO: Análisis y devoluciones creativas.

Conjugamos la información obtenida, la analizamos y organizamos con el objetivo de devolverla a la gente y provocar una segunda reflexión sobre lo dicho. Realizamos talleres para profundizar en las razones y causas de los problemas, para confirmar lo que encontramos y para priorizar líneas superadoras y creativas. Devolvemos a la gente la información que dio (porque es suya). Se puede cruzar la información entre unas y otras personas y grupos para saber más, y sentirse más creativos. Estos talleres sirven para debatir las ideas dominantes y superarlas con las ideas emergentes, para potenciar acuerdos y líneas prioritarias de solución. Así, este diagnóstico generado y apropiado por la gente se convierte en un auto-diagnóstico.

LA ORGANIZACIÓN DE LAS PROPUESTAS: Programación de Acciones Integrales Sustentables (PAIS)

Construimos y contrastamos las propuestas en talleres creativos con los diferentes agentes sociales e institucionales para conseguir los recursos necesarios. Coordinamos algunas ideas para la motivación general de la gente, y las priorizamos con sistemas participativos. Facilitamos esquemas de auto-organización de redes democráticas, democracias participativas en lo concreto y adecuadas a los grupos, colectivos y asociaciones existentes.

LA PUESTA EN MARCHA: Cronograma, recursos, ejecución, monitoreo y evaluación del PAIS

Elaboramos un Cronograma orientado a la acción, con los recursos y responsables que sean viables. Se pone en marcha el PAIS (en la medida en que sea posible), el cual se evalúa y monitorea adaptando durante todo el proceso, rectificando y adaptando las propuestas a cada circunstancia. Hacer estrategias con conjuntos de acción suficientemente amplios y revertir a los opuestos al proceso, encontrando las incoherencias y contradicciones que tengan y jugando con ellas. En este punto podrían surgir nuevos síntomas o "dolores" que podrían poner en marcha un nuevo ciclo o proceso ante el cual habrá que elaborar un nuevo Plan de Trabajo, y empezamos de nuevo!

Metodologías

Activa - Participativa

Referencia: [Manual de Metodologías Participativas](#), editado por el Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible y el Ministerio de Sanidad y Política Social

LÍNEA DEL TIEMPO

Una buena herramienta puede ser hacer una Línea del Tiempo, sobre la cual la gente reunida va dibujando o escribiendo en un papel continuo, en una pared por ejemplo, los acontecimientos que creen más destacables de los últimos años. Entre un grupo de personas que inician un proceso es una forma de que vayamos ayudando a reconstruir como han visto los precedentes del tema a debate.

En el caso de la imagen, por ejemplo, se han colocado los aspectos positivos sobre la línea y los negativos bajo ella. Además, se han señalado con un círculo rojo tres momentos cuyos analizadores dividen a los participantes, pues mientras que para unos es positivo, para otros no (posteriormente, podrá servir para reflexionar sobre ello).

Esto puede ser muy útil al principio porque sobre el pasado, y en especial sobre algunos analizadores históricos (acontecimientos que han marcado la vida social) la gente tiene una opinión formada, que siempre es un punto de partida. No se trata de la "verdad objetiva" con pretensiones de exactitud, sino de las verdades que se hayan ido construyendo hasta el momento, y sobre las cuales hay un cierto consenso, o bien disputas que conviene saber desde el principio.

MATRIZ DE PREGUNTAS Y PRIMERAS IDEAS

Otra buena forma de avanzar en la elaboración de un proyecto, al principio, es intentar volcar (primero de forma individual y luego grupal –con el equipo motor por ejemplo-) todo aquello que ya sabemos o intuimos sobre nuestro caso, y las primeras ideas sobre cómo armar el proceso. Aquí proponemos unas tablas y unas preguntas que podrían servir en esta tarea, aunque lo importante es que se adapten en cada caso a las necesidades concretas.

| | Territorio y medio-ambiente | Población | Actividad económica y recursos financieros | Política y organización social | Historia e Identidad |
|--|-----------------------------|-----------|--|--------------------------------|----------------------|
| ¿Qué sabemos? (problemáticas, buenas prácticas, etc.) | | | | | |
| ¿Qué no sabemos? | | | | | |
| ¿Qué intuimos? (hipótesis) | | | | | |
| ¿Qué prevemos? (tendencias) | | | | | |

Metodologías

Activa - Participativa

Referencia: [Manual de Metodologías Participativas, editado por el Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible y el Ministerio de Sanidad y Política Social](#)

MAPEO INICIAL Y MUESTRA SIGNIFICATIVA

Los objetivos de un primer taller pueden ser los siguientes:

> Elaborar un primer "mapeo" (Sociograma) de las relaciones que mantienen entre sí los diferentes actores sociales presentes en el territorio (instituciones, tejido asociativo y población en general).

> Comprobar que además de a las organizaciones tenemos en cuenta a la gente no organizada. Hasta qué punto contamos con los sectores afines o amigos, con los sectores opuestos o simplemente diferentes. Hasta qué punto contamos con los sectores de poder económico o simbólico o con sectores precarios, etc.

> Para algunos grupos locales puede servir de auto-cri-
tica cuando se dan cuenta por ellos mismos de que
apenas conocen a otros grupos o sectores que también
actúan en estos temas. Este ejercicio tiene una parte
de ubicación de grupos, instituciones y de sectores no
organizados, y otra de conocimiento de las relaciones
de confianza o de temores.

ENTREVISTAS

Antes de realizar la entrevista hay que elaborar una guía que contenga los objetivos y los temas a tratar; también podemos recurrir a un guión (4 o 5 temas que sean fáciles de memorizar, por ejemplo). Lo que no significa que se tengan que realizar ni de la misma manera ni en el mismo orden en que están planteadas; el éxito dependerá más de la capacidad de la persona que entrevista para dar fluidez y naturalidad a la conversación.

> Al presentarnos, debemos garantizar el anonimato de lo que nos vayan a decir, pues nos interesan las "posiciones" que se argumentan, y no quien lo dijo en concreto. (Como mucho el contexto en que se dijo).

> La duración debe ser en torno a una hora, o poco más, según la confianza que se cree.

> No debemos emitir nuestras opiniones o juicios sobre lo que se está diciendo, pues siempre es muy interesante todo lo que opina cada grupo o persona, porque es "su" verdad la que interesa escuchar.

TRABAJO DE CAMPO Y ESCUCHA: Salir al campo/a la calle y abrirnos a la gente

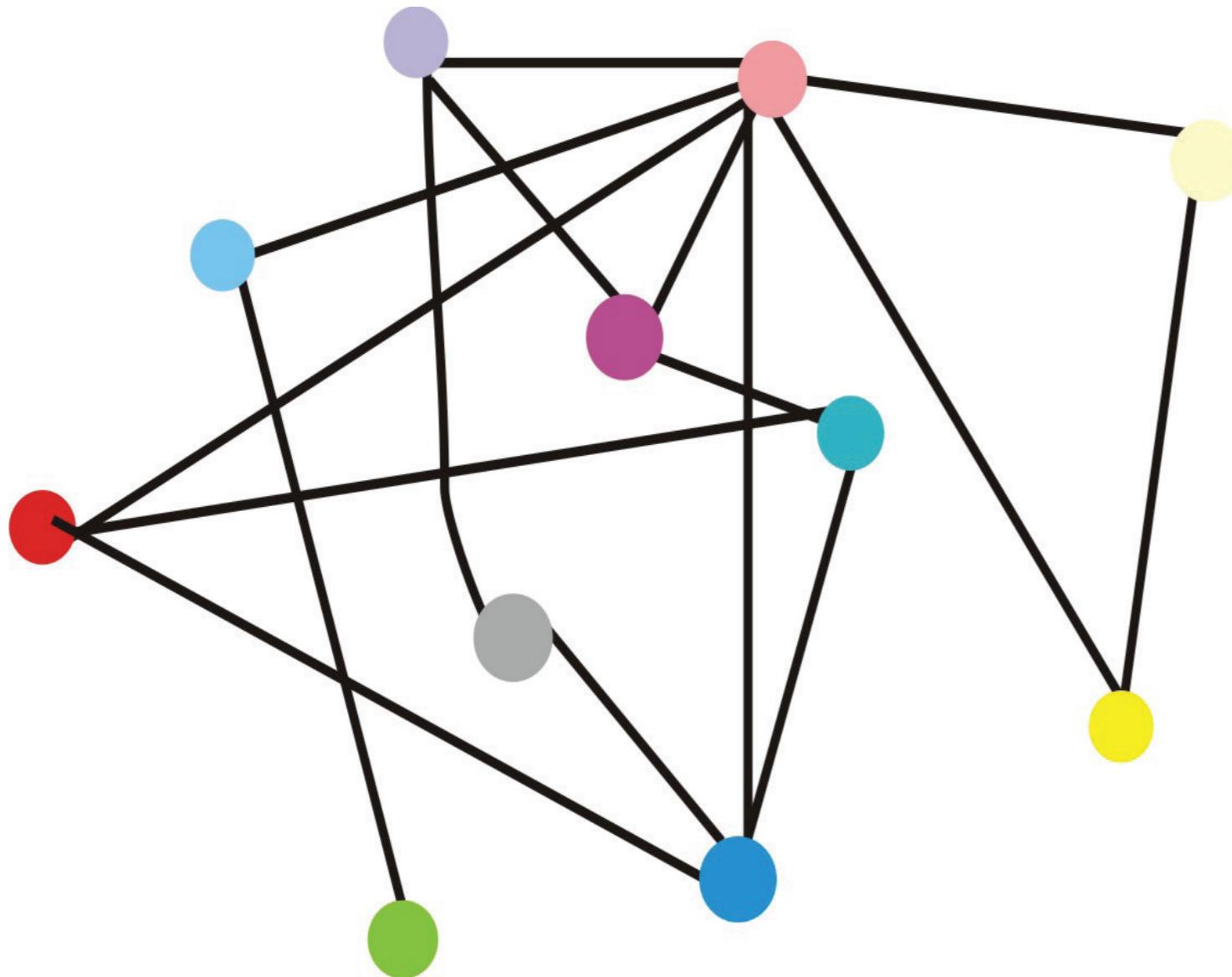
En la medida en que los procesos no son iguales, no tenemos que descartar ninguna de las técnicas a nuestro alcance, siempre que estén al servicio de los objetivos construidos de modo participativo al inicio.

Las investigaciones o estudios de tipo cuantitativo utilizan la encuesta como herramienta fundamental de recogida, análisis y presentación de datos y lo hacen valiéndose de cifras y porcentajes, estadísticas, etc; resulta útil a la hora de conocer aspectos "contables" de la realidad y recoger las respuestas de las personas a ciertas preguntas para después operar con ellas (las suma, las resta, las multiplica). Pero no permite profundizar en el por qué se dijeron tales o cuales cosas, en las motivaciones y estrategias, como los siguientes enfoques.

Metodologías

Activa - Participativa

Referencia: [Manual de Metodologías Participativas](#), editado por el Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible y el Ministerio de Sanidad y Política Social



EL SOCIOGRAMA (MAPA DE RELACIONES)

el sociograma refleja las relaciones que la gente nos dice que existen (Confianzas, miedos, etc, entre personas, grupos y sectores organizados o no organizados como pandillas, lugares de encuentros).

Es un instrumento que nos va a permitir visualizar a los actores y grupos sociales presentes en el territorio y trazar las conexiones existentes entre ellos¹. Sirve para darnos cuenta de lo aislados o no que podemos estar en las tareas que nos proponemos, y de las alianzas que precisamos y debemos hacer; y en este sentido a qué elementos o grupos "puente" debemos entrevistar para poder saber cómo colaborar en tareas comunes. También visualizaremos qué antagonismos son previsibles que nos aparezcan y cómo contrarrestarlos. Todo ello ponderando no sólo los números de personas que puedan estar en cada situación, sino cuáles son sus pesos y fuerzas reales de tipo socio-político y su capacidad de ayuda en nuestras estrategias.

Metodologías

Recopilatorio

Referencia:

> DESIGN THINKING

Comprender al público. Posicionamiento del producto. Identidad del punto de venta. Precio de venta. Distribución.

> MÉTODO ETNOGRAFICO

Características del usuario. Necesidades, deseos, aspiraciones. Gustos, preferencias. Situaciones de uso.

> ECODISEÑO

Características del usuario. Necesidades, deseos, aspiraciones. Gustos, preferencias. Situaciones de uso.

> MÉTODO ANTICONSULTORIA

Aportes al bienestar de la comunidad empresarial, legal, ética y ambiental. Sostenibilidad y sustentabilidad.

> ESCENARIOS

Forma de uso del producto. La esencia del producto. Aspectos físicos.

> LISTA DE ATRIBUTOS

Forma de uso del producto. La esencia del producto. Aspectos físicos.

> DA+ (DISEÑO Y ACCIÓN)

Capacidades tecnológicas y productivas. Procesos de transformación. Tercerización. Proveedores, costos.

> CARACTERIZACION DE USUARIO

Documentar. Mensaje a transmitir. Identificar y relatar el producto. Destinatarios internos y externos

> MAPA DE PRODUCTO

Documentar. Mensaje a transmitir. Identificar y relatar el producto. Destinatarios internos y externos

> PREDICA

Capacidades tecnológicas y productivas. Procesos de transformación. Tercerización. Proveedores, costos.

> CONTEXTO DE USO

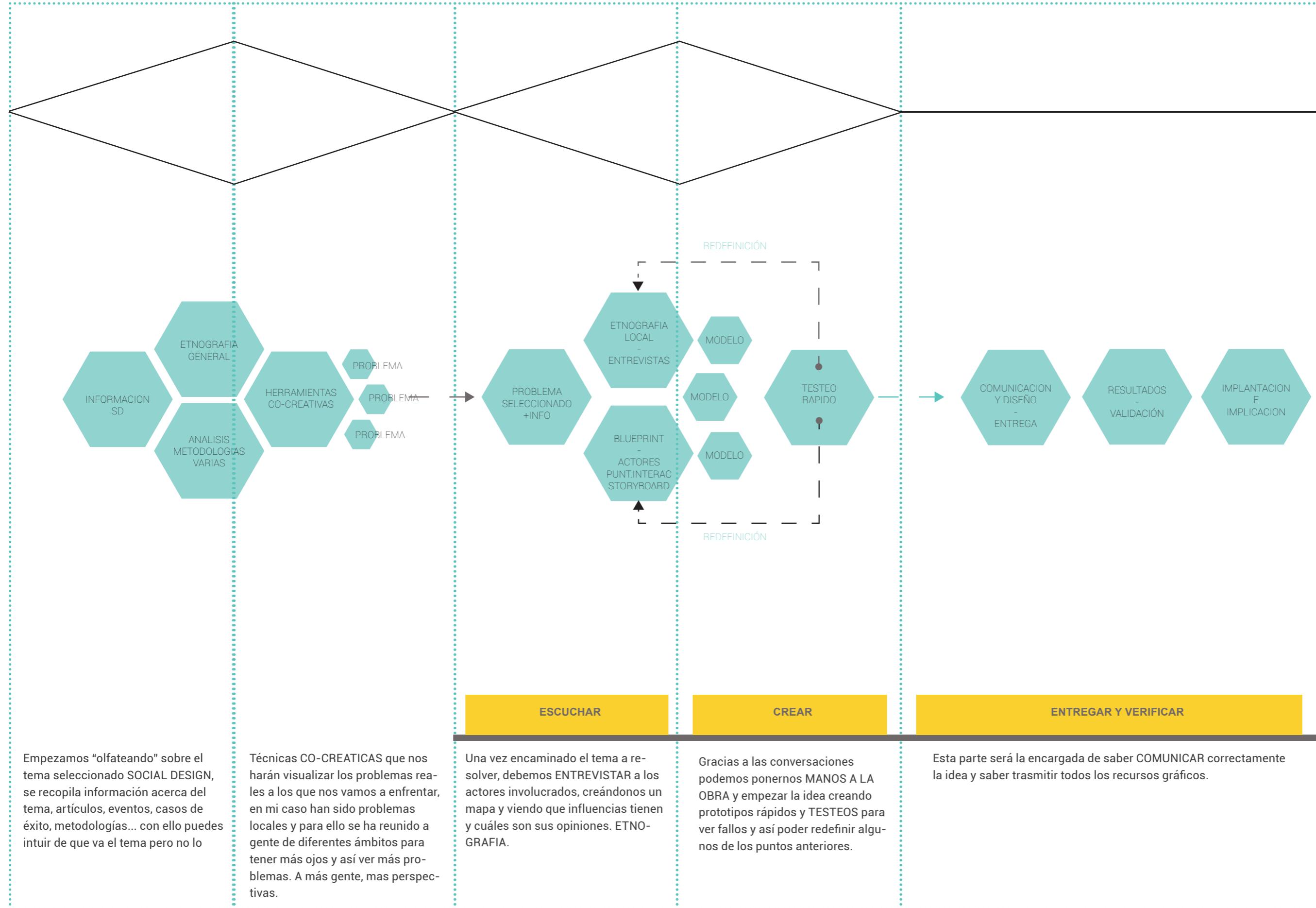
Documentar. Mensaje a transmitir. Identificar y relatar el producto. Destinatarios internos y externos

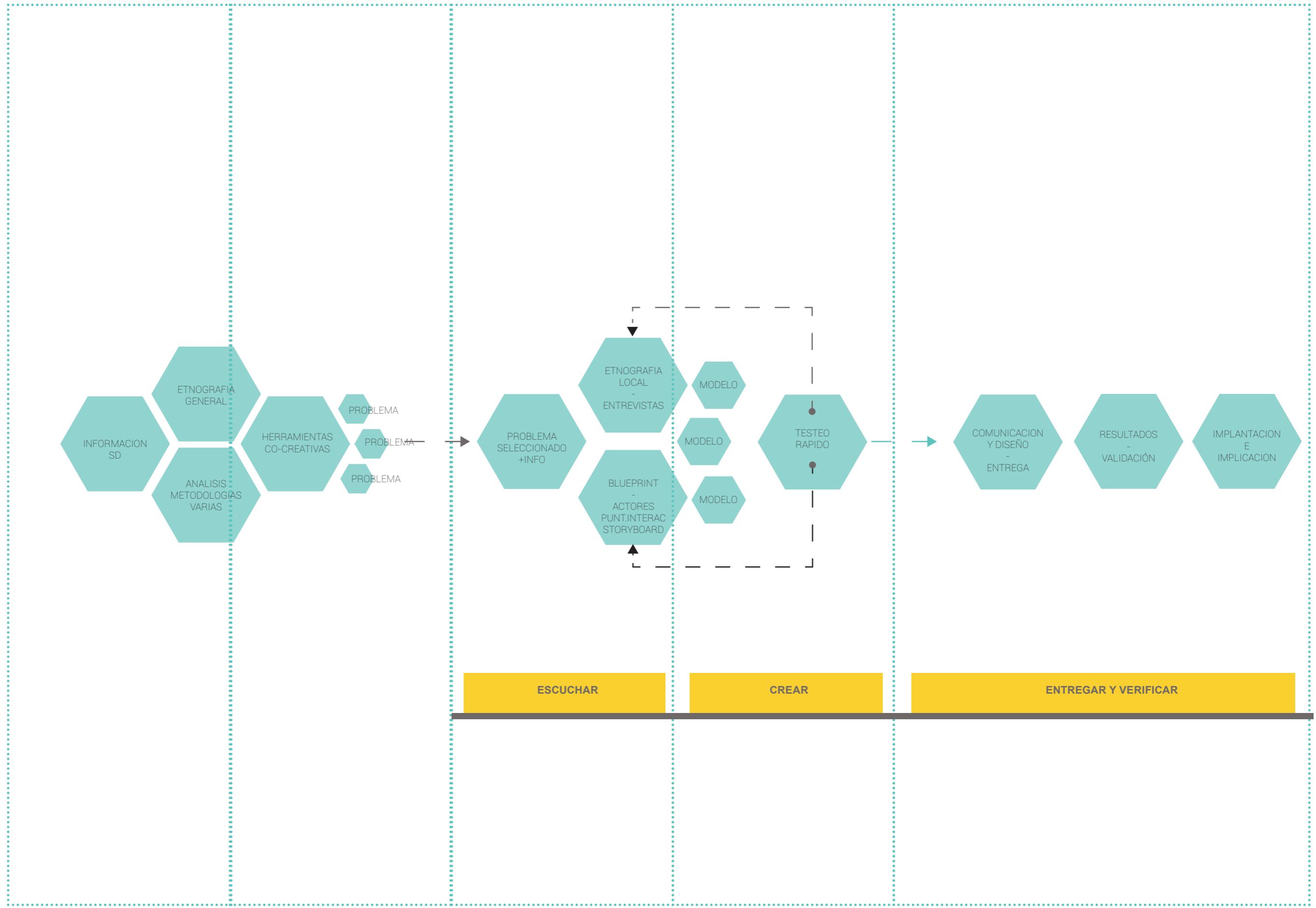
> BLUEPRINT

Documentar. Mensaje a transmitir. Identificar y relatar el producto. Destinatarios internos y externos

01.3.1

Metodología planteada_





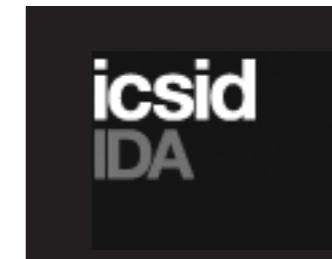
01.3.2

Concursos y eventos_

Consuros

Relacionados con diseño social

Referencia:



Existen varias organizaciones que impulsan proyectos de diseño social otorgando premios o dinero para la investigación, producción y distribución de productos de diseño social.

INDEX Award es el premio más grande de diseño en el mundo (€ 500.000) - y probablemente el más importante. La importancia del ÍNDICE: Concesión se encuentra en el único tema, más abarcador de Diseño para Mejorar la Vida - un concepto que ha establecido ÍNDICE: Premio como un faro mundial de diseño inspirado.

Premiar a las personas dedicadas a la transformación de las comunidades a través del diseño reflexivo. Se anima a los participantes a repensar los modelos familiares de en una variedad de medios y escalas.

El objetivo del premio es reconocer y promover estas ideas ya existentes. Al compartir estas soluciones con un público más amplio con el Premio espera acelerar su difusión y fomentar el intercambio de ideas a través del globo.

El Premio World Impact Design es una iniciativa del Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial (ICSID) y se otorga cada dos años

Consuros

Relacionados con diseño social

Referencia:



El premio Lápiz de Acero es el reconocimiento anual a los mejores proyectos de diseño Colombiano.

Los resultados publicados por la revista Proyecto Diseño, son la mejor reseña del estado del diseño en Colombia.



Sumá Uso! convoca a profesionales, estudiantes y apasionados del diseño, la arquitectura y afines a crear un producto útil y novedoso para la vivienda a partir de pallets de madera, flejes de chapa de hierro y placas de aglomerado, materiales que son habitualmente recibidos como donaciones en el corralón social.

Congresos y eventos

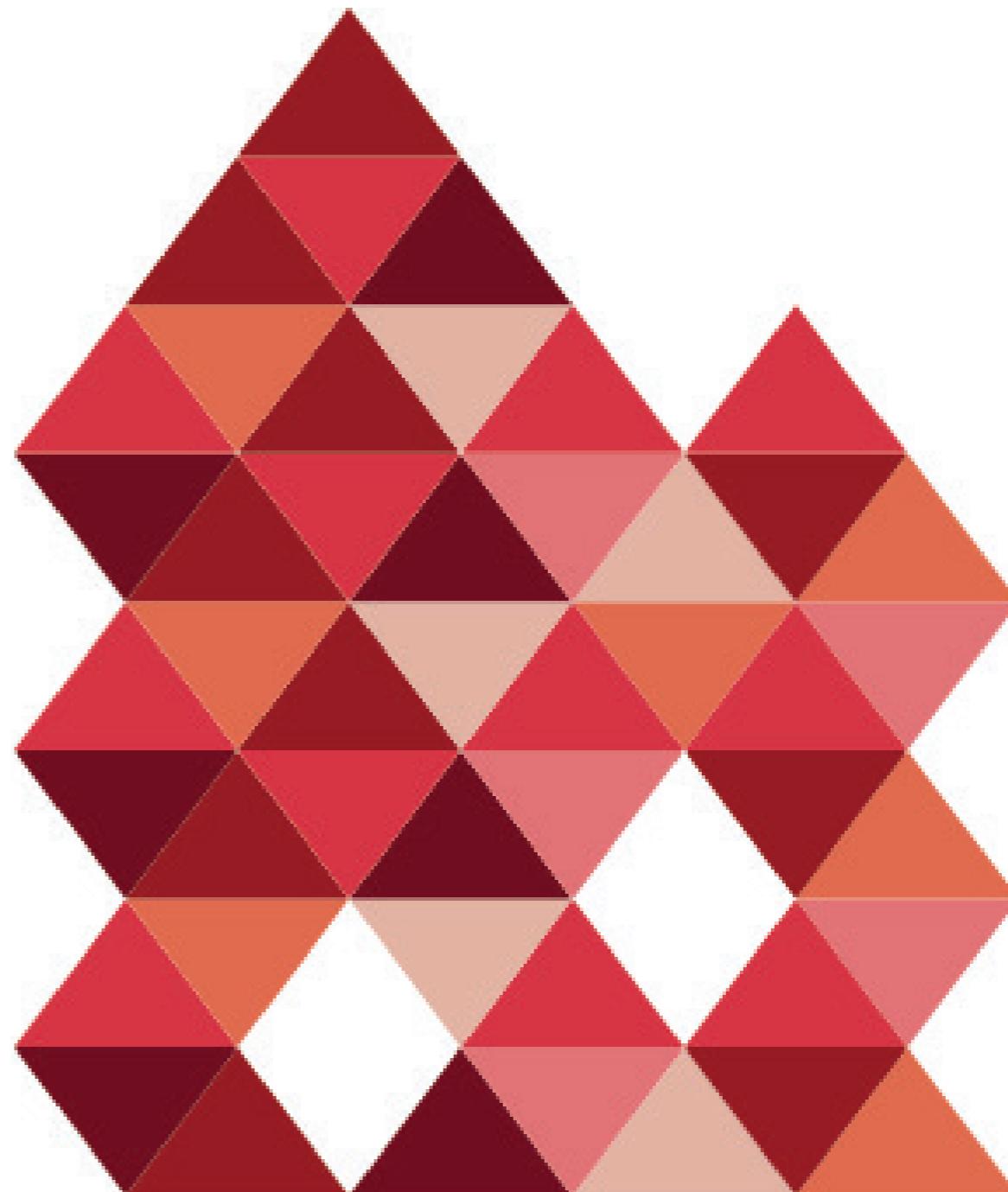
Diseño y emoción

Referencia: <http://de2014.uniandes.edu.co/>

Diseño y Emoción ha sido siempre tema central de la conferencia. Esta vez, el comité organizador se abre la discusión sobre Diseño, Emoción e Innovación Social.

Una solución para los problemas complejos de la sociedad, como la educación, el comercio justo, el saneamiento, la contaminación, los derechos de las mujeres, el cambio climático cae más allá de las necesidades comerciales o de las reglas del mercado. Desde un punto de vista de la innovación social, una solución a estos problemas es cuestión de impacto social. Los profesionales del diseño y los investigadores podrían contribuir mediante el aprovechamiento de sus métodos, naturalmente empáticos de comprender las emociones de la gente, la cultura y las prácticas sociales.

Tema general de la conferencia tiene cinco subtemas que cubren una amplia variedad de preocupaciones contemporáneas acerca de las emociones y el diseño. Esperamos contribuciones ricas y originales alineados, pero no limitado a, la siguiente lista de temas.



Congresos y eventos

Diseño para la Innovación Social

Referencia: <http://de2014.uniandes.edu.co/>



Subtema 1 Diseño para la Innovación Social

La riqueza social y cultural que caracterizan la calidad de vida de una mentira de la comunidad en las prácticas de la comunidad económica y política, el capital social, el disfrute estético y la integración cultural. Comunidades innovadoras promover no sólo los cambios técnicos o económicos, pero los cambios culturales, principalmente profundas y emociones colectivas positivas.

-Diseño de Empresa Social

-Industrias culturales

-Social Business

-Diseño respuesta social / Responsable

-Los valores de identidad y la Cultura

-Innovación Social y la experiencia del usuario

-E-gobierno

-Ciudadanía Digital

-Políticas Diseño

-Las tecnologías para reducir las diferencias sociales

Subtema 2 Problemas teóricos de Diseño y Emoción

Las relaciones entre los fundamentos filosóficos y teóricos de las emociones y el diseño humano. Incluye los siguientes temas:

-Fundamentos filosóficos y teóricos

-Estética y significado de la experiencia

-Deseos, motivaciones y valores

-Espacio y Tiempo

-Situación y contexto

Congresos y eventos

Diseño para la Innovación Social

Referencia: <http://de2014.uniandes.edu.co/>

design for
social innovation

Subtema 3 Aspectos metodológicos de Diseño y Emoción

Los métodos para la detección, evaluación y aplicación y de las emociones humanas.

-Metodologías transdisciplinarias

-Co-creación y diseño participativo

-Open Source y Diseño

-Persuasivo Diseño final cambio de comportamiento

-Kansei Engineering

-Detección de emociones

-Métodos para la Innovación Social

-Identidad Corporativa y Branding

-Retail Design

-Diseño del Servicio

Subtema 4 Bienestar y Sostenibilidad

Los métodos para la detección, evaluación y aplicación y de las emociones humanas.

Preservación de los estados sociales, económicos, psicológicos y médicos positivos.

- Diseño y Bienestar (incluye alimentación, salud y amor)

-Estilo de Vida Sustentable

- Pertenencia Confianza y seguridad

- Estilo de vida asistida

- Bienestar y los sentidos

01.4

ARTICULOS Y LIBROS

Artículos y libros

Escenarios//Design for social impact

Referencia: <http://de2014.uniandes.edu.co/>

La prospectiva de diseño es una herramienta que sirve para desarrollar nuevos productos y servicios, basándose en distintos escenarios de futuro. Las empresas que utilizan la prospectiva de diseño, desarrollan estrategias empresariales de medio a largo plazo, que aseguran su rentabilidad. La prospectiva es una investigación rigurosa sobre el porvenir, en función del sistema socioeconómico en su conjunto y que depende de las grandes tendencias históricas de evolución del sistema. La prospectiva imagina varios escenarios de futuro, situaciones que pueden suceder y lo que se debería hacer en cada caso.



Artículos y libros

Diseño Centrado en el humano

Referencia: <http://de2014.uniandes.edu.co/>

Dos de las organizaciones filantrópicas más potentes de EE. UU, The Rockefeller Foundation y Gates Foundation, se han unido a otras fundaciones, empresas y consultoras de diseño, artistas, diseñadores independientes y fabricantes para trabajar en lo que han denominado Design For Social Impact.

Metodología Human Centered Design para una población concreta: granjeros minifundistas de África, Asia y Latinoamérica.

> Las aportaciones e innovaciones del diseño pueden generar cambios relevantes en comunidades y entornos sociales.

> Pretenden demostrar el valor de áreas con escasos recursos y dificultades para el desarrollo.

> Escuchan a los usuarios finales de un producto o servicio y aprovechan toda la información que ofrecen para integrarla en el proceso de diseño.

Escuchar Crear Entregar.

> Se escucha y se comprende lo que ellos quieren (atractivo) para después analizar las posibilidades técnicas y organizativas (factivilidad) así como la viabilidad económica y de financiación (viabilidad).



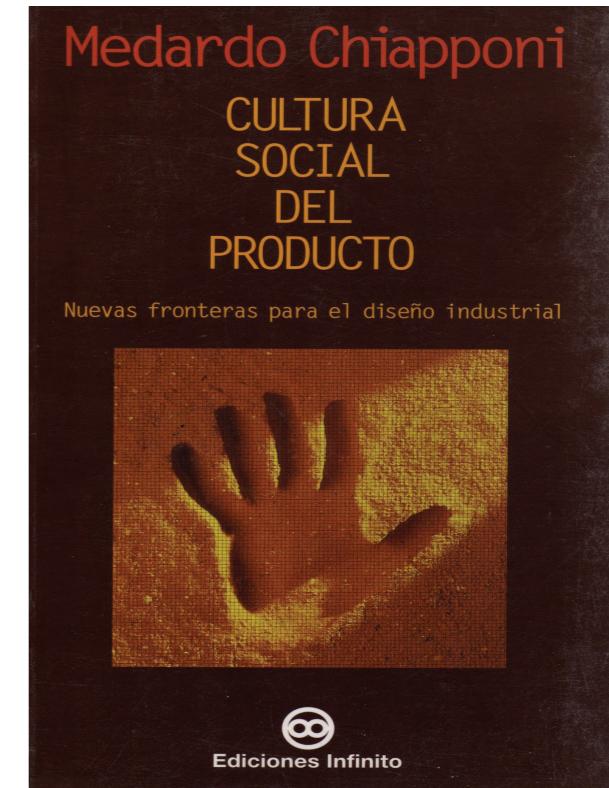
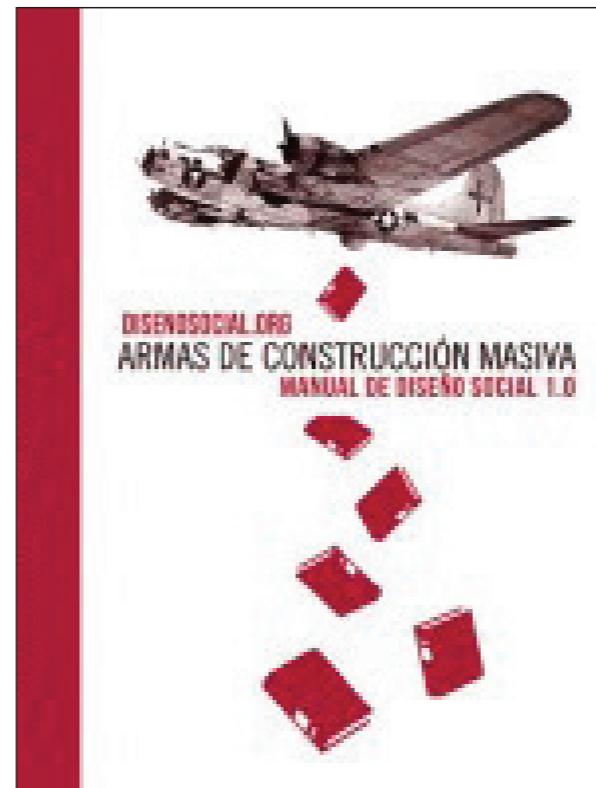
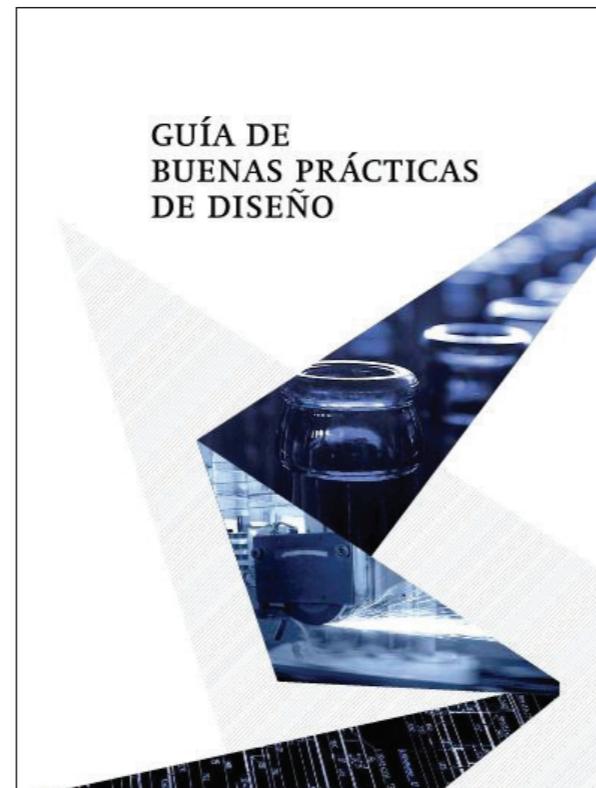
Artículos y libros

Buenas prácticas // Diseño social

Referencia: [Ingrid Burkett](#)

El INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial Argentino) desarrolla una importante labor en el país americano para promover el diseño industrial en las empresas.

Muestra de ello es esta "Guías de Buenas Prácticas de Diseño", un completo manual de como diseñar, abarcando el proceso completo, herramientas, etc.



Artículos y libros

Libros

Referencia: [Ingrid Burkett](#)

En el corazón de un buen diseño es la búsqueda de formas de crear un mundo mejor. El diseño es sobre la búsqueda de soluciones, innovaciones prácticas , y hacer mejoras que mejoran la vida de las personas , frente a los problemas o se abren posibilidades para una vida mejor.

> DISEÑO DE PRODUCTOS SOCIALES

> DISEÑO DE SERVICIOS SOCIALES

> DISEÑO DE PROCESOS SOCIALES

> Diseño Social no se trata de reinventar la rueda

> Es importante destacar que el diseño social no tiene por qué implicar la creación de algo nuevo. Nos puede ayudar a centrarnos en cómo se pueden mejorar las cosas , o cómo podemos diseñar una mayor eficacia en los sistemas existentes . Mejorar la prestación de servicios para un determinado grupo de personas puede ser tan desafiante como el desarrollo de diseño de nuevos sistemas tecnológicos para dar servicio a las comunidades excluidas .

> Diseño social no es necesariamente de un diseñador profesional diseñar cosas para la gente. También puede implicar el trabajo con la gente co - diseño y co - creación de productos o servicios.

El proceso de diseño puede ser de tipo social , ya que involucra a las personas a diseñar su propio futuro.

Diseño social no es necesariamente de un diseñador profesional diseñar cosas para la gente. También puede implicar el trabajo con la gente co - diseño y co - creación de productos o servicios. Los usuarios finales de un producto o servicio pueden participar de manera integral en todo el proceso de diseño.

Enfoques de diseño y Design Thinking

Diseño Social nos da un marco a través del cual podemos abrir nuestro pensamiento sobre las cuestiones sociales. Nos permite desafiar los supuestos que están incrustados en la forma en que hemos diseñado las respuestas hasta la fecha, y nos ayuda a crear respuestas que pueden ser más eficaces, generen mayor impacto o conducir a mejores resultados para las personas .

Definición de problemas ;
La investigación de estos problemas ;
Ideating posibles soluciones ;
posibles soluciones de prototipos ;
Revisión de los objetivos;
Implementación de soluciones , y
Reflexionar sobre qué tan bien estas soluciones abordan el problema



Ingrid Burkett

Artículos y libros

Servicios participativos

Referencia: [Ezio Manzini](#)

Debemos cambiar de forma radical nuestro estilo de vida. Pero, ¿cómo es un estilo de vida sostenible? ¿Cómo será nuestro día a día si accedemos a cambiar algunas de nuestras rutinas? ¿Cómo reducimos el impacto que provocamos sin bajar nuestro nivel de vida? Los datos muestran que los bienes materiales tienen cada vez menos que ver con el nivel de satisfacción de la población. ¿Podría brindarnos una mayor satisfacción el hecho de buscar estilos de vida más sostenibles?

El Modelo de los Servicios Participativos muestra cómo la cooperación local, la ayuda mutua y el uso compartido nos puede ayudar a reducir significativamente nuestra necesidad de productos y espacio útil, y a optimizar el uso del equipo, reducir los desplazamientos y, finalmente, reducir el impacto que nuestra actividad diaria supone para el entorno.

El modelo también sirve para apreciar cómo se puede regenerar el tejido social, restaurar las relaciones de cercanía y crear vínculos entre individuos mediante la popularización de organizaciones que toman como modelo el uso compartido, el intercambio y la participación a escala vecinal.

Los aspectos sociales, interpersonales y medioambientales intrínsecos a los Servicios Participativos sin duda los hacen atractivos a un creciente número de personas que están hartas del consumismo desaforado, a quienes les disgusta la idea de un individualismo exacerbado y que se cuestionan la tan traída «calidad» de vida existente en nuestras sociedades modernas... Pero por muy atractivos que parezcan, los Servicios Participativos representan un gran cambio en nuestro día a día.

Compartir, intercambiar, poner en común bienes y servicios son actividades que requieren tiempo, organización y flexibilidad. Los Servicios Participativos deben tener calidad para llegar a hacerse populares. Deben ser prácticos y estar al alcance de la gente, y deberían adaptarse a las exigencias de los usuarios y a los distintos contextos en los que hayan surgido.

10 mandamientos de los servicios participativos:

- Mejorar la visibilidad local
- Hacer mas fluida la gestion
- Reducir la anticipacion
- Ofrecer varios niveles de participacion
- Respaldar el uso colectivo
- Promover la disponibilidad
- Mantener la escala de las relaciones
- Mejorar la condicion semipublica
- Respaldar la expresion de las habilidades personales
- Construir una relacion apoyada en la confianza



Ezio manzini

Artículos y libros

Armas de construcción Masiva

Referencia: [DISEÑO SOCIAL EN+ // ISBN 9788461625093](#)

Homo diseñador:

Los diseñadores tienen doble obligación, contractualmente con sus clientes y moralmente con los usuarios destinatarios finales de sus trabajo

HASN HOGER

Definicion de Diseño social :

Diseño social se puede utilizar indistintamente entre diferentes disciplinas. Algunos lo utilizan como el diseño de un mundo mejor y mas sostenible, y otros se refieren al proceso basado en una metodología de diseño participativa y social.



Ejemplo de aplicación del diseño a un proyecto social, MIGRANTAS.

TALLERES:

migrantas se encuentra con otras mujeres migrantes para reflexionar colectivamente en talleres acerca de su condicion. Intercambian sus experiencia y las expresan en dibujos simples.

Desarrollo: DEL DIBUJO AL PICOTGRAMA
Migrantas identifica elementos clave tematicas constantes y los traduce en pictogramas asi surge un lenguaje visual y accesible para todos.

PICTOGRAMAS :SIMPLICIDAD Y EXPRESIÓN

Son imágenes que combinan síntesis con alta capacidad de expresión, cuyo diseño transmite una multiplicidad de emociones. Las personas de identidades y procedencias diversas pueden reconocerse en los pictogramas o modificar sus propias perspectivas.

ACCIONES URBANAS: ser parte del paisaje de la ciudad.

el objetivo es siempre integrar la subjetividad del migrante al paisaje urbano las acciones interpelan a los transeuntes y les proponen un estímulo para la reflexión.

RESULTADOS:
cuando ven sus dibujos expuestos, los participantes de los talleres se ven legitimadas y reconocidas.

Artículos y libros

Armas de construcción Masiva

Referencia: [DISEÑO SOCIAL EN+ // ISBN 9788461625093](#)

Insurgencia Grafica:

Saul se dedica profesionalmente al diseño grafico y diseño web en Zaragoza, le apasiona el ACTIVISMO GRAFICO, su estudio se llama insurgencia grafica un territorio personal sin ánimo de lucro donde crea y nacen imágenes con visión propia sobre el mundo sin mas pretensión que la de compartir opinión de la mejor manera sembrando conciencia al que las vea e invitar a la reflexión sobre lo que sucede en los tiempos en los que nos ha tocado vivir.

Curro Claret :

Colección de taburetes mesas realizadas por personas que han estado viviendo en la calle. Recibieron el premio de la convocatoria de diseño contra la pobreza y la exclusión social del ministerio de cultura en el año 2010.

El diseño social esta basado en la creación de nuevas plataformas de comunicación interacción intercambio y desarrollo, que huyen de la simple protesta para buscar soluciones a través del diseño.

Sus intervenciones quieren fomentar el debate social el planteamiento de problemas u a su vez dotar de nuevos espacios y herramientas.

Monografica.org

El diseño es un factor dominante en nuestras sociedades modernas sin embargo , para un buen numero de personas se asocia con ideas tales como las de rareza , exclusividad, excentricidad y elegancia.

Por su parte son las empresas e instituciones que las conciben como un valor añadido.

KLAUS WOLBERT el diseño no se ocupa solamente de diseñar objetos sino de continuamente da forma a la humanidad. el diseño.

RESULTADOS:

cuando ven sus dibujos expuestos, los participantes de los talleres se ven legitimadas y reconocidas.

Activismo Ciudadano

Soluciones ante el problema de la mendicidad. MARK HORVATH

En 2008 se dedico a filmar las historias de personas sin hogar de estados unidos y compartirlos con la gente a traves de invisiblePeople.tv

EJEMPLO DE PROYECTO DE ACTIVISMO
dreaming the same

Es un proyecto internacional para transformar de forma creativa los mensajes que usan las personas que ejercen la mendicidad en las calles.su objetivo es hacer a esas personas más visibles al mundo y abrir un debate social sobre esta situación .

El proyecto surge en the family bussines un grupo de alumnos de Complot , escuela de creativos.

Artículos y libros

Armas de construcción Masiva

Referencia: [DISEÑO SOCIAL EN+ // ISBN 9788461625093](#)

Diseño Insostenible:

Se suele relacionar con " sociedad de consumo a la adquisición de bienes materiales sin valor significantes, con consumidores poco concienciados y con el uso irresponsable de los recursos naturales. actualmente consumir constituye el interés central de nuestra vida social y nuestros valores culturales.

El Diseño sostenible no debe entenderse como metodología para reducir el impacto de productos desechados. Los diseñadores de productos o servicios , deberíamos plantear el diseño sostenible como una responsabilidad social corporativa que no solo preste atención al reciclado de productos y la vinculación de las personas con sus bienes de consumo.

Social design se ha convertido en los últimos años en un término para referirse a prácticas creativas que inciden en la sociedad creando soluciones positivas de cambio social. Desgraciadamente sus enfoques aunque en esencia no son contrarios suelen estar distanciados de los enfoques comerciales y muy relacionados con los diseños marginales, las asociaciones sin ánimo de lucro o la nueva oleada de emprendedores sociales.

Diseño social es plantear una idea constructiva que nos ayude a comunicar y dotar de significado un proyecto, debe ser coherente con la producción de objetivos o servicios útiles a la sociedad y valerse de propuestas éticas y recursos materiales compatibles con el medioambiente y contexto social..

Comunicación con valor social

COMSOLIDAR es una agencia de comunicación solidaria formada por alumnos y profesores pertenecientes a la facultad de ciencias de la comunicación que trabaja sin ánimo de lucro desarrollando labores de comunicación social para ONG, movimientos sociales y sociedad civil organizada que no poseen los recursos necesarios para llevarlas a cabo dando así una posibilidad a estas organizaciones de proyectar y compartir sus mensajes además de conseguir tener mejor presencia social.

Copyright VS Copyleft

Copyleft es una denominación bajo la cual se encuentran todos aquellos movimientos que defienden la flexibilización de las leyes de propiedad intelectual y han lanzado una alternativa a esta progresiva apropiación de la cultura por parte de los registros de propiedad.

el copyleft se remite al derecho que tenemos los usuarios lectores a hacer uso de las mismas obras.

El principio del copyleft se fundamenta en permitir el máximo uso posible de las obras. donde el copyright dice "prohibido" el copyleft dice "permitido".

Artículos y libros

Armas de construcción Masiva

Referencia: [DISEÑO SOCIAL EN+ // ISBN 9788461625093](#)

Creative commons:

Se trata de una organización sin ánimo de lucro fundada en EE.UU por LAWRENCE LESSIG profesor de derecho de la universidad de Stamford y batallador incansable contra la extensión de las leyes de propiedad intelectual.

El principal baluarte en la promoción y extensión del idearios del copyleft hacia nuevos ámbitos de la cultura.

Bookcamping.cc :

Bookcamping una biblioteca digital colaborativa que reseña y enlaza recursos licenciados en su mayoría con licencias abiertas. Se pueden descargar (textos, audios, y videos) se dio a conocer y ver la luz durante el 15 M cuyo objetivo era socializar e incentivar la cultura del compartir.

Coursera (Universidad Gratuita) ofrecen acceder al contenido y clases magistrales de muchas universidades completamente gratis, cuentan con el aval de calidad que les da el sello de diferentes universidades de prestigio.

Inteligencia colectiva:

La inteligencia colectiva es una forma de inteligencia que surge de la colaboración e interacción de muchos individuos o seres vivos de una misma especie. Con internet con la web 2.0 aparecen nuevas formas de relacionarse en la que los consumidores pasan a ser también creadores.

Esta revolución en las redes humanas nace junto con la proliferación de nuevas vías de información y de comunicación, gracias a la web y a su "producto estrella" las redes sociales o las redes generadoras de redes sociales y a los demás entornos digitales haciendo que las fronteras del mundo se vayan desvaneciendo.

Cultura Colaborativa

[Las ideas crecen y el conocimiento se multiplica exponencialmente cuando lo compartimos](#), el gusto por colaborar cuidar y compartir refuerza la interrelación entre las personas, las necesidades y la búsqueda de alternativas para satisfacerlas.

ELIONOR OSTROM Nobel de economía, integra un enfoque altamente democratizador de la vida a través de los principios de soberanía, transparencia, enquistamiento, acceso universal, diversidad y confianza.

Artículos y libros

Armas de construcción Masiva

Referencia: [DISEÑO SOCIAL EN+ // ISBN 9788461625093](#)

Graficalibre.org:

Grafica libre es actualmente un espacio de comunicación para compartir experiencias, ideas , problemas y soluciones sobre software libre para grafica y realizar algunos experimentos de diseño colaborativo.

Economia Cultural:

Nuevas maneras de relacionarnos con / desde la cultura, recuperando su función de desarrollo vertebración transformación social. porque el I+D+I+SOCIOCULTURAL es más necesario que nunca. Por que debemos (re) pensar el sentido de la cultura. en definitiva, crear las condiciones para que la cultura no sea un mero bien de consumo, sino uno de nuestros principales bienes comunes.

Explorar nuevas formas de generar proyectos económicamente sostenibles de relaciones económicas y más justas, hacia otra cultura económica. pensar en gasto e inversión y no solo en subvención y donación

Colaboradora:

Colaborarabora es un i.cosistema, un entorno creativo que favorece y estimula el flujo de ideas imaginativas e innovadoras, un espacio simbólico, de entorno y facilitador, un marco de referencia desde el que poder conocerse, actuar, aprender , investigar, prototipar, reflexionar, trabajar, celebrar colectivamente.

Mecanismos de diseño que aplicamos , nos entendemos como un laboratorio ciudadano de reflexión en acciones donde para el desarrollo de la creatividad colectiva y la identificación de retos comunes no apoyamos en: practicas colaboraticasm proceso de DESIGN THINKING jugar con, psicología social, performatividad, tratando siempre de dar una vuelta de tuerca a los métodos respectos al contexto ya los temas a tratar.

Reivindicación del dibujo como herramienta

Innovación Colectiva:

EMOTOOLS, es una empresa malagueña basada en una cultura humanista u social que ayuda a las empresas a afrontar el reto de la innovación.

5 apuntes sobre la innovación colectiva.

- Entrar en demasiados detalles al principio ayuda poco.
- Paciencia y gestión prudente de las expectativas
- hay que aprender a ceder el control
- hay que centrarse y evitar la dispersión
- el liderazgo es importante.

Artículos y libros

Armas de construcción Masiva

Referencia: [DISEÑO SOCIAL EN+ // ISBN 9788461625093](#)

Crecer desde el bienestar humano:

Los principales pilares para sostener la felicidad son cuatro:

- Un desarrollo socioeconómico sostenible y equitativo.
- La preservación y promoción de la cultura.
- La conservación del medio ambiente.
- El buen gobierno.

Cada uno de estos pilares se compone a su vez de 9 dominios:

- Bienestar psicológico
- Uso del tiempo
- Vitalidad de la comunidad
- Cultura
- Salud
- Educación
- Diversidad medioambiental
- Nivel de vida
- Gobierno

El capital de la reputación:

La confianza entre extraño es el ingrediente mas importante que hay que hacer bien.

sin este elemento como pilar sería muy difícil conseguir el volumen suficiente de gente que hace viable la iniciativa.

El proceso de comentarios de eBay es un claro ejemplo de ello.

Una valoración positiva equivale a una referencia de primera mano de al quien a quien no conocemos pero que nos ayuda a decidir a la hora de elegir con quien intercambiar.

El usuario hará casi cualquier cosa para construir y proteger su reputación

El caputarl de la reputación está siendo tan importante que actuara como segunda moneda de cambio, la que reclamaría " puedes confiar en mi"

Artículos y libros

Armas de construcción Masiva

Referencia: [DISEÑO SOCIAL EN+ // ISBN 9788461625093](#)

Muchos de nuestros alumnos nos habían solicitado poder recoger en un libro todos los temas tratados en nuestro curso online de Comunicación y Diseño Social. Romper la brecha digital que impide a muchas personas poder acceder al contenido y sacar un edición en papel para poder comprar y compartir. De este modo, nos planteamos el reto de editar el primer gran manual del diseño social en lengua hispana y, gracias a todos los que han creído en este proyecto, lo hemos conseguido.

Armas de construcción masiva.

Diseño social EN+. 2012 (revisión 2013).

ISBN: 978-84-6162-509-3

Libro de 160 páginas + portadas.

Formato cerrado: 15,6 x 23,4 cm.

Impresión digital blanco y negro.

Encuadernación: Libro en rústica con encuadernación americana



Artículos y libros

Apuntes universidad - Prospección

Referencia: [Asignatura optativa de Prospección \[Ignacio Lopez Fornies\]](#)

La prospectiva permite estimar el escenario probable, el cual no es otra cosa que una visión de lo que podría acontecer si las cosas no varían significativamente. Y se ha podido contar con un 'escenario deseable' que es lo que quisiéramos que fuera el futuro y que va a servir de referencia para emprender hacia él acciones y proyectos que permitan lograr metas significativas.

> Ideas clave para la prospectiva

- Adoptar una visión global y sistemática
- Tener en cuenta factores cualitativos y la estrategia de los actores
- Cuestionar los estereotipos recibidos
- Optar por el pluralismo y la complementariedad de enfoques
- Movilizar a los actores que posibilitan el cambio

La anticipación representa la prospectiva, la búsqueda, de los cambios posibles y deseables.

La preparación de la acción, es la elaboración y la evaluación de las opciones estratégicas posibles para prepararse a los cambios esperados (pre-actividad) y provocar los cambios deseables (pro-actividad).

PROSPECTIVA TECNOLÓGICA:

La metodología:

Puede usar varias metodologías, aunque la más común se basa en lograr consensos entre un grupo multidisciplinar de expertos pertenecientes a diferentes tipos de organizaciones sobre los tipos de organizaciones sobre los escenarios más probables en relación con una cuestión.

Características de la prospectiva

Visión: Global. "En el fondo, nada sigue igual"

Variables: Cualitativas, cuantificables o no subjetivas, conocidas u ocultas.

Relaciones: Dinámicas, estructuras evolutivas.

Explicación: El futuro es la razón de ser del presente

Futuro: Múltiple e incierto

Método: Análisis intencional Modelos cualitativos (análisis estructural) y estocásticos (impactos cruzados)

Actitud frente al futuro: Activa y creativa, (futuro deseado)

Artículos y libros

Apuntes universidad - Prospección

Referencia: [Asignatura optativa de Prospección \[Ignacio Lopez Fornies\]](#)

Futurable es el futuro posible.

Futurable es el futuro deseable.

Factible es el futuro probable.

La metodología de la prospectiva permite reducir riesgo e incertidumbre en la puesta en marcha de un proyecto porque permitirá identificar los factores clave y sobre ellos implementar la estrategia efectiva.

La prospectiva permite a su vez analizar los posibles escenarios que se abren al proyecto y una vez seleccionado el escenario apuesta, articular las acciones estratégicas pertinentes.

> Camino hacia la prospectiva estratégica

- Construcción de escenarios
- Herramientas y técnicas
- Análisis y estrategia
- Decisiones y acción

| Métodos | Futurable | Futuribles | Factible |
|-------------|-----------|------------|----------|
| Prospectiva | x | x | x |
| Proferencia | | | |
| Pronóstico | x | | x |
| Predicción | | | x |
| Previsión | | | x |
| Proyección | | | x |

Artículos y libros

Apuntes universidad - Prospección

Referencia: [Asignatura optativa de Prospección \[Ignacio Lopez Fornies\]](#)

| | PROCESO | METODOS |
|--|---|--|
| 1 Construir la base | DEFINICIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL - Delimitar sistema y entorno - Determinar las variables esenciales - Analizar la estrategia de los actores | Taller de prospectiva Análisis estructural Retrospectiva MACTOR |
| 2 Establecer el marco de los posibles y reducción de la incertidumbre | DEFINICIÓN DE LASº HIPÓTESIS FUTURAS - Generación de futuros posibles - Mantenimiento de tendencia, escenarios exploratorios - Ruptura, normativos o de anticipación - Reducción de la incertidumbre | Análisis morfológico Delphi Abaco de REGNIER SMIC-Prob-Expert |
| 3 Elaboración de escenarios | ELABORACIÓN DE LAS IMÁGENES FINALES Definición del camino de la situación actual a la situación futura deseada | Definición y visualización del escenario futuro |

Artículos y libros

Apuntes universidad - Prospección

Referencia: [Asignatura optativa de Prospección \[Ignacio Lopez Fornies\]](#)

Según el prospectivista Mojica Sastoque :

"El escenario probable corresponde a lo que pasará en futuro, conociendo la actividad de los actores. El escenario deseable indica el horizonte a donde debemos encaminar todos nuestros pasos, si queremos que las cosas cambien significativamente o si pretendemos superar los pronósticos del escenario probable" En consecuencia el escenario probable corresponde al ser y el deseable al debe ser.

TIPOS DE ESCENARIOS

Según el experto prospectivista francés Michel Godet (1991):

Un escenario es un conjunto formado por la descripción de una situación futura y la progresión de los acontecimientos que permiten pasar de la situación de origen a la situación de futuro

| ESCENARIOS | PARTEN | VAN |
|--|-----------------------------|--|
| EXPLORATORIOS (Prospectiva Extrapolativa) | Tendencias de enmarcamiento | Futuro Probable (Factible) |
| DE ANTICIPACIÓN O NORMATIVOS (Prospectiva Prescriptiva) | Normativos Contrastados | Possible y Deseable. (Futurable y Futurable) |

Artículos y libros

Apuntes universidad - Prospección

Referencia: [Asignatura optativa de Prospección \[Ignacio Lopez Fornies\]](#)

Fase 1: Construir la base

Consiste en construir un conjunto de representaciones del estado actual del sistema. Conviene realizar un estudio retrospectivo profundo, esto evita privilegiar en exceso la situación presente, que se tiende siempre a extrapolar hacia el futuro. El análisis de las tendencias pasadas, es reveladora de la dinámica de evolución del sistema y del papel más o menos freno o motor que pueden jugar algunos actores. Además, cada actor debe ser definido en función de sus objetivos, problemas y medios de acción.

Fase 2:

Balizar el campo de los posibles y reducir la incertidumbre. Las variables clave, están identificadas, los juegos de actores analizados, se pueden ya preparar los futuros posibles a través de una lista de hipótesis que refleje por ejemplo el mantenimiento de una tendencia, o por el contrario, su ruptura. Se puede utilizar aquí el análisis morfológico para descomponer el sistema estudiado en dimensiones esenciales y estudiar las combinaciones posibles de estas diferentes dimensiones, combinaciones que constituyen otras tantas imágenes posibles de futuro.

Fase 3:

Elaborar los escenarios En este momento, los escenarios están todavía en estado embrionario, ya que se limitan a juegos de hipótesis realizadas o no. Se trata entonces de describir el camino que conduce de la situación actual a las imágenes finales. Algunas partes de la evolución del sistema, pueden dar lugar a la puesta a punto de modelos parciales, y ser objeto de tratamientos informáticos.

Fase 4:

jerarquizar para cada actor sus prioridades de objetivos (matriz de posiciones evaluadas) Los gráficos construidos anteriormente son bastante elementales porque no tienen en cuenta más que el número de convergencias y divergencias de los objetivos entre actores.

Para comparar el modelo de la realidad, conviene tener en cuenta igualmente la jerarquización de los objetivos para cada actor.

Evaluamos así la intensidad del posicionamiento de cada actor con la ayuda de una escala específica.

Artículos y libros

Apuntes universidad - Prospección

Referencia: [Asignatura optativa de Prospección \[Ignacio Lopez Fornies\]](#)

Fase 5:

Evaluar las relaciones de fuerza de los actores

Se construye una matriz de influencias directas entre actores a partir de un cuadro estratégico de actores valorando los medios de acción de cada actor. Las relaciones de fuerza son calculadas por el programa Mactor teniendo en cuenta la fidelidad de los medios de acción directos e indirectos.

Se construye un plano de influencia-dependencia de actores. El análisis de las relaciones de fuerza de los actores antepone las fuerzas y las debilidades de cada uno los actores, sus posibilidades de bloqueo, etc.

Fase 6:

integrar las relaciones de fuerza en el análisis de convergencias y de divergencias entre actores

El objeto de esta etapa consiste justamente en integrar la relación de fuerza de cada actor con la intensidad de su posicionamiento en relación a los objetivos.

Obtenemos nuevos gráficos de convergencias y divergencias posibles entre todos los actores. La comparación entre las series de gráficos permiten observar la deformación de alianzas y conflictos potenciales teniendo en cuenta la jerarquización de objetivos y las relaciones de fuerza entre los actores.

Fase 7:

Formular las recomendaciones estratégicas y las preguntas clave del futuro

Por el juego de alianzas y de conflictos potenciales entre actores que ponen de manifiesto, el método Mactor contribuye a la formulación de preguntas clave de la prospectiva y de recomendaciones estratégicas.

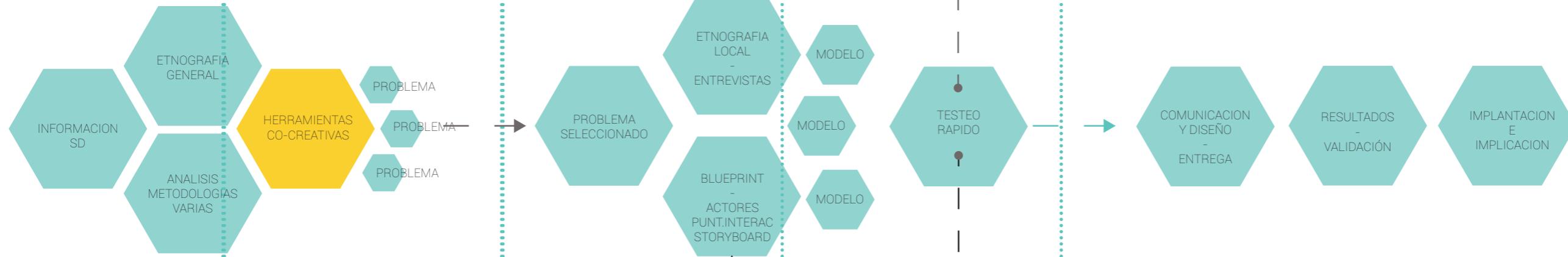
Ayuda por ejemplo, a interrogarse sobre las posibilidades de evolución de relaciones entre actores, la emergencia y la desaparición de actores, los cambios de funciones, etc.

Delimitación del sistema

Análisis retrospectivo

Estrategia de Actores

Elaboración de escenarios



01.5

Sesión creativa_

SESIÓN CO_CREATIVA

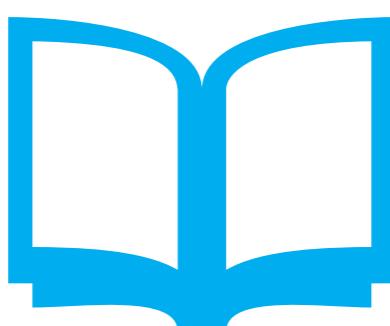
Planificación



> INICIO SESIÓN: 16:00

- Presentación proyecto Diseño Social
- Presentación de Personas
- Sesión Co-Creativa (Imagenes)
- Debate
- Reorganización de ideas
- Conclusiones / Cierre

> FIN SESIÓN: 18:45 - 19:00



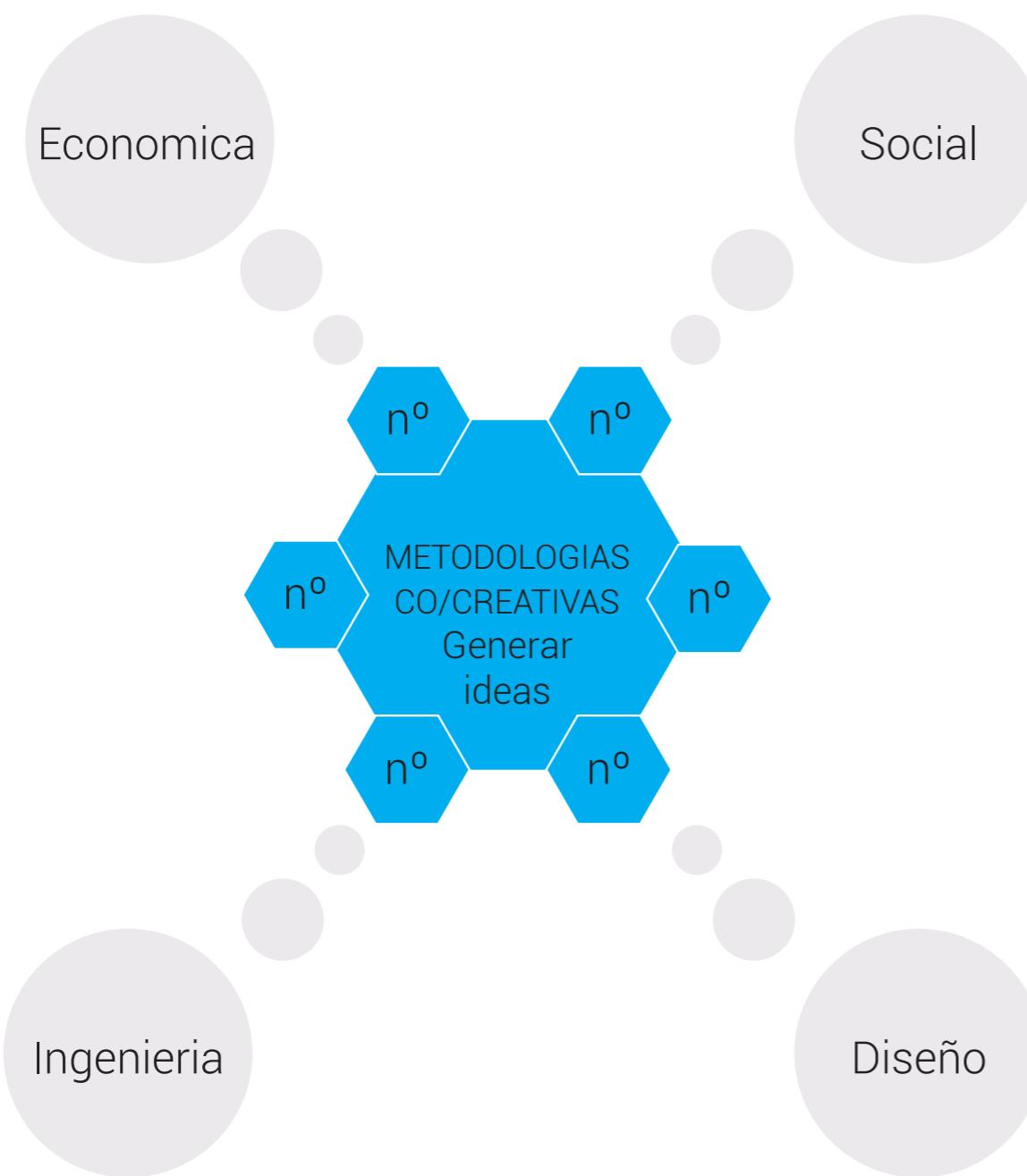
> Modelo metodológico basado en SOCIAL DESIGN

Metodología que plantea la actividad de diseño como una estrategia de MEJORA SOCIAL.

> Posteriormente aplicación práctica en un caso detectado y comunicación de resultados.

SESIÓN CO_CREATIVA

Equipo multidisciplinar

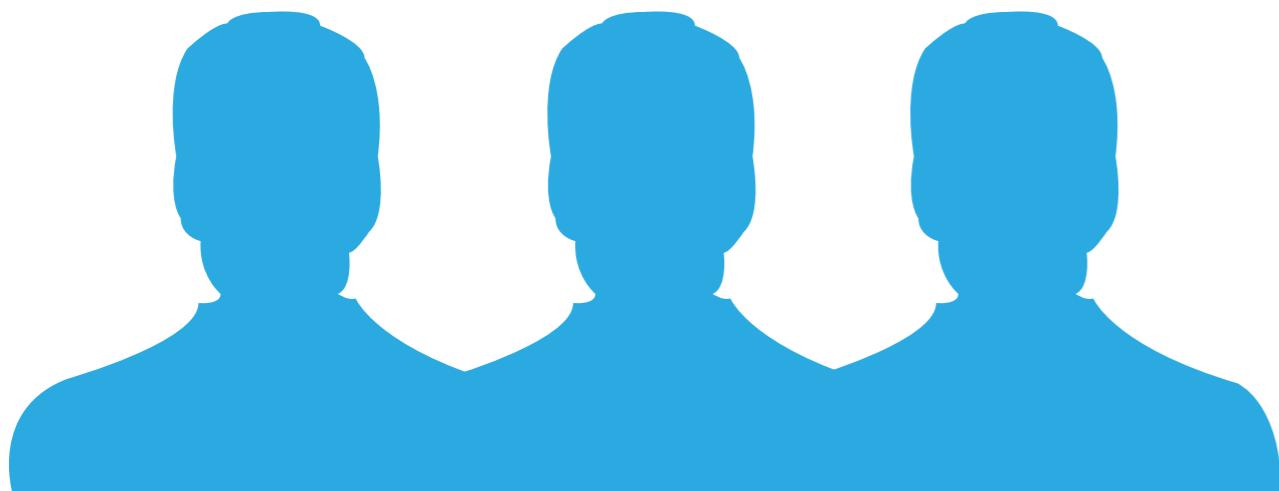


> INICIO SESIÓN: 16:00

Busqueda de problemáticas o zonas de interés para el proyecto gracias a un equipo multidisciplinar consiguiendo una visión más global y completa.

SESIÓN CO_CREATIVA

Planificación



Diseño Social pretende incidir de manera positiva en una determinada coyuntura negativa a través de metodologías participativas ciudadanas, ayudadas de una visión de futuro innovador y de la idea de que el cambio social es posible. Todo ello se manifiesta de una forma física que posteriormente lograra captar el interés de gran parte de la sociedad gracias a las campañas de comunicación e implantación.

fotos sesionnnnnnn

SESIÓN CO_CREATIVA

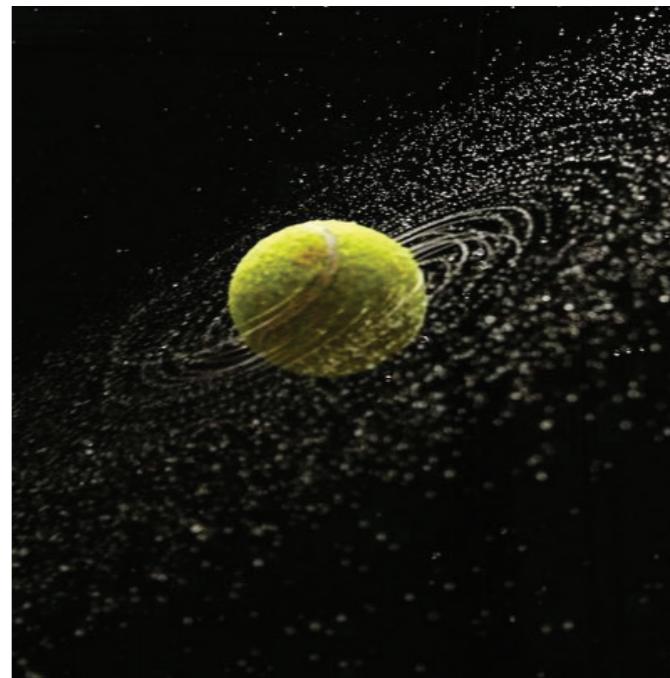
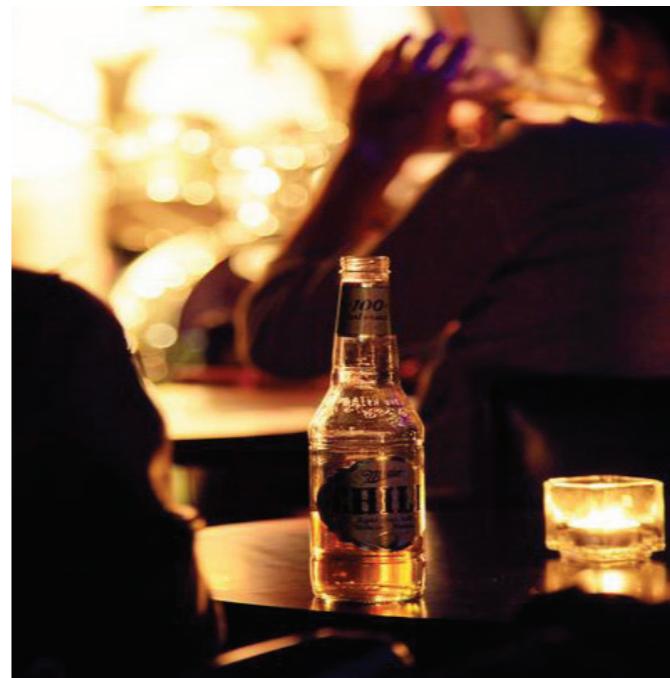
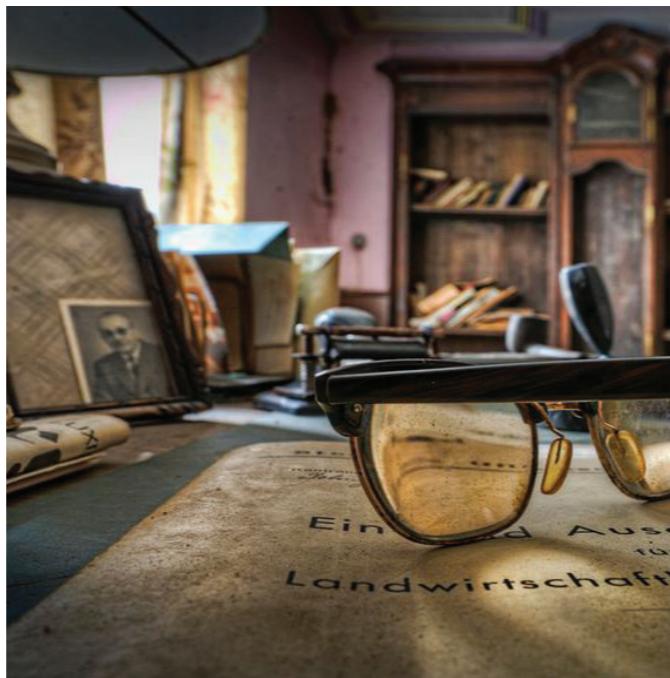
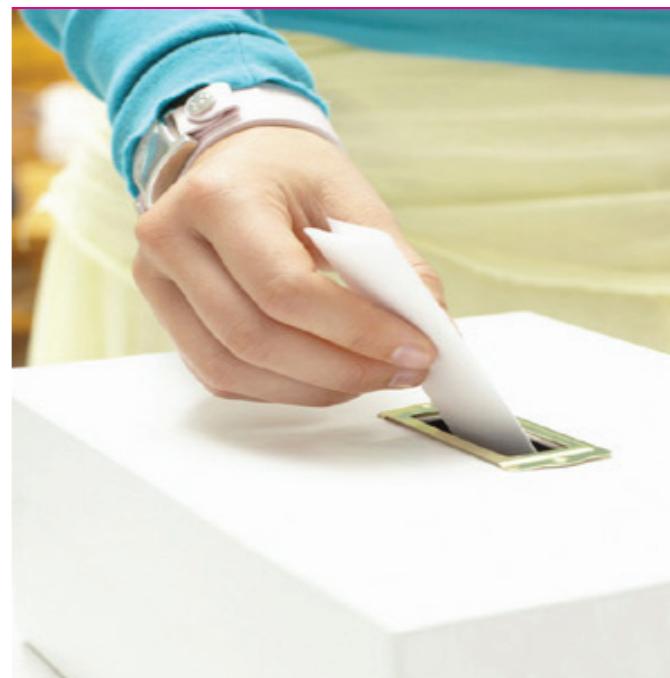
Referentes visuales



SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

Ficha 1



SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

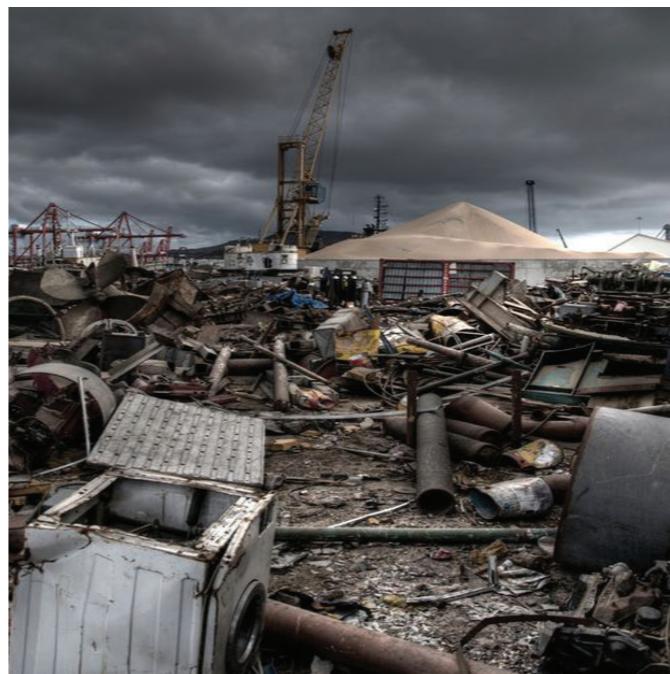
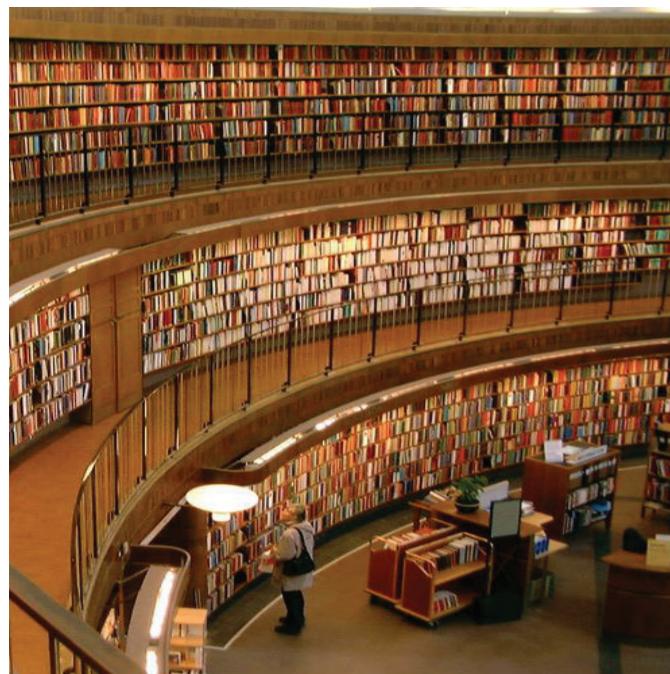
Ficha 1

| | | |
|-----------------|--|---|
| Homosexualidad | - Modelos demasiado guapos , plastificados. | - Bajo salario > trabajo medio / bajo |
| Iglesia | - Iglesia, silencio | - Ciudad vs Social |
| Historia | - Historia, Dura | - Retorno ir atras?? |
| Memoria | - Momentos, Atrás, pasado , Malo // olvido---> Razas, Campo de concentracion | - Equilibrio |
| Rural | - Percibe como algo pasado amado es algo real, contemporaneo, necesario. | - Es mentira |
| Razas | - Razas, infancia, ---> lamentablemente Caridad, Pobreza. | - Diferencias - Distancias cada vez mas grandes |
| Infancia | - Contraste, oscuridad, | - Degradacion |
| Belleza | - Democracia, Tradicional Conservador | - Orgullo negativo |
| Notas | - sentirse, amigos buenos momentos, noche, calide, irreal, distorsionado, emocional, sueño? de verano en BCN | - Infancia - meta |
| Sector | - Eclipse, geometria---> natural(fisico) ---> particulos materia (Origen) | - Inmunidad |
| Instante | - Brillante ,dinamico | - Esclavos del tiempo |
| Captura | | - Vemos todo por la vision actual --- crisis, corrupcion, dinero POR LO MENOS AHORA |
| Momento | | SOMOS MAS CONSCIENTES tambien es malo por que ya nad nos parece fiable ni heco con buena fe |
| ¿Chico - chica? | | - Empatia |
| Rural | - En realidad ¿ que mas da? 2 personas es lo importante | TITULOS: |
| Iglesia | - Relacion negativa---> iglesia | > Despierta y decide (despierta empaticamente y decide cambiando opinando tomando el control). |
| Pasado | - Relacion Positiva ---> Bar / noche ...> pasion | > Rindete te hemos descubierto |
| Votar | - Pueblos (abuelos) , aquello que vinculas al pueblo | |
| Pelota | - Votar, lo vinculas a la modernidad---> progreso (lo pongo en duda) | |
| Niño | - Pelota no significa deporte---Planteta girando , orbita esfuerzo sacrificio, movimientos | |
| | - Imagen publicitaria, mas que real, de falsa caridad ojos emocionesque parece que te esten pidiendo (intencionalmente o no) | |

SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

Ficha 2



SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

Ficha 2

NEGATIVOS:

universal / equilibrio

Mentira, diferencias

Restricciones,/control

Degradación

POSITIVOS:

Cultura,

Diversion,

Calma,

Estimulante,

Copeacion /ayuda

recuperacion

orgullo

crochet / a mano

1) Las diferencias Sociales hacen dificil que exista un modelo universal; la raza, cultura y posicion social crean distancia entre las personas.

2) El más poderoso es el que mas se quiere diferenciar, los de abajo son los que quieren estar unidos y compartir

3) El que no tiene nada que perder disfruta mas de las cosas pequeñas.

4) La sociedad aun tiene posibilidades, lo importante es la educacion y la cultura, si somos capaces de utilizar nuestras tecnologias para mejorar

5) la que nos hace disfrutar se puede convertir en un problema (cafe)

6) La biblioteca esta vacia, pero todo el mundo mira sus moviles y lee en ellos---> chispazos de cultura en el movil, Posibilidad de crear temas / grupos de conversacion

7) La cultura parece algo residual, no tiene el lugar adecuado.

8) Lo divertido esta en lo inesperado, (no vale nada pero hace ilusion)

9) viviamos otras cosas, lo sencillo suele ser mejor " keep it simple"

10) Somos una sociedad que convive con su basura NOS HEMOS VUELTO INMUNES

1) Formato y preservacion de la cultura en todas las escalas de la sociedad.

2) Conocer que pasa en mi sociedad a distintos niveles Barrio / ciudad/ region/ nacion/...

3) herramientas de vigilancia---> para poder tomar decisiones adecuadas

4) Beneficio social en los medios de mas parte, mejorandolos y fomentandolos

TITULOS:

- Mundo conectado al instante

- Falta de comunicacion cara a cara

- Publicidad , forzado /mentira/posado

- Votaciones- No creible / parece lo correcto pero no lo es

- No se consulta a la sociedad

- "ORQUESTAR LA CONSULTA SOCIAL"

- Intercultural

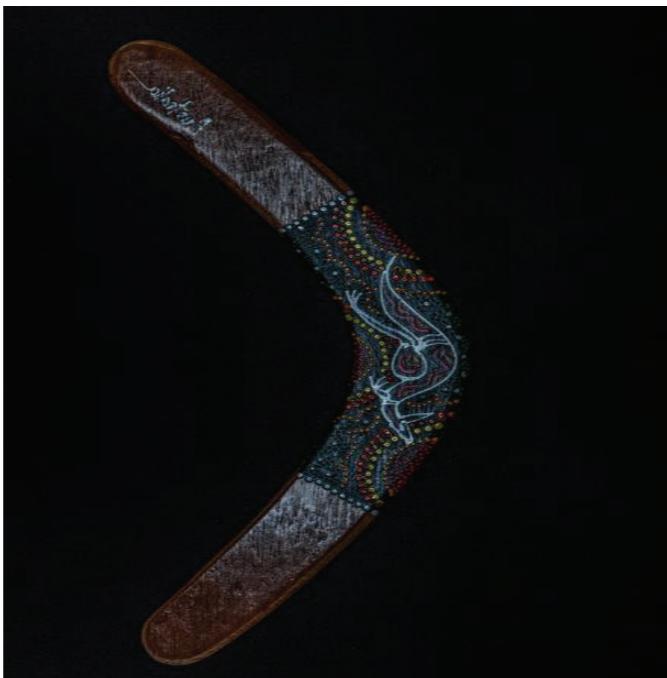
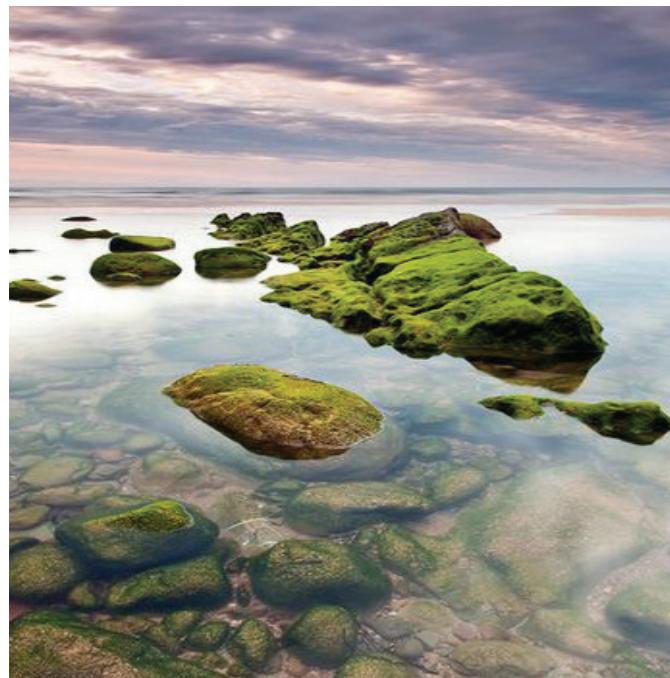
- Los niños son la cantera, la base

-

SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

Ficha 3



SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

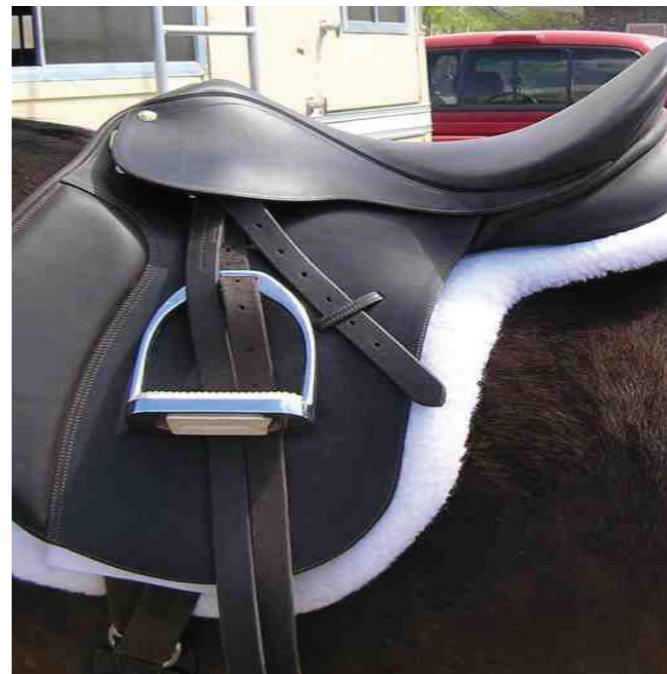
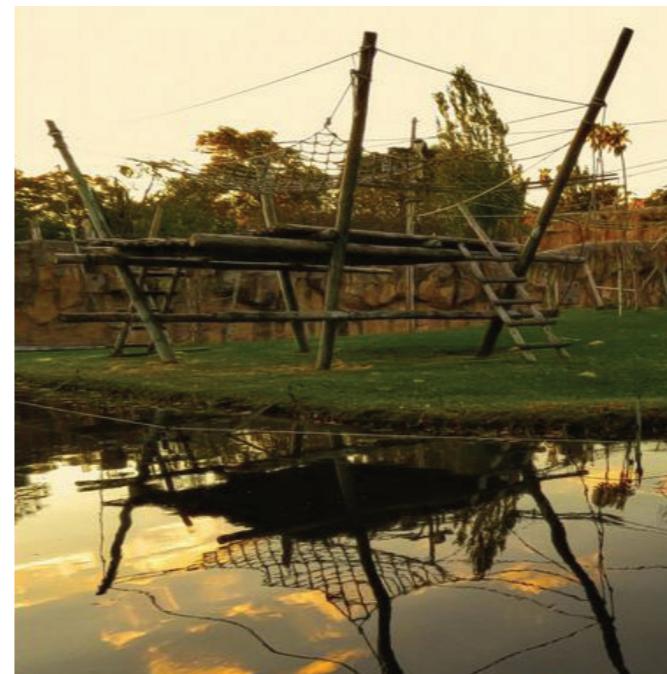
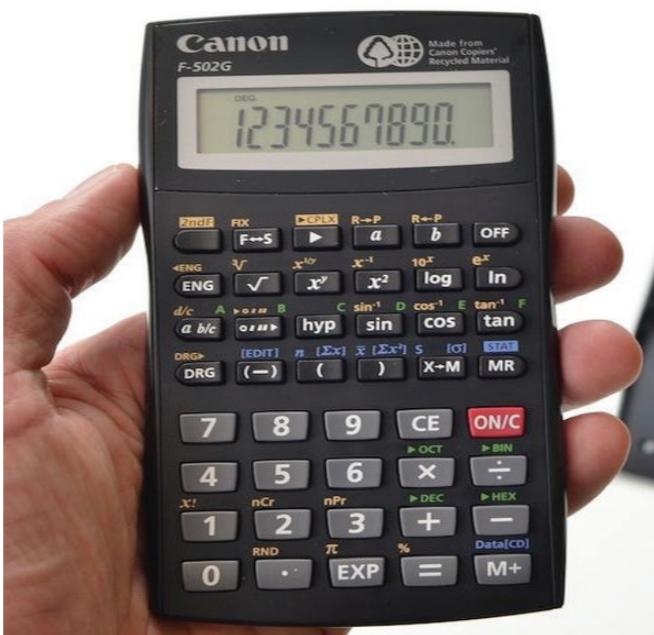
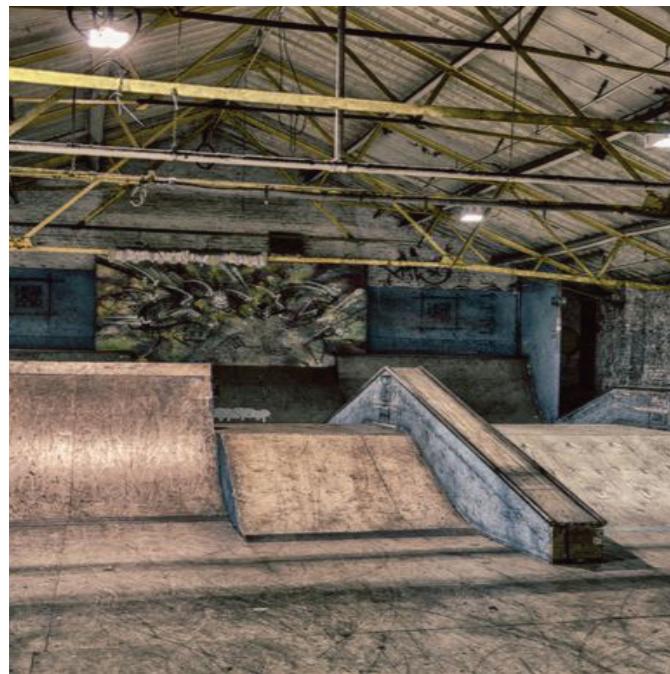
Ficha 3

| | | |
|---------------------|---|--|
| Capitalismo | - Modo de vida simple / Rurales | TITULOS: |
| Entorno Rural | - Perdida de relaciones sociales cara a cara | - Avance tecnologico, ¿ es realmente progreso? |
| Globalizacion | - Exclusion Tecnologica | "LUCHANDO CONTRA LA EXCLUSION" |
| Retorno | - Necesidad de capital para la formacion | |
| Naturaleza | - Problemas de salud | |
| Tecnologias | - Problemas de exclusion | |
| Redes sociales | - Agotamiento de los recursos naturales | |
| Formacion | | |
| Movimiento | | |
| Procupacion, Estrés | individualismo , Educacion, Distanciamiento, Redes sociales para mejorar, Residuos / | |
| Consumismo | agotamientos recursos naturales / sencillez --> bienestar , sociedad, sobreinformacion, | |
| Recursos naturales | Prostitucion, Precarizacion laboral. | |
| Redes sociales | | |

SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

Ficha 4



SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

Ficha 4

| | | |
|-----------------------|---|--|
| Amor | Las guarderias son caras | Volver a ser niño ---> Que caracteriza |
| Conciliacion Familiar | Mis abuelos estan lejos | Empatia ---> poner en lugar del otro |
| Cuidado | Trabajo en casa | Padres educadores |
| Musicoterapia | Cuidado al hijo de mi vecino | Niños al trabajo |
| Elegancia | Tardes de deberes -----> Piso escuela | La gente esta anestesiada ---> nada sorprende |
| Orden | Musica para sordos | Cambio relaciones |
| Cultura | no tengo dinero para instrumentos | Estrés |
| Trabajo | Fiesta en la plaza | Recuerdo del que ya no esta |
| Rural -urbano | No tengo ritmo | Pueblo---> Futuro |
| Urbano | Orquestamos el barrio (comercios, vecinos) | ¿ Donde esta la pobreza? MAPA de la pobreza, marcar lugares??? |
| Tribus | Enseñame a comer | Orgulloso de ser de ONG |
| Diversion | Enseñame tus comidas (Intercambio gastronomico) | Me hago mi ropa |
| Jovenes | Trabaja menos | ¿Por que empeñarse en ser diferente? |
| Ciencia | La belleza de lo viejo | Bibliotecas vacias |
| Economia | Liga haciendo deporte | La gente lee en el movil |
| Datos | De la calle al deporte superate | |
| | Crea tu terreno de juegos | |
| | Descubre la ciencia | |
| | Mi abuelo puede enseñar a | |

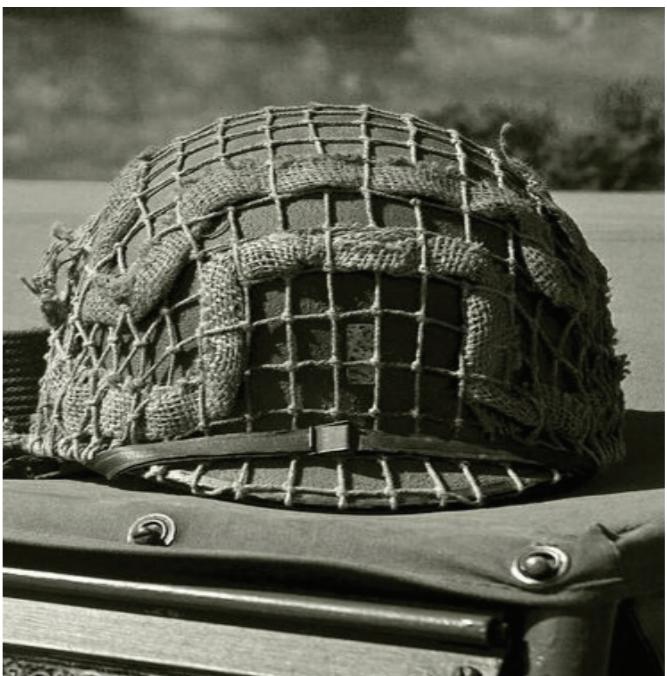
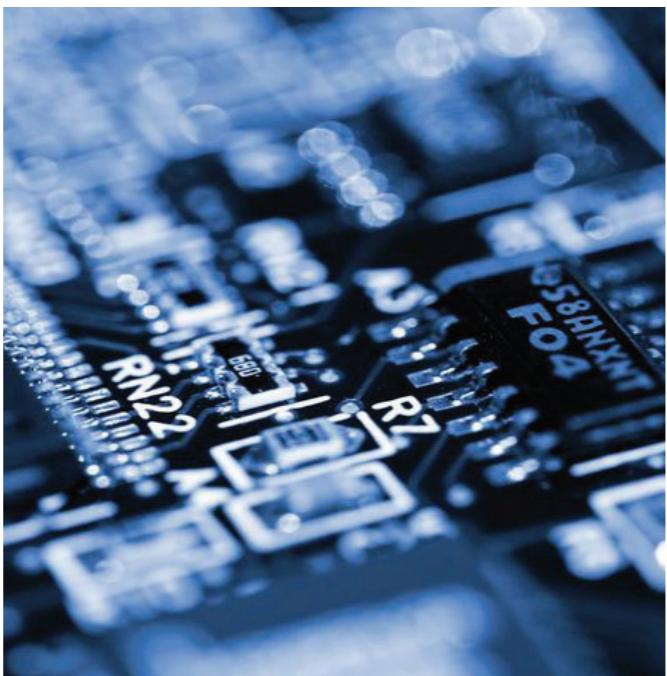
TITULOS:

- " pasa un dia en la vida de"
- " Mi abuelo puede .. "
- " Orquestando el barrio (vecino, comercio ...) conectando vecinos

SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

Ficha 5



SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

Ficha 5

| | |
|---|--|
| Trabajo precario | - Problemas de salud, bajos salarios, jornadas laborales inhumanas trabajo sin ninguna satisfaccion personal. |
| Mejora condiciones laborales | |
| Salud /bienestar personal | - La mejora de la salud de las personas, mejorara el bienestar individual y con ello a la sociedad en su conjunto. |
| Hiperpoblacion | |
| Polucion | - Masificacion en grandes ciudades, ventajas e inconvenientes. Reduccion determinados costes, trasnporte publico, acceso a mas servicios, contaminacion, Perdida de personalizacion individual, problemas. |
| Tecnologia / Comunicación | |
| Globalizacion | - Informacion masiva, mundo conectado al instante todo esta controlado. |
| Juventud, crecimiento | |
| Aprendizaje | - Educacion necesidad de cariño y dedicacion de tiempo. necesidades basicas deben ser cubiertas por otras personas. |
| Minusvalia / necesidad de mejora de calid de vida | - Solucion a las barreras arquitectonicas, necesidad mayor de cuidados, dependencia de terceros. |
| Consumismo | - Obligación de saciar necesidades instantaneas no reales provocadas por publicidad. Esto provoca que otras necesidades reales sean desatendidas. |
| Consumismo | |
| Guerra, falta de dialogo desigualdades sociales | - Las diferencias sociales, economicas y religiosas provocan divisiones entre pueblos. |

TITULOS:

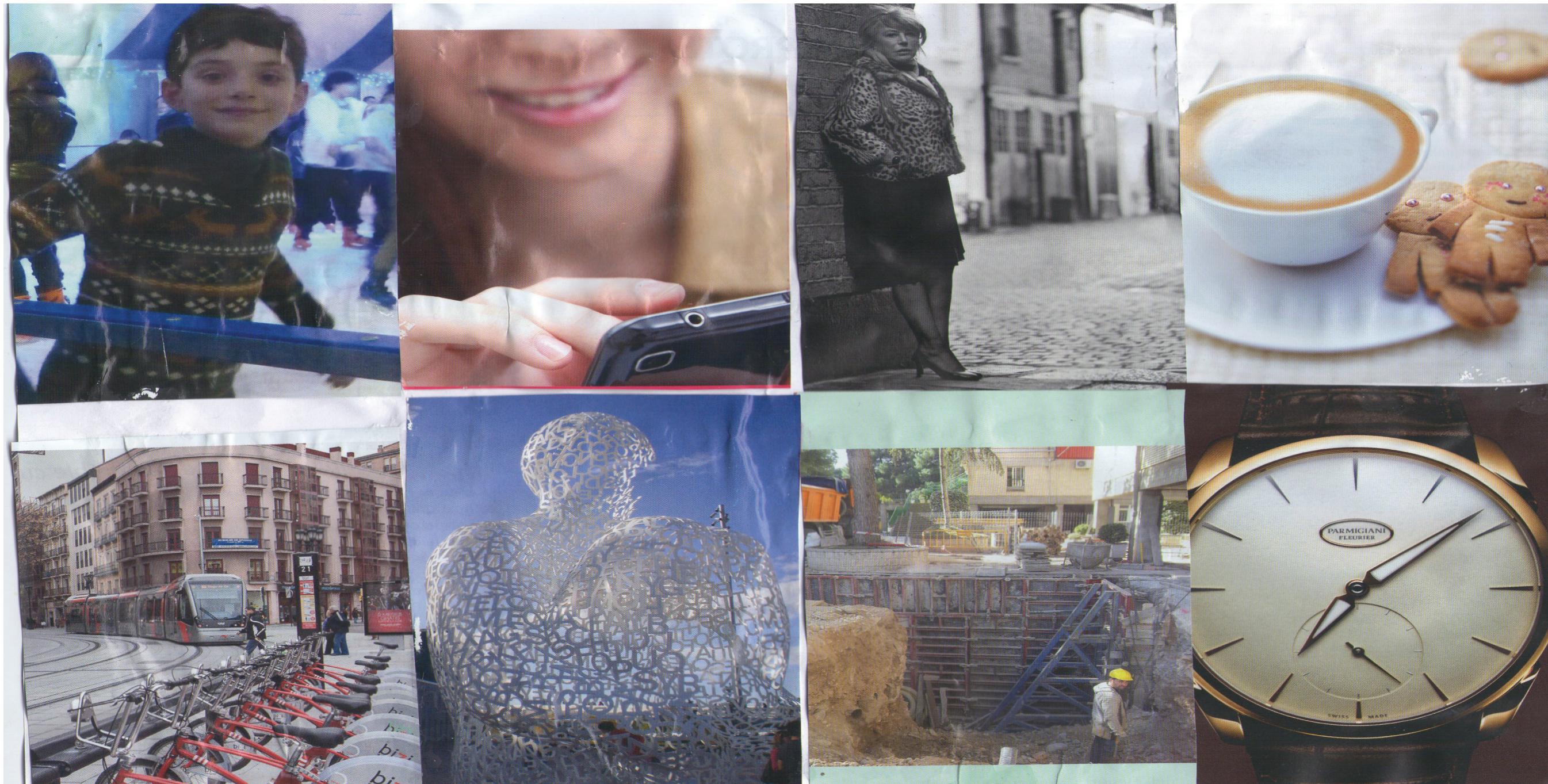
- Comunicación / conectar con todo el mundo al instante / redes sociales globalizado

" SOLUCIONES LOCALES PARA UN MUNDO GLOBALIZADO"

SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

Ficha 6



SESIÓN CO_CREATIVA

Referentes visuales

Ficha 6

Orgulloso, iniciacion, invierno, familia, apoyo (barandilla), multitud, deslizarse, artificial, pasado, equipamiento, momento temporal, alquiler

- Certas situaciones con las que estamos disconformes, quizas se podrian solventar con algo temporal " caduco" no necesariamente tiene que ser fijo , inmovil, atemporal.
- El futuro avanza hacia el super social pero al hiper solo
- Cambio de funciones en aparatos ---> antes funcion principal LLAMAR ahora OTROS
- Todo esta en la palma de tu mano (Global) informacion tiempo real.

Concentrado , intimidad, privado, relacion, manipulacion dedos,interfaz

- Sitios donde se generan unos ambientes hostiles entre personas por su sitio deberiamos generar un mejor rollo.

Monopolio, accidentes, no consulta, demasiada demanda poca oferta, multitud, enfados , empujones, mal diseño./// Libertad, disponibilidad, futuro, vandalismo

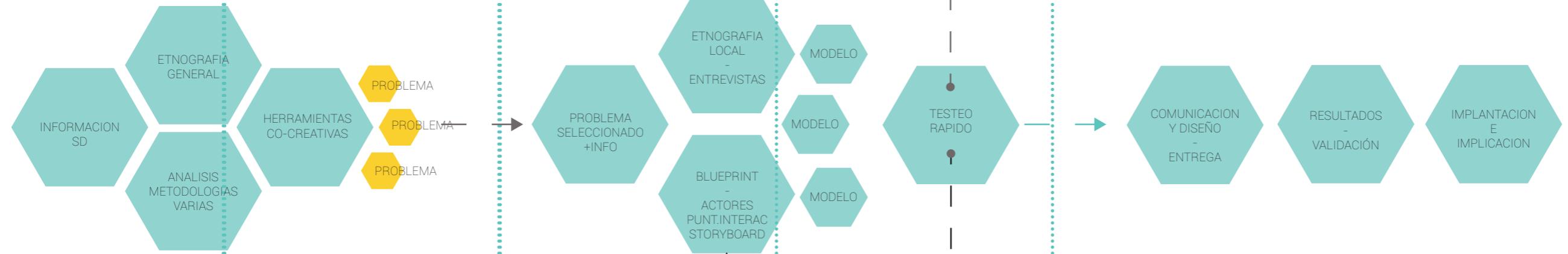
- El arte como reclamo comunicativo social??? seria mas pregnante??
- Ocultismo en las empresas e instituciones--> como comportarse en zona de crisis
- El recuerdo del que ya no esta---> permanecer
- Orgulloso de ser socialmente activo
- Espacios de empatia social
- Jovenes, bebidas ---> ligar
- Educar por otro parente ... a otros hijos.

-Conectar, instantes, conocimientos , globalizado

- Preguntarsos sobre si estamos progresando o no
- Tipo de contrato social con sus clausulas beneficiarias para personas
- Atacar a los pueblos ellos no se mueven
- Empatia entre iguales (Comunidad) enano de 60 cm se comunicaba con otro situado en la otra punta del mundo REDES SOCIALES IGUALITARIAS.

Arte, turismo, inversion, especulacion, dinero, letras, significado, fotos, red, anuncios, punto de interes

Oficios, diseño, sacrificado, ayuda, necesidad, gusto, apariencia, captacion, clientes, servicios social, curtida, intercambio, dinero



01.6

IDEACIÓN

IDEACIÓN

Acercar la democracia



DISTANCIAMIENTO CON LOS POLITICOS

CORRUPCION

FAMA POLITICA SIN CREDIBILIDAD

DEMOCRACIA:

Democracia es una forma de organización social que atribuye la titularidad del poder al conjunto de la sociedad. En sentido estricto, la democracia es una forma de organización del Estado en la cual las decisiones colectivas son adoptadas por el pueblo mediante mecanismos de participación directa o indirecta que confieren legitimidad a sus representantes.

Principales problemas:

- Distanciamiento con nuestros gobernantes
- Mala fama política
- Corrupción
- Decisiones no consensuadas y de carácter obligatorio

IDEACIÓN

Segunda vida

NIÑOS_CREAMOS NUEVA SOCIEDAD

CONSUMISMO DE UNOS_BENEFICIO DE OTROS

PROMOVER EL " DO IT YOURSELF "

VINCULOS SOCIEDAD

BENEFICIO AL ECOSISTEMA LAS 3R



> Juguete sin terminar su ciclo de vida útil en la basura.

> No existe punto de recogida de estos objetos o se desconocen.

> Juguete con elementos contaminantes (baterías, circuitos)

> Niños que no pueden permitirse tener un juguete en la misma ciudad.

> Reeducación en la forma de consumo y de juego

> Puntos de recogida ¿contenedores? ¿Taller directamente?

> Recuperación y tratamiento de esos juguetes

> Niños que no tienen juguetes podrán empezar a jugar

> "Profesionales" y "niños" talleres donde se implique a esos niños a desarrollar y reparar en medida de lo posible esos juguetes

IDEACIÓN

Cena de todos



ACERCAR LO COTIDIANO Y RURAL

PUNTO SOCIAL

PROMOVER EL "DO IT YOURSELF"

EVADIR LA CRISIS

AMPLIAR GRUPO DE AMIGOS

> Gran interés por conocer nuevas sensaciones gatromómicas y lugares por parte de la ciudadanía en su rato de ocio.

> Por qué se puede cenar con la misma calidad y a menor precio

> Aplicar método ikea en otros servicios

> Comida gastro-cultural

> Sentirte como en casa

> Conocer gente comiendo es sano

> Interés por el slow food

> Asadores de los pueblo en ciudad

> Cocinero educador_tu el pinche

IDEACIÓN

1º Las necesidades

ACERCAR LO COTIDIANO Y RURAL

PUNTO SOCIAL

PROMOVER EL "DO IT YOUR SELF"

EVADIR LA CRISIS

AMPLIAR GRUPO DE AMIGOS



> Gran interés por conocer nuevas sensaciones gatromómicas y lugares por parte de la ciudadanía en su rato de ocio.

> Por qué se puede cenar con la misma calidad y a menor precio

> Aplicar método ikea en otros servicios

> Comida gastro-cultural

> Sentirte como en casa

> Conocer gente comiendo es sano

> Interés por el slow food

> Asadores de los pueblo en ciudad

> Cocinero educador_tu el pinche

IDEACIÓN

Alquiler social

UNIDAD

CONVIVENCIA

PRACTICO

BUEN US DE ESPACIO

ZONAS DE CONEXIÓN



> Casas vacías en bloques de pisos , posible utilización por parte del vecindario para "pisos escuela" donde niños podrían realizar las horas de deberes en común a la vez que podrían abrir lazos de amistad entre ellos en la comunidad algo que en las ciudades cada vez es mas difícil.

> Uno de los mayores problemas en la actualidad son los desahucios.

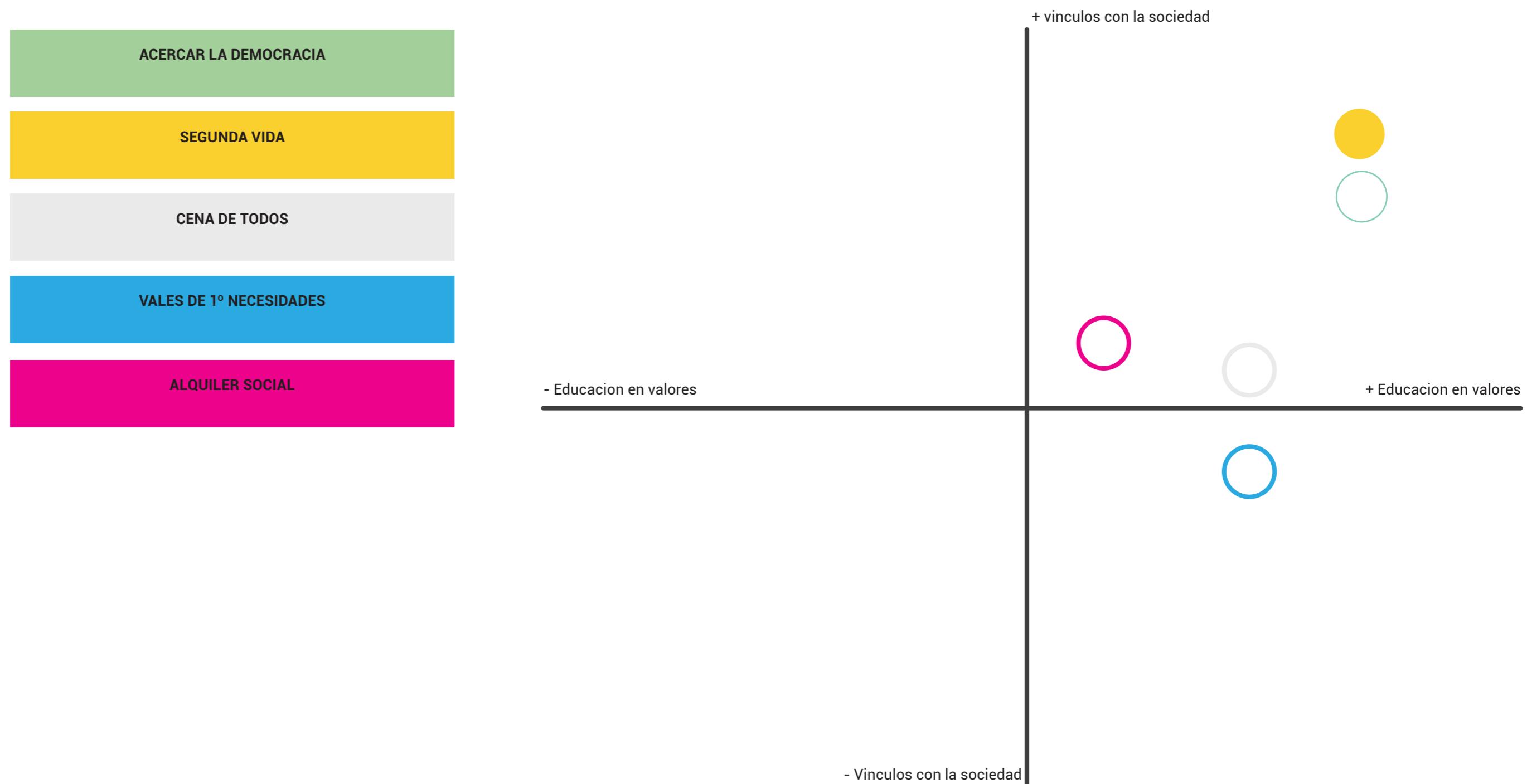
> Seria una manera de dar apoyo a esas familias que no pueden pagar su casa, alquilando una parte de su piso para utilizarlo de zona común.

CONCLUSIONES

Comparativas

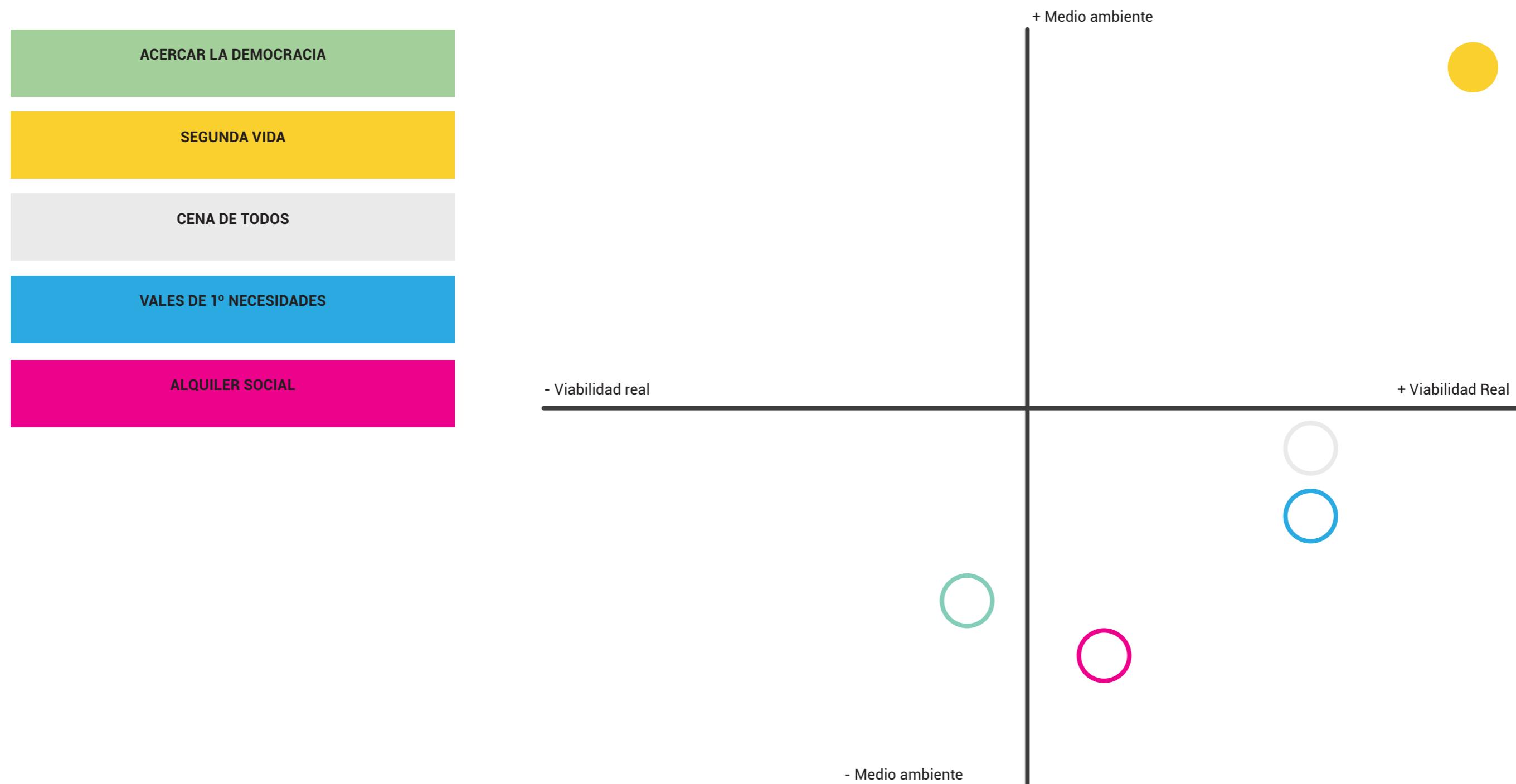
EDUCACION EN VALORES

VINCULOS CON LA SOCIEDAD



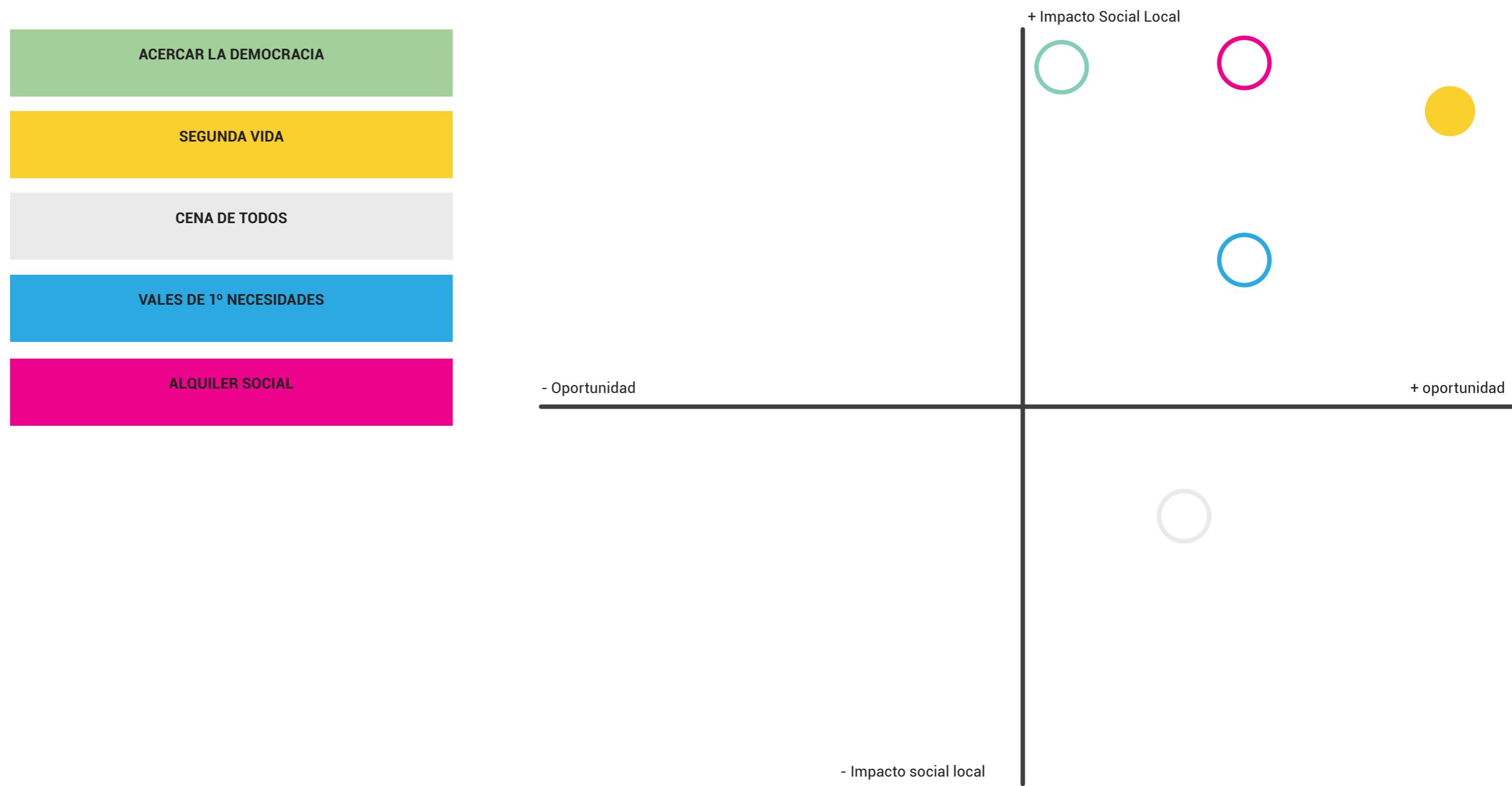
CONCLUSIONES

Comparativas



CONCLUSIONES

Comparativas



PROBLEMA ESCOGIDO

Segunda vida a los juguetes

NIÑOS_CREAMOS NUEVA SOCIEDAD

CONSUMISMO DE UNOS_BENEFICIO DE OTROS

PROMOVER EL " DO IT YOURSELF "

VINCULOS SOCIEDAD

BENEFICIO AL ECOSISTEMA LAS 3R



> Juguetes sin terminar su ciclo de vida útil en la basura.

> No existe punto de recogida de estos objetos o se desconocen.

> Juguetes con elementos contaminantes (baterías, circuitos)

> Niños que no pueden permitirse tener un juguete en la misma ciudad.

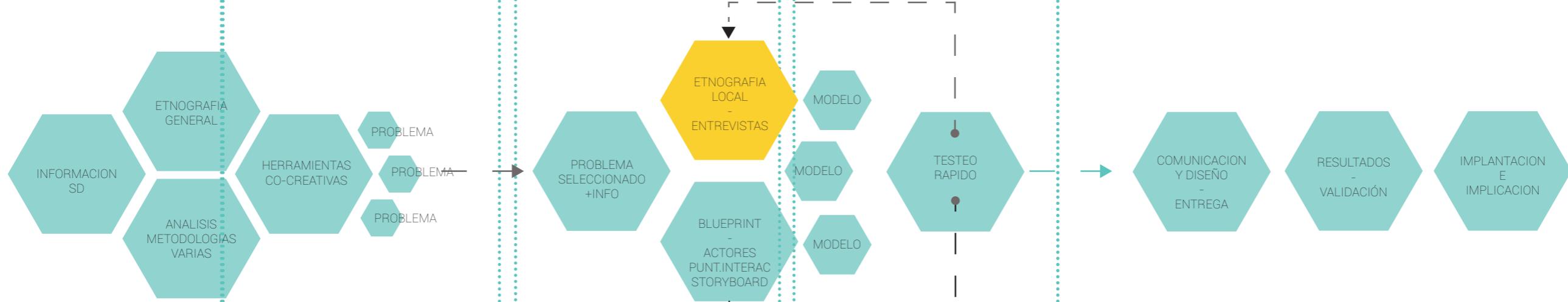
> Reeducación en la forma de consumo y de juego

> Puntos de recogida ¿contenedores? ¿Taller directamente?

> Recuperación y tratamiento de esos juguetes

> Niños que no tienen juguetes podrán empezar a jugar

> "Profesionales" y "niños" talleres donde se implique a esos niños a desarrollar y reparar en medida de lo posible esos juguetes



01.7

2º Documentación_

Primeras preguntas

cuestiones a responder

Referencia:

- ¿ Existe alguna iniciativa parecida a la que planteamos?
- ¿ En qué se diferencia? ¿En que nos podríamos diferenciar?
- ¿ Que recomendaciones hay que tener en cuenta cuando se dona?
- ¿ Qué puntos de contacto hay con niños actualmente en zgz?
- ¿Servicios similares al " do it yourself"?
- ¿ Es viable económicoamente?
- ¿ Que ayudas existen? ¿ que organismos?
- ¿ Que sabemos de nuestros usuarios, edades, características?
- ¿ Como deberíamos comunicar la idea? talleres reciclado??
- ¿ Quienes serán los responsables de las actividades o gestión?
- ¿ Con que " basura" se puede ser creativos sin accidentes?
- ¿ Que normativas hay en cuestión de higiene y reciclado?
- ¿ Podríamos implicar a Imaginarium con este tema?
- ¿ Tenemos que ser el "puntazo o los puntos"?
- ¿ Cómo vamos a darnos a conocer?

Fase 3:

Elaborar los escenarios En este momento, los escenarios están todavía en estado embrionario, ya que se limitan a juegos de hipótesis realizadas o no. Se trata entonces de describir el camino que conduce de la situación actual a las imágenes finales. Algunas partes de la evolución del sistema, pueden dar lugar a la puesta a punto de modelos parciales, y ser objeto de tratamientos informáticos.

Fase 4:

jerarquizar para cada actor sus prioridades de objetivos (matriz de posiciones evaluadas) Los gráficos construidos anteriormente son bastante elementales porque no tienen en cuenta más que el número de convergencias y divergencias de los objetivos entre actores.

Para comparar el modelo de la realidad, conviene tener en cuenta igualmente la jerarquización de los objetivos para cada actor.

Evaluamos así la intensidad del posicionamiento de cada actor con la ayuda de una escala específica.

Competencia

Iniciativas similares



Referencia: <http://www.aeress.org/Documentacion/Campanas-de-divulgacion/JUGUETES-CON-MUCHA-VIDA>

"JUGUETES CON MUCHA VIDA".

La campaña promovida a nivel estatal por AERESS, con la colaboración de Obra Social Caja Madrid y la Fundación ECOTIC, busca la sensibilización y la promoción de los procesos de reutilización, reparación y reciclaje de juguetes fuera de uso

El objetivo de la Campaña "JUGUETES CON MUCHA VIDA" ha sido la consecución de un desarrollo sostenible global mediante un mejor aprovechamiento de los recursos y gestión de los residuos a través de la aplicación de las 3R's. Esta Campaña ha permitido dar a conocer y difundir las posibilidades de recuperación, reutilización y reciclaje de los juguetes, que se estima suponen entre un 5 y un 6% de los residuos urbanos generados en España.

En Aragón y concretamente en Zaragoza no hay entidad de "aeress", lo único que se contempla hasta el momento son una serie de fechas de recogida de juguetes por parte de parroquias o entidades como cruz roja pero no hay un punto fijo en la ciudad donde poder llevar esos juguetes usados y que otros niños puedan darles un uso reciclandolos e inculcándoles unos valores.

Algunos Resultados en cifras:

- > 27 talleres de recuperación y reciclaje para niños en 5 CC.AA. y 6 provincias diferentes.
- > 950 asistentes a los talleres.
- > 13.600 cuadernillos y 500 pósteres distribuidos por 13 CC.AA.
- > Exposición itinerante de juguetes recuperados.
- > Presentación de una Comunicación y un Panel Técnico en el CONAMA (Congreso Nacional de Medio Ambiente).
- > Realización de Jornadas Técnicas.
- > Realización de Manual técnico de gestión de procesos.
- >
- 33.630 beneficiarios directos del proyecto.

Para conocer más sobre ECOTIC: www.ecotic.es

Competencia

Iniciativas similares

Existen múltiples asociaciones y ONGs dispuestas a recoger y posteriormente distribuir los juguetes usados, ya no utilizados por los niños, entre los hijos de familias menos favorecidas. A continuación hay una lista de algunas de ellas.

- > Cruz Roja
- > Caritas
- > Unicef
- > Aldeas infantiles
- > Campaña de recogida "Me dejas jugar"
- > Fundación Crecer Jugando "Un juguete una ilusión"
- > Intermon Oxfam
- > Juegaterapia
- > Compartoy
- > Traperos de emaus
- > Fnac
- > Campañas para la recogida de juguetes
- > Asociación Española de Recuperadores de la Economía Social y Solidaria (AERESS)
- > Iglesias, asociaciones locales, ayuntamientos, hospitales, colegios, instituciones, ayuntamientos

Competencia

Iniciativas similares



Referencia: <http://www.cruzroja.com>

El juego es uno de los elementos fundamentales del aprendizaje en la infancia, para que los niños/as desarrollen capacidades acordes a su edad, a la vez que potencia la creatividad, la imaginación, el espíritu de grupo, conocimiento del entorno. **Aprender a jugar es el primer paso para saber relacionarse y comunicarse**, un aspecto fundamental para toda persona. El juego es uno de los principales derechos fundamentales del niño, recogido en el Convenio sobre los Derechos de la infancia de las Naciones Unidas y en la Ley de Garantías de los Derechos de la Infancia y la Adolescencia de la Comunidad de Madrid.

Ejemplo de como se divide la campaña en Alcorcón:

- Elaboración del listado de familias: trabajo previo con familias desde el programa de intervención social de CRE Alcorcón; las trabajadoras sociales de Cruz Roja valoran cada caso.
- Recogida de juguetes: fomentar la participación ciudadana, colaboración de empresas y personas particulares que nos faciliten donaciones de juguetes.



Competencia

Iniciativas similares



Referencia: <http://www.cruzroja.com>

- Clasificación y empaquetado de juguetes: participación de los voluntarios en la clasificación de los juguetes, (selección de juguetes no bélico, ni sexistas, juguetes nuevos, no usados) empaquetado de los regalos y división de los mismos por familias.
- Preparación de la Fiesta: Los voluntarios se encargan de preparar la decoración del escenario, a través de dibujos y telas de colores, globos y caramelos etc....
- Reparto de juguetes sobrantes: Con los juguetes sobrantes, se reparten a otras entidades o asociaciones que trabajan con colectivos vulnerables y algunos se almacenan para tener por donde comenzar a empaquetar el próximo año.

OBJETIVO GENERAL:

1.-Sensibilizar y concienciar a los ciudadanos/as en torno a las situaciones de desigualdad económica y social existentes en nuestro municipio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- 1.- Sensibilizar a la población que la campaña de recogida de juguetes en responsabilidad de todos/as
- 2.- actuar como dinamizador de la población infantil y juvenil en las fechas navideñas
- 3.- Promover el juguete educativo
- 4.- hacer un reparto no sexista, de juguetes no usados y no bélicos adecuados a la edad del niño o niña
- 5.- involucrar y hacer partícipes de la campaña a otras entidades, empresas....
- 6.- conseguir entregar todos los juguetes antes del día 6 de Enero.

Estadísticas:

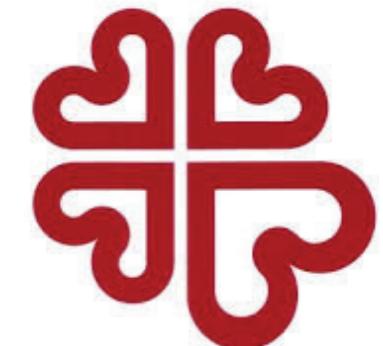
En la campaña de juguetes 2010-2011 han sido un total de 103 niños, 46 niñas y 57 niñas (edades entre 0 y 12 años), todos ellos han recibido 3 juguetes. Se ha intentado que en todos los paquetes por niño/a hubiera un juguete grande, un juguete coeducativo, y un juguete educativo (tipo libro o puzzle)..

Todos los juguetes entregados han cumplido los objetivos de la campaña ya que estos han sido nuevos (sin estrenar), no sexistas y no bélicos

Competencia

Iniciativas similares

Referencia: <http://www.caritas.com>



Cáritas

Ejemplo de campaña de donación de CARITAS

La Hermandad de la Flagelación y Gloria organiza el día 26 de diciembre la Campaña de Recogida de Juguetes en colaboración con Cáritas Interparroquial de Elche. Los niños y niñas que lo deseen pueden acercarse a la sede de la Hermandad (calle Porta Xiquica del Salvador) a partir de las 18 horas para donar juguetes nuevos (sin estrenar) a esta organización.

Deberán incluir si es adecuado para niño o niña y la edad recomendada. Se ofrecerá una merienda para aquellos que acudan. El objetivo de la campaña es alegrar las navidades a los más necesitados y que puedan disfrutar de estas fechas tan entrañables.



Competencia

Iniciativas similares

Referencia: <http://www.caritas.com>

La Agencia del Conocimiento y la Tecnología y UNICEF en La Rioja han organizado para esta Navidad una nueva campaña de recogida de juguetes, a través de la web infantil 'La pandilla de Leo'.

Fernández de la Pradilla ha destacado la alta participación de algunos centros educativos riojanos como el Colegio Gonzalo de Berceo de Villamediana en el que se aportaron más de 150 juguetes.

La campaña consiste en la recogida de juguetes donados por los niños riojanos y su posterior distribución a través UNICEF. La recogida de juguetes se abrirá el viernes día 12 y los niños podrán entregar sus donaciones hasta el próximo 31 de enero, en todas las cibertecas que la Agencia del Conocimiento y la Tecnología tiene en La Rioja.

Al entregar el juguete se regalará a cada niño un cómic nuevo con las últimas aventuras de Leo y sus amigos.

USO SEGURO DE LA RED

El gerente de la Agencia ha recordado que la web infantil 'La Pandilla de Leo', creada por este organismo, inició su andadura en junio de 2007 para fomentar un uso más seguro y adecuado de internet entre niños y adolescentes, así como asesorar a padres, profesores y profesionales que tengan menores a su cargo sobre la seguridad en la red.



OBJETIVO GENERAL:

1.-Sensibilizar y concienciar a los ciudadanos/as en torno a las situaciones de desigualdad económica y social existentes en nuestro municipio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- 1.- Sensibilizar a la población que la campaña de recogida de juguetes es responsabilidad de todos/as
- 2.- actuar como dinamizador de la población infantil y juvenil en las fechas navideñas
- 3.- Promover el juguete educativo
- 4.- hacer un reparto no sexista, de juguetes no usados y no bélicos adecuados a la edad del niño o niña
- 5.- involucrar y hacer partícipes de la campaña a otras entidades, empresas....
- 6.- conseguir entregar todos los juguetes antes del día 6 de Enero.

Estadísticas:

En la campaña de juguetes 2010-2011 han sido un total de 103 niños, 46 niñas y 57 niños (edades entre 0 y 12 años), todos ellos han recibido 3 juguetes. Se ha intentado que en todos los paquetes por niño/a hubiera un juguete grande, un juguete coeducativo, y un juguete educativo (tipo libro o puzzle)..

Todos los juguetes entregados han cumplido los objetivos de la campaña ya que estos han sido nuevos (sin estrenar), no sexistas y no bélicos

Competencia

Iniciativas similares



Aldeas Infantiles SOS

Referencia: <http://www.aldeasinfantiles.es/Conocenos/publicaciones/programa-educativo/Pages/default.aspx>

Los programas educativos Los valores desde Aldeas Infantiles SOS y Párate a pensar, dirigidos a alumnos de Primaria y Secundaria, nacieron en 1997, ante nuestra preocupación por la infancia vulnerable. Pensamos que si los niños reflexionaban sobre valores humanos esenciales y compartían sus ideas con sus padres y profesores, estaríamos contribuyendo a formar ciudadanos responsables y a construir una sociedad más justa, en la que no tengan cabida la marginación o el abandono infantil.

Para este curso hemos elegido tres valores muy acordes con los tiempos que vivimos: la paciencia, la escucha y la sostenibilidad. Son valores imprescindibles para formar a personas resistentes ante la adversidad, que sepan prestar atención a lo verdaderamente importante y comprender las consecuencias de sus acciones en su entorno.



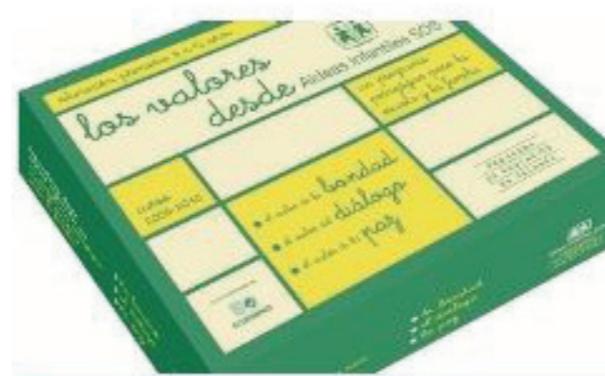
2010-11: Los Valores desde Aldeas Infantiles SOS

Programa 2010-2011 para Educación Primaria.



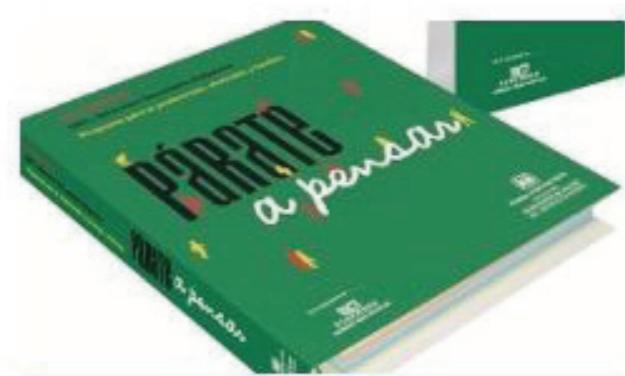
2010-2011: Párate a Pensar

Programa 2010-2011 para Educación Secundaria.



2009-10: Los Valores desde Aldeas Infantiles SOS

Programa 2009-2010 para Educación Primaria.



2009-10: Párate a Pensar

Programa 2009-2010 para Educación Secundaria.

Competencia

Iniciativas similares



Referencia: <http://www.medejasjugar.org/>

La época elegida para realizar la campaña de recogida de juguetes es siempre en Navidad. En esas fechas, es cuando estos niños, que nunca abren regalos, echan más de menos un juguete. Para ello, se sitúan puntos estratégicos de recogida de juguetes en los que todo aquel que quiera puede acercarse a donar juguetes.

¿Qué es lo que los niños y niñas de estos países más necesitan? ¿Cómo deberían ser los juguetes que se regalan? ¿Cómo se puede acertar? Aquí te damos algunas pistas:

> Juguete nuevo, a poder ser, o muy bien cuidado. Una de las funciones de los regalos es premiar al niño que se lo merece. Y los menos favorecidos económicamente también ven la televisión. Que un juguete sea nuevo y actual supone que el niño que lo recibe se considere a sí mismo alguien importante que merece un regalo, no que recibe las sobras.

> Juguete educativo, que no significa aburrido. Un juguete constituye una herramienta de desarrollo básico de la inteligencia y sensibilidad de los más pequeños.

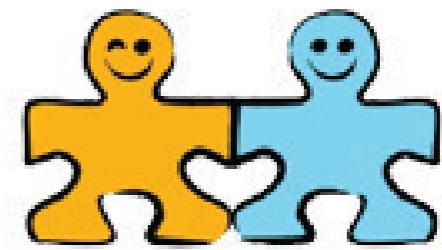
> Juguete NO violento, recordemos que en estos países se han vivido muchos años de enfrentamiento armado y aún hoy la inseguridad y la violencia está en el día a día de muchos niños. No contribuyamos a potenciarla.

> Juguete NO sexista. Si a los niños y a las niñas se les impide desarrollar parte de sus habilidades, se estará limitando al hombre y a la mujer del mañana. De igual forma, se coartarán sus relaciones sociales y su capacidad de comunicarse fuera de los estadios establecidos, y se perpetuarán los tópicos.

> Juguete NO eléctrico. Hay que evitar comprar juguetes eléctricos o que funcionen con pilas. Es probable que sus destinatarios no puedan volver a jugar con ellos una vez se acaben las baterías, o arreglarlos si los mecanismos se estropean.

Competencia

Iniciativas similares



un *juguete una *ilusión

Referencia: <http://www.unjugueteunailusion.com/quienes-somos-2/>

"Un juguete, una ilusión" es una campaña solidaria creada en el año 2000 por Radio Nacional de España y la Fundación Crecer Jugando, que nace con el objetivo de enviar juguetes a países con escasos recursos y a organizaciones no gubernamentales que trabajan en proyectos de cooperación y de atención a la infancia. Está basada en el niño, especialmente aquellos de los países más desfavorecidos, a quien nadie ofrece la posibilidad de jugar con juguetes nuevos por falta de recursos.

La campaña recuerda que el juego es un derecho Fundamental del Niño -reconocido por Naciones Unidas en su declaración de 1989- y que el juego y el juguete cumplen un papel decisivo en su educación. El juego proporciona al niño momentos de ocio, pero además tiene una vertiente socializadora y educativa igualmente importante y necesaria.



Competencia

Iniciativas similares

Referencia: <http://www.medajasjugar.org/>



Juegaterapia es una asociación que recoge consolas y videojuegos para las unidades de oncología pediátrica de toda España.

Cada día recogemos las consolas fijas y portátiles que la gente ya no usa y las donamos a hospitales que disponen de áreas de oncología infantil. Nuestra misión es conseguir que los niños con cáncer puedan olvidarse un poco de sus tratamientos y que el tiempo pase un poquito más rápido en cada habitación de hospital. Cada consola lleva una etiqueta con los datos del donante para que el niño que la reciba pueda mandarle un mensaje, un dibujo o un inmenso

Competencia

Iniciativas similares

Referencia: <http://www.fnac.com>

Recogida solidaria de juguetes para estas Navidades.

Trae tus juguetes usados a la Fnac y podrás llevarte hasta 12 euros en cupones descuento en tu tienda Fnac habitual * Los juguetes serán entregados a la ONG local Equus Zebra para su reparto en Navidad.

Bases de la recogida de juguetes

Podrás traer tus juguetes y recoger tus cupones hasta el 10 de diciembre de 2013:

- Elije una caja amplia y utiliza tu imaginación para decorarla.
- Llénala de regalos que a tí te podrían gustar. No pueden contener pilas! Ciérrala con un lazo.
- Recorta el cupón del folleto que podrás recoger en Fnac y escribe tu dedicatoria. No te olvides indicar la edad, si es para niño o niña y pégalo en la caja.
- Entrégala en tu tienda Fnac.



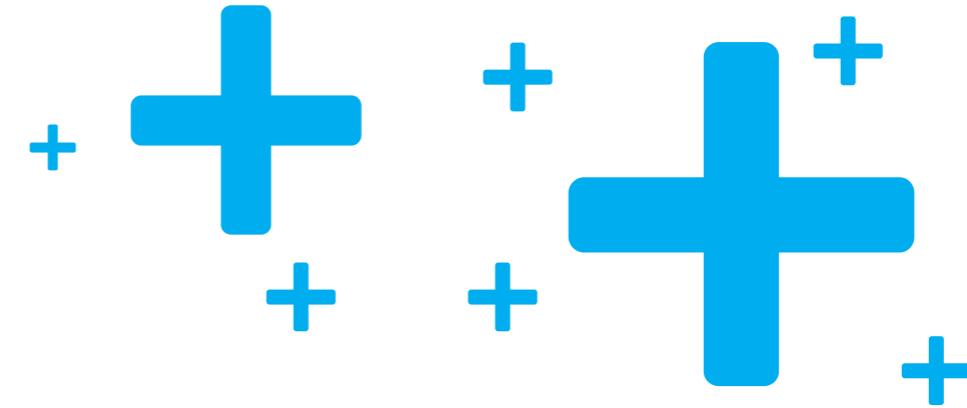
Competencia

Conclusiones

- En la mayoría de las campañas de recogida se pide que sean juguetes nuevos sin usar, en mi propuesta pretendo que todos los juguetes sean validos.
- Se recomienda no donar juguetes eléctricos, que a un juguete se le hallan acabado las pilas no significa que a este no se le pueda dar una nueva funcionalidad o ser puedan hacer talleres más técnicos para niños mas mayores con interés por los principios básicos de la "electrónica".
- No me gusta la idea de que se mida la buena o mala campaña de recogida en kilos... creo que podríamos regenerar el lenguaje que se usa en este tipo de acciones.
- Hay que aprovecharse de las redes y las nuevas tecnologías para crear plataformas que nos hagan más visibles y para que la gente participe en esta nueva iniciativa.
- Deberíamos realizar un "Manual técnico de gestión" con los procesos que se llevarían a cabo con los juguetes (nuevos, usados, piezas, elementos plásticos....)
- La implicación de los niños en la recuperación de juguetes es una novedad que habrá que saber trata de una manera adecuada para que no existan los dobles sentidos (trabajo de menores)
- Deberemos fomentar unos valores de esfuerzo, de cooperación, de ayuda, integración los cuales harán que estos jóvenes sean mejores personas en un futuro, (Folletos para padres)
- Para darnos a conocer en los inicios deberíamos hacer campañas tipo "marketing de guerrilla" dejando en shock a la población zaragozana y que sea motivo de conversaciones....dejar que se nos conozca.
- Todo tendrá que tener una estética común (graficas, forma de comunicarnos....) dándole consistencia a lo que hacemos y que no se vea que cada 2 semanas cambiamos de aires.

Competencia

Conclusiones



- La transparencia de esta iniciativa debe ser total, ello debe quedar reflejado en todo lo que se haga.
- Posibilidad de crear una marca solidaria con la que se pueda aportar capital a la iniciativa, vendiendo líneas de juguetes o similares.
- Un gran empujón podría ser implicar a figuras bien vistas de la ciudad de Zaragoza con nuestra campaña...servicio...

VALORES AÑADIDOS DE LA INICIATIVA:

- Innovación: no hay ninguna iniciativa parecida en la actualidad, es novedosa e impactante al implicar a los niños en la creación de sus juguetes.
- Permanente: no pretendo solucionar un problema puntual sino que pretende ser un servicio permanente
- Reciclaje: Los juguetes se desprenden de sus dueños sin terminar su ciclo de vida útil debido a la gran acumulación de juguetes o a el simple hecho de que el niño va creciendo, aprovecharemos estas circunstancias para que otros niños tengan acceso a estos juguetes.
- Integración: Los juguetes posibilitan la participación de grupos de iguales.
- Aprendizaje de valores: En la iniciativa uno de los puntos fuertes será el poder educar e implicar de una manera positiva a estos niños en los talleres y los juegos.

Competencia

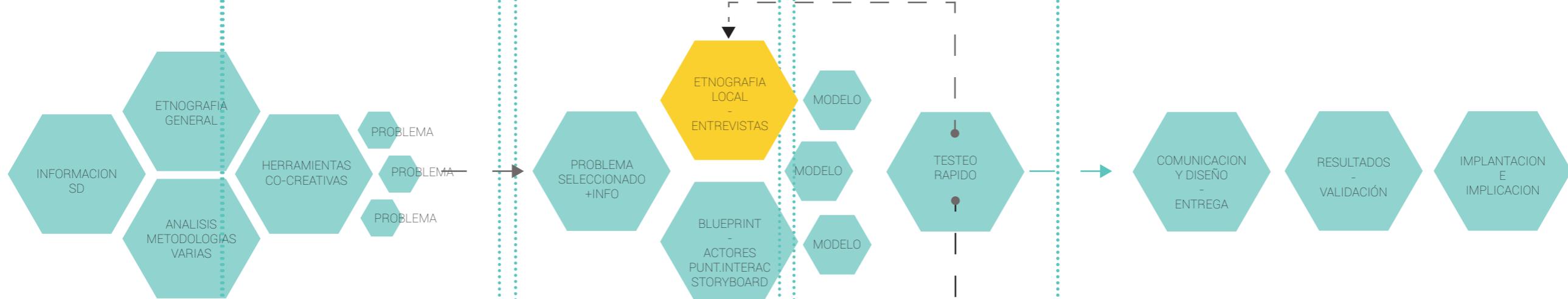
Conclusiones



Competencia

Conclusiones





01.7.1

Etnografía_entrevistas

Etnografía Local

Entrevistas

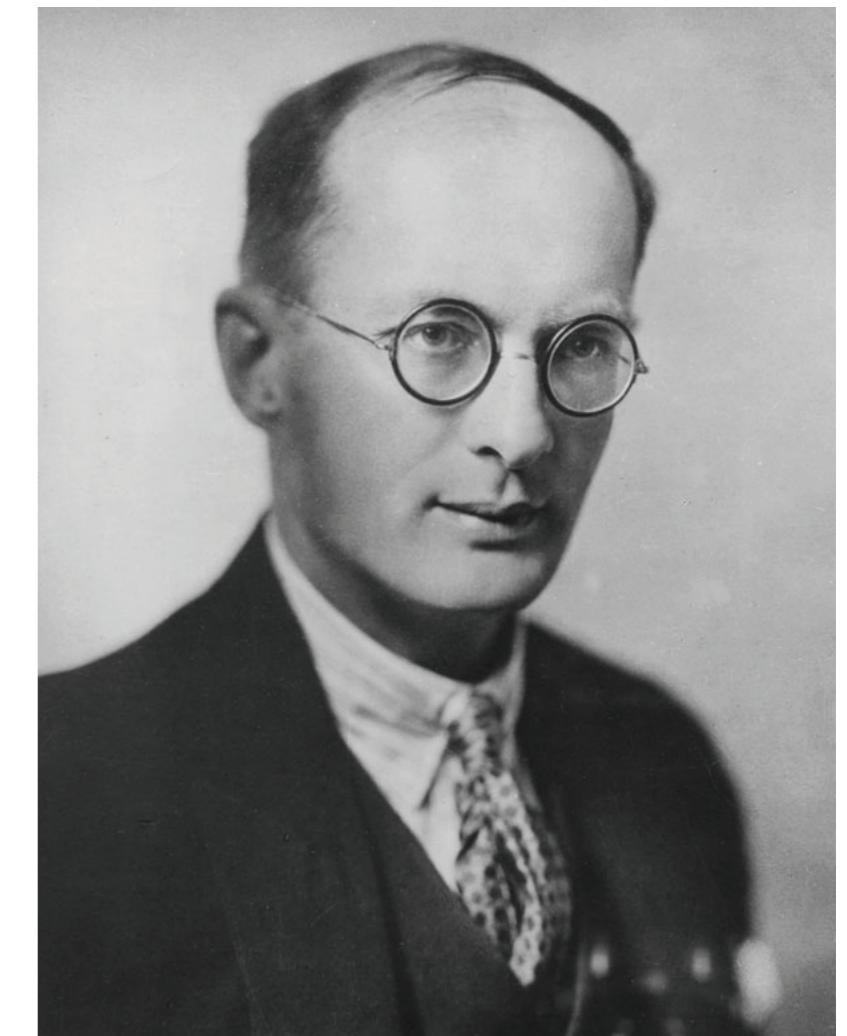


La etnografía es un método de investigación que consiste en observar las prácticas culturales de los grupos sociales y poder participar en ellos para así poder contrastar lo que la gente dice y lo que hace. Es una de las herramientas investigativas y algunos autores la consideran incluso como una rama de la antropología social o cultural, en un principio este método se utilizó para analizar a las comunidades aborígenes, actualmente se aplica también al estudio de cualquier grupo que se pretenda conocer mucho mejor.

**INVESTIGACIÓN
CUALITATIVA**

Etnografía Local

Entrevistas



Etnografía Local

Entrevistas

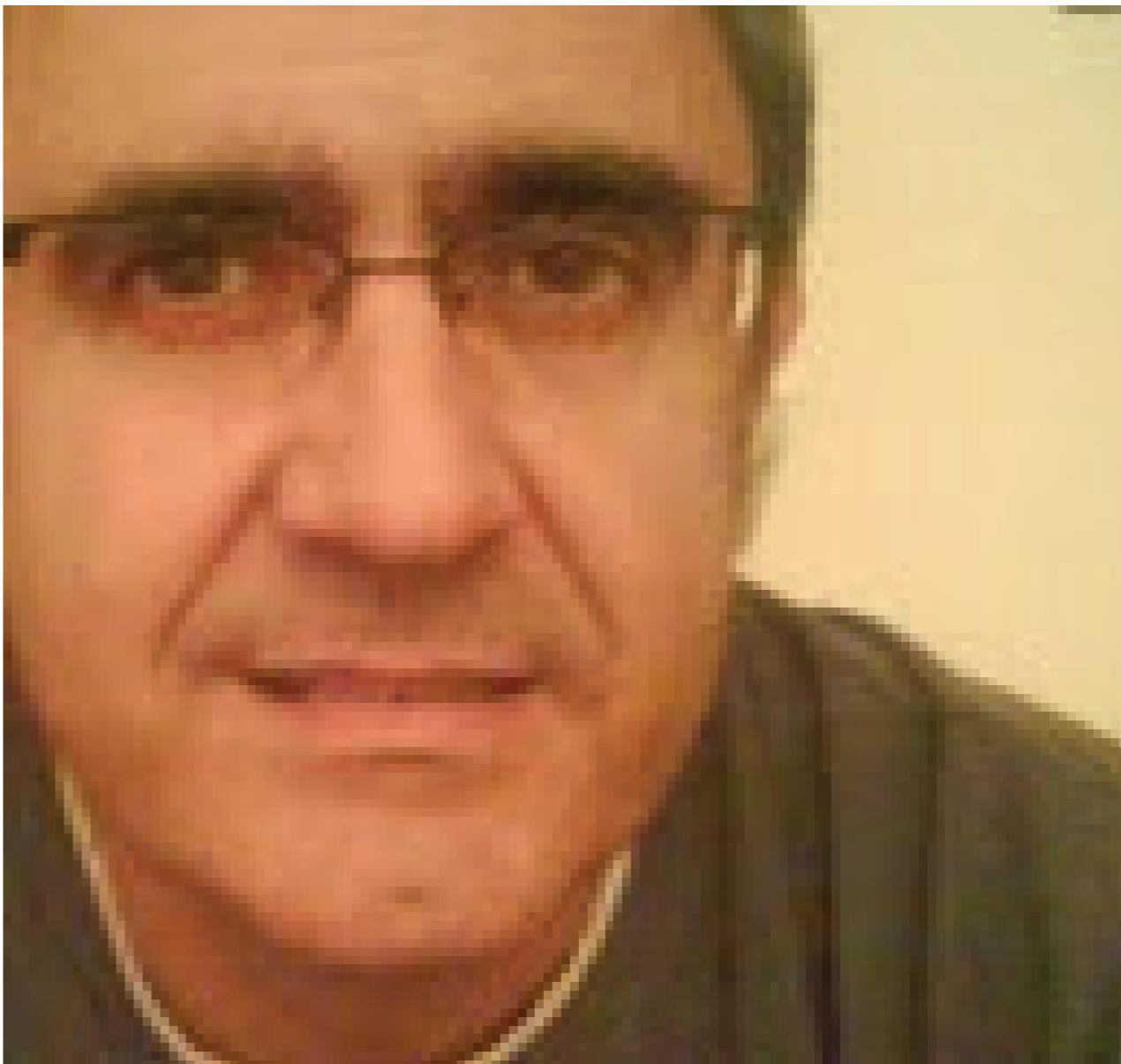


Ahora que el proyecto esta mas focalizado al mundo de la infancia, debemos investigar cuales serán los lugares en los que podremos recopilar información sobre este tema.

Me pongo en contacto con Una ludoteca publica tipo para ver como se gestiona.

En Principio voy personalmente al lugar y hablo con uno de los técnicos-monitores que están contratados (Miguel) le digo como me llamo y el propósito de mi visita y él me redirige hacia su jefe en este caso Jesus Duce el jefe de la ludoteca y el encargado de todo el funcionamiento, me dan su número dado que no se encuentra en las instalaciones en ese preciso momento.

Al día siguiente le llamo y le explico el tipo de proyecto que estoy haciendo y le digo si es posible citarnos en su despacho para hacerle una serie de preguntas y recopilar información de primera mano.



Jesus Duce (Barbol)

Etnografía Local

Entrevistas



Concreto una cita con el jefe tecnico municipal de la ludoteca "barbol" Jesus Duce supervisor de varias ludotecas, el cual se presta amablemente a ser entrevistado en su despacho el dia 24 a las 12 AM.

¿Cómo se llama la ludoteca?

barbol, centro municipal de tiempo libre

¿Por qué le pusieron ese nombre?

es de un personaje del señor de los anillos (arbol mas antiguo)

¿Hace cuanto funciona?

18 o 20 años

¿cuántas personas trabajan habitualmente en la ludoteca?

6 educadores

¿Qué cantidad de niños vienen aproximadamente en un dia?

Tiene una capacidad de 60 personas

¿De que edades?

de 3-6 (36maximo) y para mayores de 7-14 (30maximo)

¿Qué cantidad de tiempo suele estar cada niño diariamente en la ludoteca?

Los pequeños suelen estar de 5:30 a 7:30 dos horas en general

¿Se implican los padres?

Si en especial los sábados dado que se hacen actividades con ellos especialmente.

¿Cuáles son los objetivos de esta ludoteca en particular?
e formativos, ludicos

¿Cuál es la dinámica diaria de de la ludoteca?

¿Qué actitudes tiene que tener una persona que trabaje aquí?

Requisitos de formacion uno de ellos orientador social carrera de educador social, y gente con los cursos de tiempo libre.

¿Cuáles son los valores fundamentales que perseguís?

¿Se realiza algún tipo de planificación o seguimiento?

Existen proyectos trimestrales y se planifica todo al detalle en cuanto a actividades y objetivos, a diario cada taller.

¿Tienen clasificados los juguetes?

Se clasifican por edades y por temáticas (cajas por colores)

¿Cuál es la procedencia de los juguetes, quien los compra y quien aporta el capital necesario para esas compras?

En el contrato hay destinada una partida de dinero para comprar los diferentes juguetes (siempre nuevos) se compra en diferentes sitios, no hay uno fijo a veces en corte ingles otro en la tienda de enfrente ...

Etnografía Local

Entrevistas



¿Tienen juguetes de 2ºmano?

¿Una vez que un juguete se rompe por cualquier motivo, que se hace con él?

Practicamente no, en este tipo de centros se deterioran muchisimo al albergar diariamente a una media de 60 niños, llega un momento en que estan inservibles y lo normal es tirarlos.con los juguetes hay muchos problemas para donarlos, pero con los cuentos se donan a bibliotecas publicas.

¿vienen a realizar algún tipo de taller alguna vez personal externo a la ludoteca? ¿taller de globos...?

Para dias especiales si, navidad hallowen pero de todos modos en pocas ocasiones, ya que los monitores esta perfectamente capacitados.

En la ludoteca se hacen talleres a diarios ahora mismo se estan haciendo talleres de cocina pero se hacen de todo tipo.



Etnografía Local

Entrevistas



No hay conflictos por el tema racial, allí la multiculturalidad se normaliza todos son amigos de amigos eso no quiere decir que no se trate, se hacen comidas gastronómicas.

- Merche jefa del área psicosocial.
- Trabajan con la casa de juventud de san pablo,
- Entre acción social y ayuntamiento no hay contacto tan apenas
- 12 niños por educador
- Trabajo comunitario muy importante

Los educadores tienen que tener bachiller o monitor, aquí esto no serviría, se hacen muchas notificaciones de malos tratos hace falta atención individualizada, hay mucha demanda, realmente todos son licenciados,

- clara psicopedagoga y máster en terapia de niños con malos tratos
- profesora de educación física
- susana trabajadora social y master en terapia familiar sistemica
- trabajadoras sociales haciendo doctorado y filólogas



Clara (Cadeneta, Federico Ozanam)

Etnografía Local

Entrevistas



Antes entraban 60 y era una locura aunque el local por metros lo permitiera.

Lo artístico se muestra en la gala de escuela de circo social en junio o en la carrera del gancho (ozanam)

Hay aulas abiertas, para visitar el espacio.

-Antes cedían el espacio las armas pero actualmente estan de juicios.
ahora en la bóveda del albergue

- La piscina se paga 1 euro por coger el bus
- mucho contacto con trabajadores sociales
- Guía de azcara para malos tratos

- Todo es municipal pero se gestiona de manera privada hay mucho follon alli

Parte REPTILIANA animal, LOBULOS FRONTALES que hace que toda la planificacion si no hay buenos cuidados la AMIGDALA le llega explosivamente y por eso pegan y son niños que les cuesta la atención

Concreto una cita con la jefe tecnico municipal de la ludoteca "Cadeneta" Clara,calle predicadores (san pablo), la cual se presta amablemente a ser entrevistado en su despacho el dia 7 a las 12 AM.

¿Como se llama la ludoteca?

Cadeneta pequeños, CMTL(san pablo) mayores

¿Por que le pusieron ese nombre?

¿Hace cuanto funciona?

20 años,clara lleva 3 años

¿cuantas personas trabajan habitualmente en la ludoteca?

3 educadores + 3 educadores...12 niños por educador

¿Que cantidad de niños vienen aproximadamente en un dia?

Tiene una capacidad de hasta 48 personas el ctl,se quedan niños fuera

¿De que edades?

De 3-8 (36maximo) y para mayores de 9-13 (48maximo), 150 con fichas.

¿Qué cantidad de tiempo suele estar cada niño diariamente en la ludoteca?

Durante todo el dia

¿Se implican los padres?

Se intento los sábados y no funciono ahora se hacen tantas actividades en la calle para poder hacer mas contacto con ellos.

Etnografía Local

Entrevistas



¿Cuáles son los objetivos de esta ludoteca en particular?

¿Cuál es la dinámica diaria de la ludoteca?

¿Qué actitudes tiene que tener una persona que trabaje aquí?

Dinamica,psicología, de servicios sociales tiene que ser vocacional, saber poner límites, hay que ser firme y nutritivo cariño afecto pero firme,

¿Cuáles son los valores fundamentales que persegúis?

¿Se realiza algún tipo de planificación o seguimiento?

programación anual, y memoria anual y trimestral ademas de los seguimientos a los niños con más riesgos sobre unos 15 hay abiertos actualmente. Cada día se evalúa la jornada.

¿Tienen clasificados los juguetes?

esta por rincones o cajones grandes. Pero hay pocos juguetes que organizar

¿Cuál es la procedencia de los juguetes, quien los compra y quien aporta el capital necesario para esas compras?

La mayoría del rastrillo que organiza Ozanam o comprados con el presupuesto que les asignan, los juguetes se sacan poco a poco.

¿Tienen juguetes de 2º mano?

si

¿Una vez que un juguete se rompe por cualquier motivo, que se hace con él?

Se tira a la basura o a un punto limpio (este último menos dado que no conocen horarios o saben si se gestiona)

¿Vienen a realizar algún tipo de taller alguna vez personal externo a la ludoteca? ¿Taller de globos...?

Gastan todas las horas extras que pueden para que vengan a realizar actividades como el yoga, danza del vientre...

Etnografía Local

Entrevistas



Estan pensando en abrir una asociacion de profesionales del ocio y tiempo libre, gente dedicada en educacion no formal, trabajadores sociales educadores de calle tasof, tasaf.

Tendra proyectos de voluntariado donde poder meter esta nueva prosuesta en la bolsa de voluntariado.

El ayuntamiento tiene su normativa y luego en cada pueblo distintas.

Ofrecer actividades innovadoras LES POSICIONA y les resulta enriquecedor y con esto aportamos algo nuevo.

En oszagales viene mucho la tele, ellos tienen DINAMO, croos solidario en abril los niños y padres participan por 3euros por dorsal y van al colegio de los aprticipantes y se da en ayudas de material escolar, tambien hay un chico que hace cortos y podria hacer un corto de la actividad para darla a conocer.

Cadena de favores, pago de cursor por favores con linea de favores.



Laura Lasala Bara (Cadeneta, Federico Ozanam)

Etnografía Local

Entrevistas



Zagales tiene mucho contacto con aragon radio carlos espatolero el cual podria hablar sobre el tema en su espacio.

Gente de la ampa esta muy implica

pedagogia y actividad innovadora le gusta la idea.

Zagales se gestiona de manera primada son 5 socios pero trabajan con administraciones publicas y privadas ...empresa de servicios externos que trabajan con los colegios ...AMPAS que quieren tener actividades extraescolares con las ludotecas pues si resultan ganadoras para su gestion.

Es actividad para padres, tanto padres de ludotecas publicas privadas colegios etc pueden venir solamente habria que saber publicitarlo alli.

Cursos del director al estar los sabados por las mañanas abiertos no habria que plantearse nada economico no hay gastos de agua luz ...

¿COMO ALQUILAR AULAS A CENTROS CIVICOS?

BUSCAR APOYO EN ASPECTO ECONOMICO, IMAGINARIUM.



Etnografía Local

comparativa espacios.

Barbol de 3 a 6 años



| LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO |
|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------|---------------|
| Moldeado de animales | Moldeado de animales | Moldeado de animales | Moldeado de animales | Psicomotricidad | Cocina Dulce |
| Pincho de frutas | Pincho de frutas | Pincho de frutas | Pincho de frutas | Psicomotricidad | Iman Nevera |
| Mural Primaveral | Mural Primaveral | Mural Primaveral | Mural Primaveral | Psicomotricidad | Marioneta |
| Gusano de reciclaje | Gusano de reciclaje | Gusano de reciclaje | Gusano de reciclaje | psicomotricidad | Taller cocina |

De 17:30 a 19:30.

Actividad programada mensualmente y estructurada por semanas con actividades diferenciadas. Cada semana una actividad prioraria.

Etnografía Local

comparativa espacios.

Barbol de 7 a 14 años



| LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO |
|-------------------------|-------------|--------------------|---------------------|---|--------|
| Manualidades portavelas | wii consola | Grupo de ping pong | Donuts | Grupo de teatro Grupo de cocina Grupo de donuts | |
| Manualidades Macetero | wii consola | Grupo de ping pong | Berenjenas rellenas | Grupo de teatro Grupo de cocina Grupo de donuts | |
| Espejo con cristalitos | wii consola | Grupo de ping pong | Saladitos | Grupo de teatro Grupo de cocina Grupo de donuts | |
| Broche con capsulas | wii consola | Grupo de ping pong | Galletas | Grupo de teatro Grupo de cocina Grupo de donuts | |

de 17:30 a 19:30.

Actividad programada mensualmente y estructurada por semanas con actividades diferenciadas.

Mucho mas variado que la de los niños pequeños.

Etnografía Local

comparativa espacios.

Cadeneta de 9 a 13 años



| LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO |
|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------|---------------------|-----------------|--------|
| Espacio abierto Danza oriental | Espacio abierto Deporte-ducha | Espacio abierto | Espacio abierto | Espacio abierto | |
| Pincho de frutas | Pincho de frutas | Pincho de frutas | Pincho de frutas | Psicomotricidad | |
| Mural Primaveral | Mural Primaveral | Mural Primaveral | Mural Primaveral | Psicomotricidad | |
| Gusano de reciclaje | Gusano de reciclaje | Gusano de reciclaje | Gusano de reciclaje | psicomotricidad | |

de 17:00 a 19:30.

Las actividades son basicamente el ocio libre por el espacio y los deberes con apoyo de los monitores. alternativamente se plantean actividades de mas movimiento como son danza del vientre, deporte en general, karate, cocina fria y piscina.

Etnografía Local

comparativa espacios.

Cadeneta de 7 a 14 años



| LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO |
|-------------------------|-------------|--------------------|---------------------|---|--------|
| Manualidades portavelas | wii consola | Grupo de ping pong | Donuts | Grupo de teatro Grupo de cocina Grupo de donuts | |
| Manualidades Macetero | wii consola | Grupo de ping pong | Berenjenas rellenas | Grupo de teatro Grupo de cocina Grupo de donuts | |
| Espejo con cristalitos | wii consola | Grupo de ping pong | Saladitos | Grupo de teatro Grupo de cocina Grupo de donuts | |
| Broche con capsulas | wii consola | Grupo de ping pong | Galletas | Grupo de teatro Grupo de cocina Grupo de donuts | |

de 17:30 a 19:30.

Actividad programada mensualmente y estructurada por semanas con actividades diferenciadas.

Mucho mas variado que la de los niños pequeños.

Etnografía Local

Mapa de Actores



| | |
|--|-------------------------------|
| Ludoteca Ambulante Juslibol | |
| Ludoteca Ambulante Movera | |
| Ludoteca Municipal Birabolas | Accion social Federico Ozanam |
| Ludoteca Municipal Capuzón Torrero | Accion social Federico Ozanam |
| Ludoteca Municipal Escondecucas | Accion social Federico Ozanam |
| Ludoteca Municipal El Chiflo | Prides |
| Ludoteca Municipal Bolinche | Prides |
| Ludoteca Ambulante San Juan de Mozarrifar | Accion social Federico Ozanam |
| Ludoteca Municipal La Hormiga Azul | Prides |
| Ludoteca Municipal Parque Goya (A Cotenas) | Trazgo Servicios Sociales |
| Centro de Tiempo Libre Zardacho (Oliver) | Accion social Federico Ozanam |
| Centro de Tiempo Libre Gusantina (Casco Viejo) | Prides |
| Centro de Tiempo Libre Tragaldabas (Casablanca) | |
| Centro de Tiempo Libre El Cuco (Delicias) | FUNDACIÓN ADUNARE |
| Centro de Tiempo Libre El Trébol (Torrero) | Prides |
| Centro de Tiempo Libre Arianta (Casetas) | Accion social Federico Ozanam |
| Centro de Tiempo Libre Birabolas (Miralbueno) | |
| Centro de Tiempo Libre Gamusinos (Valdefierro) | |
| Centro de Tiempo Libre Gusaramix (Monzalbarba) | Accion social Federico Ozanam |
| Centro de Tiempo Libre Musaraña (Delicias) | Prides |
| Centro de Tiempo Libre Telaraña (Arrabal) | Prides |
| Centro de Tiempo Libre Capuzón (Torrero) | Accion social Federico Ozanam |
| Centro de Tiempo Libre Saltapillos (Garrapinillos) | Accion social Federico Ozanam |
| Ludoteca Municipal Oliviértete | |

Etnografía Local

Mapa de Actores



Ludoteca Municipal Oliviértete

Centro de Tiempo Libre El Goyo (San Gregorio)

Centro de Tiempo Libre La Cigüeña (La Cartuja)

Centro de Tiempo Libre Vendaval (Almozara)

Centro de Tiempo Libre Barbol (Actur)

Centro de Tiempo Libre Cantalobos (Las Fuentes)

Centro de Tiempo Libre Pandora (San José)

Centro de Tiempo Libre El Dado (San José)

Centro de Tiempo Libre Cadeneta (Casco Viejo)

Centro de Tiempo Libre Barbol (Actur)

Centro de Tiempo Libre Osmesaches (Actur)

Gabriel Garcia Marquez (Actur)

..... Prides

..... Trazgo

..... Prides

..... Accion social Federico Ozanan

..... Asociacion Osmesaches

..... Asociacion Osmesaches

..... Asociacion Osmesaches

Etnografía Local

Encuestas online

Mi intención con esta entrevista online es recopilar información sobre la adquisición y desecho de juguetes en el entorno familiar.

En un principio me planteé como hacer llegar esta encuesta al mayor número de padres posibles, yo por mi edad no es ambiente en el que me mueva mucho y pueda conocer a muchas parejas con hijos.

Una idea que tuve fue la de ya que yo no conozco a tanta gente con estas características, quien de mis amigos/as pudiera tener contacto con muchos.

Intente no buscar ya una gran acumulación de padres sino de hijos, donde hay grandes aglomeraciones de niños (Colegios) y alternativamente a ellos pensé en los campamentos de verano.

En los campamentos de verano los monitores deben tener registrados a todos esos niños y respectivamente a sus padres con datos de contacto para poder hacer uso de esos datos según se necesite a medida que pasan los días en el campamento por alguna incidencia.

Así pues hable con una amiga directora del campamento virgen blanca (LIDIA) para ver si habría alguna posibilidad de que gracias a toda esa base de datos que ellos poseen podría hacer uso y lanzar la encuesta a los padres.



Google Drive

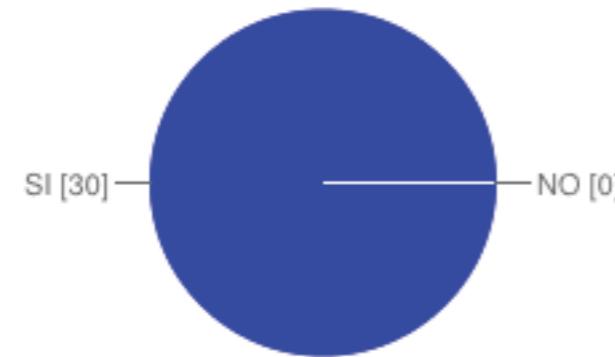
Etnografia Local

Encuestas online



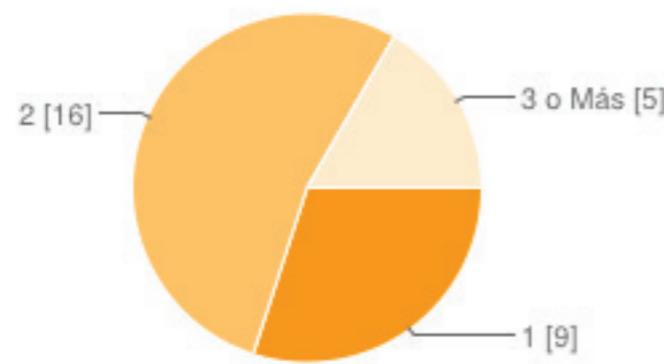
Google Drive

¿Tienes Hijos?



| | | |
|----|-----------|------|
| SI | 30 | 100% |
| NO | 0 | 0% |

¿Cuantos?



| | | |
|---------|-----------|-----|
| 1 | 9 | 30% |
| 2 | 16 | 53% |
| 3 o Más | 5 | 17% |

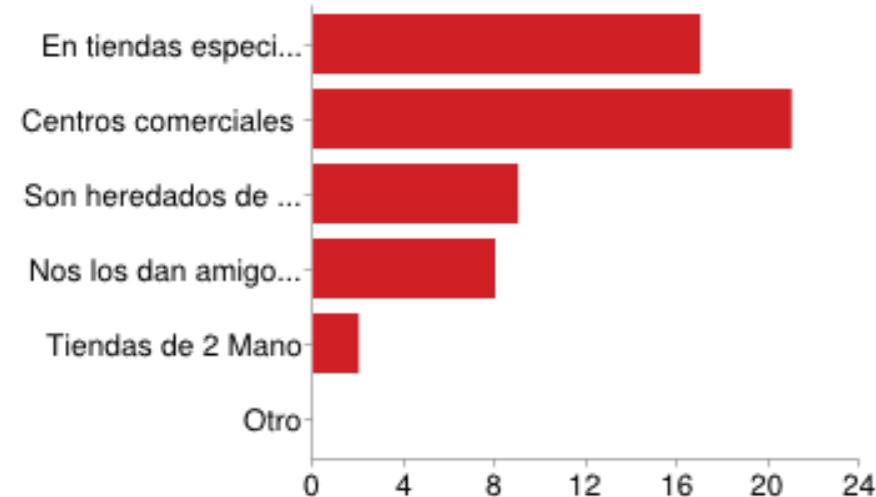
Etnografia Local

Encuestas online

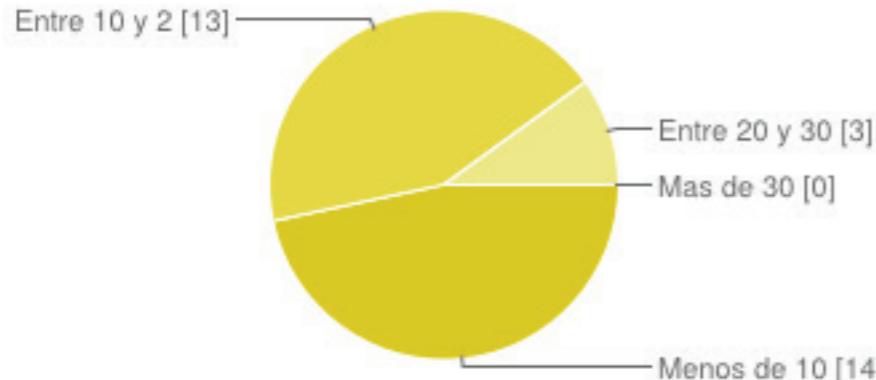


Google Drive

¿Donde adquieres los juguetes para tus hijos?



¿Qué numero de juguetes suele recibir sus hijos al año?



| | | |
|---|----|-----|
| En tiendas especializadas | 17 | 30% |
| Centros comerciales | 21 | 37% |
| Son heredados de familia | 9 | 16% |
| Nos los dan amigos que han tenido hijos | 8 | 14% |
| Tiendas de 2 Mano | 2 | 4% |
| Otro | 0 | 0% |

| | | |
|---------------|----|-----|
| Menos de 10 | 14 | 47% |
| Entre 10 y 20 | 13 | 43% |
| Entre 20 y 30 | 3 | 10% |
| Mas de 30 | 0 | 0% |

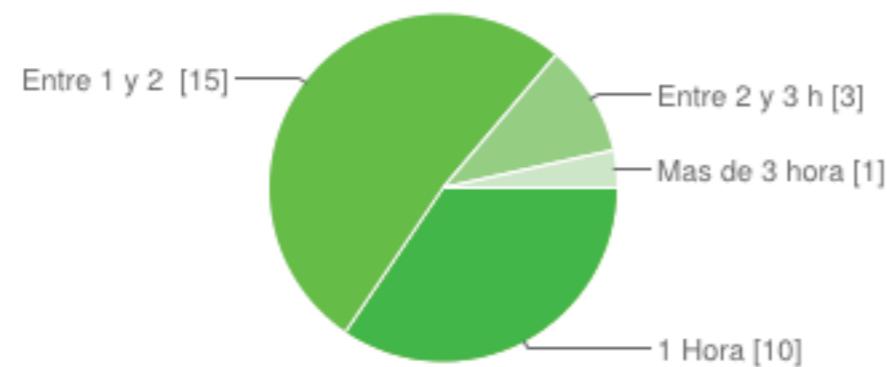
Etnografia Local

Encuestas online



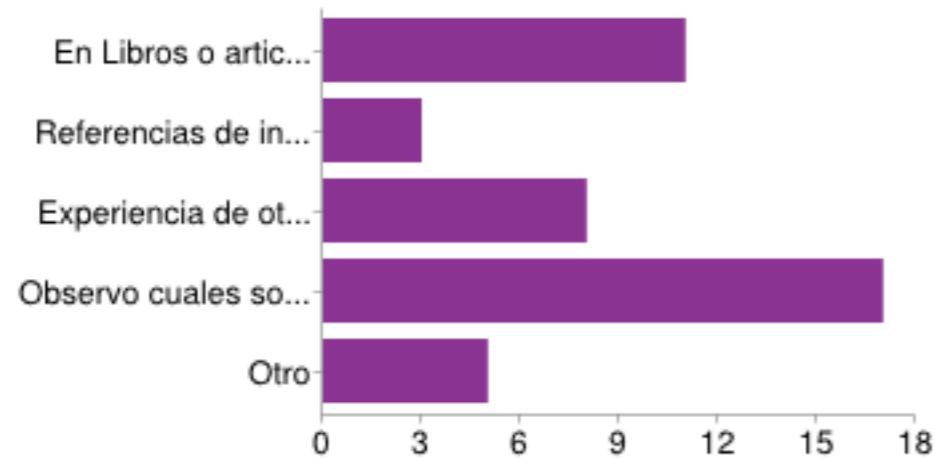
Google Drive

¿ Qué cantidad de tiempo dedican al juego?



| | | |
|-------------------|-----------|-----|
| 1 Hora | 10 | 34% |
| Entre 1 y 2 horas | 15 | 52% |
| Entre 2 y 3 horas | 3 | 10% |
| Mas de 3 horas | 1 | 3% |

Cuando quiere regalarle un juguete nuevo, ¿En que se basa?



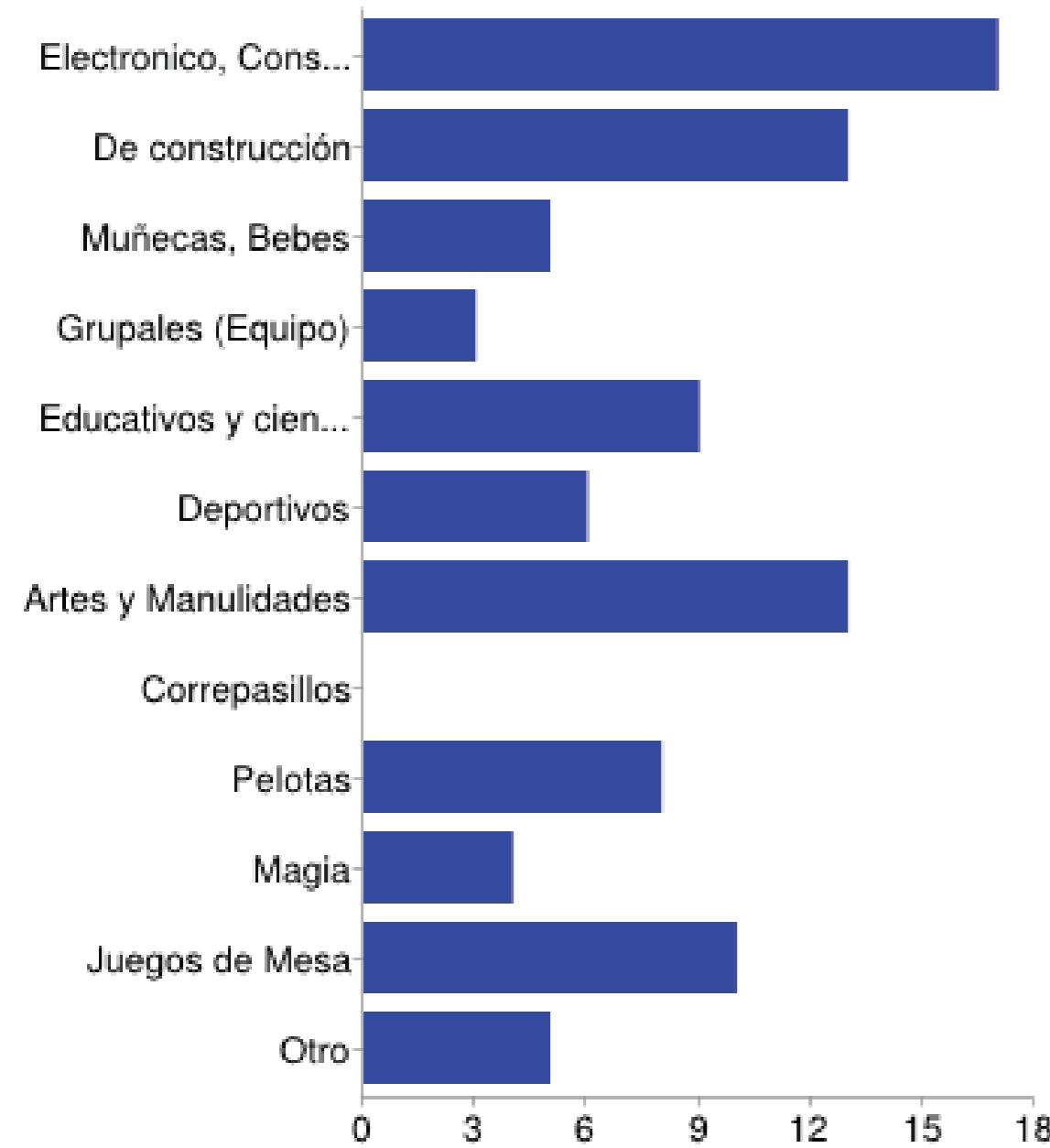
| | | |
|---|-----------|-----|
| En Libros o articulos especializados sobre niños | 11 | 25% |
| Referencias de internet | 3 | 7% |
| Experiencia de otros padres | 8 | 18% |
| Observo cuales son los juguetes con los que juega | 17 | 39% |
| Otro | 5 | 11% |

Etnografia Local

Encuestas online



Google Drive



| | | |
|--------------------------|----|-----|
| Electronico, Consolas | 17 | 18% |
| De construcción | 13 | 14% |
| Muñecas, Bebes | 5 | 5% |
| Grupales (Equipo) | 3 | 3% |
| Educativos y científicos | 9 | 10% |
| Deportivos | 6 | 6% |
| Artes y Manulidades | 13 | 14% |
| Correpasillos | 0 | 0% |
| Pelotas | 8 | 9% |
| Magia | 4 | 4% |
| Juegos de Mesa | 10 | 11% |
| Otro | 5 | 5% |

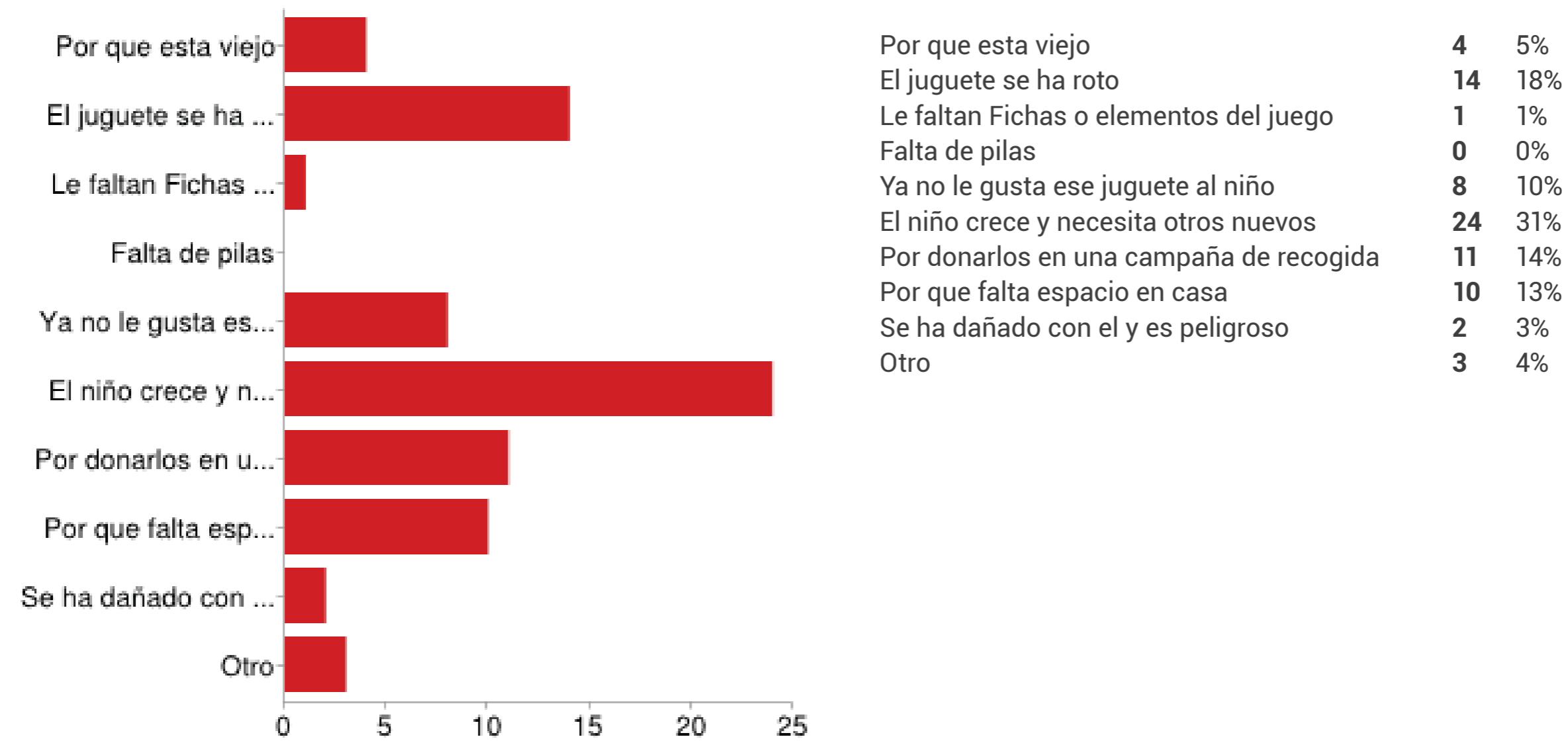
Etnografia Local

Encuestas online



Google Drive

¿Cual es el motivo por el que sus hijos se desprenden de algún de



Etnografía Local

Encuestas online



Google Drive

¿Como participas en el juego con tu hijo?

Dependiendo de su edad, participando con ellos en el "juego simbólico" (creando historias,...). Como "uno más" en los juegos de mesa; como "alumno" /público en los juegos electrónicos y de Wii, (en los que son ellos quien me explican el desarrollo del juego).

Proponiendo juegos de creatividad y manualidades con objetos de casa.

Intentamos siempre que sean de mesa, para enseñarles a ganar y a perder.

Jugando con él y siguiendo sus pautas

Compañero de juego

Simplemente jugando con él con sus juguetes o sin ellos juego con ellos jugando con él. Juego con ellos jugando con él. Proponiendo juegos o cuando él me lo pide. Interactuando con ellos.

En casa jugando con ellos a juegos de mesa y en ocasiones a juegos de preguntas como el trivial en la consola como un compañero más.

Jugando con ellos. Activa y dinamicamente ahora poco si él me lo demanda, haciendo cosquillas y pequeñas peleas en la cama.

Ayudando a hacer los puzzles, leyendo libros con él.

Jugando con él a la wii.

con o sin juguetes, lo que le apetezca colaboramos juntos en hacerlo. Les motivo a crear con sus manos y a desarrollar juegos de construcciones

Depende. Si vamos a hacer manualidades, organizo y es un rato para hacer cada uno lo que quiera, pero todos juntos.

Fuera de casa, sería, ahora, practicar bici, patines, etc. con lo cual soy acompañante si no hay algún amigo cerca.

Etnografia Local

Encuestas online



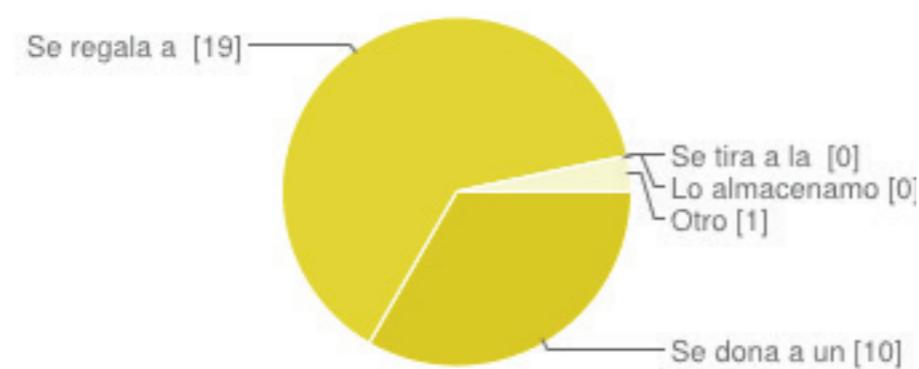
Google Drive

¿Donde se desarrolla el ocio de tus hijos fuera del hogar?



| | | |
|-----------------------------|----|-----|
| En parques de mi barrio | 23 | 50% |
| Ludotecas publicas | 5 | 11% |
| Ludotecas privadas | 2 | 4% |
| En nuestra zona residencial | 6 | 13% |
| Fuera de la ciudad | 6 | 13% |
| Otro | 4 | 9% |

Si el juguete ya no es usado por el niño pero este permanece en buen



| | | |
|--------------------------------|----|-----|
| Se dona a un punto de recogida | 10 | 33% |
| Se regala a un familiar | 19 | 63% |
| Se tira a la basura | 0 | 0% |
| Lo almacenamos | 0 | 0% |
| Otro | 1 | 3% |

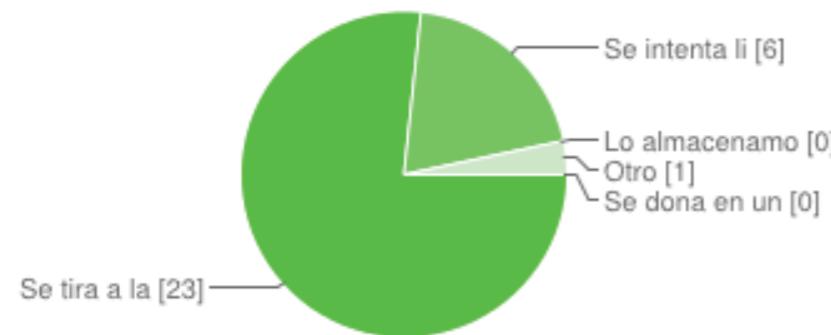
Etnografia Local

Encuestas online



Google Drive

Si el juguete no esta en buen estado ¿Que haceis con el?



| | | |
|---------------------------------|----|-----|
| Se dona en un punto de recogida | 0 | 0% |
| Se tira a la basura | 23 | 77% |
| Se intenta limpiar y arreglar | 6 | 20% |
| Lo almacenamos | 0 | 0% |
| Otro | 1 | 3% |

En caso de haber donado algun juguete, ¿podrías indicarnos en que entidades u organizaciones?

Intermon Oxfam Guardería ///CARITAS, AL PROPIO COLEGIO DEL NIÑO SI LOS RECOGEN parroquia///, facultad de medicina ///El Refugio. /// A la Familia, primos mas pequeños /// En la guarderia de mis hijos y en la biblioteca al refugio./// en campañas de navidad de la parroquia Intermon Colegio /// EN LAS CAMPAÑAS Q. REALIZAN LOS COLEGIOS /// intermon oxfam, caritas y al propio colegio de los niños para el minidomund/// para ayuda a misiones/// Gusantina A Ainkaren y a Tres y más RECOGIDA DE JUGUETES PARA ONGS EN EL COLEGIO O EN LA GUARDERIA Rastrillo Navidad Intermón/// Colegio///Cáritas./// Al colegio, amigos del barrio, incluso al lado de la basura bien empaquetado./// Caritas Intermon ///En la Escuela Infantil de mi hijo pequeño y en campañas de recogida de juguetes en mi trabajo.

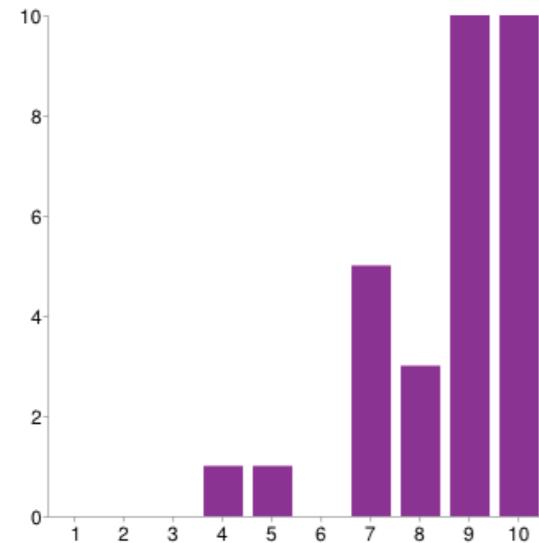
Etnografia Local

Encuestas online



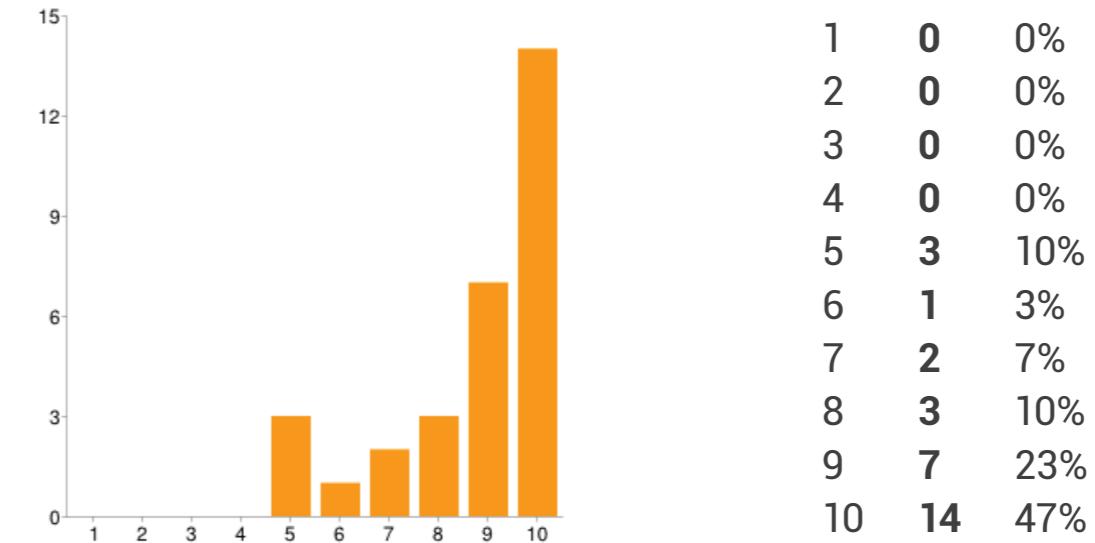
Google Drive

El Infundir el valor de **RECICLAJE** a mis hijos me parece...



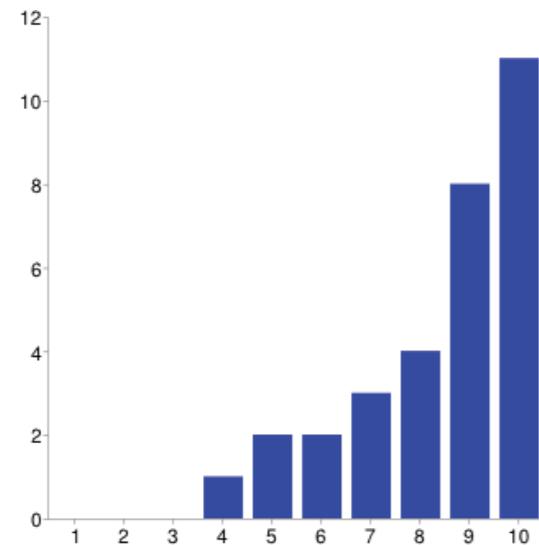
| Score | Count | Percentage |
|-------|-------|------------|
| 1 | 0 | 0% |
| 2 | 0 | 0% |
| 3 | 0 | 0% |
| 4 | 1 | 3% |
| 5 | 1 | 3% |
| 6 | 0 | 0% |
| 7 | 5 | 17% |
| 8 | 3 | 10% |
| 9 | 10 | 33% |
| 10 | 10 | 33% |

El Infundir el valor de **“ESFUERZO”** a mis hijos me parece...



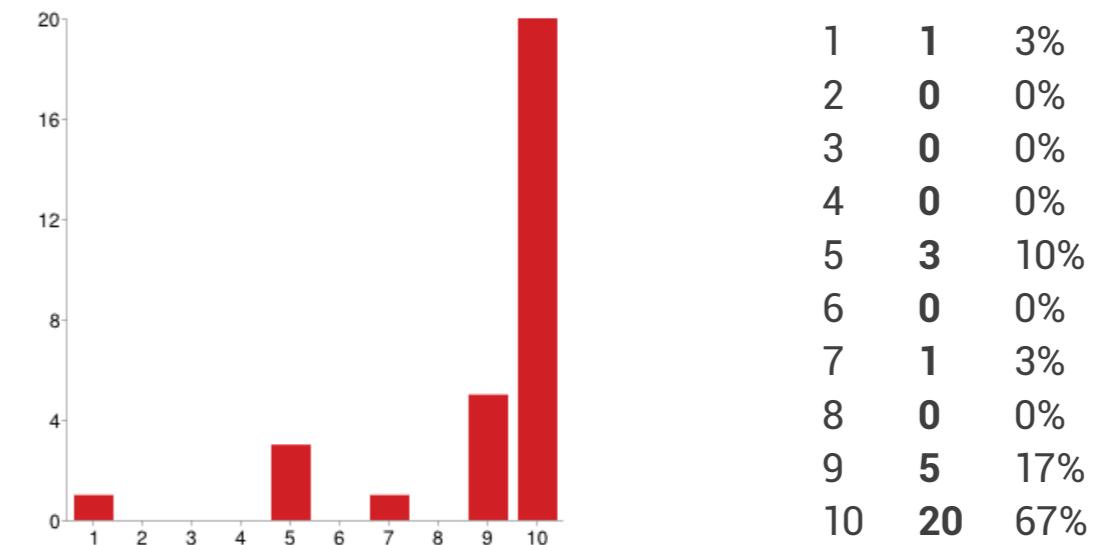
| Score | Count | Percentage |
|-------|-------|------------|
| 1 | 0 | 0% |
| 2 | 0 | 0% |
| 3 | 0 | 0% |
| 4 | 0 | 0% |
| 5 | 3 | 10% |
| 6 | 1 | 3% |
| 7 | 2 | 7% |
| 8 | 3 | 10% |
| 9 | 7 | 23% |
| 10 | 14 | 47% |

El Infundir el valor de **“HAZLO O CREALO TU MISMO”**



| Score | Count | Percentage |
|-------|-------|------------|
| 1 | 0 | 0% |
| 2 | 0 | 0% |
| 3 | 0 | 0% |
| 4 | 1 | 3% |
| 5 | 2 | 6% |
| 6 | 2 | 6% |
| 7 | 3 | 10% |
| 8 | 4 | 13% |
| 9 | 8 | 26% |
| 10 | 11 | 35% |

El Infundir el valor de **“DARLE IMPORTANCIA A LO QUE SE TIENE”**



Etnografia Local

Encuestas online



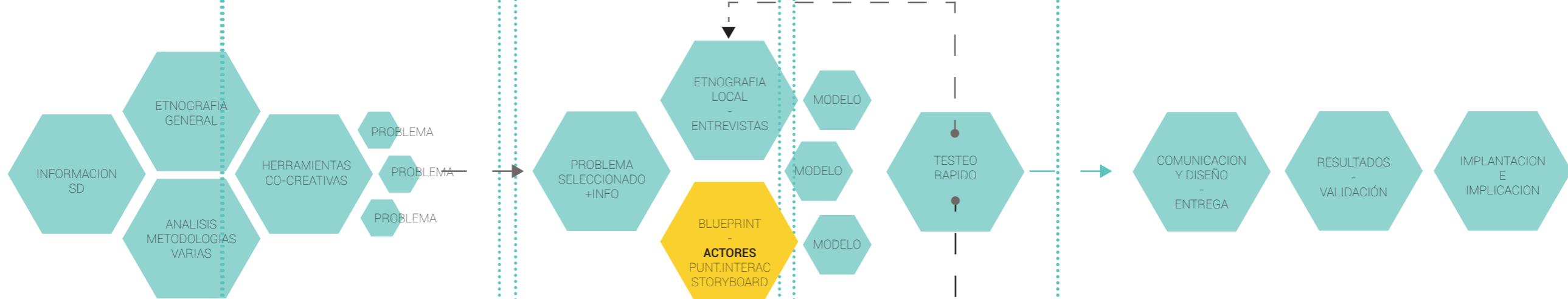
Google Drive

Le gustaria que su hijo participara en talleres con profesionales para reparar y recuperar sus propios juguetes, donde se fomentaran los valores de: Reciclaje, “hazlo tu mismo”, esfuerzo, valora lo que tienes, colaboración.



¿Le regalaria / compraria a su hijo un juguete que ha sido reparado o reciclado?



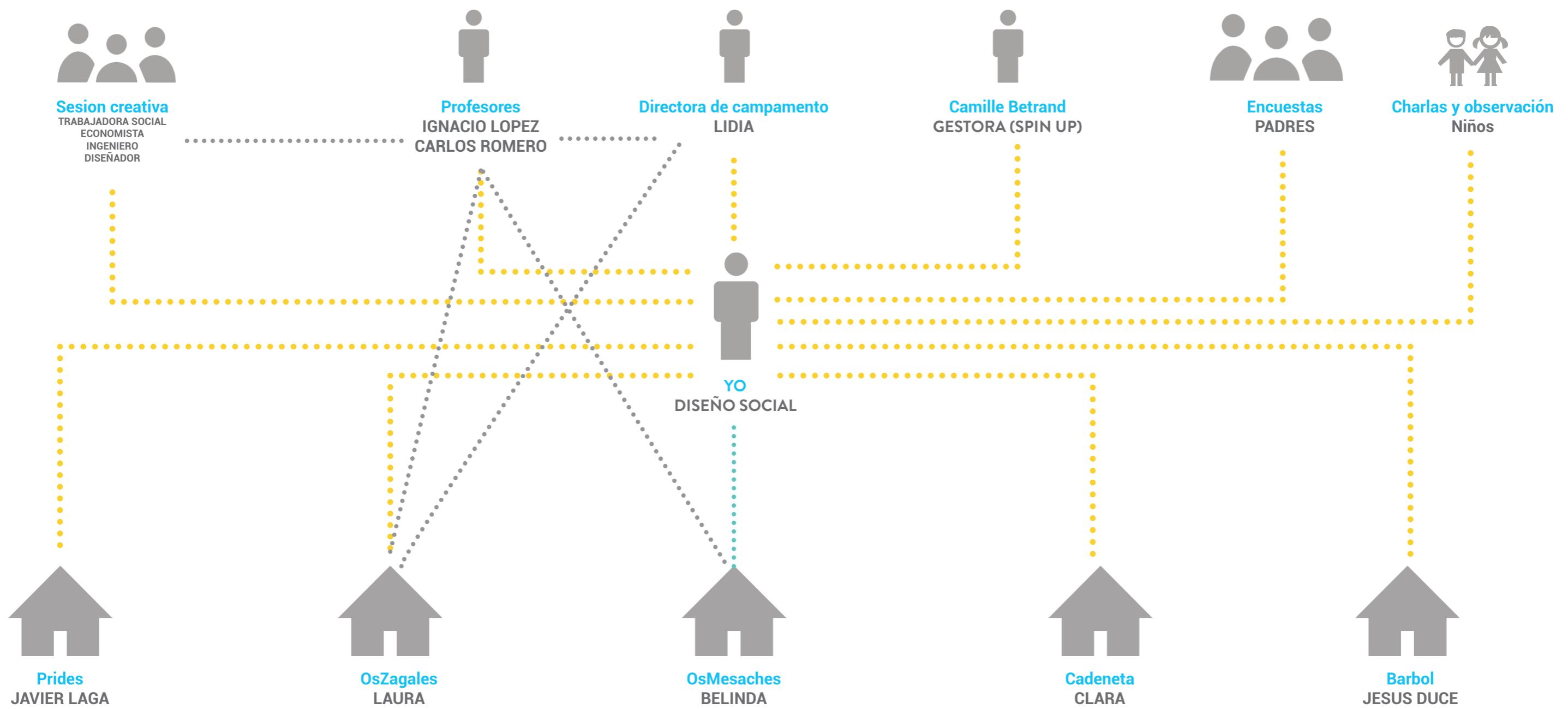


01.8

IDEACIÓN_Mapa de actores

Etnografía Local

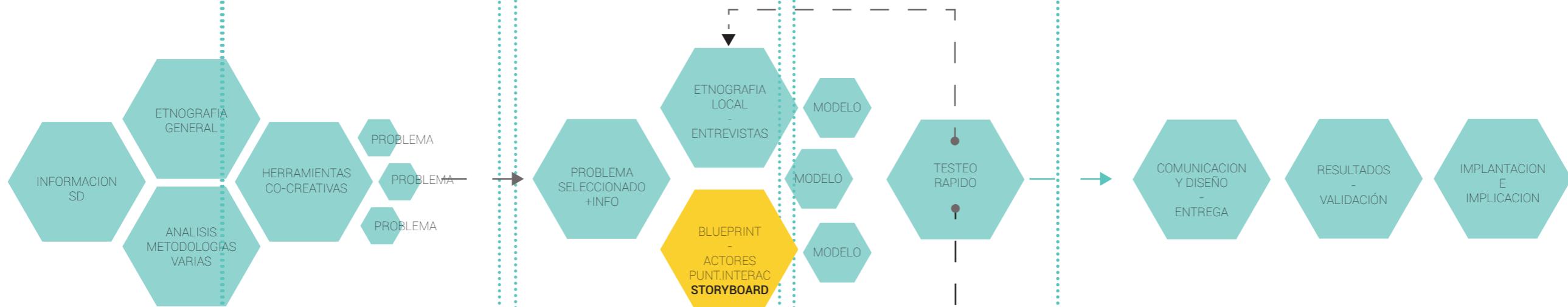
Mi mapa de Actores



Etnografía Local

Mi mapa de Actores





01.8.1

Ideación_Storyboard

IDEACIÓN

Storyboard

El Storyboard es una visión ilustrada, similar a un cómic, de cómo el productor o el director se imaginan que quedará la visión final de una producción.

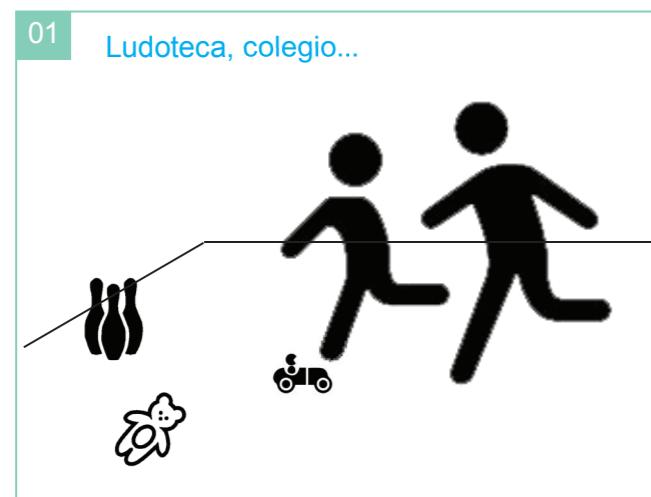
Esta visión de la producción es la forma más efectiva de comunicación entre el productor o el director y el resto del equipo.

Cada dibujo transmite instantáneamente toda la información más importante de cada plano y define un estilo singular que el equipo en su conjunto ha de conseguir.

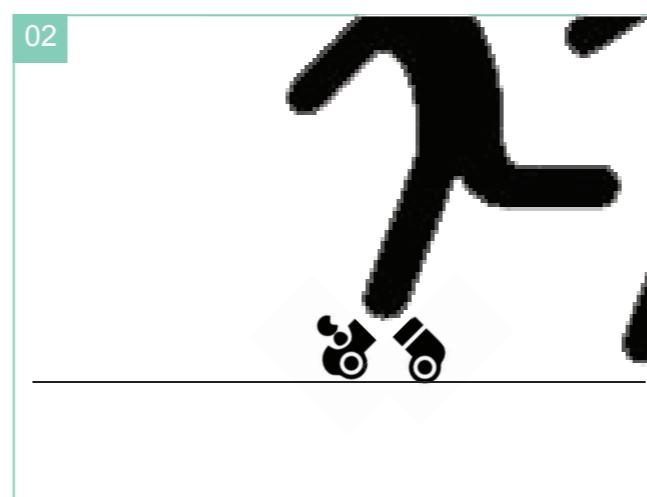


IDEACIÓN

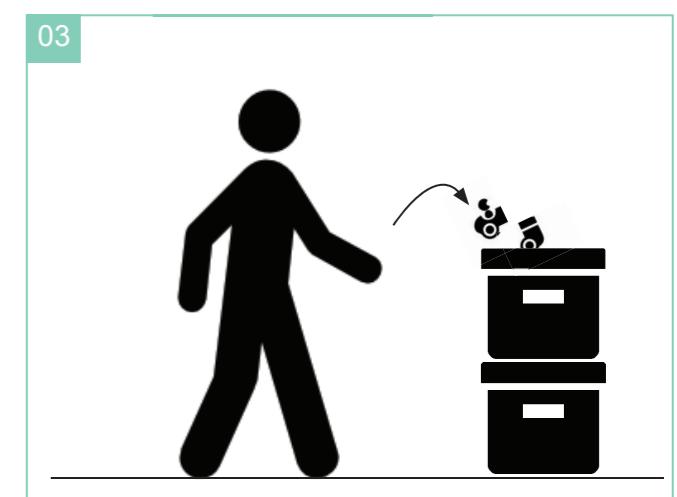
Storyboard -1-



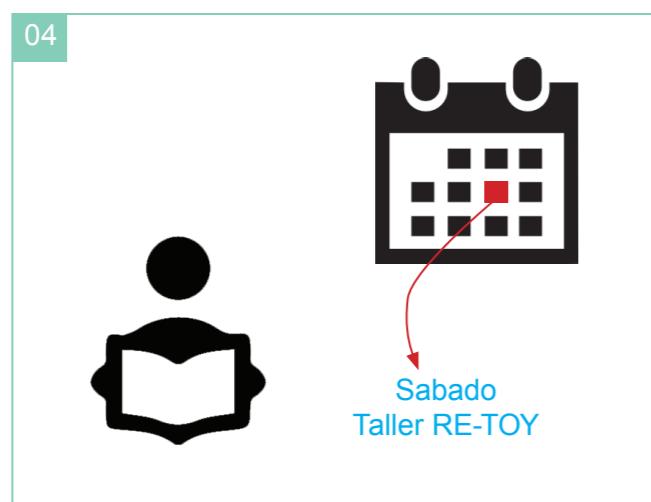
Niños jugando con total normalidad, con sus actividades, talleres aprovechando su tiempo libre.



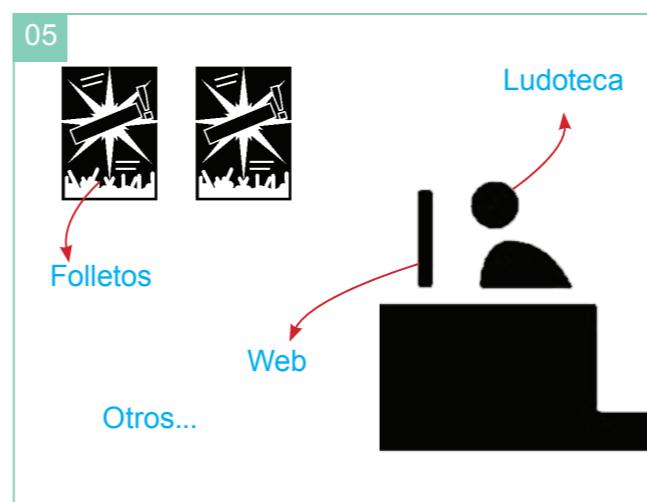
Uno de los niños pisa uno de los juguetes que estan por el suelo en una de las actividades, haciendo que el coche de madera se parta en 2



Monitor se encarga de almacenar el juguete roto, para poder recuperarlo en el taller "re-toy"



Monitores y jefe tecnico municipal de la ludoteca se dan cuenta de que el sitio de almacenaje de juguetes y es hora de hacer un taller.



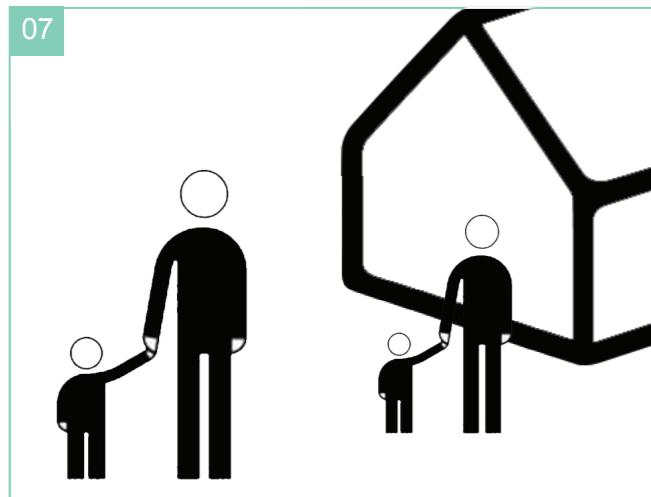
Uno de los niños pisa uno de los juguetes que estan por el suelo en una de las actividades, haciendo que el coche de madera se parta en 2



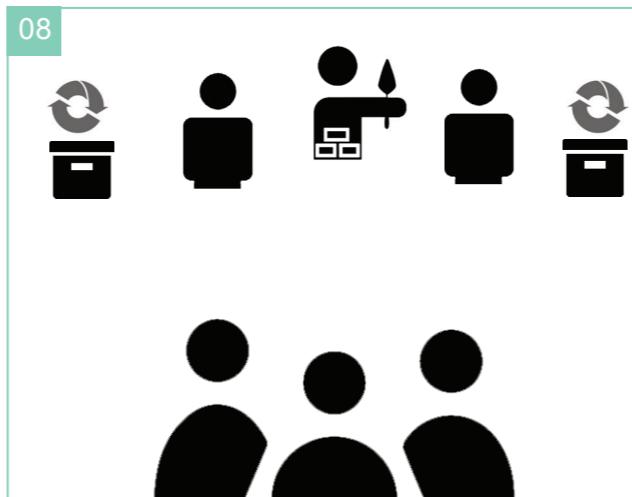
Padres apuntan a sus hijos en el taller para recuperar los juguetes y poder asi fomentar una serie de valores que consideran importantes para su educacion.

IDEACIÓN

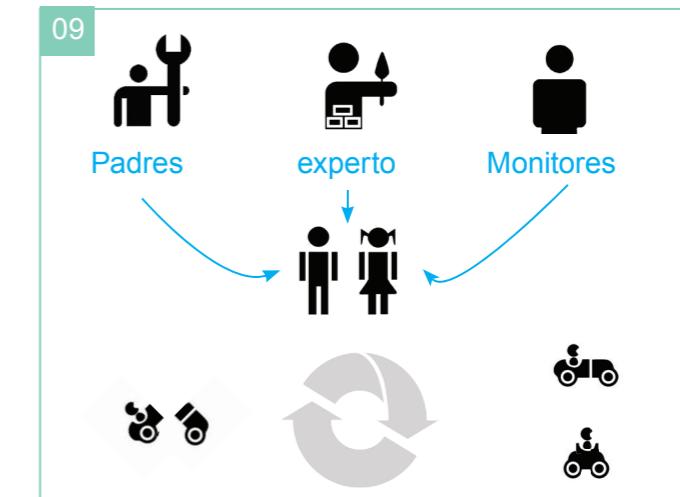
Storyboard -1-



Padres e hijos acuden el dia del taller a la ludoteca a realizar la actividad del dia.



Se les explica en que va a consistir el taller (directrices) del dia y que tipo de juguetes y herramientas se disponen.



Durante la realización de la actividad los niños podran tener acceso a cualquier persona para que le muestre su ayuda.



El juguete recuperado, volvera a la ludoteca con un lavado de cara, conseguira atraer de nuevo la atencion de los niños para poder jugar con el.

IDEACIÓN

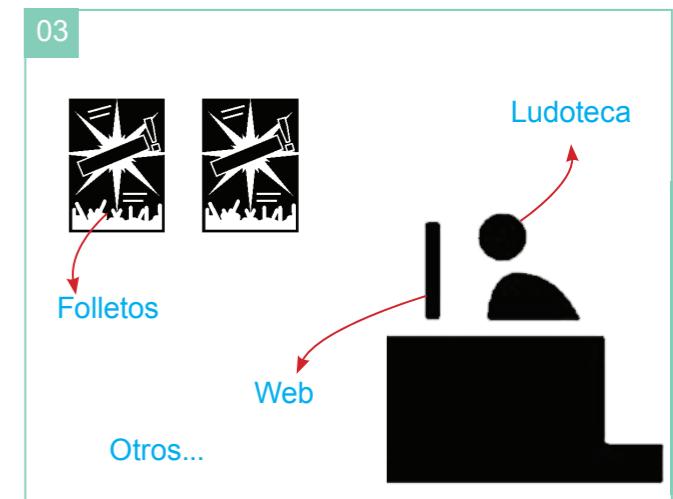
Storyboard -2-



Se le rompe la rueda trasera de la vagoneta a un niño y este comienza a llorar.



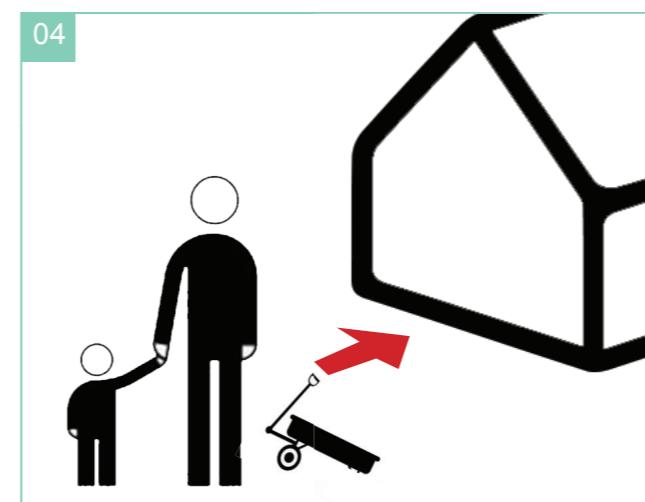
Padre piensa en que debe hacer con este juguete roto y le gustaria saber que alternativas hay.



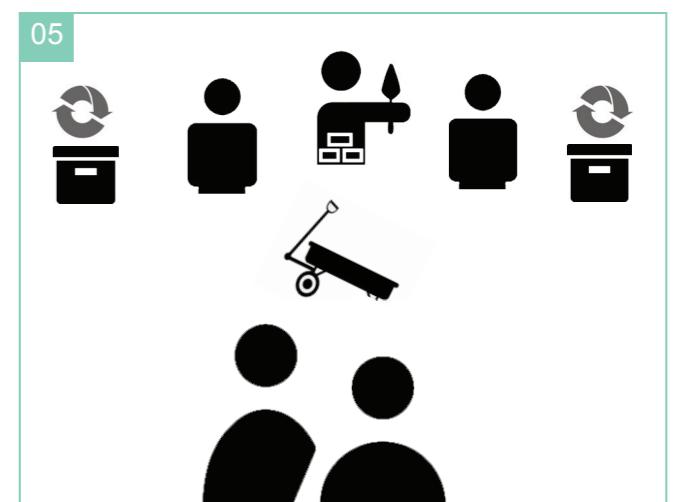
conoce a los talleres "re-toy" a traves de las redes sociales donde podria reparar el juguete de su hijo codo con codo.



Padre apuntan a sus hijos en el taller para recuperar los juguetes (indicando la averia y adjuntando fotos del juguete).



Padres e hijo acuden el dia del taller al lugar donde se realiza el taller.



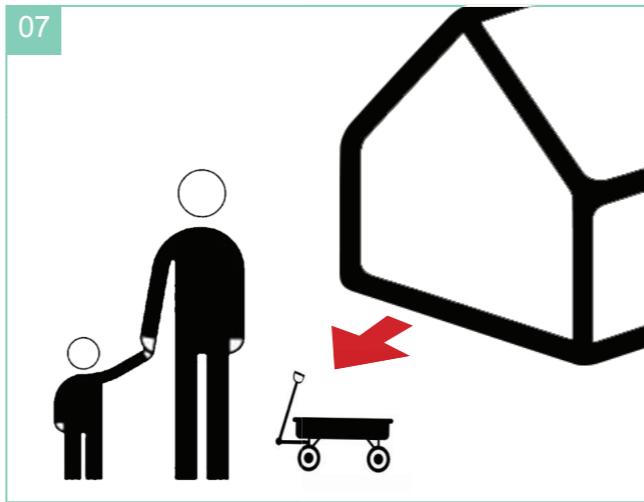
Se les explica en particular en que va a consistir el taller (directrices) y cuales seran los pasos a seguir en el proceso de recuperacion.

IDEACIÓN

Storyboard -2-



Durante la realización de la actividad los niños podrán tener acceso a cualquier persona para que le muestre su ayuda.



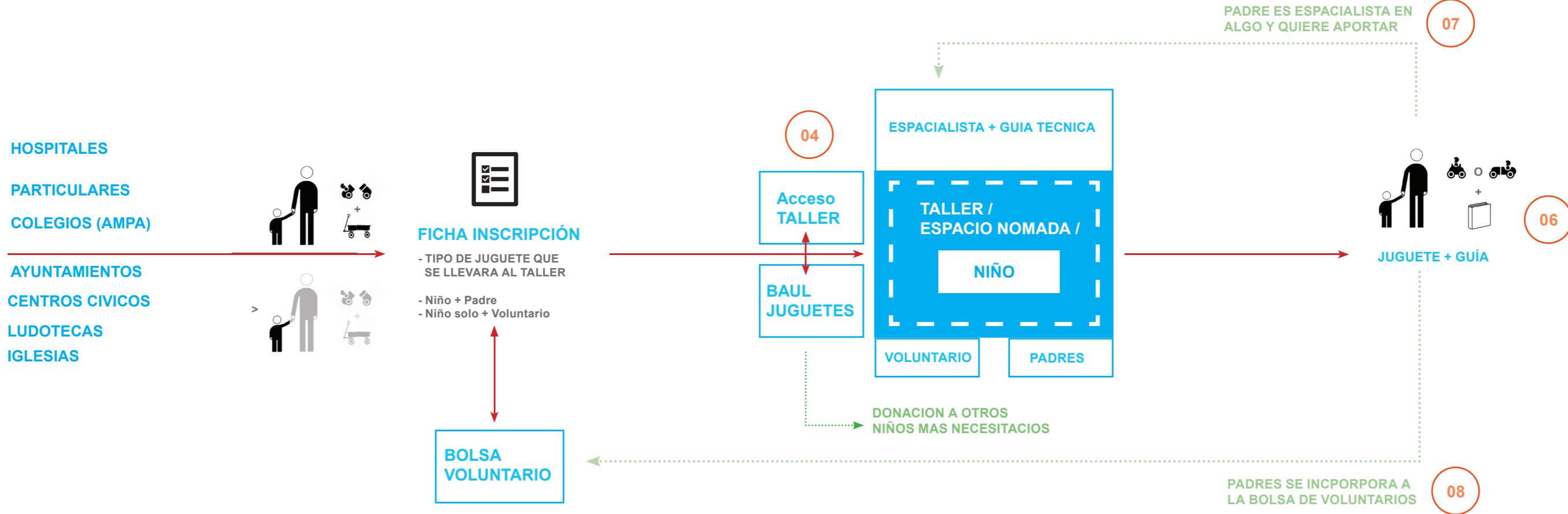
Niño se lleva a casa el juguete recuperado en su totalidad e incluso Customizado.



Niño de nuevo con el juguete en casa, el taller a hecho que un niño tenga su juguete de nuevo con vida y a contribuido de manera positiva a el ecosistema.

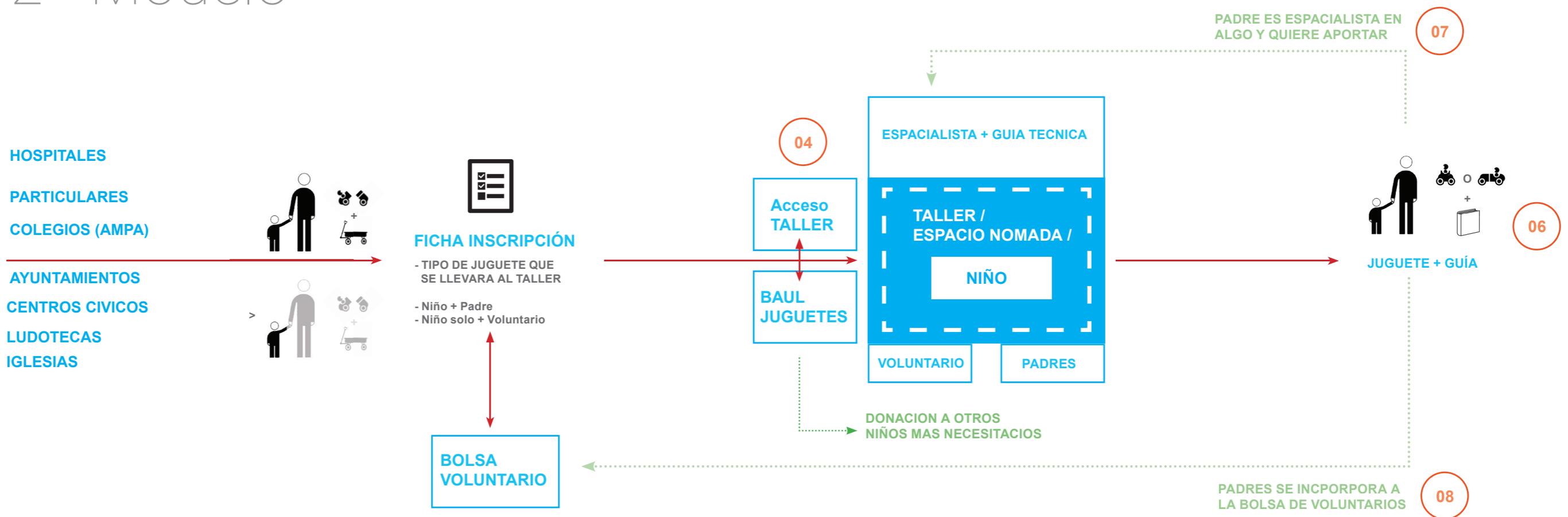
IDEACIÓN

1º Modelo



IDEACIÓN

2º Modelo



06

Al finalizar el taller el niño se ira con un juguete Reparado, Reutilizado, o costumizado + la guia técnica que se planteara.

07

Si un parente tiene formación en alguna profesión determinada y cree que puede aportar o apoyar a el taller, podría entrar dentro de nuestra bolsa de voluntarios espacialistas.

08

Si uno de los padres considera que la experiencia ha sido positiva :) y con valor, el podrá apuntarse a la bolsa de monitores para actuar de "padre adoptivo ese día" promoviendo valores al niño durante las futuras sesiones acompañandolo durante todo la actividad.

IDEACIÓN

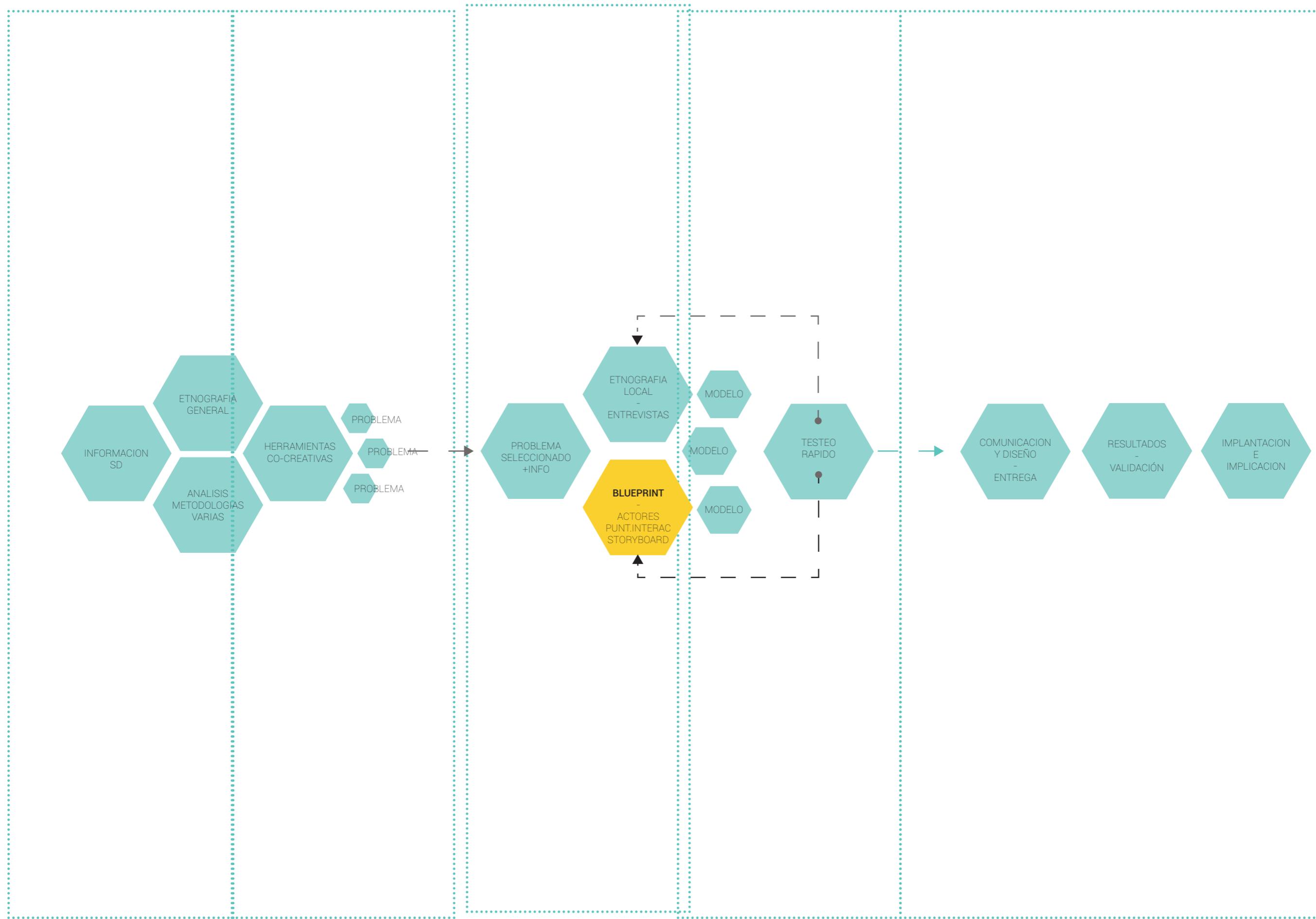
Canvas Beta



IDEACIÓN

Canvas Beta

| SOCIOS CLAVE | ACTIVIDADES CLAVE | PROPIEDAD DE VALOR | RELACION CON CLIENTES | SEGMENTO DE CLIENTES |
|---|--|--|---|---|
| <p>En un principio OSZAGALES: Ellos nos van a proporcionar el espacio necesario para realizar los primeros testeos así como los niños y padres necesarios para realizarlos.</p> <p>Nuestros proveedores clave serán la gente o instituciones que nos den juguetes.</p> | <p>Diferentes talleres semanales o trimestrales para poder hacer la recuperación de los juguetes.</p> <p>Recogida de los juguetes para poder tener un "Baul almacen"</p> | <p>Nuevo modelo Lúdico en el que se pretende transformar la mentalidad de la sociedad actual, fomentando unos valores determinados (educativos, hazlo tú mismo, esfuerzo, creativos, cooperación, paciencia, escucha y sostenibilidad) a través de talleres de recuperación, reutilización y custimización de juguetes en desuso.</p> <p>Involucrar a los niños y padres en el proceso de recuperación de juguetes, fomentando los valores ya mencionados a la vez que se hace una labor medioambiental positiva para la comunidad.</p> <p>PROBLEMAS ENCONTRADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los niños se desprenden de un juguete muy pronto sin terminar su ciclo de vida útil. - No se dispone de contenedores específicos para ellos o la sociedad los desconoce. - Niños sin juguetes en su misma ciudad. - Hace falta una reeducación en la forma de consumo y juego | <p>Nos relacionaremos con ellos a través de los talleres nomadas que impartiremos en los diferentes espacios.</p> <p>Uno de los puntos de contacto serán al llenar las fichas ya sea por escrito o de manera online.</p> | <p>Estamos creando valor para los niños, nuestros clientes primordiales serán ellos, los máximos beneficiarios de este proyecto.</p> <p>Así mismo los padres y voluntarios también tendrán gran importancia en el proceso.</p> <p>Existen también otro tipo de clientes a los que nos dirigiremos para poder captar socios como son, ludotecas privadas o públicas, ayuntamientos, ampa colegios...</p> <p>NIÑOS PADRES VOLUNTARIOS ESPECIALISTAS</p> <p>AYUNTAMIENTO COLEGIO IGLESIA COLEGIO AMPA LUDOTECA PÚBLICA LUDOTECA PRIVADA CENTROS CÍVICOS HOSPITALES</p> |
| <p>RECURSOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - JUGUETES DE TODO TIPO - Herramientas de reparación varias. - Baul almacen <p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <p>Costes: espacio físico donde guardar juguetes, Furgoneta para trasladarlos a los talleres, herramientas para arreglarlos, comunicación, ¿Especialista-profesor?,</p> <p>Espacio --> esto al final será un ingreso nos pagarán por hacer nuestro taller en su espacio.</p> | | | <p>CANALES</p> <p>TENEMOS QUE LLEGAR A COMUNICARNOS CON 4 GRUPOS DE INTERÉS:</p> <p>INSTITUCIONES, ESPACIOS... = para ellos habrá que realizar una comunicación técnica.</p> <p>NIÑOS = comunicación lúdica</p> <p>PADRES = Comunicación educativa</p> <p>VOLUNTARIOS = Ser la alternativa del voluntariado común.</p> <p>WEB + FICHAS INSCRIPCIÓN + BOLSA DE VOLUNTARIOS +</p> <p>FLUJO DE INGRESOS</p> <p>Subvenciones, donaciones, anuncios en web?</p> <p>venta línea de juguetes</p> | |

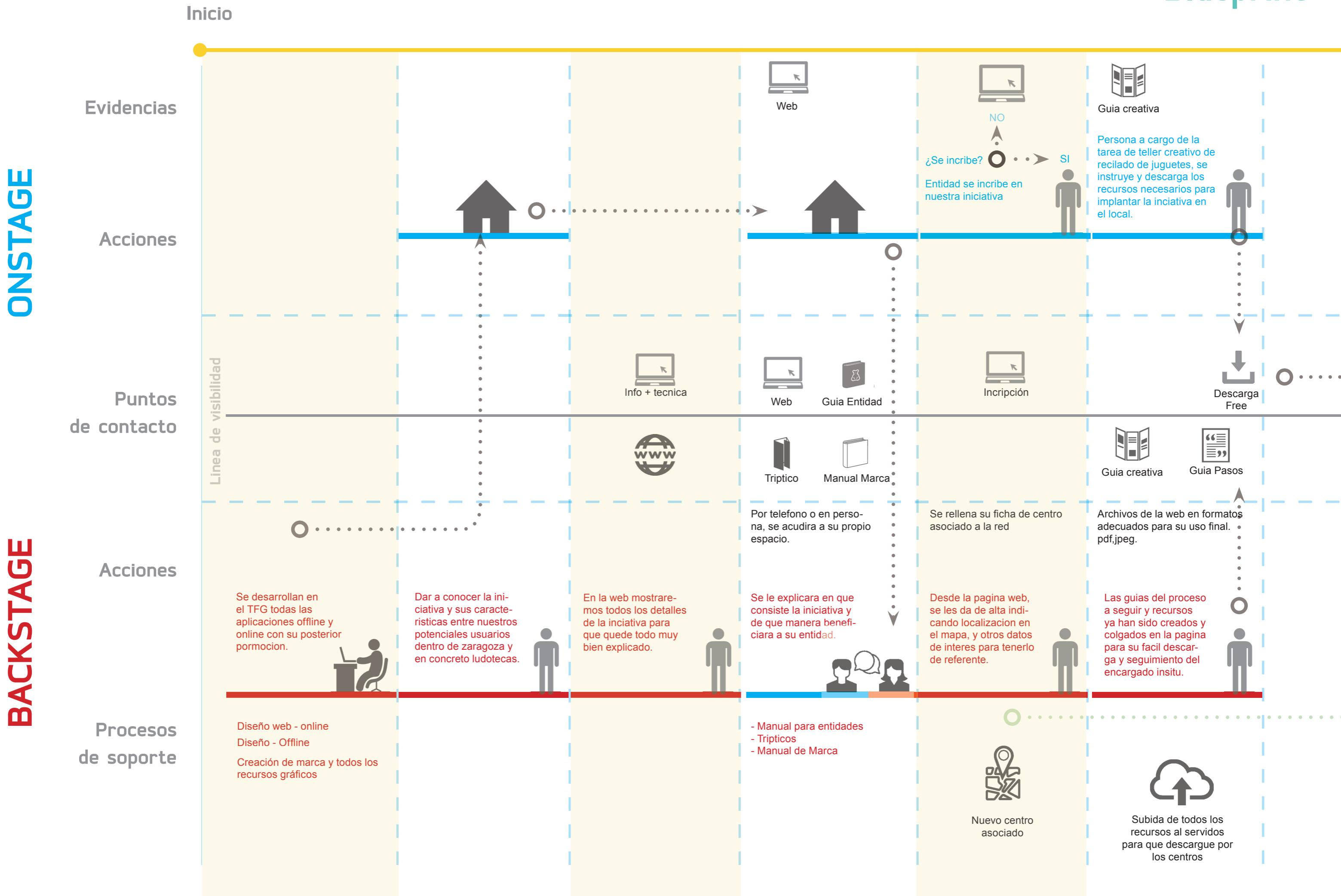


01.8.2

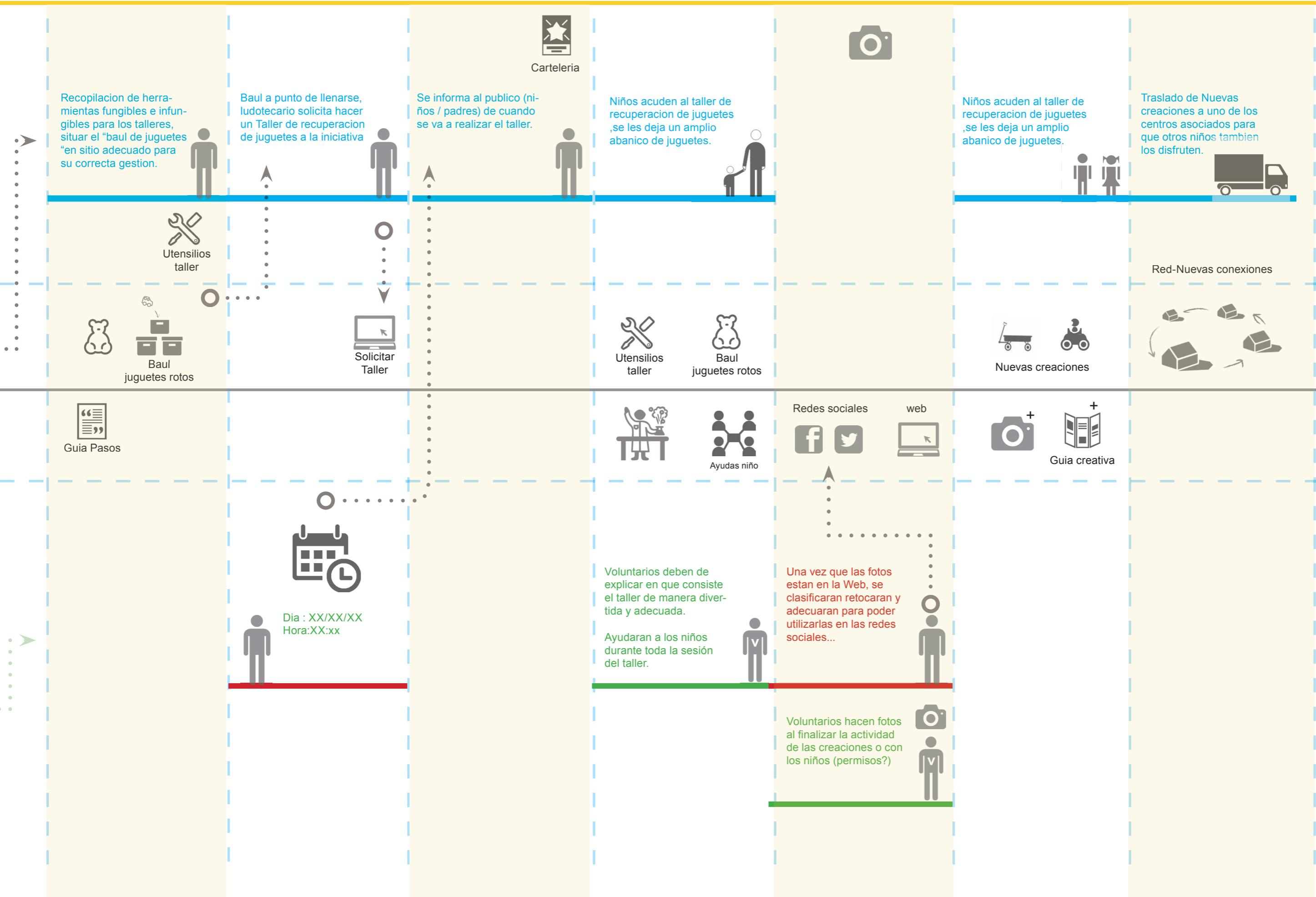
Ideación

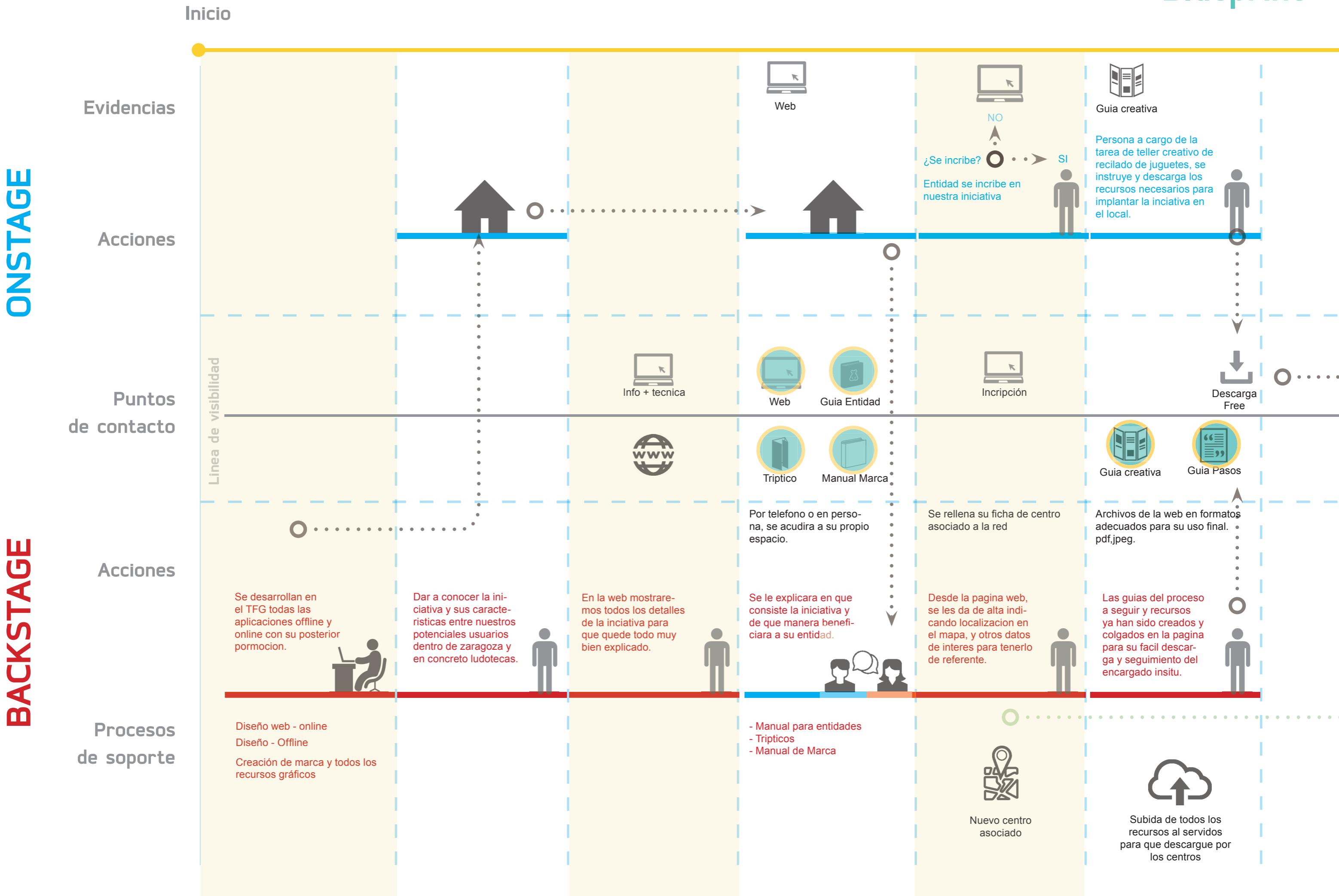
_BluePrint
_Puntos de interacción

Blueprint

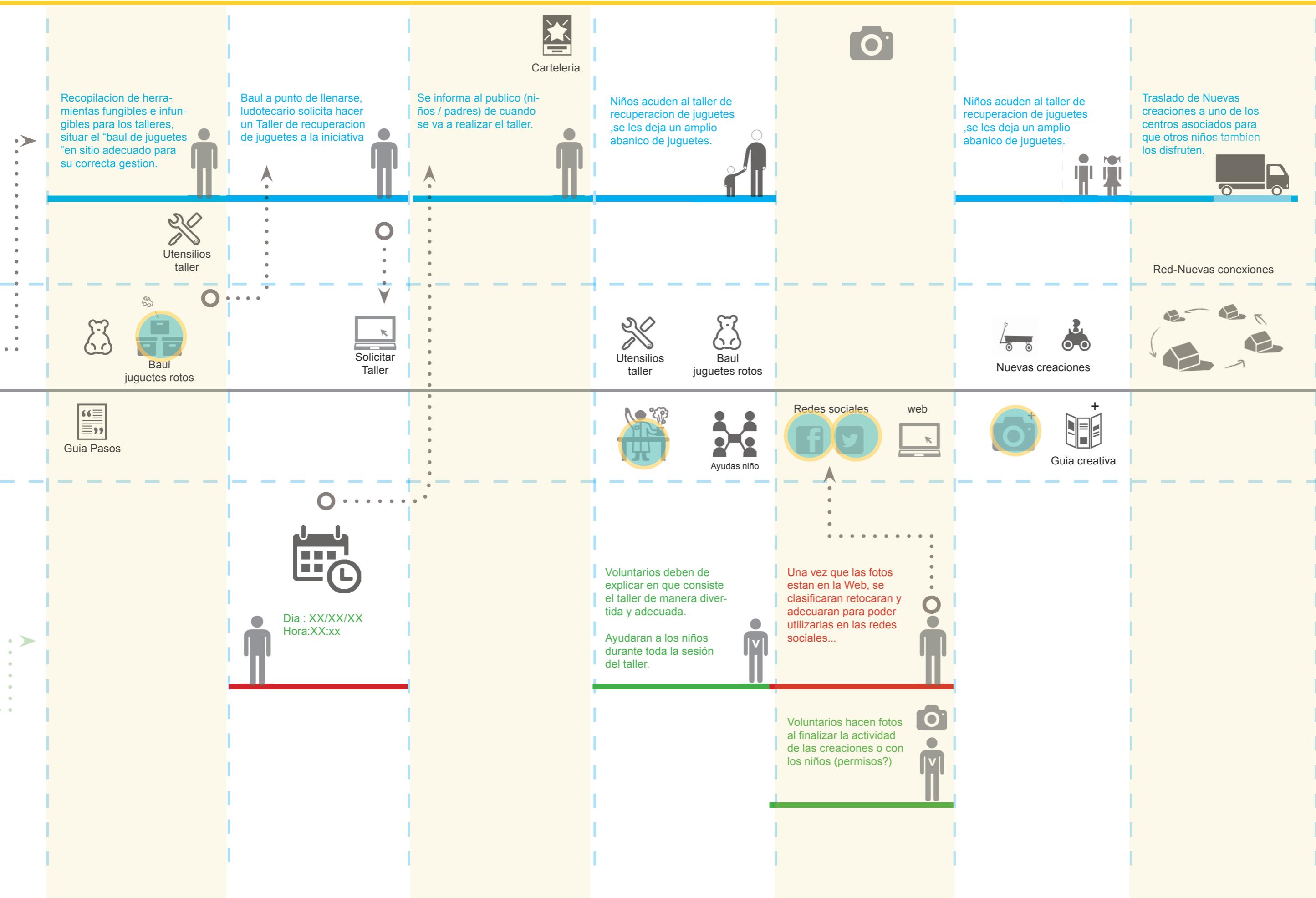


Blueprint





Blueprint



IDEACIÓN

Modelo de servicio

Problemas encontrados

- Gran deterioro de los juguetes
- Mala gestión de juguetes en desuso
- Reedecuación sobre el consumismo
- Individualismo entre entidades
- Deficit de juguetes en algunas ludotecas
- Niños en la ciudad sin juguetes
- Deficit de juguetes en algunas ludotecas

- En los centros como ludotecas, los juguetes se deterioran muchísimo al albergar diariamente a una media de 60 niños.

- Al considerarse inservibles estos juguetes no se gestionan de manera adecuada siendo su destino la basura común sin ser aprovechados de ninguna otra manera.

- No hay comunicación ni sociabilidad entre las diferentes ludotecas de Zaragoza incluso entre barrios dado que las gestionan empresas diferentes. Aunque este todo supeditado por el Ayuntamiento de Zaragoza, Cada una realiza actividades de manera particular sin cooperación ni intercambios entre ellas.

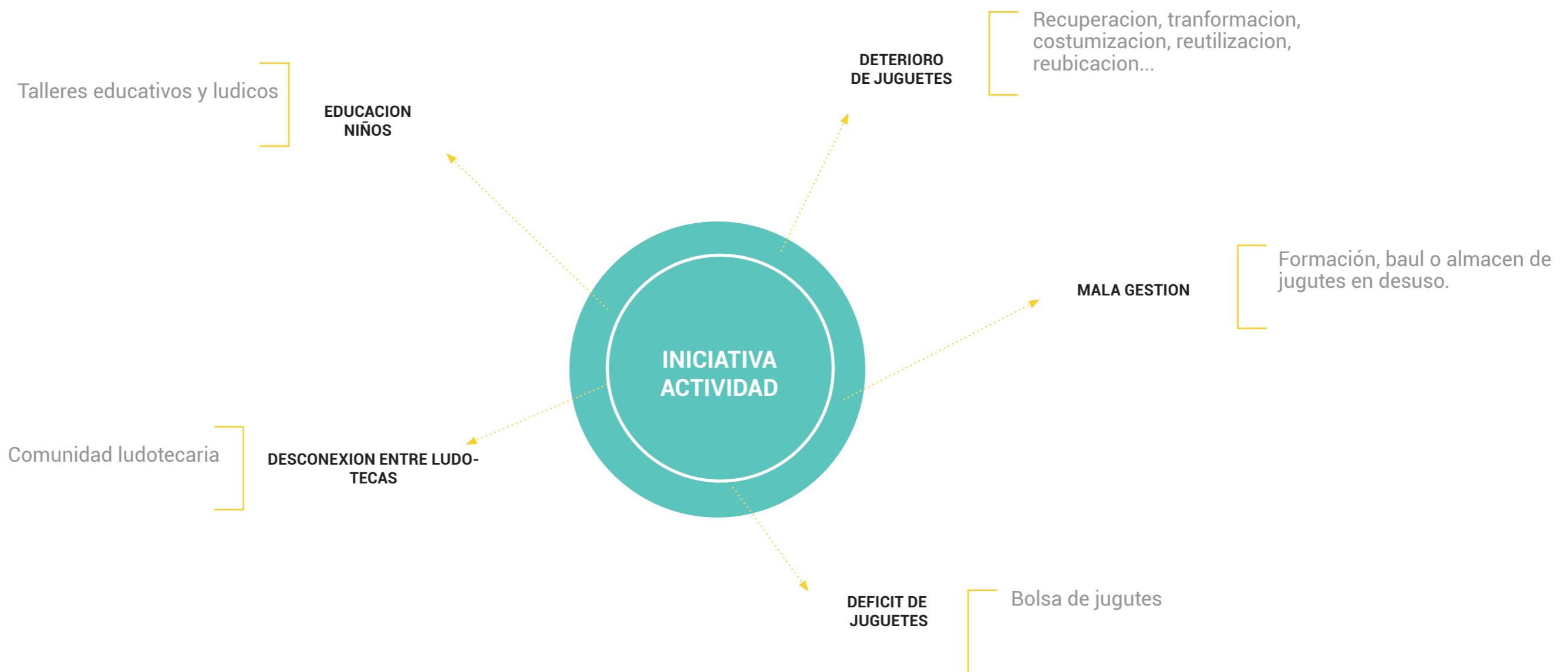
- Monitores de tiempo libre Realizan Cursos con 100 horas de teoría y 100 horas de prácticas, estos cursos son pagados, existencia de un gran voluntariado.

- Se está gestando una ASOCIACION DE profesionales del ocio y tiempo libre esto puede servirnos de ayuda para encontrar voluntarios en nuestra iniciativa.



IDEACIÓN

Modelo de servicio



IDEACIÓN

Elevatorpitch

Elevator speech es un anglicismo que se utiliza en el discurso de presentación sobre un proyecto o emprendimiento, ante potenciales clientes. No es un discurso de venta y recibe su nombre, en referencia al poco tiempo empleado para utilizarlo, asemejando a un viaje en ascensor. El principal objetivo es posicionar primero la imagen sobre la empresa y producto. El elevator

ELEVATOR PITCH DEL PROYECTO

Inciciativa dirigida a las Ludotecas de Zaragoza en las que se ha detectado una carencia de gestión en relación con los juguetes en desuso / deteriorados y una gran desconexión entre entidades. Este proyecto trata de iniciar una red comunitaria de ludotecas en la que se impartiran talleres que buscaran la sensibilizacion y la promocion de los procesos de reutilizacion y reciclaje de juguetes a traves de la creatividad de los niños.

A diferencia de otras iniciativas o asociaciones (como AERESS) que parten de un concepto basado principalmente en el medioambiente, esta nueva iniciativa hara que se creen nuevas conexiones entre espacios, siendo los mayores beneficiados los niños.

IDEACIÓN

Modelo de servicio final



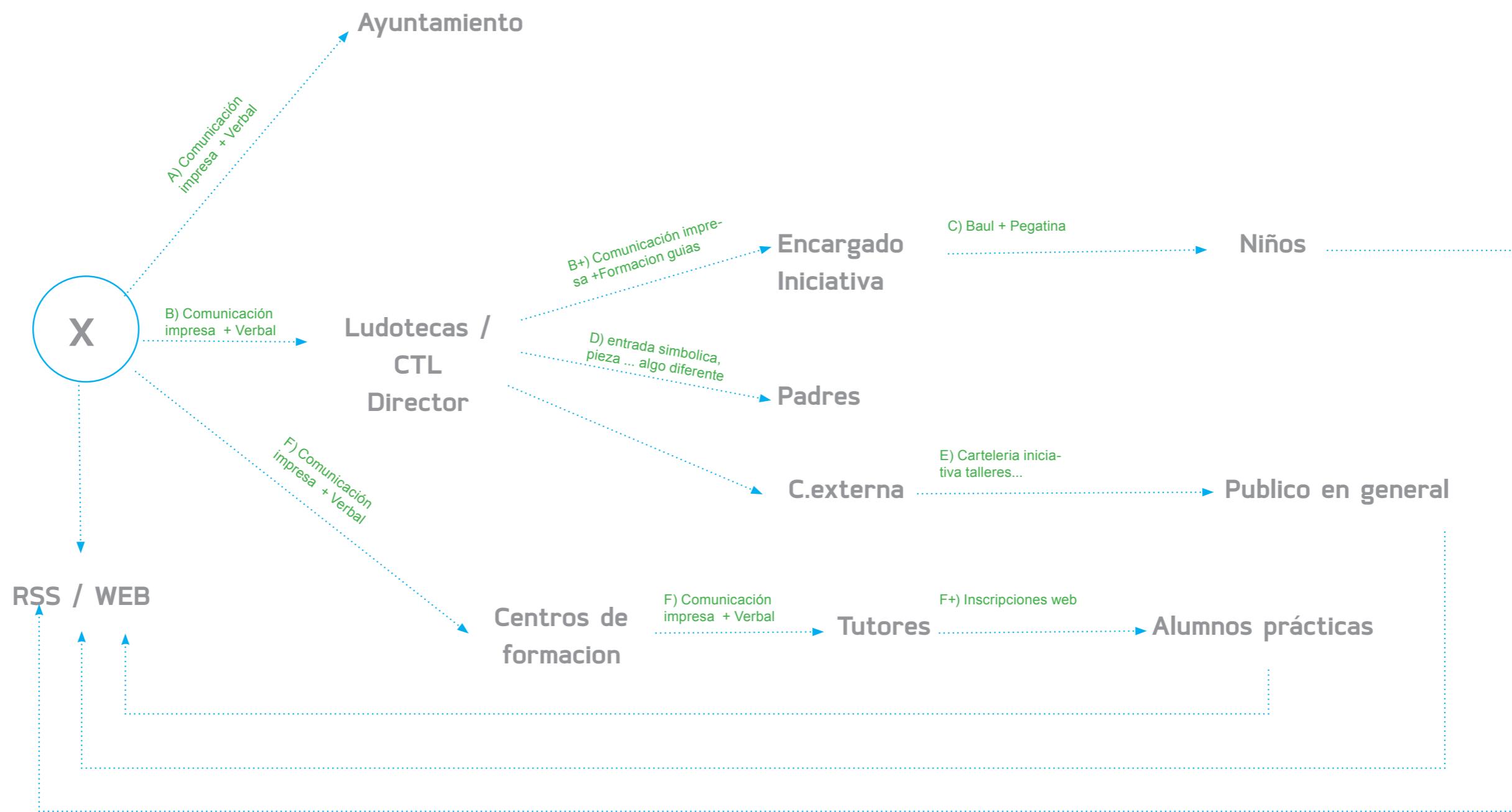
IDEACIÓN

Puntos de interacción



IDEACIÓN

Puntos de interacción



IDEACIÓN

Puntos de interación

Diseño WEB grafico - Plataforma Web.



Se diseñara la web de la iniciativa para que tenga un sitio propio con todos los contenidos reunidos. En la pagina exisitran apartados como: De que trata la iniciativa, como se consigue, recursos y materiales, eventos, contacto, galeria de creaciones.

Manual de Imagen corporativo



Se creara un manual que agrupe todas las normas de uso y aplicacion de la amrca asi como todas las aplicaciones, con ello dotaremos a la marca de una imagen coherente y homogenea.

Dossier captación de entidades.



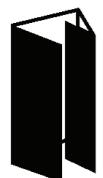
Cuando nos reunamos con alguna de las empresas adjudicatarias de espacios como ludotecas o CTL nos ayudaremos de este dossier para poder explicar de manera adecuada que se pretende y asi no dejarles ninguna duda que es un proyecto atractivo para ellos.

Guia Creativa.



Guia utilizada por ludotecarios y niños de manera que les sirva de inspiración a la hora de realizar el taller, esta guia ira creciendo a medida que se añadan las nuevas creaciones relaizadas por los niños.

Triptico.



Triptico en el que se plasmara la iniciativa de una manera general para que sea valido tanto para entidades como para padres y niños, Valores buscados en los talleres.

Guia pasos o instrucciones para Encargado iniciativa.

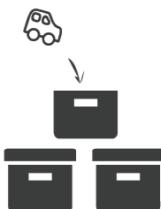


Guia utilizada por ludotecarios para entender la iniciativa y saber gestionar los juguetes en desuso desde el primer momento.

IDEACIÓN

Puntos de interación

Pegatinas en baul juguetes rotos



Se diseñara las pegatinas en diferentes medidas para poder adaptarlas a las cajas en las que se iran guardando los juguetes en desuso de los espacios.



Fondos para las creaciones en las fotos

Cuando los niños ya tengan hechas sus creaciones se les hara fotos con ellas, por lo que hara falta tanto un fondo en grande para poner a el niño con su creacion, como a el juguete solo para añadirlo al dossier creativo.

Carteleria Eventos taller Creagüetes



Se compondran carteles para poder promocionar los eventos de los talleres asi como en que espacios pueden solicitar informacion sobre ellos.



Paginas Sociales

Se crearan todas las paginas necesarias para poder difundir la iniciativa asi como darle repercusion a los nuevos juguetes creados por los niños.

Durante el taller



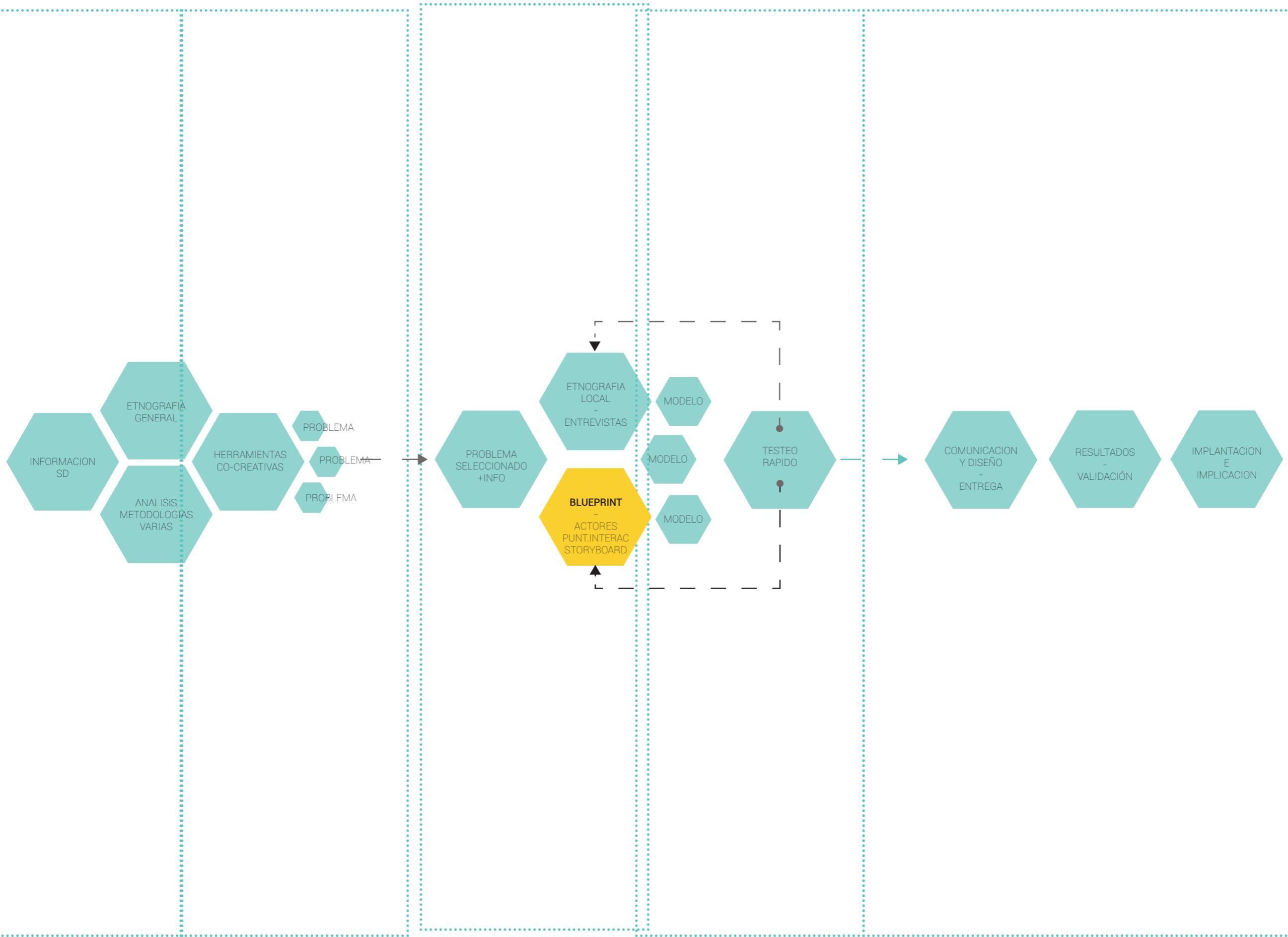
Sera preciso diseñar de correcta distribucion de las herramientas quizas indicando graficamente cuales pueden ser utilizadas por los niños y cuales son las que necesitaran ayudar por parte de los padres o el personal del espacio.

Identificacion de los participantes.



Triptico.

Triptico en el que se plasmara la iniciativa de una manera general para que sea valido tanto para entidades como para padres y niños, Valores buscados en los talleres.



01.9

Desarrollo de proyecto_

DESARROLLO

Mundo de inspiración gráfico



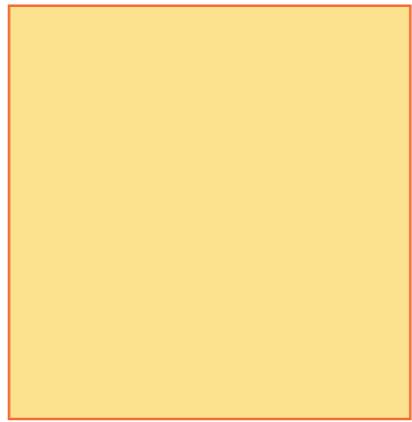
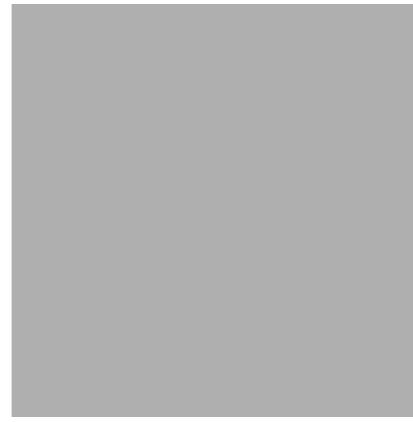
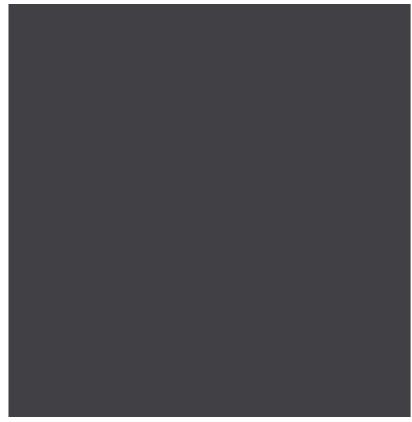
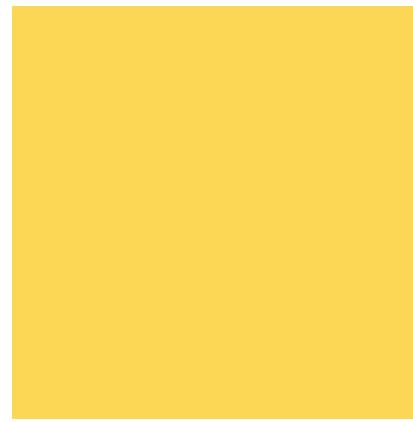
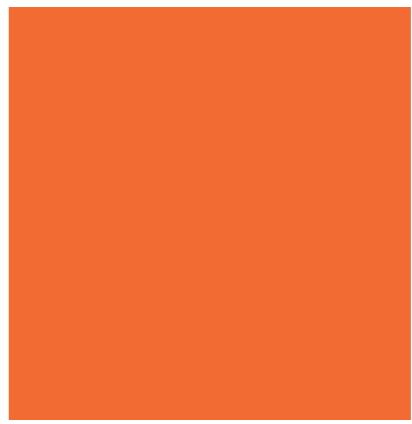
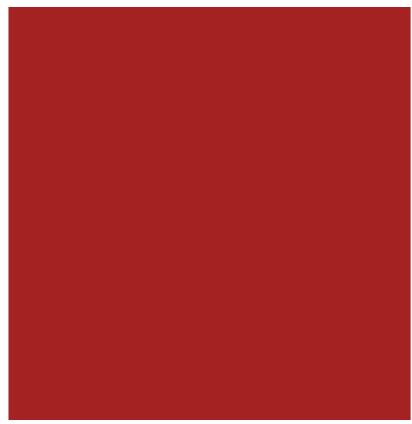
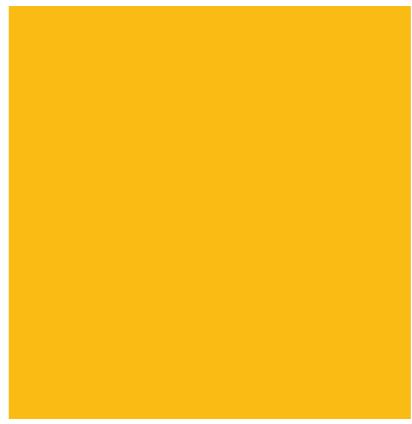
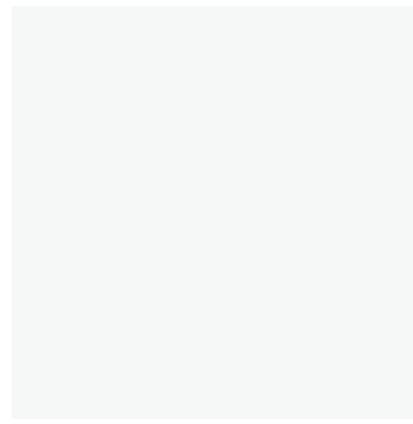
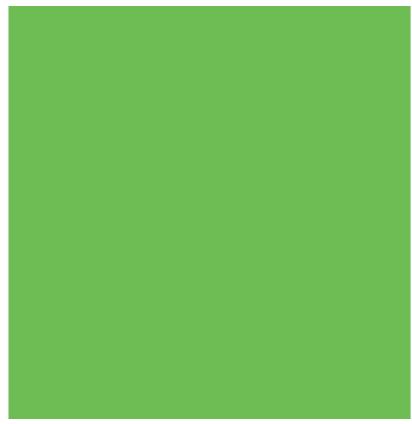
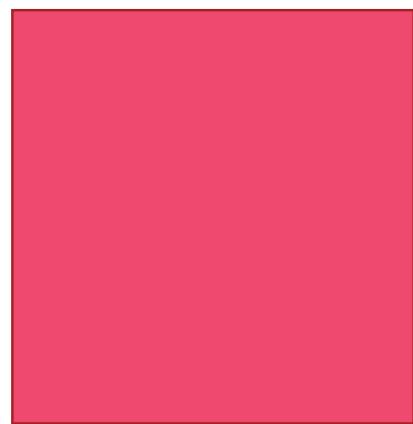
DESARROLLO

Mundo de inspiración tipográfico



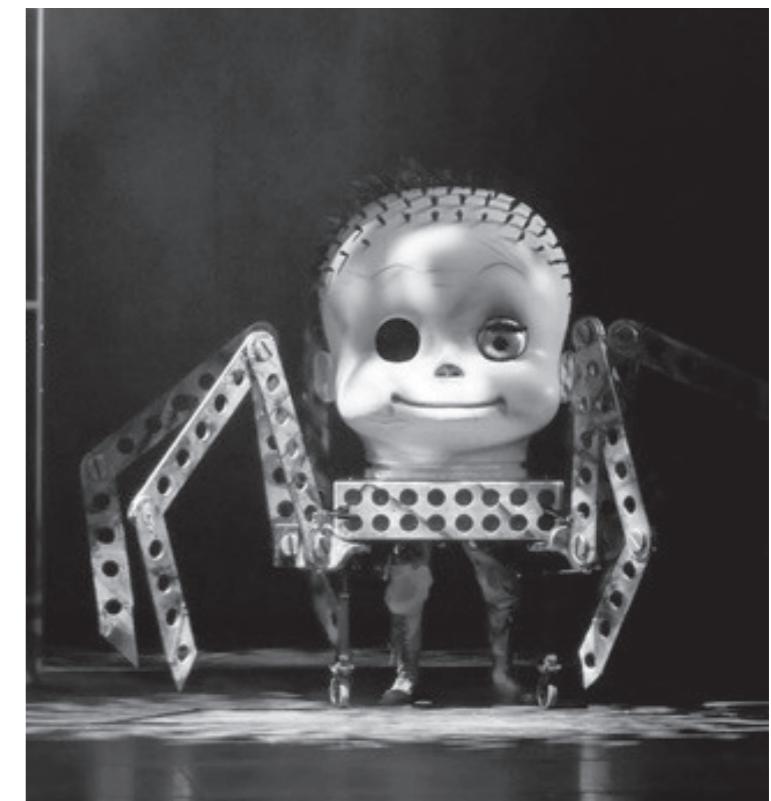
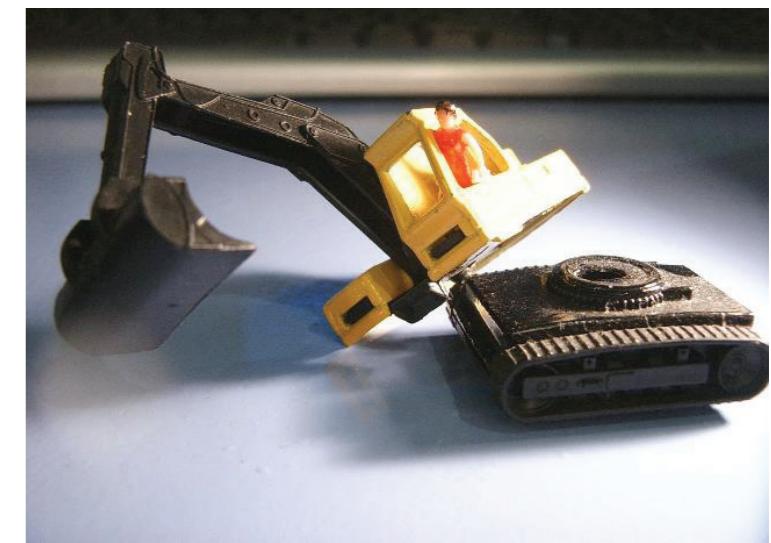
DESARROLLO

Mundo de inspiración del color



DESARROLLO

Mundo de inspiración juguetes



DESARROLLO

Naming para la iniciativa

El **término naming** (nombrar en inglés) se refiere a las técnicas para la creación del nombre de una marca¹. Naming es nombrar, poner nombre a una marca.

El naming requiere un proceso de creación de identidad de la marca, para que el producto se diferencie del resto.

La creación léxica de nombres de marca, también conocida como naming, desempeña un papel importante.

Construir una buena marca cuesta mucho años y esfuerzo, y permanece tanto como la empresa o el producto. Un problema en la fábrica, un error en el embalaje o un fallo en la campaña de publicidad se puede solucionar con un crédito bancario. Sin embargo, el nombre de la marca una vez que se ha lanzado al mercado, ya no tiene posibilidades de cambio. La principal razón por la que cada empresa tiene la necesidad de crear una buena marca, es por el hecho de que existe competencia.



DESARROLLO

Naming para la iniciativa



| SINONIMOS | DEFINICION (RAE) | IDIOMAS | | | |
|--|--|------------------|---------------|-----------------|--------------------|
| Muñeco cachivache chisme trasto trebejo armatoste artefacto cacharro zarrios | - objeto atractivo -composicion -entretenimiento | FABLA chuguet | INGLÉS toy | ITALIANO toy | LATIN ludibrium |
| OTRAS PALABRAS RELACIONADAS | | | | | |
| divertirse aprender ocio jugar entretenimiento retozar recreo recrearse esparcirse | | | | | |

DESARROLLO

Naming para la iniciativa



| SINONIMOS | DEFINICION (RAE) | IDIOMAS | | | |
|--|---|-------------------|--------|----------|-----------|
| Formar instruir aleccionar ilustrar guiar dirigir orientar doma afinar | - Dirigir - Encaminar - Doctrinar - Ejercicios - Ejemplos | FABLA | INGLÉS | ITALIANO | LATIN |
| | | | | | ludibrium |
| OTRAS PALABRAS RELACIONADAS | | | | | |
| | | reforma | | | |
| | | cambio | | | |
| | | renovacion | | | |
| | | transformacion | | | |
| | | correcion | | | |
| | | perfeccionamiento | | | |
| | | renovar | | | |

DESARROLLO

Naming para la iniciativa



| SINONIMOS | DEFINICION (RAE) | IDIOMAS | | | |
|--|--|--------------------|-------------------|--------------------------|------------------|
| conexión malla trama tejido enlace union engarce vínculo ensamble nexo aoplamiento | aparejos enlace conctar amistad mancomunidad | FABLA coneusion | INGLÉS network | ITALIANO collegamento | LATIN rutilus |
| OTRAS PALABRAS RELACIONADDAS | | | | | |

DESARROLLO

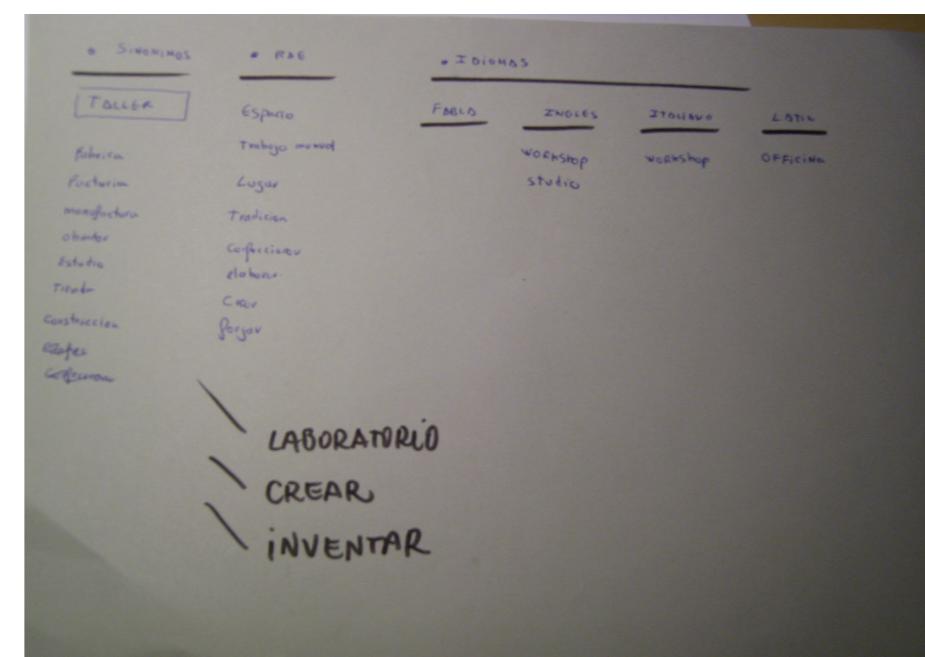
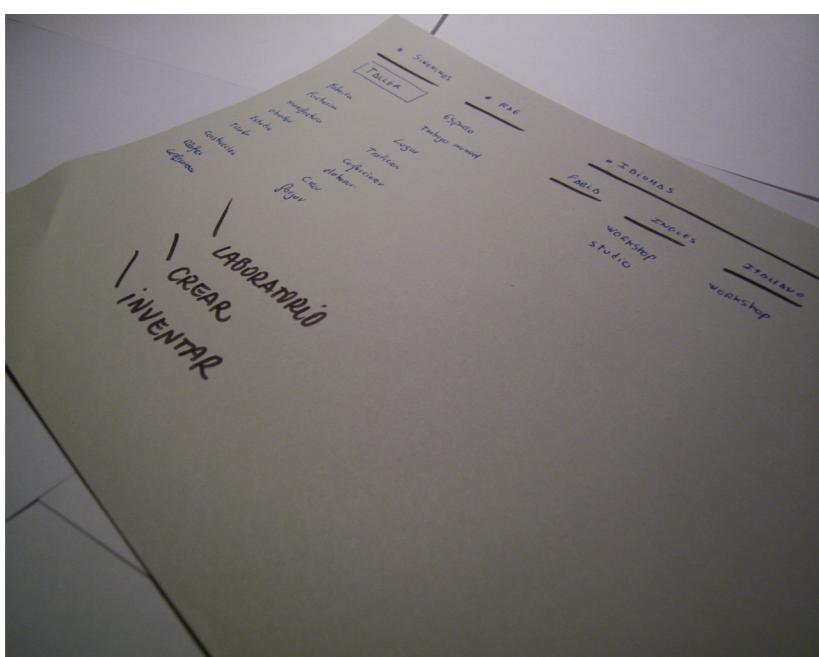
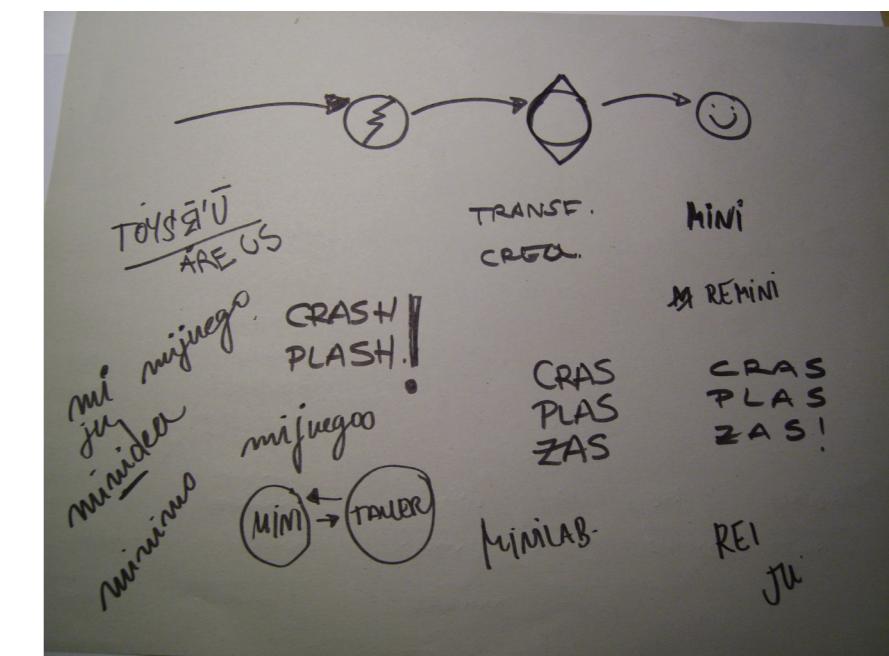
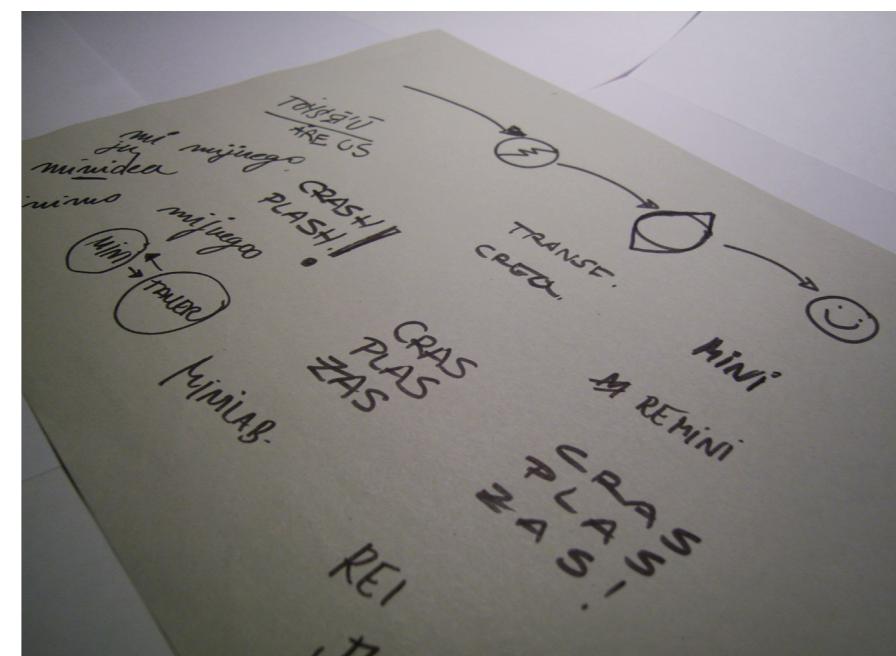
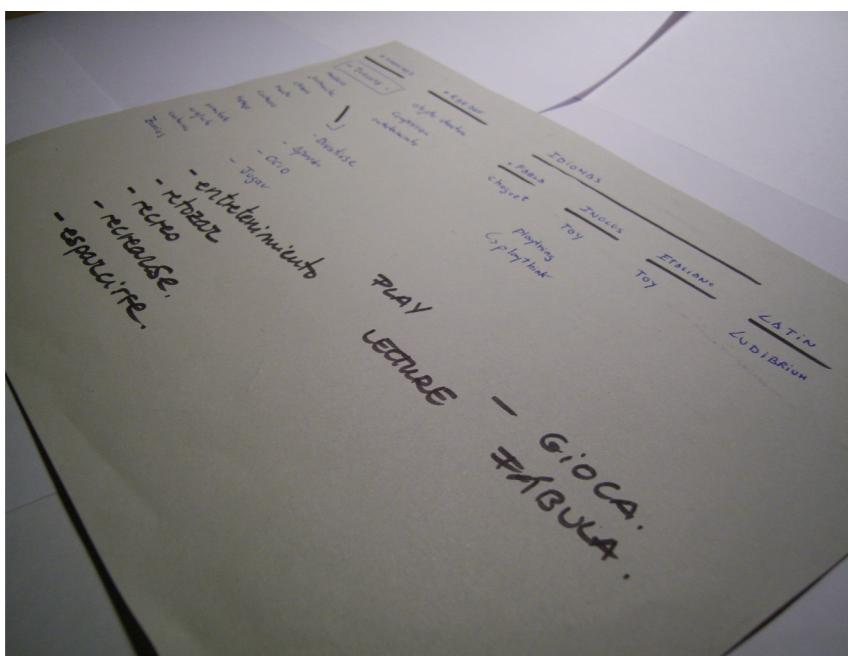
Naming para la iniciativa



| SINONIMOS | DEFINICION (RAE) | IDIOMAS | | | |
|--|--|--|--------------------|----------|----------|
| Fabrica factoria manufactura obrador estudio tienda construccion | <ul style="list-style-type: none">- espacio- trabajo manual- lugar- tradicion- confeccion- elaborar- crear-forjar | FABLA | INGLÉS | ITALIANO | LATIN |
| | | | workshop studio | workshop | officina |
| OTRAS PALABRAS RELACIONADAS | | | | | |
| | | <ul style="list-style-type: none">Laboratoriocrearinventar | | | |

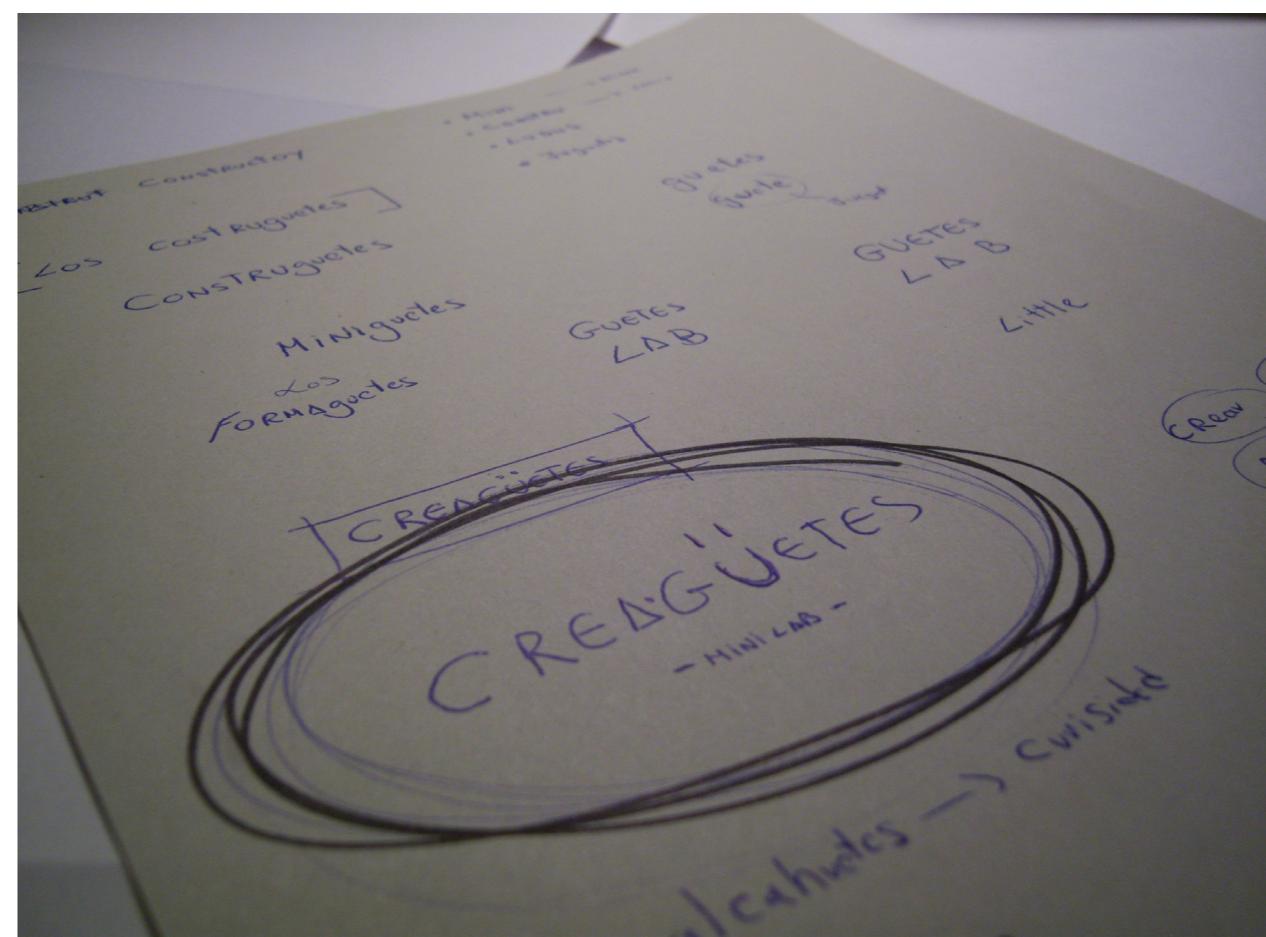
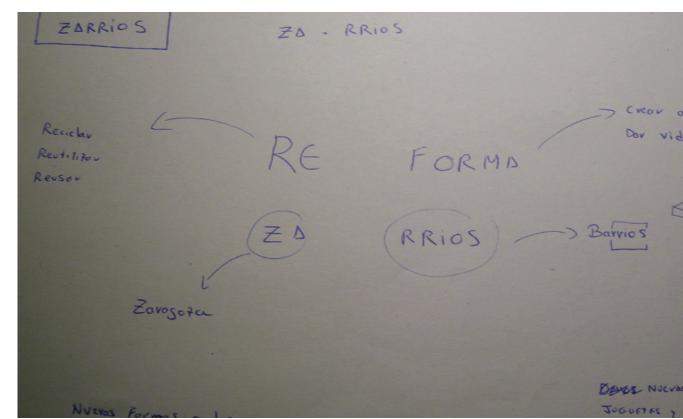
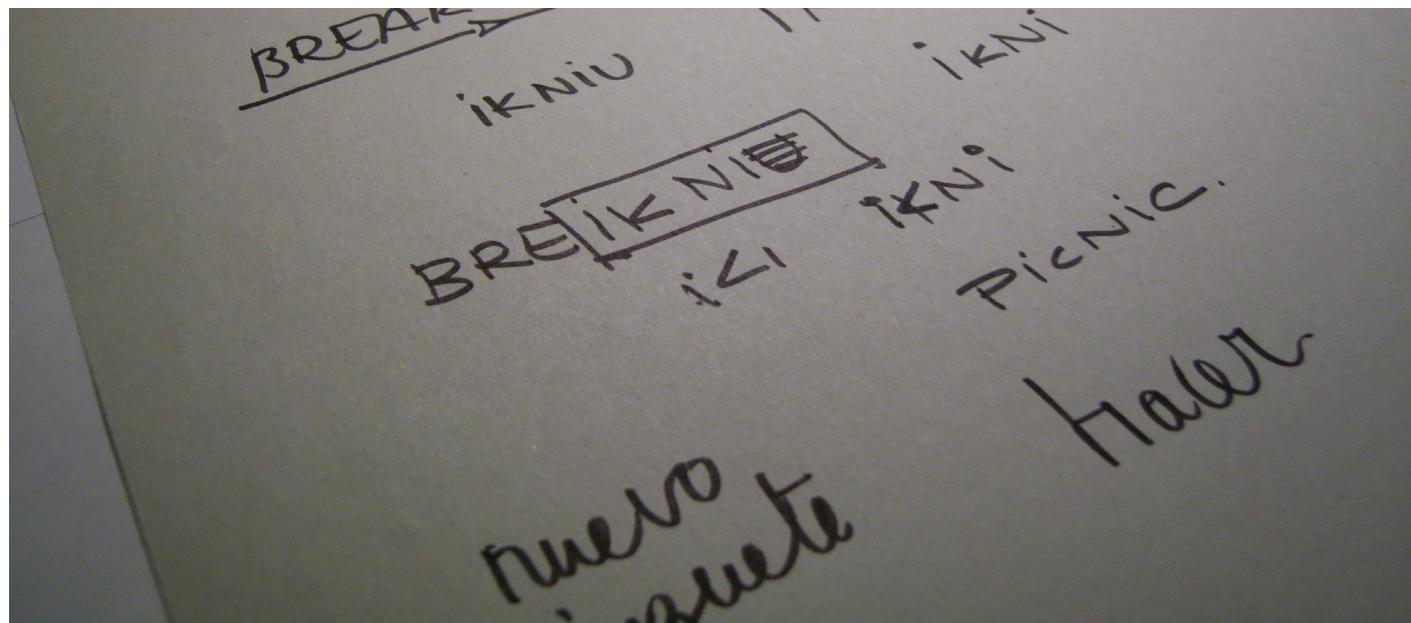
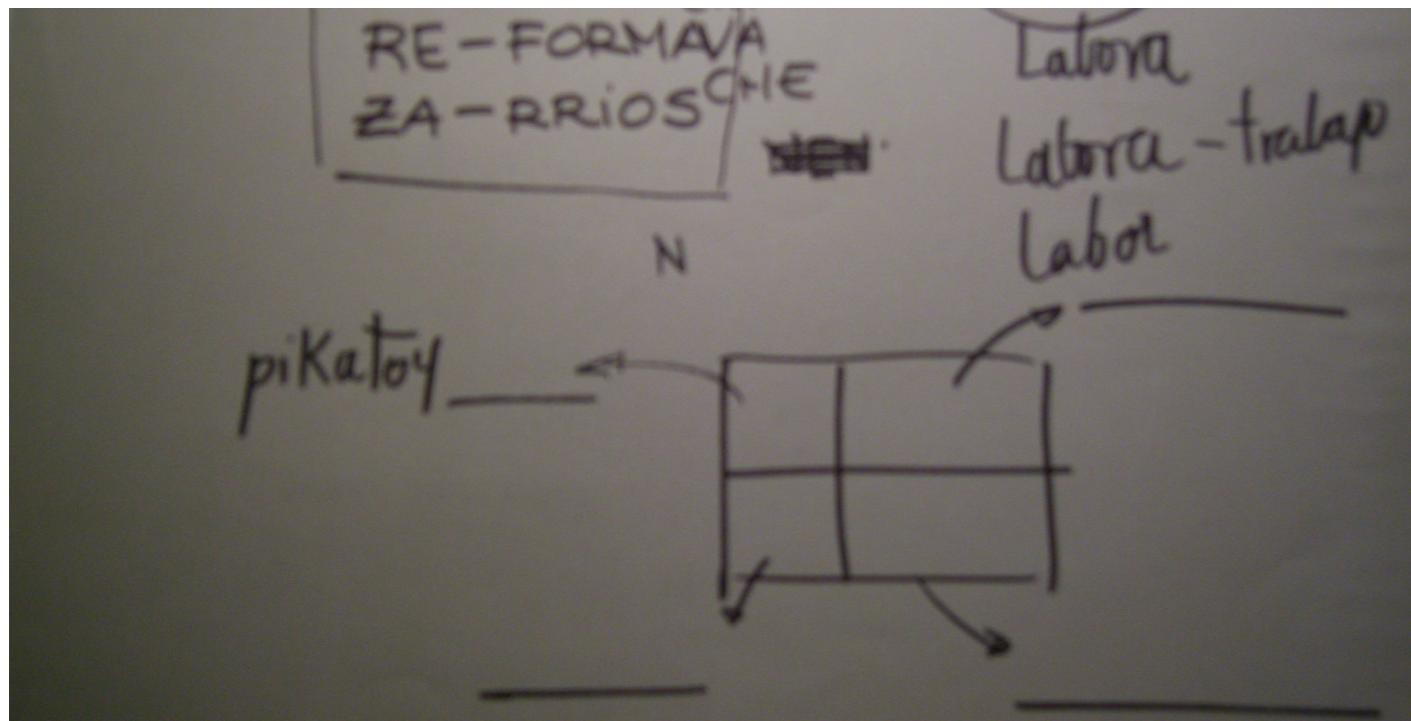
DESARROLLO

Naming para la iniciativa



DESARROLLO

Naming para la iniciativa



DESARROLLO

Naming para la iniciativa

Creagüetes

La cachivacheria

the toys lab

Reforma zarrios

Creagüetes

Re-toy

La jungla

Nombre escogido: Creagüetes

Al ser un nombre similar al de cacahuetes de por si ya se designa como un nombre gracioso y divertido, la dieresis de la u le puede dar mucho juego a la imagen pudiendo ser un referente como "smile" indicando la felicidad al venir a los talleres.

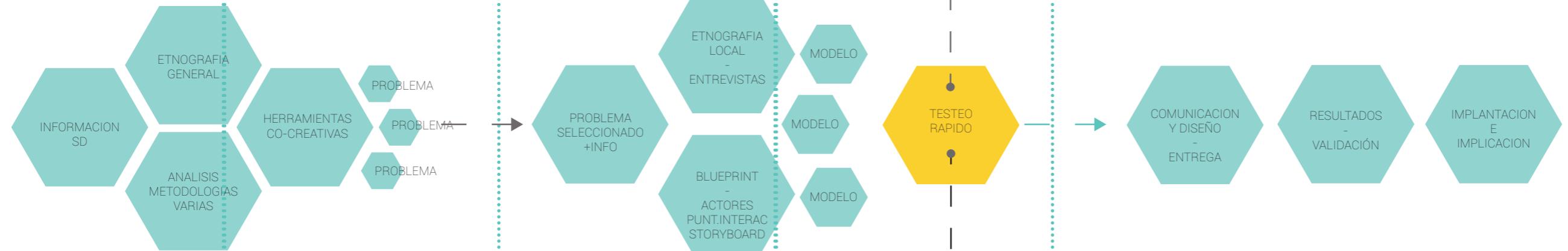
Creagüetes se forma en la unión de estas dos palabras

CREA:

Producir algo de la nada, Realizar algo partiendo de las propias capacidades; establecer, fundar, idear, construir: Imaginarse, formarse una imagen en la mente:

JUGUETE:

Un juguete es un objeto para jugar y entretener, generalmente destinado a niños. Ciertos juguetes son apropiados también para animales domésticos, en especial perros y gatos, existiendo incluso variedades de juguetes creados específicamente para ellos. Los juguetes pueden ser utilizados individualmente o en combinación con otros



01.10

Testeo_

Testeo

Invitaciones



Se propuso hacer un testeo para ver que problemas pudieran surgir y así poder mejorar la iniciativa de alguna manera.

Se crearon unas invitaciones y se enviaron por correo electrónico a listas de padres de las ampas y de el campamento virgen blanca.

El límite de plazas era de 12 para que así pudieramos ver el potencial del taller sin sobrepasarnos de personal.



Testeo

Participantes



El taller se organizó en OSZAGALES donde me prestaron las instalaciones y materiales para el testeo, dado que durante las entrevistas conocí a la encargada de gestionar los espacios de esta entidad y le fui comentando el proyecto.

NECESIDADES OBSERVADAS DURANTE EL TESTEO:

- Necesidad de tener piezas básicas ya construidas como uniones para ejes de ruedas.
- Pistola de silicona caliente demasiado al alcance de los niños para pensar como evitarlo

Formulario autorización

Ed: 01 / fecha 26-04-2014

Creagüetes
• Mini lab

TALLER DE RECUPERACIÓN Y CREACIÓN DE JUGUETES

Nombre niño/a: _____ Nombre Padre / Madre / Tutor: _____

1º Apellido: _____ 2º Apellido: _____ Teléfono Contacto: _____

Años: _____

AUTORIZACIÓN:
Yo _____, con DNI _____, Autorizo como Padre/Madre/Tutor de _____ a su participación en el taller de recuperación y creación de juguetes CREAGÜETES, para realizar las actividades que se llevan a cabo durante el transcurso de toda la actividad.

Protección de Datos:
Según lo dispuesto en la ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de carácter personal y dedicado a los datos que se solicitan en este formulario, manifiestar que se entrega voluntariamente los datos personales solicitados en esta ficha asumiendo el consentimiento expreso que OSZAGALES incluirá en dichos datos a sus ficheros para poder generar una base de datos de las personas que asistirán a la actividad. El usuario tendrá derecho a oponerse a que sus datos sean grabados y a acceder a dicho fichero con el objetivo de modificar, corregir o cancelar total o parcialmente su contenido solo con solicitarlo por cualquier medio de comunicación.

AUTORIZACIÓN DE IMAGEN:
AUTORIZO NO AUTORIZO
A que mi hijo/a sea FILMADO y/o fotografiado por el personal de la actividad y que haga uso de las imágenes tomadas mediante la publicación en el desarrollo del trabajo final de carrera relacionado con el evento-testeo Creagüetes.

Zaragoza _____ de _____ de 2014
Firmado: _____

AUTORIZACIÓN MÉDICA:
Autorizo a Os Zagales a tomar las decisiones médico-quirúrgicas en caso de que fuera necesario por prescripción facultativa y no se hubiera localizado a los padres o tutores en ninguno de los teléfonos de contacto aportados en el momento de hacer la ficha de inscripción.
De igual modo autorizo el traslado en vehículo particular hasta un hospital o centro de salud por necesidades médicas.
Entiendo de las condiciones que rige la presente actividad, así como que Oszagales y el personal encargado de la iniciativa Creagüetes NO SE RESPONSABILIZAN DE LOS PROBLEMAS QUE PUDIERAN SURGIR POR LA OCULTACIÓN DE DATOS MÉDICOS O DE CUALQUIER OTRO TIPO.

Firmo la presente en Zaragoza, a _____ de _____
Firma: _____

| | | |
|---|---------------|--------|
|  | Xesu | 5 Años |
|  | Begoñita | 5 Años |
|  | Juan | 6 Años |
|  | Pilar Latorre | 9 Años |
|  | Martin | 7 Años |

| | | |
|---|---------------|--------|
|  | Nicolas | 7 Años |
|  | Diego | 6 Años |
|  | Daniel Castro | 6 Años |
|  | Olga | 5 Años |
|  | Carla | 8 Años |

Testeo

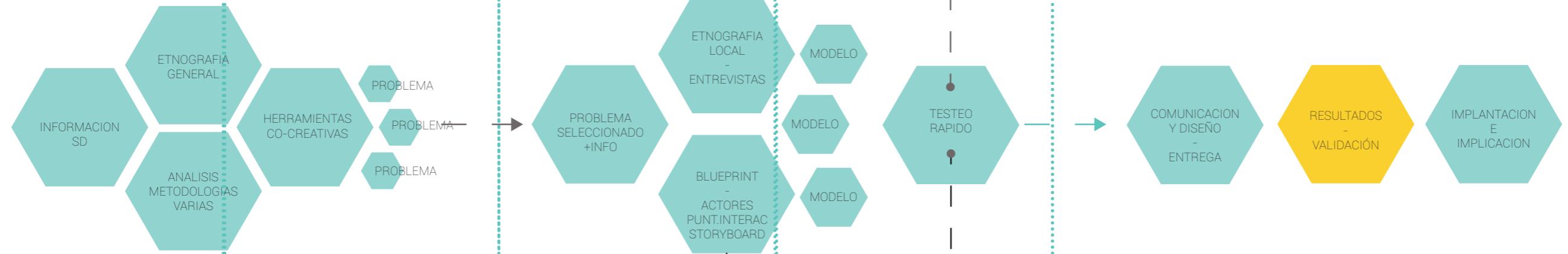
Fotos realizadas



Testeo

Fotos realizadas





01.11

Validación_

Validación

Implementación Real



Una vez que se han adherido la fundación os mesaches a la iniciativa de Creagüetes se va preparando un taller con todos los juguetes que tienen en desuso en las 3 entidades que gestionan:

CTL os mesaches

Ludoteca Barbol

Gabriel Garcia Marquez

Una vez marcada la fecha para realizar el taller se procede a poner carteles donde se marcará hora de inicio, organizador, patrocinador, breve explicación para padres y el indicativo de que es una actividad completamente gratuita.

Validación

Implementación Real



El taller se realiza en la calle Octavio Paz 16, en la zona comun de "estono es una sola" en la cancha de baloncesto.



Validación

Implementación Real



En los laterales del espacio se colocan carteles que puedan inspirar creativamente a los niños con algunas creaciones de juguetes híbridos.

Validación

Implementación Real



La disposición de las mesas es tal y como se especifica en la guia de el ludotecario.

Herramientas para niños por un lado y herramientas con padres o adultos por otro, en esta mesa habra una persona supervisando las pistolas de pegamento caliente.



Validación

Implementación Real



Una vez que ha dado la hora de empezar el taller y aproximadamente han llegado todos los niños inscritos se les dice que ya pueden ir cogiendo juguetes de las cajas para poder realizar sus creaciones.

Validación

Implementación Real



Los padres y monitores serán los encargados de ayudar en medida de lo posible al niño, dandole en todo momento consejos y ayuda a los problemas que les pudieran surgir.



Validación

Implementación Real



Tambien es importante dejar un pequeño espacio de tiempo solo al niño para que este no se sienta coibido y pueda probar cosas que por el contrario no haria si estuviera con un mayor delante.

Validación

Implementación Real



Conforme avanza el taller ya se van viendo las creaciones de algunos de los niños y niñas.

Validación

Implementación Real



Una vez que el niño considere uno de sus juguetes acabado se dejara en una mesa dedicada exclusivamente a depositar estos nuevos juguetes.

Allí no molestaran mientras se realiza el taller e impide que otros niños cojan sus piezas de nuevo.

Validación

Implementación Real



Una vez concluido el taller se les hará entrega de un diploma acreditativo de que ha participado en las jornadas de recuperación creativa de juguetes.

Conjuntamente a los padres también se les hace entrega de un tríptico en el que se reseñan los valores clave de la iniciativa.



Niños participantes

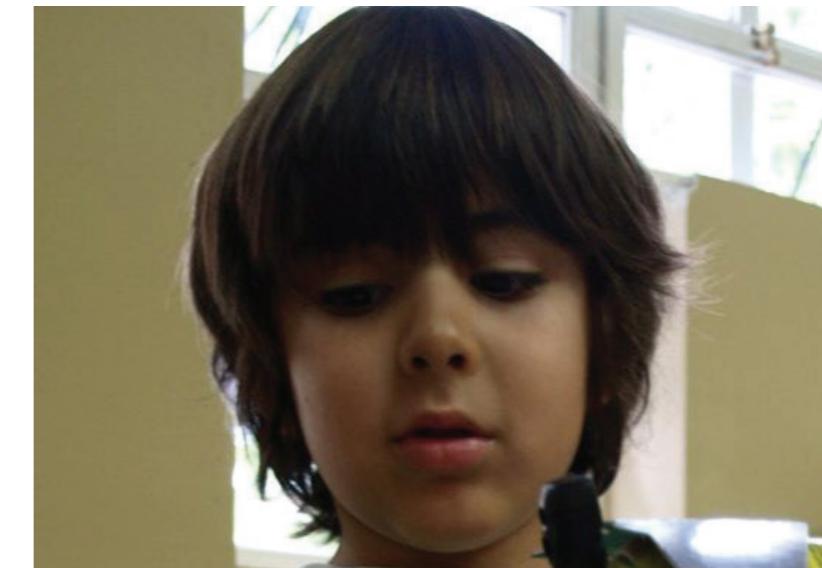
Testeo y validación real



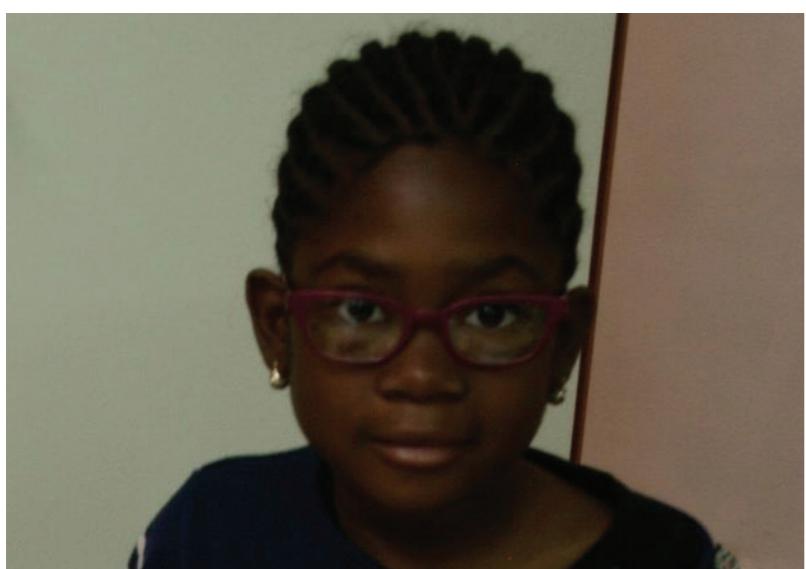
Lee



Chesu



Alex



Begoña



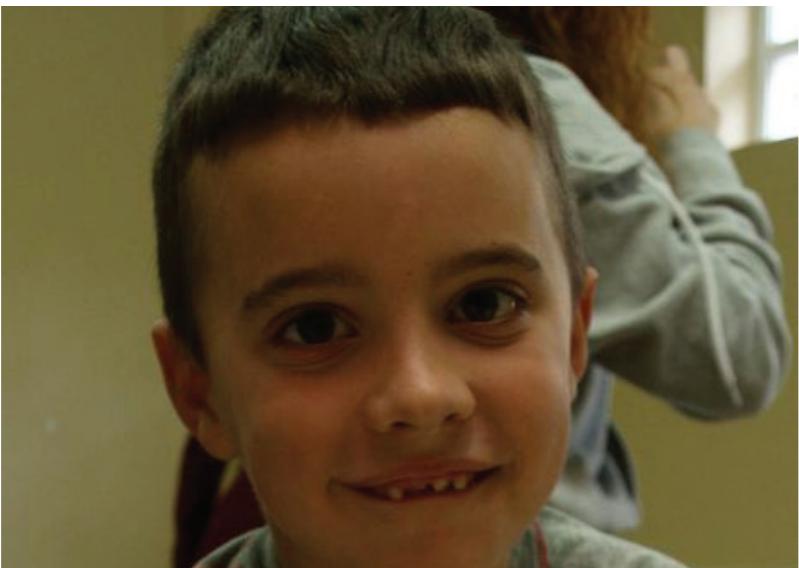
Daniel



Pilar

Niños participantes

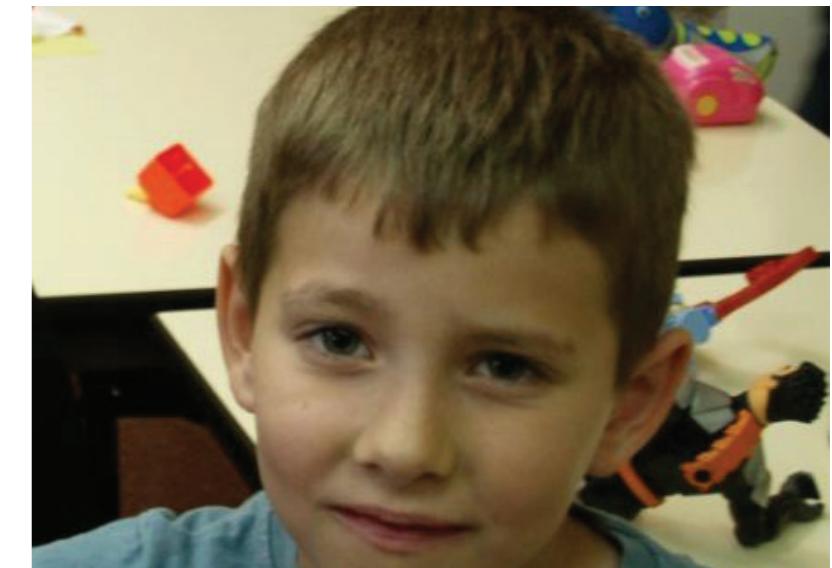
Testeo y validación real



Martin



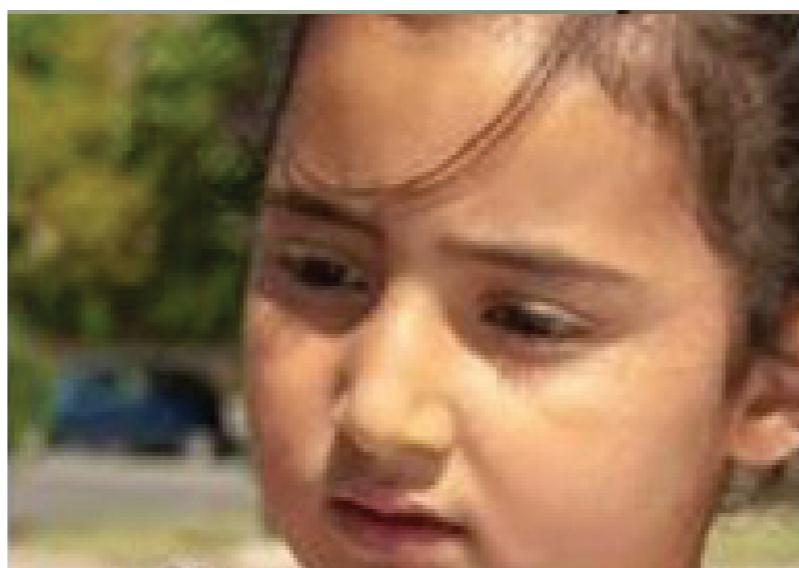
Juan



Nicolas



Carla



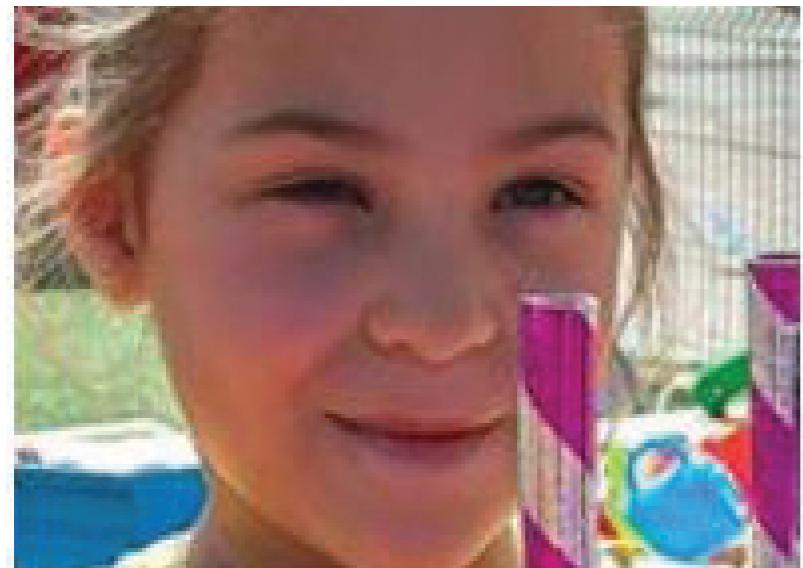
mhalika



Begoña

Niños participantes

Testeo y validación real



Olga



Josef



Soumia



Maria



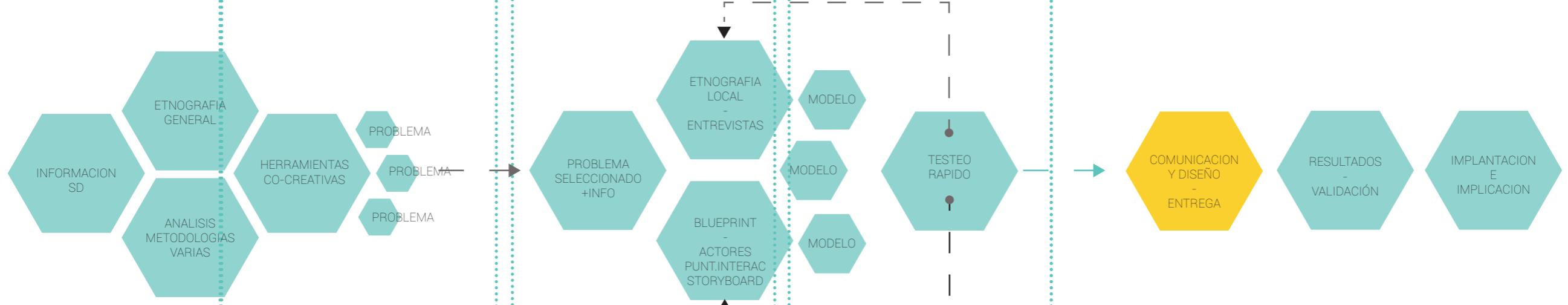
Buz



Ines

ANEXOS

- MANUAL CORPORATIVO
- GUÍA INICIATIVA
- GUÍA CREATIVA



02

Manual corporativo_



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVO

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVO



El presente documento pretende ser una guía práctica en el que se recogen los aspectos generales que afectan a la Imagen de la iniciativa de recuperación y reutilización de juguetes rotos o en desuso CREAGÜETES..

En los diferentes capítulos, se establecen unas normas básicas para la correcta aplicación de logotipos, tipografías y colores corporativos, en los diferentes soportes y medios.

ÍNDICE

MARCA

- Introducción (08)
- Logotipo (09)
- Construcción (10)
- Area de respeto (11)
- Tamaño mínimo (12)
- Version a Una tinta(13)
- Sobre fondos (14)
- Usos indebidos (15)
- Colores corporativos (16)
- Tipografia (17)
- Recursos Gráficos (18)

APLICACIONES

- Papeleria corporativa (20)
- Aplicaciones (22)
- Formatos de papel DIN (24)
- Carpeta Corporativa (26)
- Carteleria evento (30)
- Diploma niños (32)
- Pegatinas (34)
- Identfcadores Nombre (36)
- Tríptico (38)
- Guía de inspiración creativa (40)
- Guía de Iniciación (42)
- Sobre americano pequeño (44)
- Sobre americano grande (48)
- Ficha Inscripción Taller (50)
- Tarjeta (52)
- Bolsa corporativa (54)
- Marcaj textil (58)
- Camisetas (60)
- Gorras (64)
- Plataformas Web (66)

El presente manual se ha creado con la intención de proporcionar una imagen corporativa a la comunicación y difusión de la iniciativa Creagüetes.

El siguiente manual se utilizará fundamentalmente en los espacios que se adhieran para poder tener referencias de como se debe colocar el logotipo en los diferentes soportes de aplicaciones.

Es muy importante tener en cuenta que al final es la propia entidad la que ha de tener claro tanto donde han de colocar el logotipo como el uso de colores corporativos o que tipografías se deben utilizar en los diferentes soportes.

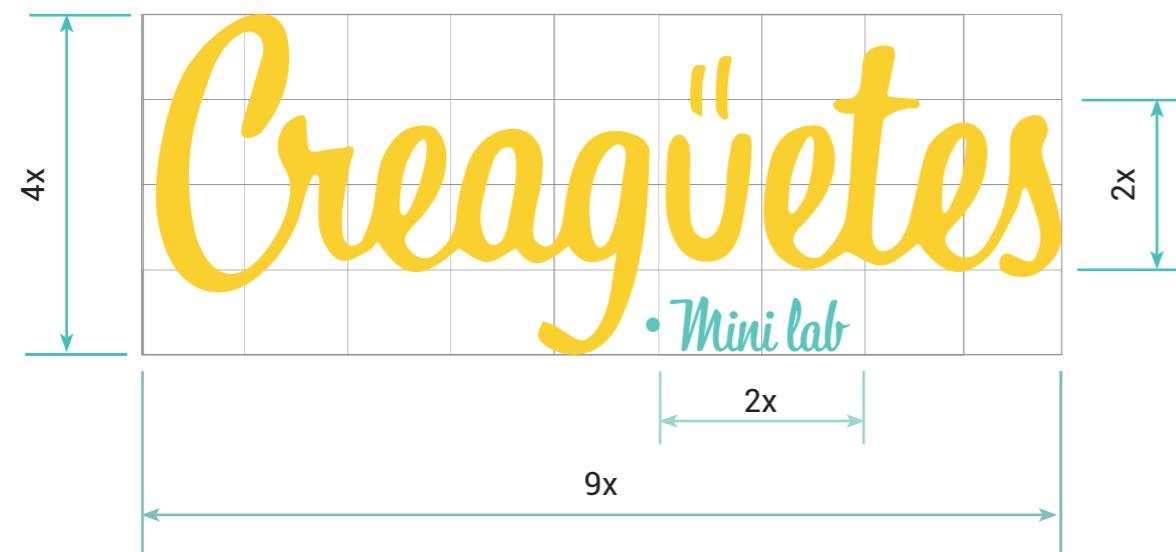
El logotipo es la representación gráfica de la marca y seña de identidad de la iniciativa.



El logotipo está formado por la palabra **(Crear y juguetes)**

Se respetaran siempre las proporciones que se indicaran más adelante.

1.3 Construcción



En la figura se muestra el imagotipo trazado sobre una cuadrícula que lo geometriza, indicando la posición de los puntos que lo definen. Siempre que se utilice el logotipo, este deberá guardar exactamente estas proporciones.

El imagotipo tiene una proporción de 9x4 unidades.

Cada una de las letras tiene 1 unidades de anchura aproximadamente.

Alrededor del imagotipo debe de existir siempre un área de respeto, para que no la invadan otros elementos del diseño, sobre todo textos.



Para asegurar la legibilidad del logotipo se establece un área a su alrededor que deberá permanecer siempre vacía en las proporciones que se indican en la imagen.

Se ha establecido una medida igual a 0.5 unidades de construcción.

1.4 Área de respeto

1.5

Tamaño mínimo

Para asegurar una correcta legibilidad del imagotipo se establece un tamaño mínimo de aplicación.



Se aconseja NO utilizar una medida mas pequeña de 10mm de altura para asegurar la cómoda lectura del logotipo.

1.6

Versión a una tinta

Versión reservada para aquellas aplicaciones en las que por motivos técnicos no puedan emplearse las 2 tintas.



En las ocasiones en que se deba emplear la versión a una tinta, y esta incluye la versión en blanco y negro, se usará siempre que sea posible en el color corporativo.

Para asegurar una correcta legibilidad del imagotipo sobre fondos se establecen normas de utilización.



Con el fin de asegurar la lectura del logotipo sobre fondos de color , el color del texto cambiará al negro o blanco.

Cuando sea sobre su propio negro, este pasará a ser amarillo o el azul corporativo.

En casos de fondo claro, el logotipo será igual que sin fondo.

Se deja a decisión del diseñador la consideración de cuando emplear uno u otro método.

Para que la marca cumpla su función se deben evitar usos no normalizados de la imagen corporativa.

MODIFICACIÓN DEL COLOR



LOGO MISMO COLOR CON BORDE NEGRO



NO PONER DIÉRESIS EN EL LOGO



DISTORSIÓN DE SUS PROPORCIONES



Girar el Imagotipo



DELANTE DE LOS RECURSOS GRÁFICOS



1.9 Colores corporativos

Para que la marca cumpla con su objetivo se utilizarán siempre los colores corporativos.



CMYK: 2 / 16 / 90 / 0

RGB: 252 / 210 / 26

#: FCA21A



CMYK: 60 / 1 / 31 / 0

RGB: 104 / 192 / 189

#: 68C0BA

La identidad de la marca está representada por estos 2 colores.

Se utilizarán para todas las aplicaciones que se quieran realizar en cualquiera de sus variaciones modificando su combinación.

1.10 Tipografía

Para que la marca cumpla su función se deben evitar usos no normalizados de la imagen corporativa.



ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
(.,,:?!\$%&") 0123456789

Roboto



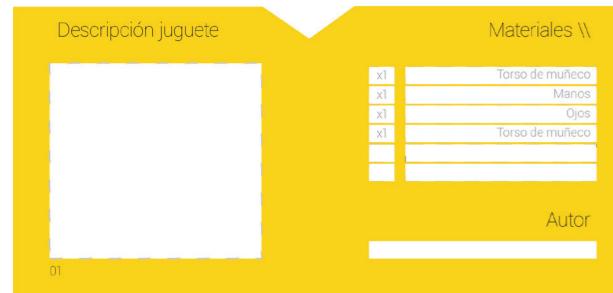
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
(.,,:?!\$%&") 0123456789

Arial

La tipografía utilizada en el logotipo es **Bistro** en su versión normal.

Se trata de una tipografía script de lectura sencilla y con carácter infantil adecuada a el público objetivo al que va dirigida la iniciativa.

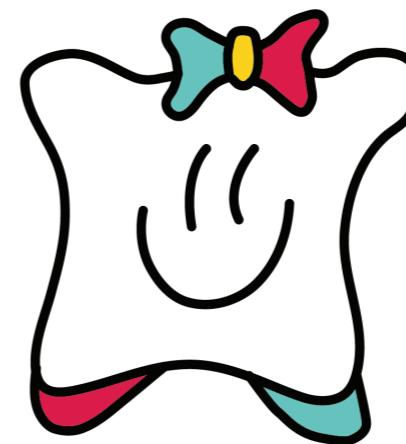
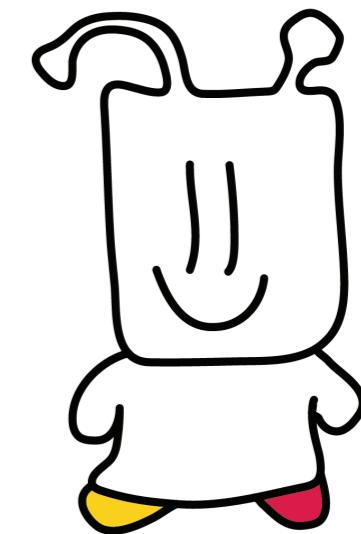
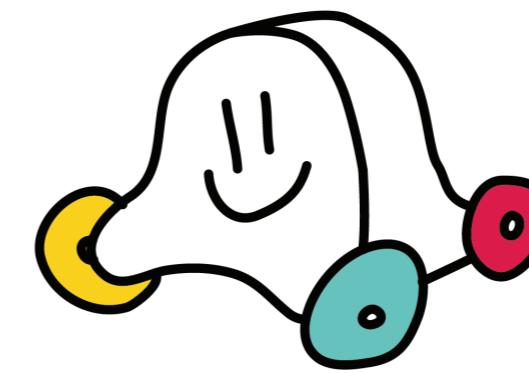
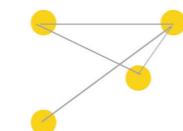
En caso de no poder utilizarse la tipografía ROBOTO en documentos se utilizará en su defecto una de las fuentes mas similares en sus letras como es la ARIAL.



Bold thin

Cualesson**mis**
funciones**en**esta
iniciativa

Cualesson**mis**
funciones**en**esta
iniciativa





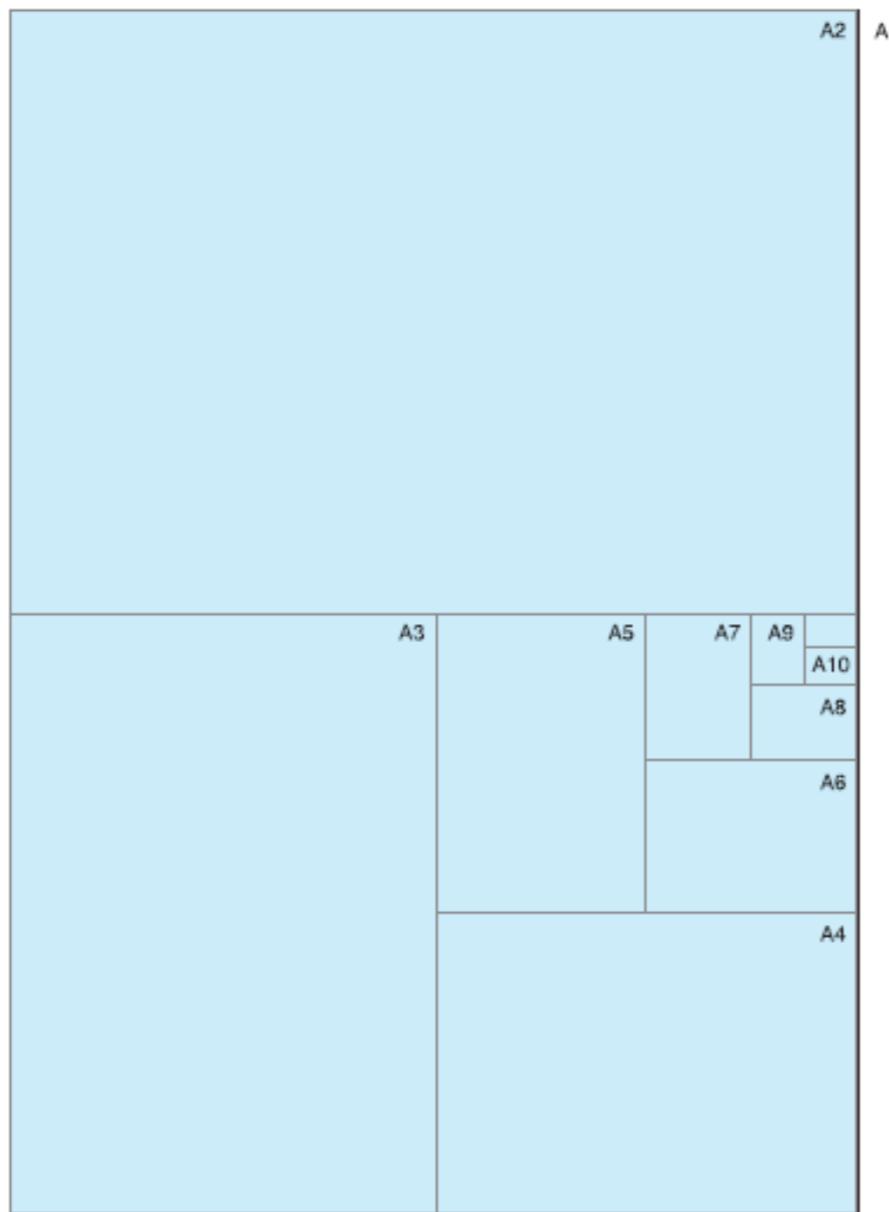
Papeleria_



Creagüetes
·mini lab

2.1

Formatos de papel (Normativa DIN).

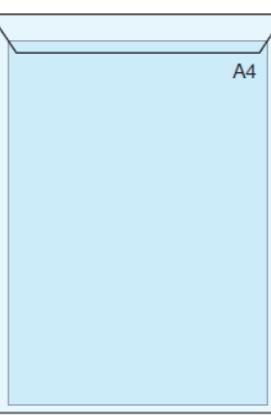


| Denominación | Serie A | Serie B | Serie C |
|--------------|-------------|---------------|-------------|
| 0 | 841 x 1.189 | 1.000 x 1.414 | 917 x 1.297 |
| 1 | 594 x 841 | 707 x 1.000 | 648 x 917 |
| 2 | 420 x 594 | 500 x 707 | 458 x 648 |
| 3 | 297 x 420 | 353 x 500 | 324 x 458 |
| 4 | 210 x 297 | 250 x 353 | 229 x 324 |
| 5 | 148 x 210 | 176 x 250 | 162 x 229 |
| 6 | 105 x 148 | 125 x 176 | 114 x 162 |
| 7 | 74 x 105 | 88 x 125 | 81 x 114 |
| 8 | 52 x 74 | 62 x 88 | 57 x 81 |
| 9 | 37 x 52 | 44 x 62 | |
| 10 | 26 x 37 | 31 x 44 | |

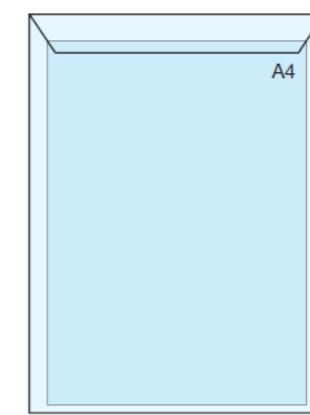
Medidas en mm

Siempre que sea posible se utilizará el estándar DIN para todos los documentos, formularios e impresos.

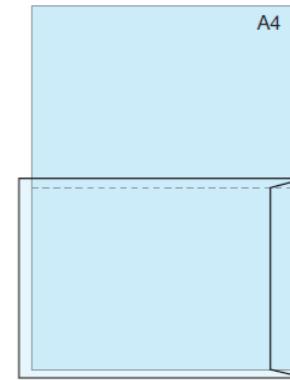
Además de las tablas y de las series de medidas, los sobres se detallan aquí, junto con la mayoría de formatos utilizados. El documento debe contener para su uso correcto.



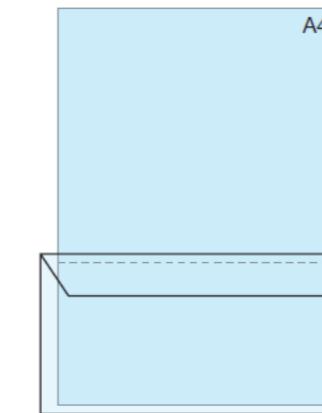
Sobre C4 (229 x 324 mm)



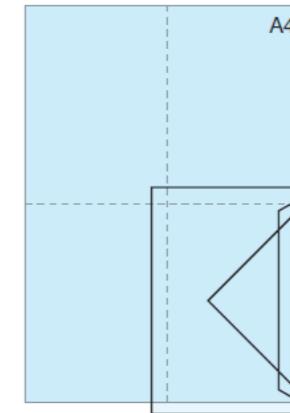
Sobre A4 (210 x 297 mm)



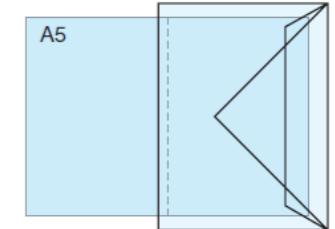
Sobre C5 (162 x 229 mm)



Sobre americano DL (220 x 110 mm)



Sobre C6 (114 x 162 mm)



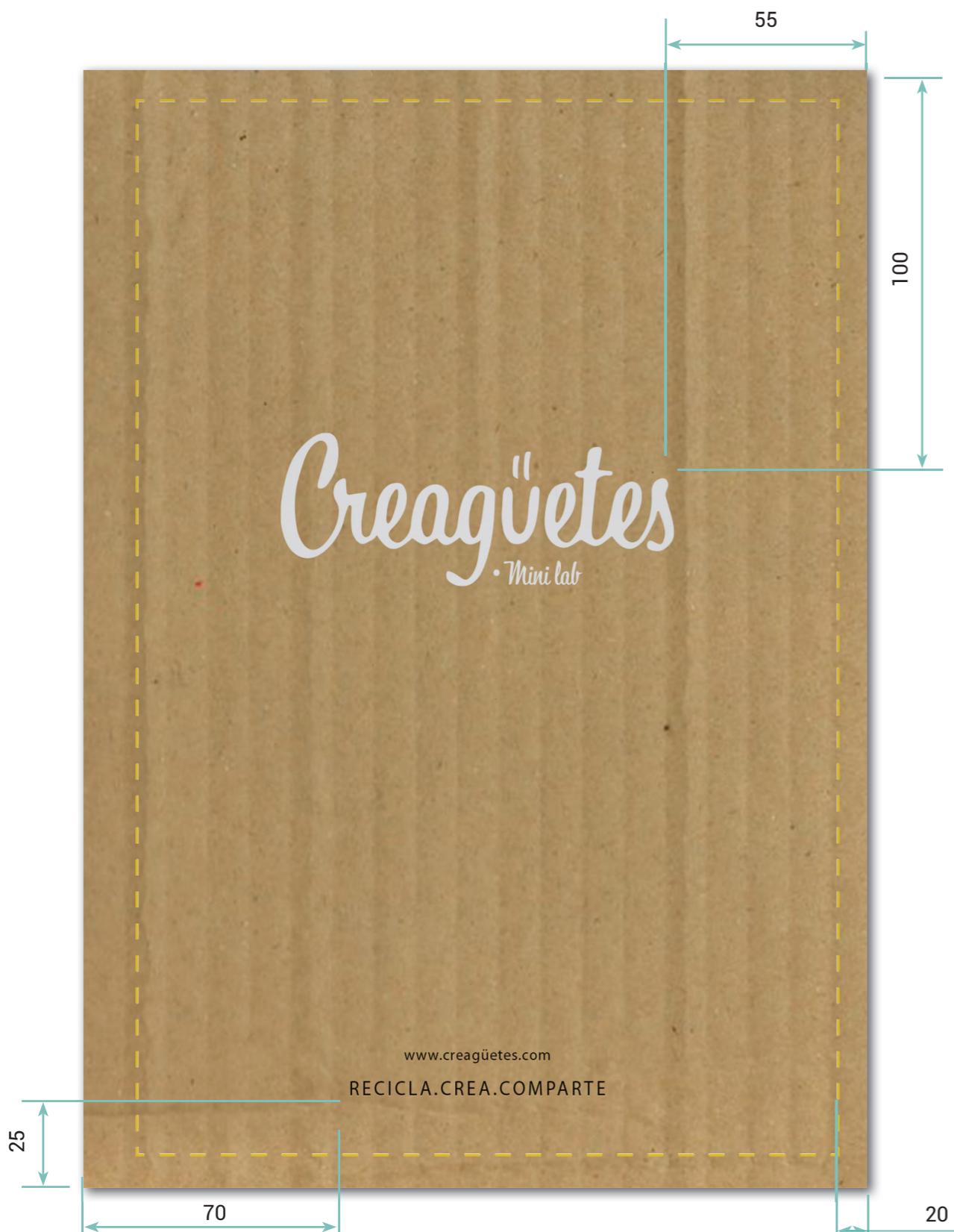
Sobre C6 (114 x 162 mm)

2.2

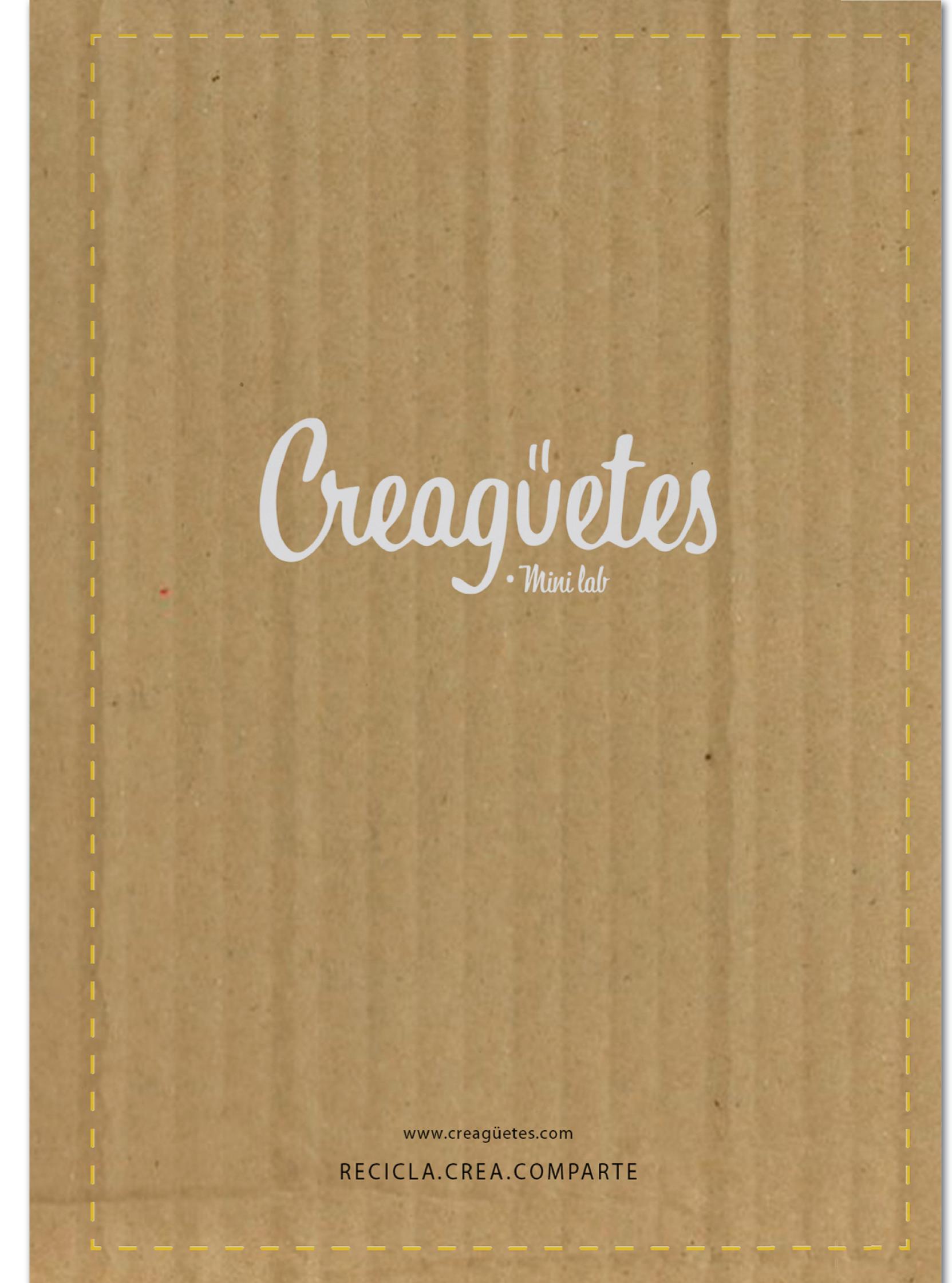
Formatos de papel (Normativa DIN).

Papeleria_Carpeta corporativa

Formato:
(315 x 222 mm)

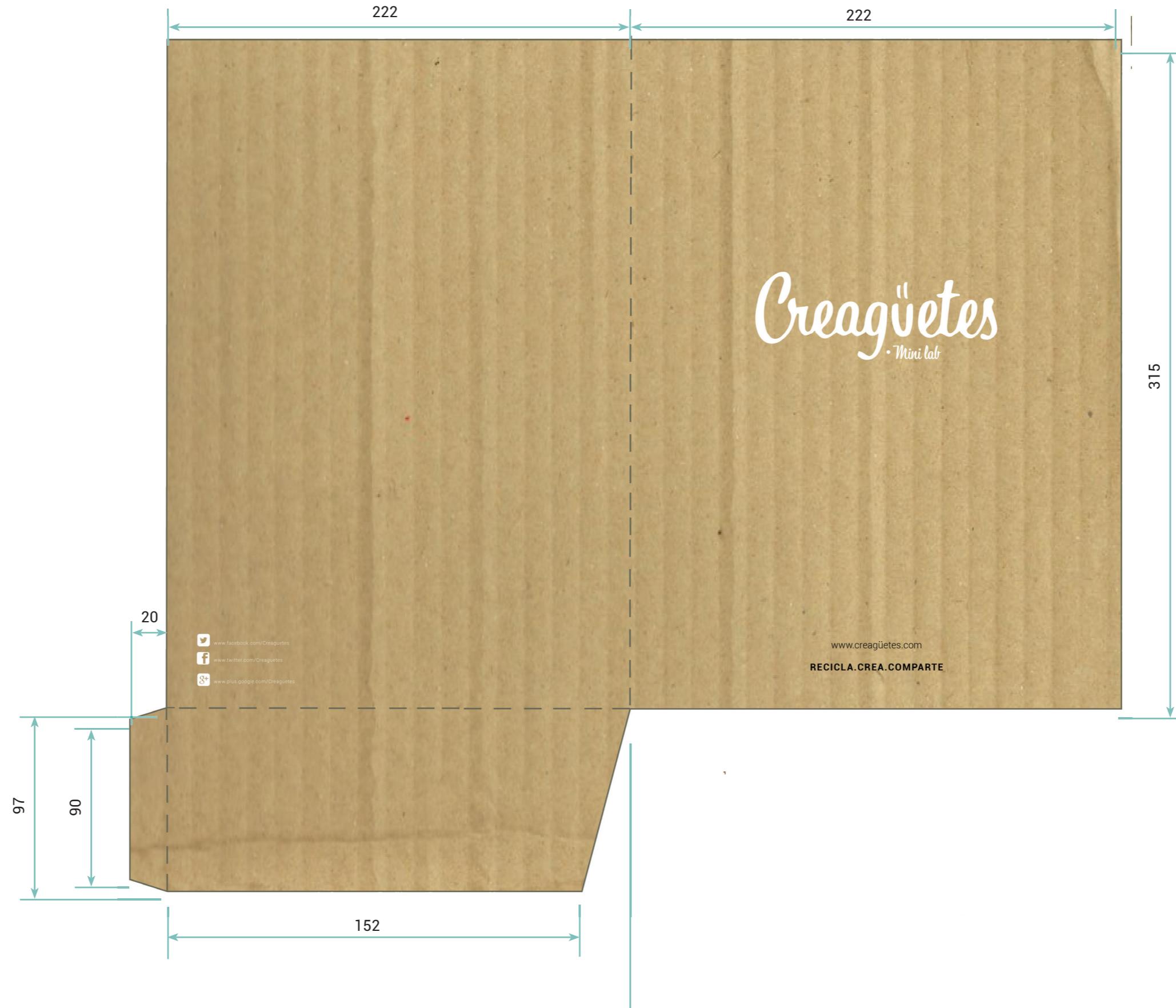


*Medidas en mm



2.3

Papeleria_Carpeta corporativa



2.4 Papelería_Cartelería evento

Formato:
A3 (297 x 420 mm)

Tipografía:
Roboto



*Medidas en mm



2.5 Papeleria_Diplomas Taller

Formato:
A4 (210 x 297 mm), Grueso

Tipografía:
Roboto, angelica



*Medidas en mm

Diploma

Se otorga el siguiente reconocimiento a:

Por haber concluido satisfactoriamente el taller y adquirir el reconocimiento de **Inventor Creagüetero**



2.6 Papeleria_Pegatinas cajas

Formato:
Varios formatos

Tipografía:
Roboto



*Medidas en mm



2.7 Papelería_Identificación niños

Formato:
(40 x 90 mm) Adhesivo

Tipografía:
Roboto



*Medidas en mm



2.8 Papelería_Factura

Formato:
A4 (210 x 297 mm)

Tipografía:
Roboto



*Medidas en mm



Guía de inspiración Creativa

Formato:
A4 (210 x 297 mm)

Tipografía:
Roboto



Comcoche

// Materiales

| | |
|----------------------|----|
| Carcasa de una comba | x1 |
| ejes de ruedas | x2 |
| gomets | x4 |
| ojos | x2 |
| | |
| | |

Lugar de creación //

MASAGHES

// Autor

Badr Marsane

Años //

6

2.10 Guía de inspiración Creativa

Formato:
A4 (210 x 297 mm)

Tipografía:
Roboto

Alargar la vida
de tus juguetes

Regla de las 3Rs



De qué trata la iniciativa

GESTIÓN JUGUETES ROTOS
CREATIVIDAD DE NIÑOS
RED COMUNITARIA

Iniciativa dirigida a las Ludotecas de Zaragoza en las que se ha detectado una carencia de gestión en relación con los juguetes en desuso / deteriorados y una gran desconexión entre entidades. Este proyecto trata de iniciar una red comunitaria de ludotecas en la que se impartirán talleres que buscarán la sensibilización y la promoción de los procesos de reutilización y reciclaje de juguetes a través de la creatividad de los niños.



2.11

Papelería_Sobre americano 110 x 220 mm, frontal

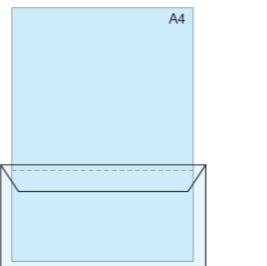
Formato:

Sobre (DL)

(220 x 110 mm)

Solapa:

40 mm



Sobre americano DL (220 x 110 mm)



*Medidas en mm

2.12

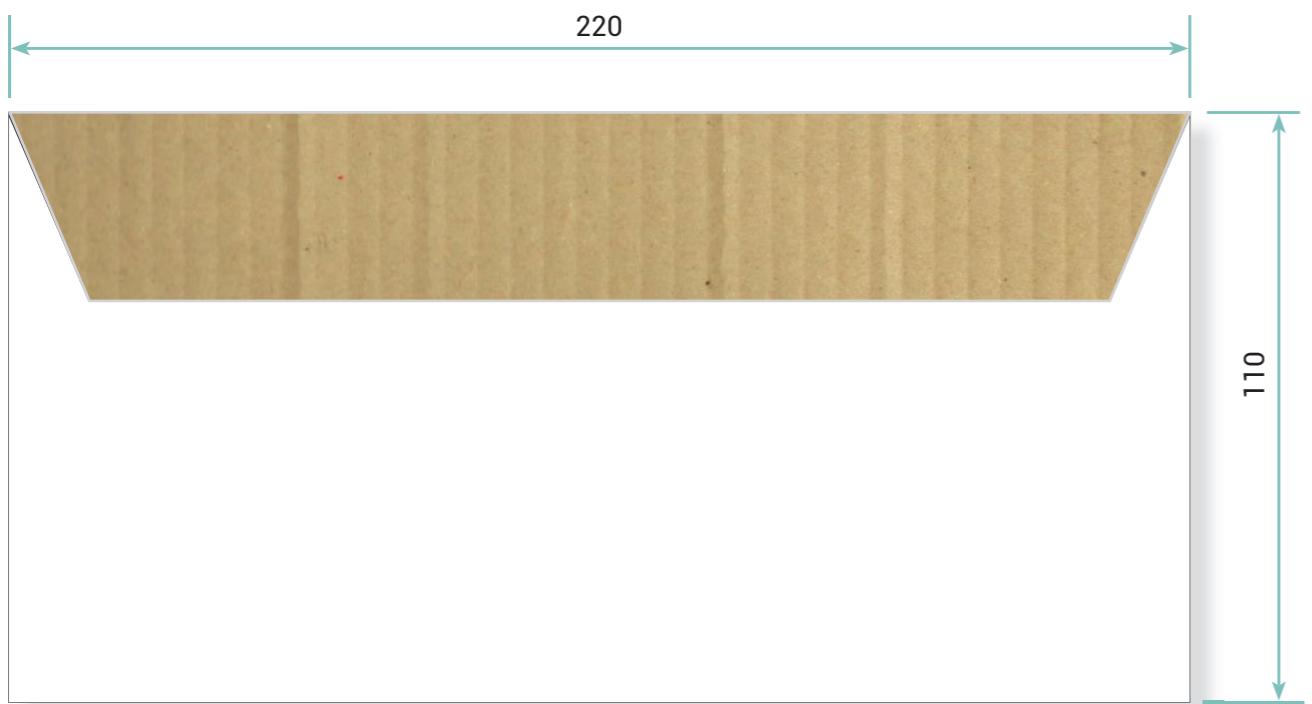
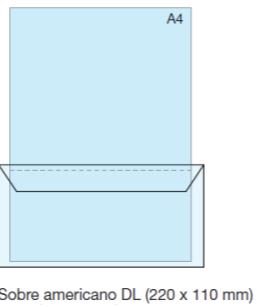
Papeleria_Sobres 110 x 220 mm, parte posterior

Formato:

Sobre Americano (DL)
(220 x 110 mm)

Solapa:

40 mm



*Medidas en mm

2.13

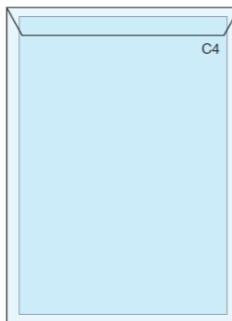
Papeleria_Sobres Americano 250 x 353 mm

Formato:

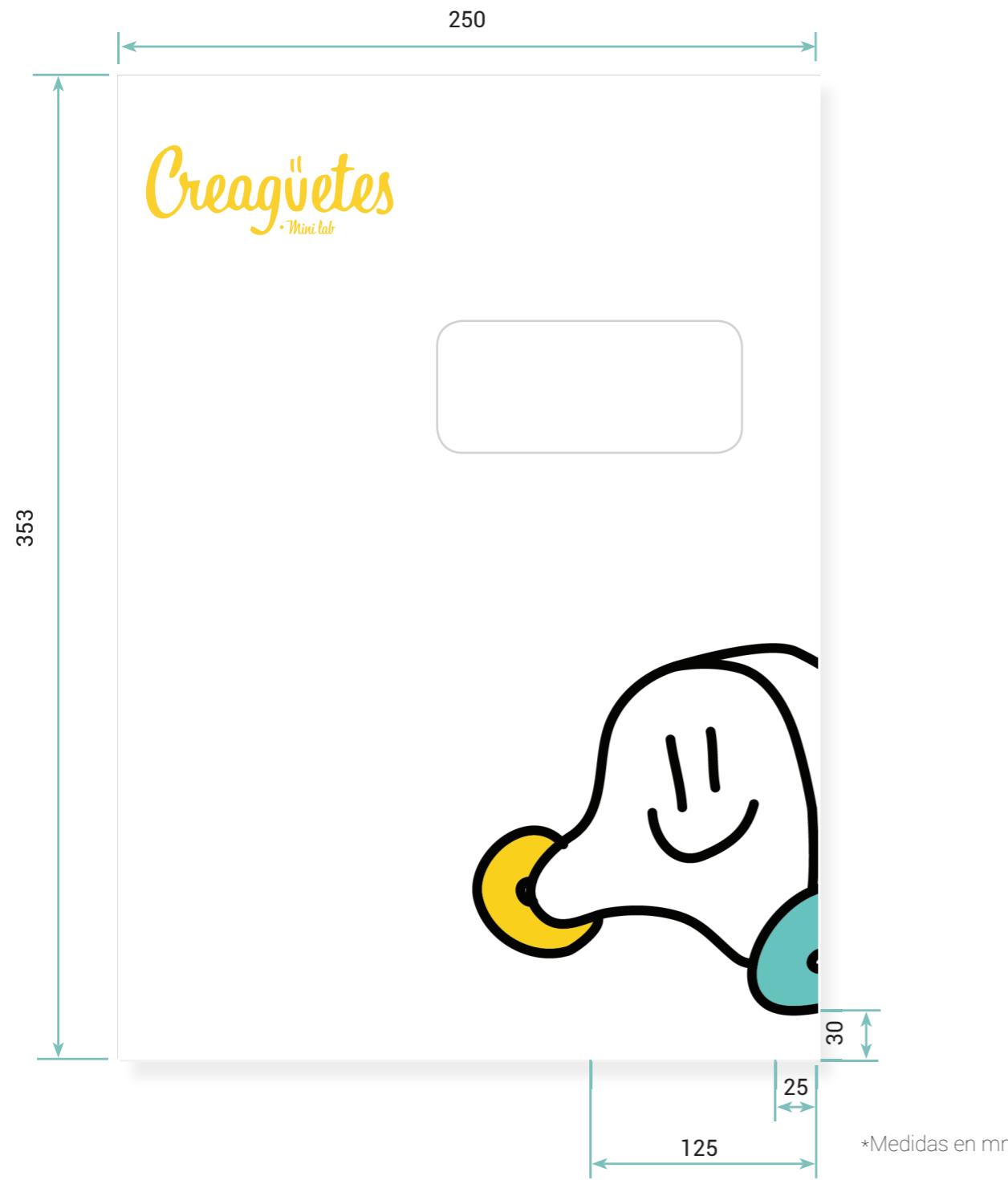
Sobre Americano (DL)
(250 x 353 mm)

Solapa:

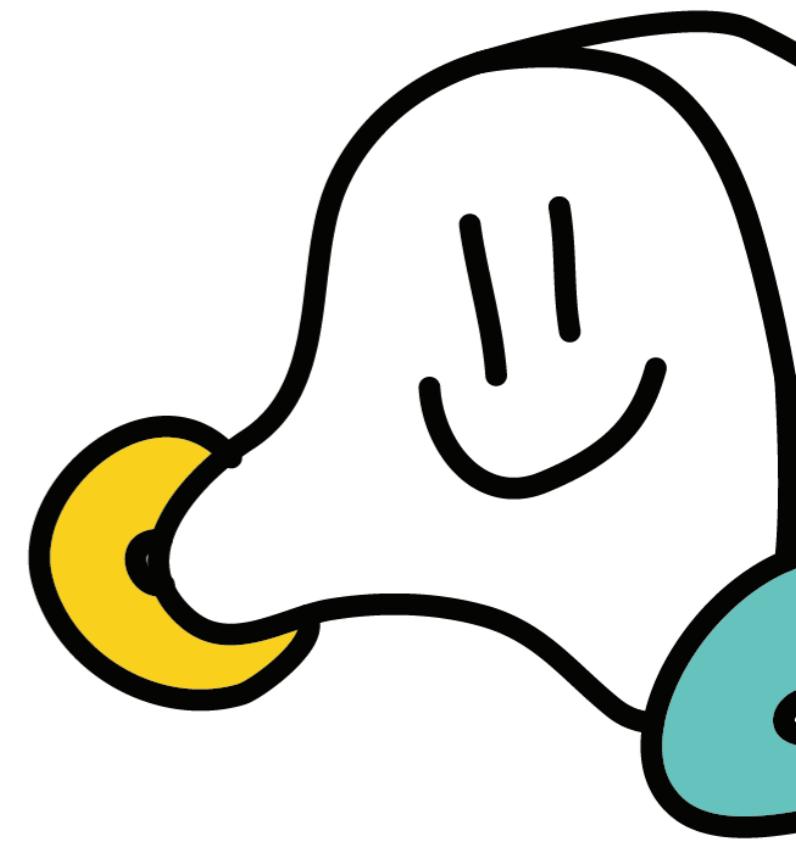
40 mm



Sobre B4 (250 x 353 mm)



Creagüetes
• *mini lab*



2.14 Papeleria_Ficha inscripciones taller y autorización

Formato:
A4 (210 x 297 mm)

Tipografia:
Roboto

25

Ed: 01 / fecha 26-04-2014

Creagüetes

• Mini lab

TALLER DE RECUPERACIÓN Y CREACIÓN DE JUGUETES

Nombre niño/a: Nombre Padre / Madre / Tutor:

1º Apellido: 2º Apellido: Teléfono Contacto:

2º Apellido: Años:

AUTORIZACIÓN:

Yo _____ Con DNI _____ Autorizo como Padre/Madre/Tutor de _____ a su participación en el taller de recuperación y creación de juguetes CREAGÜETES, para realizar las actividades que se llevarán a cabo durante el transcurso de toda la actividad.

Protección de Datos:
Según lo dispuesto en la ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de carácter personal y debido a los datos que se solicitan en este formulario manifiesta que la entrega voluntaria de los datos personales solicitados en esta ficha supone el consentimiento para que CREAGÜETES y XXXXXX incorporen dichos datos a sus ficheros para poder generar una base de datos de las personas que asistirán a la actividad. El usuario tendrá derecho a oponerse a que sus datos sean grabados y a acceder a dicho fichero con el objetivo de modificar, corregir o cancelar total o parcialmente su contenido solo con solicitarlo por cualquier medio de comunicación.

AUTORIZACIÓN DE IMAGENES:

AUTORIZO NO AUTORIZO

A que mi hijo/a sea FILMADO y/o fotografiado por el personal de la actividad y que haga uso de las imágenes tomadas mediante la publicación en el desarrollo del trabajo final de carrera relacionado con el evento-testeo Creagüetes.

Zaragoza _____ de _____ de 2014
Firmado:

AUTORIZACIÓN MÉDICA:

Autorizo a XXXXX a tomar las decisiones médico- quirúrgicas en caso de que fuera necesario por prescripción facultativa y no se hubiera localizado a los padres o tutores en ninguno de los teléfonos de contacto aportados en el momento de hacer la ficha de inscripción.

De igual modo autorizo el traslado en vehículo particular hasta un hospital o centro de salud por necesidades médicas.

Enterado de las condiciones que rigen la presente actividad, así como que Oszagales y el personal encargado de la iniciativa Creagüetes NO SE RESPONSABILIZAN DE LOS PROBLEMAS QUE PUDIERAN SURGIR POR LA OCULTACIÓN DE DATOS MÉDICOS O DE CUALQUIER OTRO TIPO.

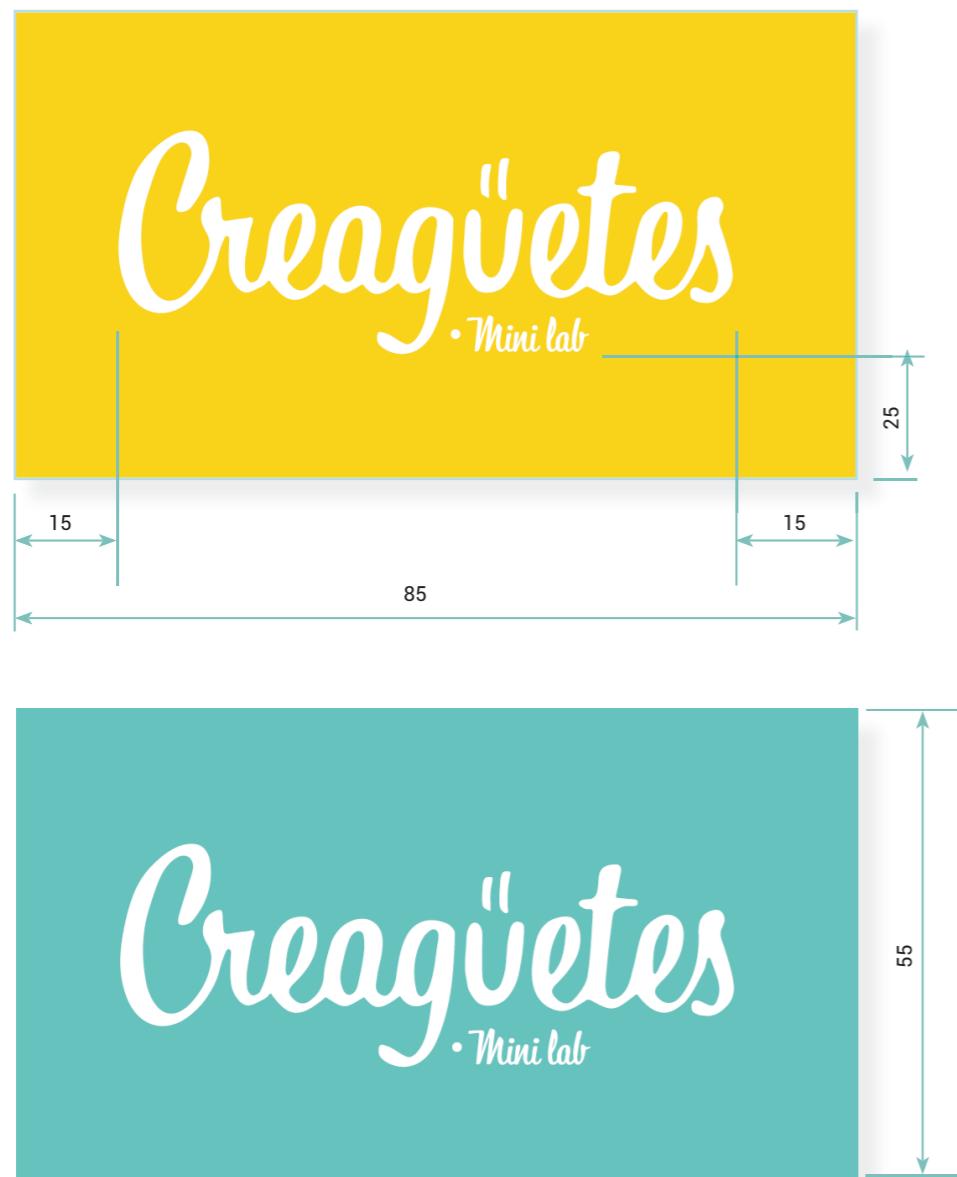
Firmo la presente en Zaragoza, a _____ de _____

Firma:

25

2.15 Papeleria_ Tarjeta de visita

Formato:
85 x 55 mm



*Medidas en mm



2.16

Bolsa corporativa

Formato:

(300 x 270x 100 mm)

Color Interior:

Azul o amarillo

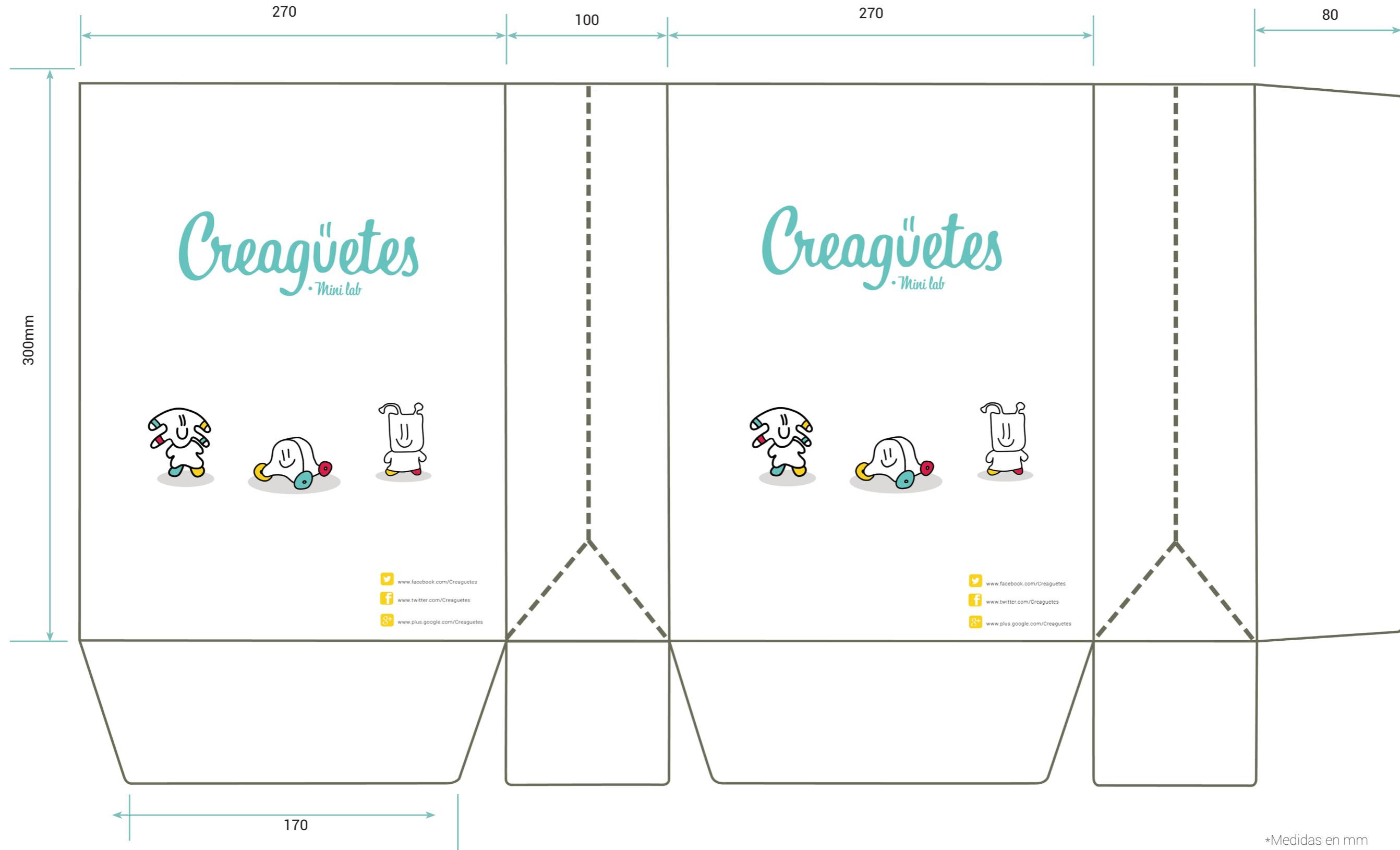


*Medidas en mm

2.16 Bolsa corporativa

Formato:
(300 x 270 x 100 mm)

Color Interior:
PANTONE 3272 C





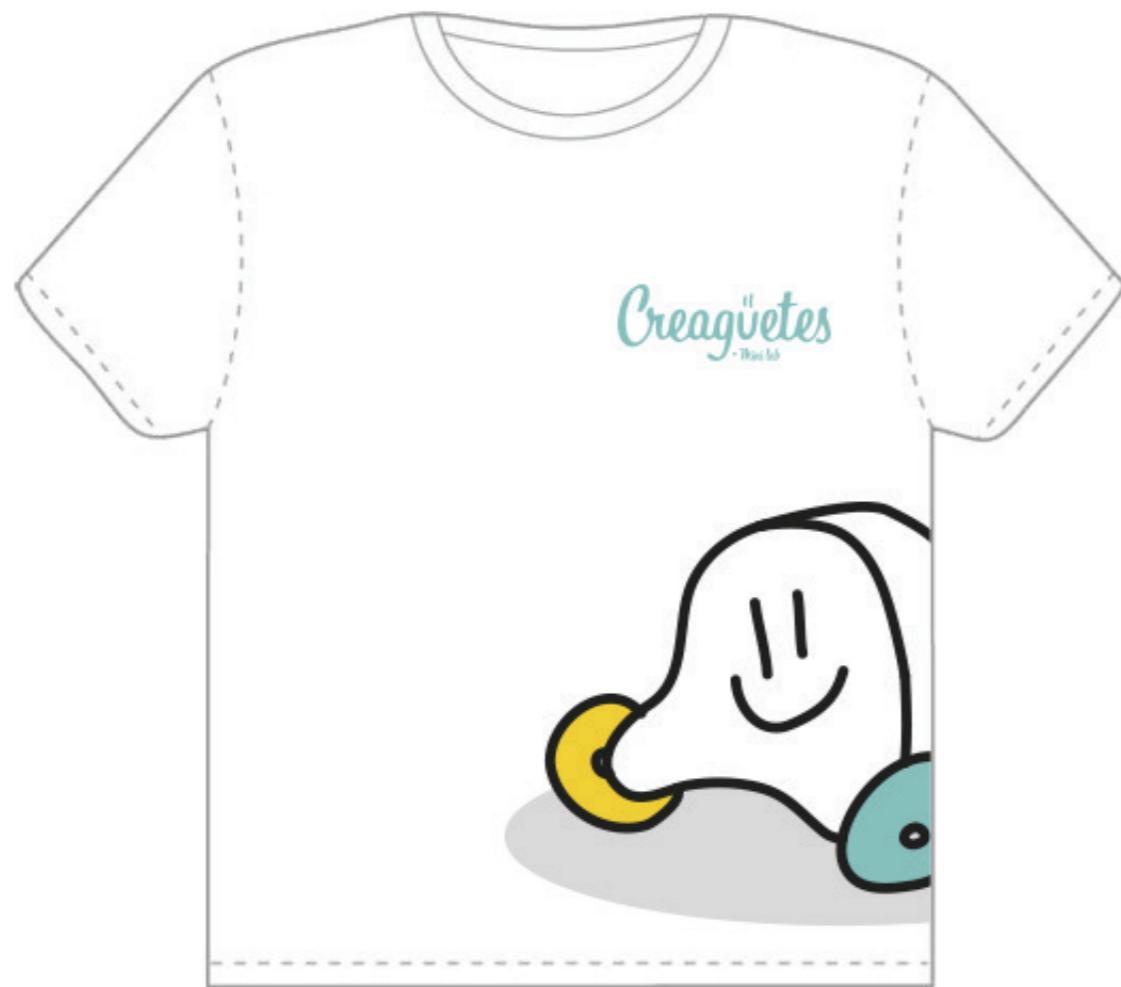
Textil_

3.0 Marcaje de elementos textiles_Camiseta



3.1

Marcaje de elementos textiles_Camiseta





Plataformas web_

Online_ Plataformas web

Se puede visualizar las páginas web en los links situados en la margen derecha.

FACEBOOK: <https://www.facebook.com/creaguetes>

TWITTER: <https://twitter.com/Creaguetes>

GOOGLE+: <https://plus.google.com/Creaguetes>



Creagüetes

• Mini lab



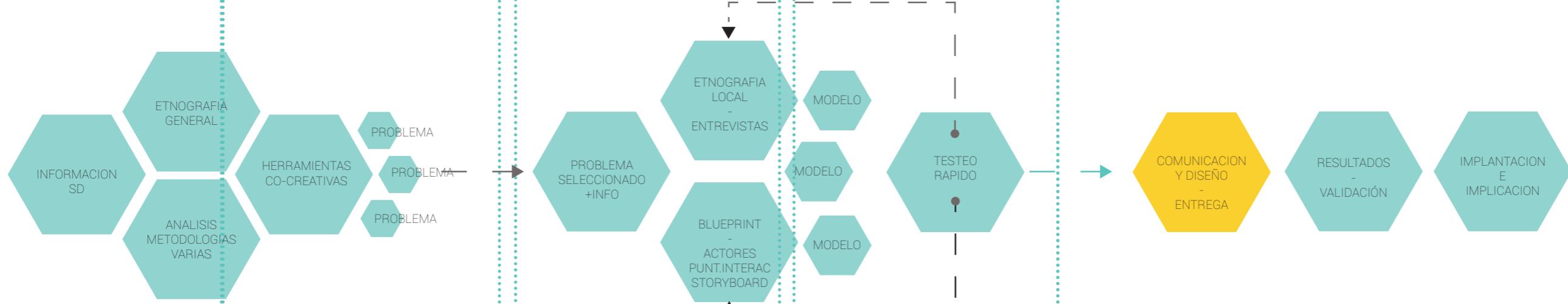
www.facebook.com/Creaguetes



www.twitter.com/Creaguetes



www.plus.google.com/Creaguetes



03

Guia Ludotecario_

INSTRUCCIONES

GUÍA INICIACIÓN

Creagüetes
• Mini lab



ÍNDICE

- De que trata la iniciativa (04)
- Alargar la vida útil de tus juguetes (05)
- Cuales son mis funciones en este proyecto (06)
- Pegatinas (10)
- Baúl de juguetes rotos (12)
- Gestión de las inscripciones (13)
- Situación elementos del taller (14)
- Cuales son las herramientas necesarias "adultos" (16)
- Cuales son las herramientas necesarias "niños" (17)
- Como añadir las nuevas creaciones (18)
- Redes sociales y plataformas web (20)
- Conoce los puntos limpios de zaragoza (20)

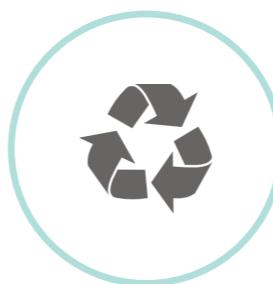


De qué trata la iniciativa

GESTION JUGUETES ROTOS
CREATIVIDAD DE NIÑOS
RED COMUNITARIA

Iniciativa dirigida a las Ludotecas de Zaragoza en las que se ha detectado una carencia de gestión en relación con los juguetes en desuso / deteriorados y una gran desconexión entre entidades. Este proyecto trata de iniciar una red comunitaria de ludotecas en la que se impartirán talleres que buscarán la sensibilización y la promoción de los procesos de reutilización y reciclaje de juguetes a través de la creatividad de los niños.

VALORES CLAVE



Alargar la vida de tus juguetes

Regla de las 3Rs

¿COMO AFECTA EN MI ESPACIO?

1º REDUCIR

Compra de menos juguetes y si de materiales para la transformación de los ya existentes en otros nuevos.

1º REUTILIZAR

Organizar talleres creativos donde los niños y los juguetes en desuso de la entidad serán los protagonistas.

1º RECICLAR

Cuando el encargado de la iniciativa considere que estos ya no son servibles para realizar los talleres ya que es imposible hacer nada con ellos se llevarán a los puntos limpios depositando cada componente en su lugar.

1º REDUCIR

El mejor residuo es el que NO se produce, en la sociedad actual el consumismo está demasiado presente, hay que ejercer una pequeña reeducación en este sentido.

1º REUTILIZAR

El iniciar a los niños en estas tareas de una forma creativa puede ser un buen comienzo.

1º RECICLAR

Con este dossier y otros documentos como la Guía creativa se pretende dotar a los profesionales de una visión alternativa en la compra y desecho de los juguetes.

En esta guía aparecen todos los puntos limpios de Zaragoza con sus horarios para poder llevar los juguetes rotos e inservibles allí una vez que no se pueda hacer nada más con ellos.



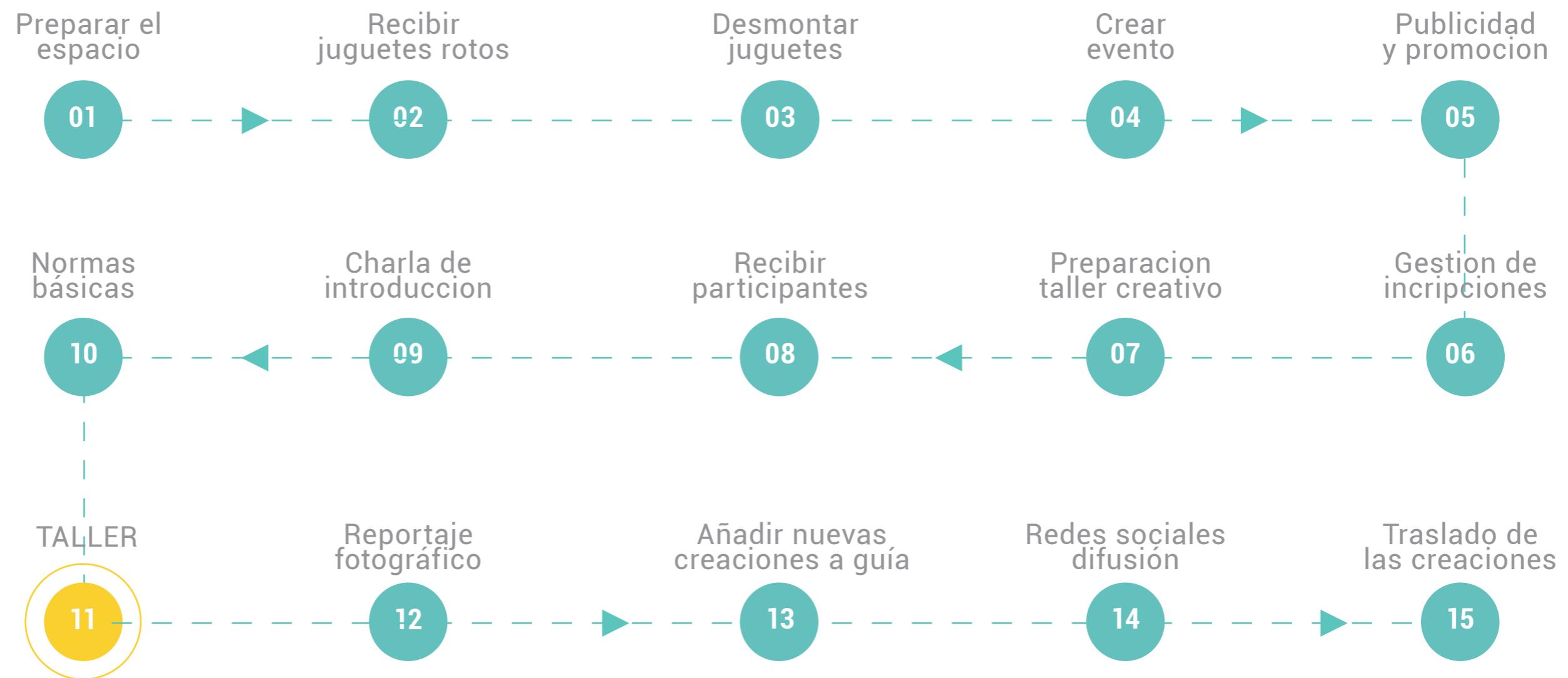
Cuáles son mis funciones en este proyecto



Cuales son mis funciones en este proyecto

En el siguiente gráfico se muestran los pasos clave a seguir para la correcta realización desde un inicio hasta el final.

Estos pasos son realizados por el encargado de la ludoteca o centro de tiempo libre o en la persona delegada en funciones relacionadas con el taller "Creagüetes".





Cuáles son mis funciones en este proyecto

Una vez que el espacio este adherido a la iniciativa se les hará entrega de una serie de recursos necesarios para la implementación de los talleres creativos.

El encargado de la actividad deberá leer con detenimiento estos archivos para saber como llevar a cabo la iniciativa e ir completando los pasos para que el taller de recuperación de juguetes sea un éxito.

01-Preparar el espacio

Preparar un espacio físico donde se guardaran los juguetes en desuso o mal estado(cajas o similar).

02 - Recibir juguetes rotos

El juguete roto o en desuso es recibido por el encargado de la iniciativa o ayudantes.

03 - Desmontar juguetes

Se desmontaran los juguetes al máximo para que existan más piezas diferentes a la hora de realizar.

04 -Crear eventos

Una vez que el baúl este suficientemente lleno se procederá a crear un evento para realizar el "taller creativo de recuperación de juguetes"

05 - Publicidad y promoción

Se procederá a publicitar el evento y darlo a conocer entre los usuarios del espacio y sus padres.

06 - Gestión de Inscripciones

Gestión de inscripción de participantes en la iniciativa. los talleres.

07 - Preparación taller creativo

Preparación de la sesión recopilando todas las herramientas necesarias (Funcionales e infungibles).

08 - Recibir participantes

Entrega de acreditaciones identificativas para situarlos en el taller.

09 - Charla de introducción

Pequeña introducción enseñando la guía creativa para inspirar a los niños y despertar su imaginación.

Cuales son mis funciones en este proyecto

10 - Normas Basicas

Explicación de normas básicas de funcionamiento en materia de herramientas (uso individual o con padres).

11 - TALLER CREAGÜETES

Tiempo de creación aproximadamente 1 hora y media de duración (estos tiempos podrían variar).

12 - Reportaje Fotográfico

Realización de fotos de los niños con sus creaciones.

13 - Anexar nuevas creaciones

Recogida de juguetes para poder utilizarlos en el espacio durante un par de semanas.

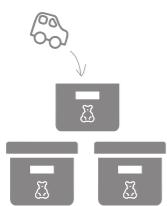
14 - Difusión Redes sociales

Subida de fotos a las redes sociales una vez concluido el taller.

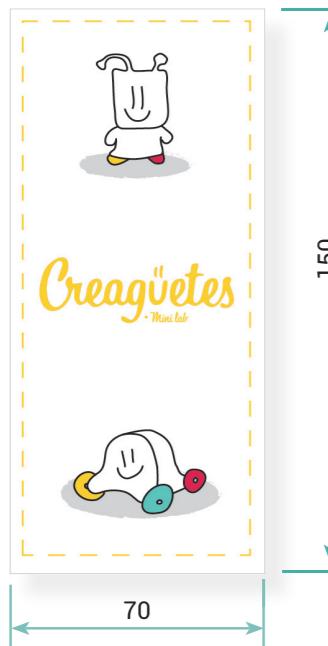
15 - Traslado de las creaciones

Traslado de las nuevas creaciones a otro de los centros inscritos en la iniciativa.

Pegatinas



Todos las pegatinas se encuentran en formato *.PDF con diferentes medidas para poder utilizar la adecuada en función de la forma y tamaño de la caja.



El baúl donde se guardaran los juguetes en desuso podrán ser cajas de cartón rígidas de gran tamaño para poder albergar todas las pieza, el encargado de la iniciativa es quien decidirá la localización de estas.

En función del tamaño de la caja, se pondrá una pegatina u otra. Las pegatinas están clasificadas por colores y tamaños.



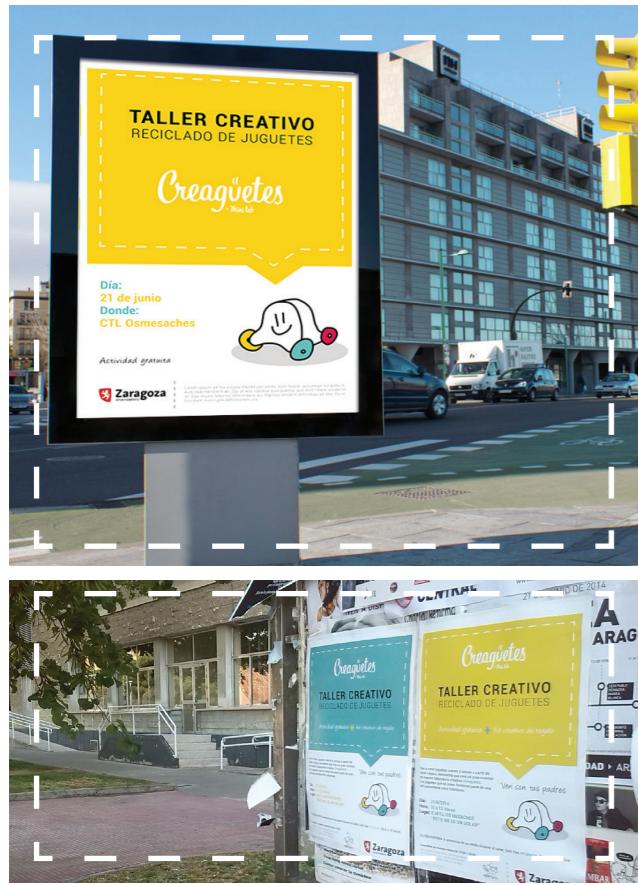
Baúl de juguetes rotos



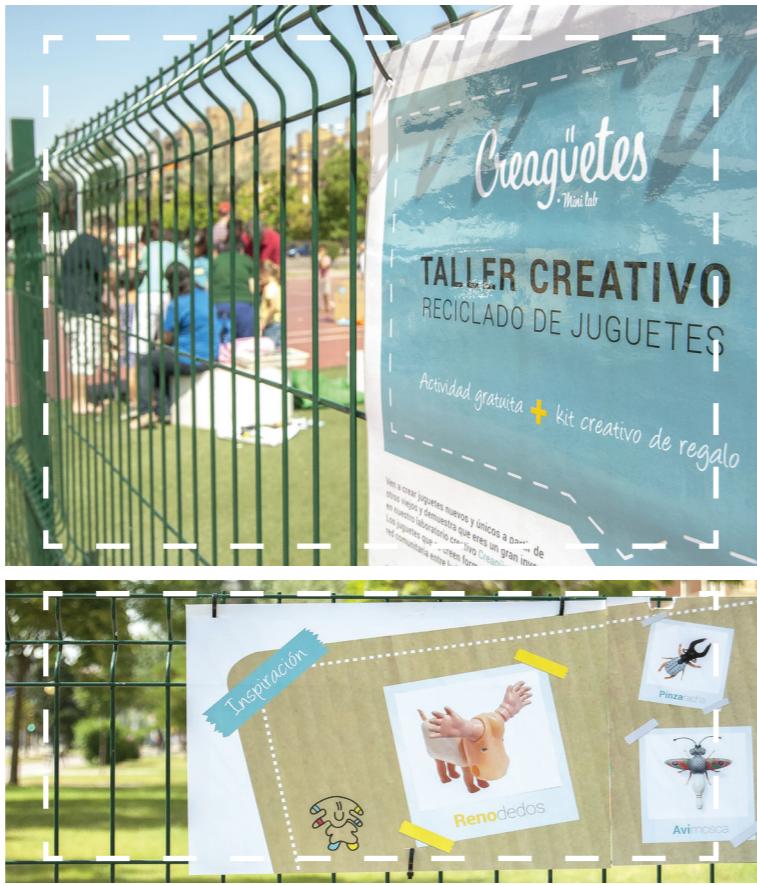


Carteleria para eventos del taller

Se haran carteles para promocionar el evento de taller creativo en Formato A3 a color.



En ellos se deberá plasmar el dia de realizacion, el lugar y reseñar que es una actividad gratuita entre otros datos.



Gestión de las inscripciones

Las inscripciones para realizar el taller se podrán realizar tanto por correo electrónico de la entidad, como avisando en el centro directamente, simplemente indicando nombre del niño y edad.

Para poder acceder al taller los padres deberán llenar una ficha en la que quedarán patentes las siguientes partes:

- Autorización de imagen: para poder realizar fotos durante el taller creativo

- Autorización Medica: En caso de ocurrir algún percance exime de responsabilidad a el centro donde se imparte el taller.

Este documento esta basado en la ley de protección de datos dispuesto en la ley organiza 15/1999 de 13 de diciembre

Ed: 01 / fecha 26-04-2014

Creagüetes
• Mini lab

TALLER DE RECUPERACIÓN Y CREACIÓN DE JUGUETES

Nombre niño/a: Nombre Padre / Madre / Tutor:
 1º Apellido: Teléfono Contacto:
 2º Apellido:
 Años:

AUTORIZACIÓN:
 Yo Con DNI Autorizo como Padre/Madre/Tutor de a su participación en el taller de recuperación y creación de juguetes CREAGÜETES, para realizar las actividades que se llevarán a cabo durante el transcurso de toda la actividad.

PROTECCIÓN DE DATOS:
 Según lo dispuesto en la ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de carácter personal y debido a los datos que se solicitan en este formulario, informo que la entrega voluntaria de los datos personales solicitados en esta ficha supone el consentimiento para que CREAGÜETES y XXXXXXXXX incorporen dichos datos a sus ficheros para poder generar una base de datos de las personas que asistirán a la actividad. El usuario tendrá derecho a oponerse a que sus datos sean grabados y a acceder a dicho fichero con el objetivo de modificar, corregir o cancelar total o parcialmente su contenido solo con solicitarlo por cualquier medio de comunicación.

AUTORIZACIÓN DE IMAGEN:
 AUTORIZO NO AUTORIZO
 A que mi hijo/a sea FILMADO y/o fotografiado por el personal de la actividad y que haga uso de las imágenes tomadas mediante la publicación en las diferentes redes sociales creadas por CREAGÜETES o de la propia entidad.

Zaragoza _____ de _____ de 2014
 Firmado:

AUTORIZACIÓN MÉDICA:
 Autorizo a XXXXXXXXX a tomar las decisiones médico- quirúrgicas en caso de que fuera necesario por prescripción facultativa y no se hubiera localizado a los padres o tutores en ninguno de los teléfonos de contacto aportados en el momento de hacer la ficha de inscripción.
 De igual modo autorizo el traslado en vehículo particular hasta un hospital o centro de salud por necesidades médicas.
 Entiendo de las condiciones que rigen la presente actividad, así como que Oszagales y el personal encargado de la iniciativa Creagüetes NO SE RESPONSABILIZAN DE LOS PROBLEMAS QUE PUDIERAN SURGIR POR LA OCULTACIÓN DE DATOS MÉDICOS O DE CUALQUIER OTRO TIPO.

Firma la presente en Zaragoza, a _____ de _____
 Firma:



Situación de los elementos durante el taller



Situación de los elementos durante el taller

Herramientas para niños

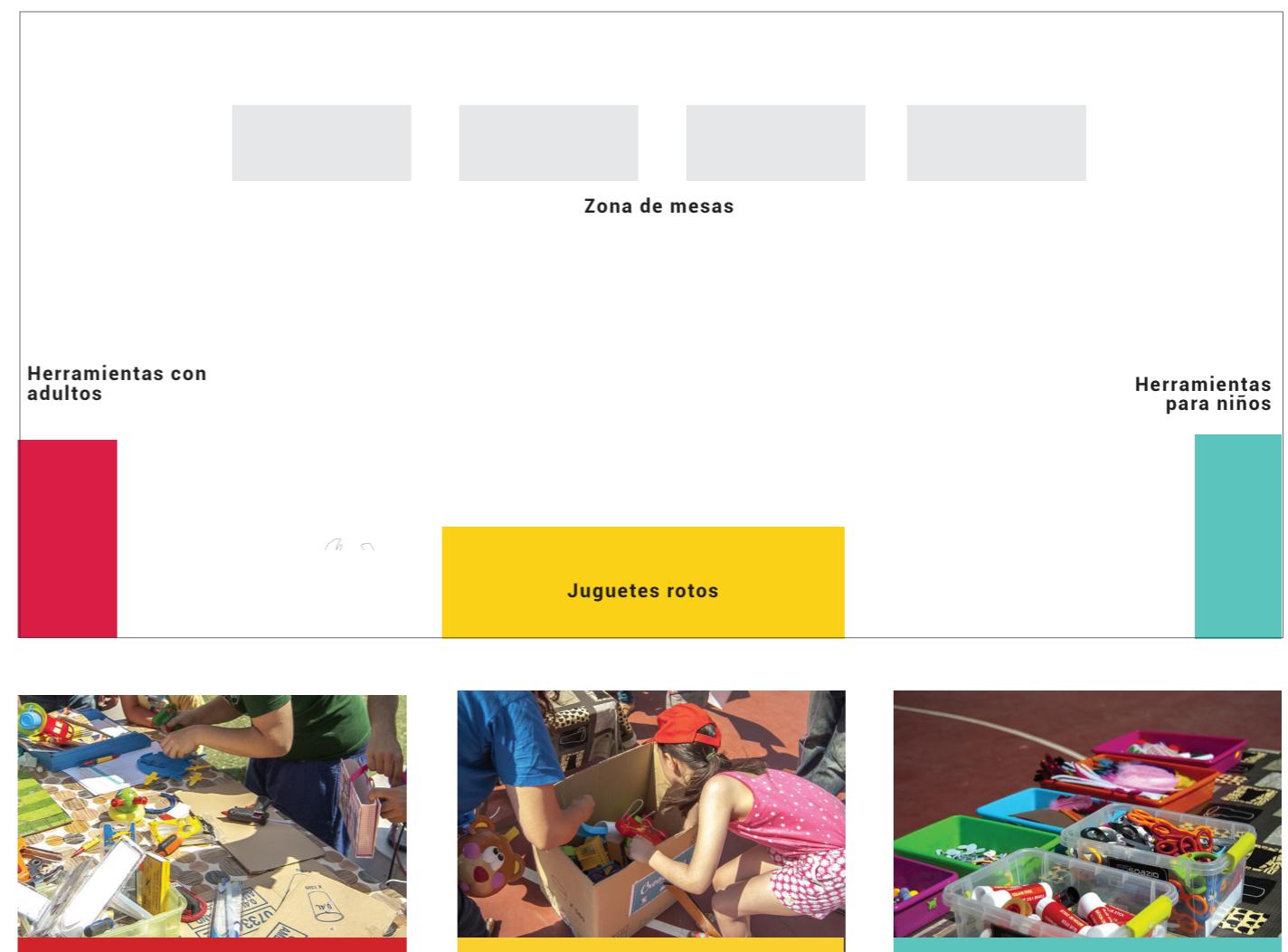
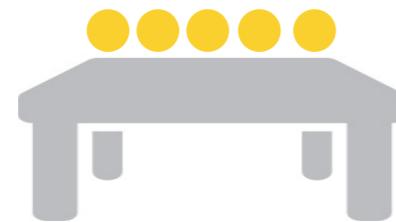
Esta mesa contendrá tanto herramientas fungibles como infungibles. Los niños podrán utilizarlas libremente sin supervisión de adultos.

Zona de juguetes rotos

Sobre ella estarán todos los juguetes en desuso que el espacio a recogido separado en piezas.

Herramientas con adultos

Solo se podrán hacer uso de estas herramientas los adultos que acompañen a los niños durante la actividad.

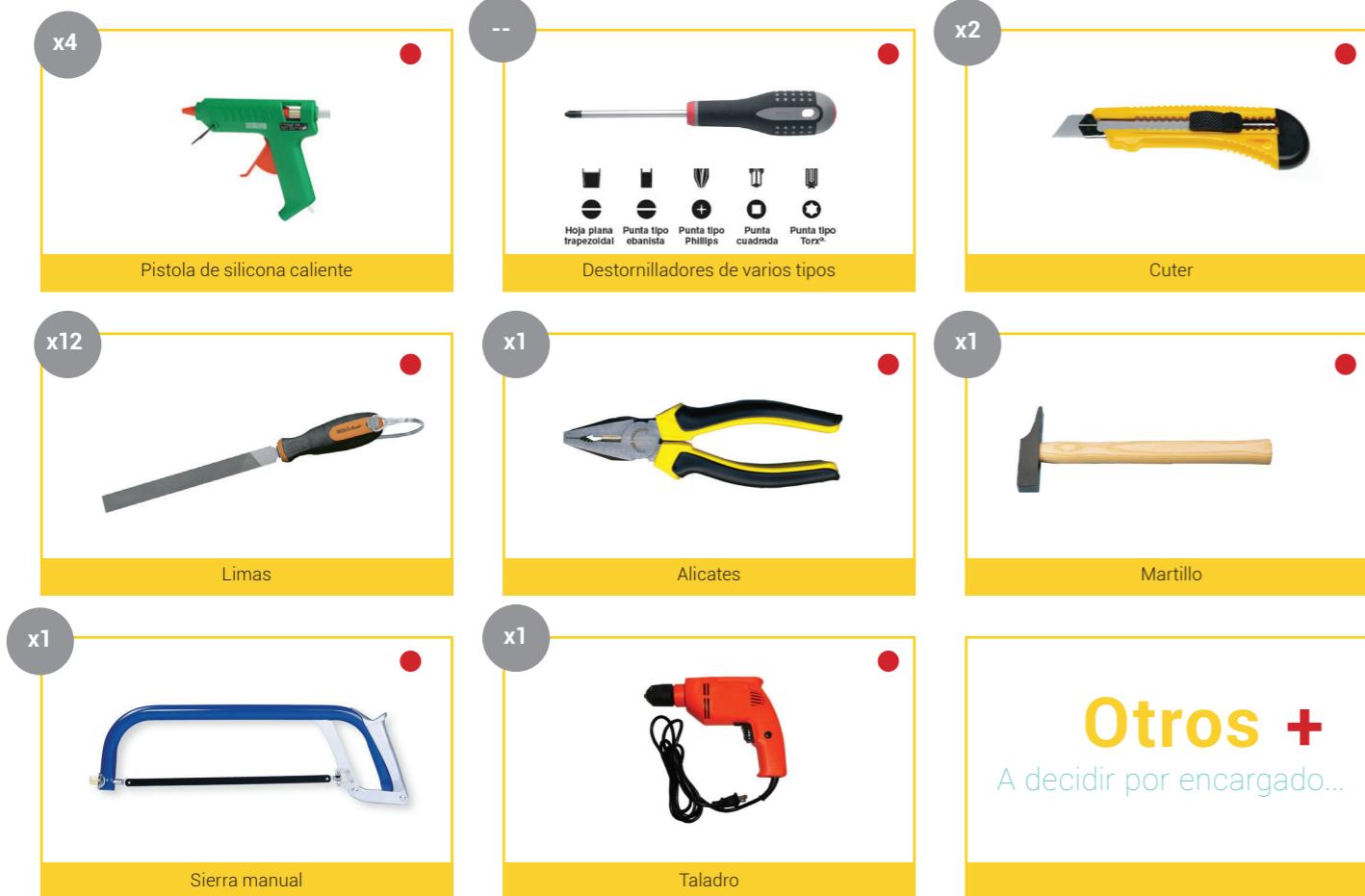


Plano general taller



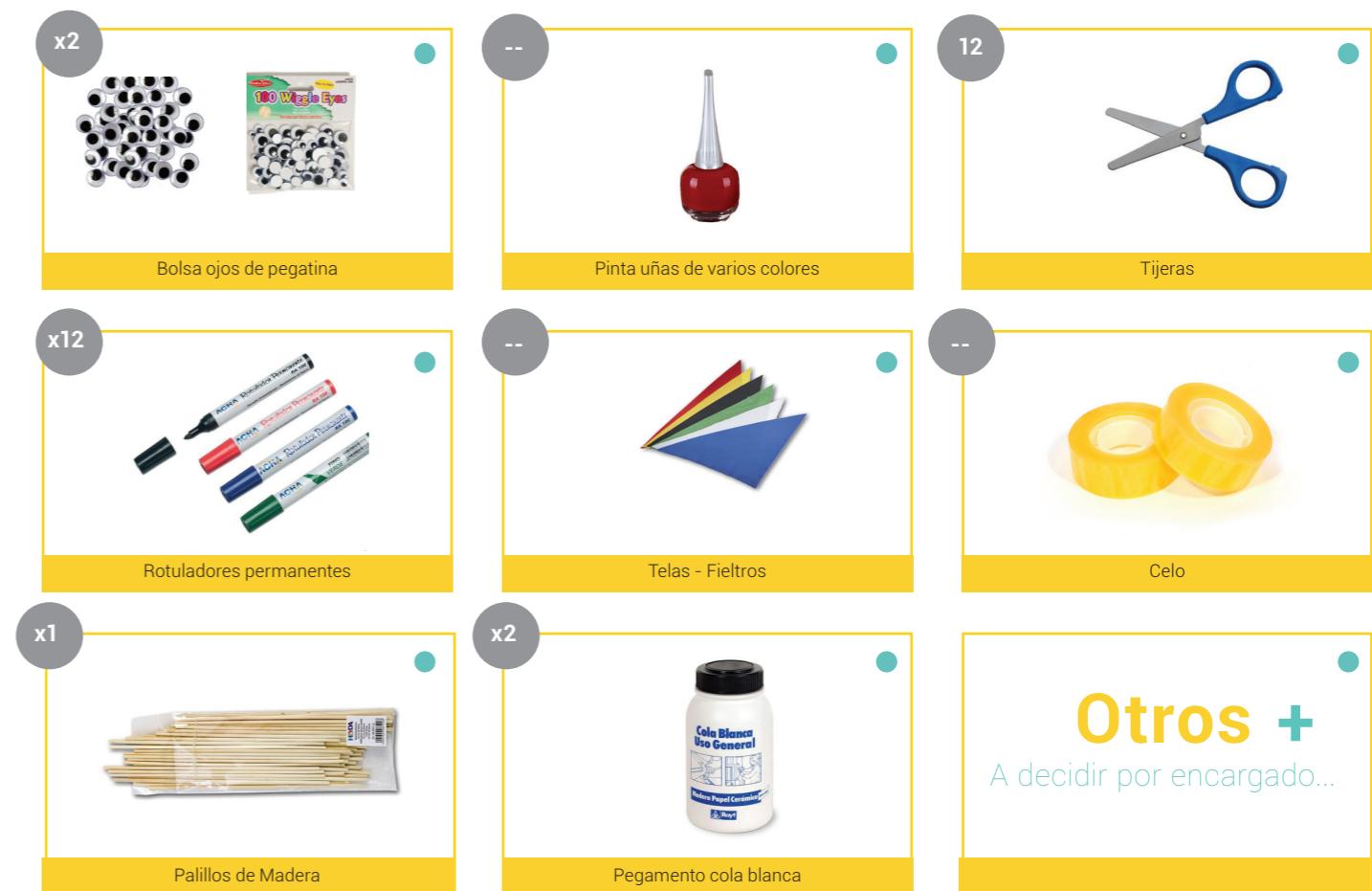
Cuales son las herramientas necesarias

- Herramientas con adultos



Cuales son las herramientas necesarias

- Herramientas para niños

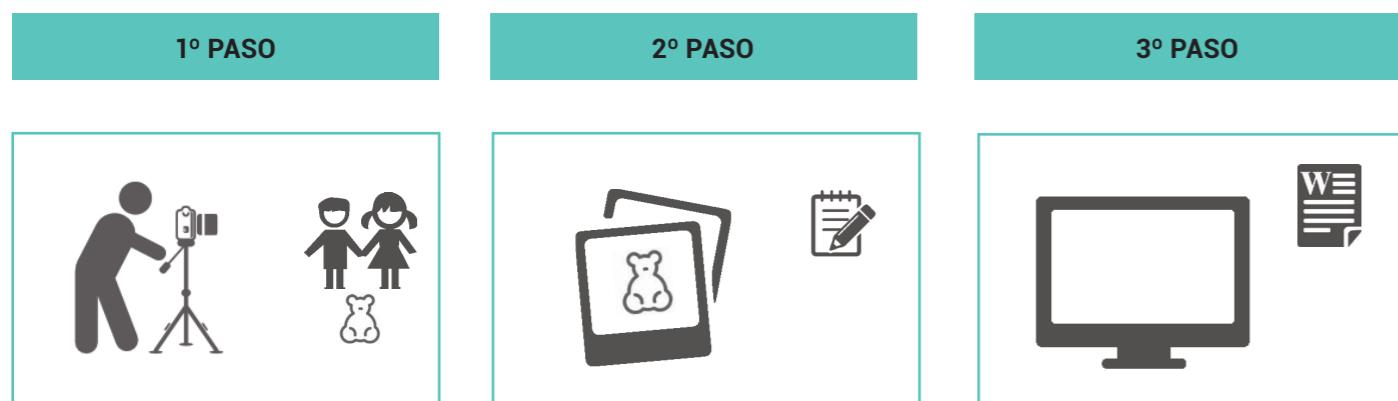




Como añadir las nuevas creaciones a la guía



Como añadir las nuevas creaciones a la guía



Durante la actividad se haran fotos para tener un registro del dia del taller, con ellas más tarde tambien se podrian subir a las redes sociales para difundir el evento y la iniciativa en los espacios adheridos.

Se realizaran **fotos de las creaciones de cada niño en conjunto y por individual**.

Cada creacion debe tener su ficha personal para tenerla en catalogo, para ello se le entregara al niño unos papeles donde deberá indicar:

- > Su nombre
- > El nombre de su creación,

Una vez que se tiene esta información del niño y la foto se procederá a llenar las fichas en el documento word, insertando los datos en las celdas.

En ella se deben de llenar los campos con la información extraída de los papeles que han llenado previamente los niños y adjuntar las fotos de la creación.



Redes sociales y plataformas web



Las redes sociales se podrán utilizar para poder ir patrocinando los eventos, ir mostrando los nuevos juguetes e incluso creando concursos para poder votar al juguete más creativo.

Para poder acceder a las redes sociales y plataformas que se ha creado un correo



Redes sociales y plataformas web

Credenciales:

Usuario: creagüetes@gmail.com

Constraseña: 123456creagüetes

FACEBOOK: <https://www.facebook.com/creagüetes>

TWITTER: <https://twitter.com/Creagüetes>

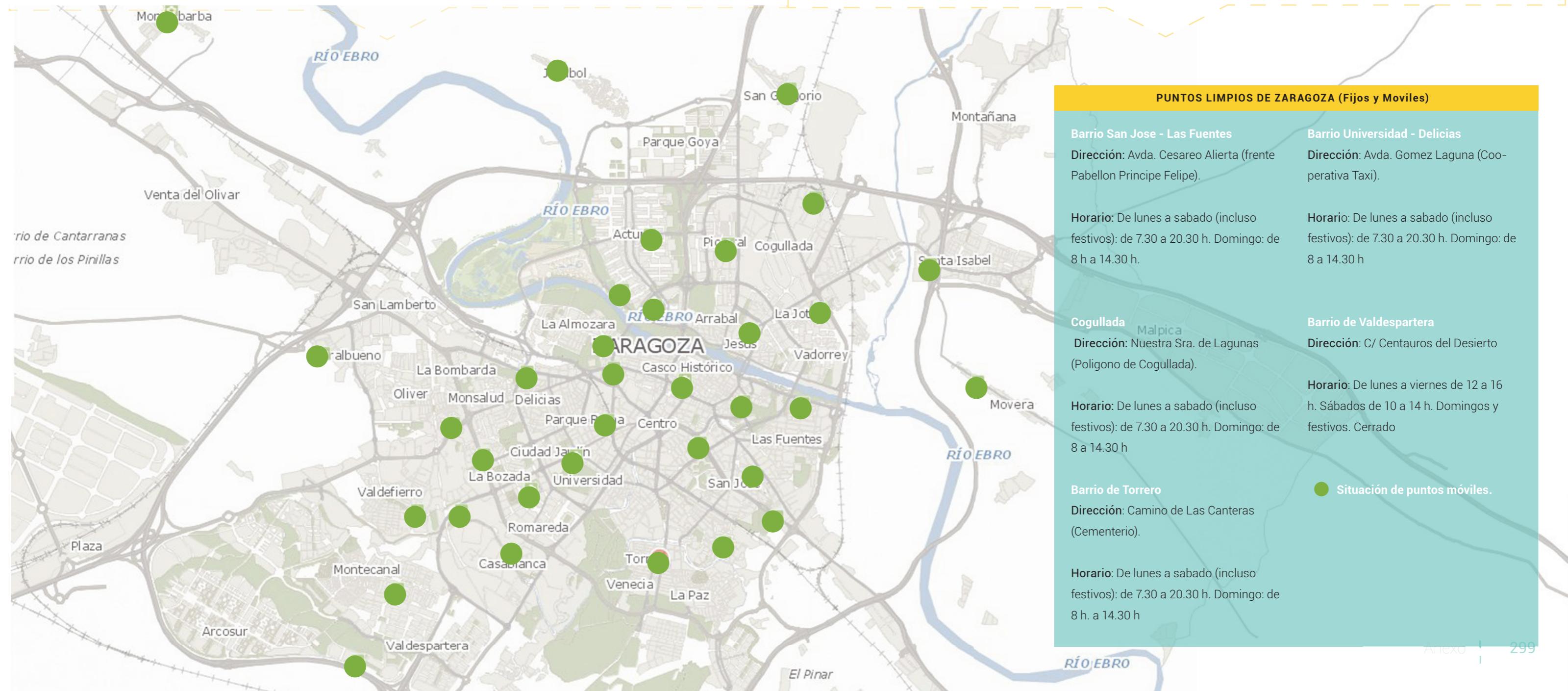
GOOGLE+: <https://plus.google.com/Creagüetes>



¿Conoces los puntos limpios de Zaragoza?



¿Conoces los puntos limpios de Zaragoza?



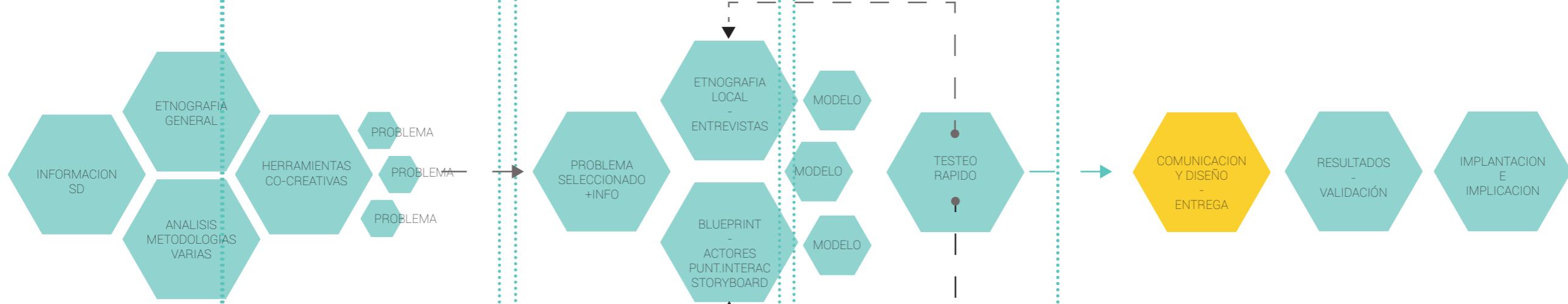
Creagüetes
mini lab



 www.facebook.com/Creaguetes

 www.twitter.com/Creaguetes

 www.plus.google.com/Creaguetes



04

Guía creativa_

INSPIRACIÓN

GUÍA CREATIVA

Creagüetes
• Mini lab



ÍNDICE

- Con esta iniciativa que se pretende (04)
- Pasos a seguir para aumentar la Guía (06)
- Elementos de ayuda durante el taller (7)
- Paneles de inspiracion creativa (8)

¿Con esta Guía que se pretende?



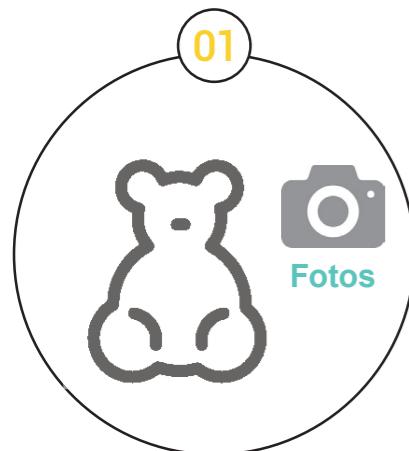
Con esta guía Creativa se pretende fomentar la imaginación tanto de los encargados de la iniciativa como de los propios niños.

Es una guía que ira creciendo a medida que se hagan los talleres, gracias a las aportaciones creativas de los niños durante la actividad.

Este documento se encuentra en formato Doc. WORD para que puedan añadirse nuevas páginas y descripciones de los juguetes de una manera más rápida.

Gracias a las aportaciones de los niños en cada uno de los talleres se podrá hacer un gran compendio de juguetes creativos y originales conseguidos a través de otros que ya estaban rotos o en desuso.

Pasos a seguir para aumentar la guía creativa



Durante la actividad se harán fotos para tener un registro del día, con ellas más tarde también se podrán subir a las redes sociales para difundir el evento y la iniciativa en los espacios adheridos.

Se realizaran fotos de las creaciones de cada niño.



Para que el encargado de la iniciativa pueda realizar esta tarea más rápida y sin grandes problemas, deberá entregar una ficha donde los padres tienen que llenar unos datos y firmar consentimiento para las fotografías.

Cada creación debe tener su ficha personal, El niño al finalizar el evento de recuperación de juguetes deberá posar con sus nuevas creaciones, con ello le será mas fácil a los encargados reconocer el juguete de cada uno a la hora de asignarles el autor del nuevo juguete en la ficha.

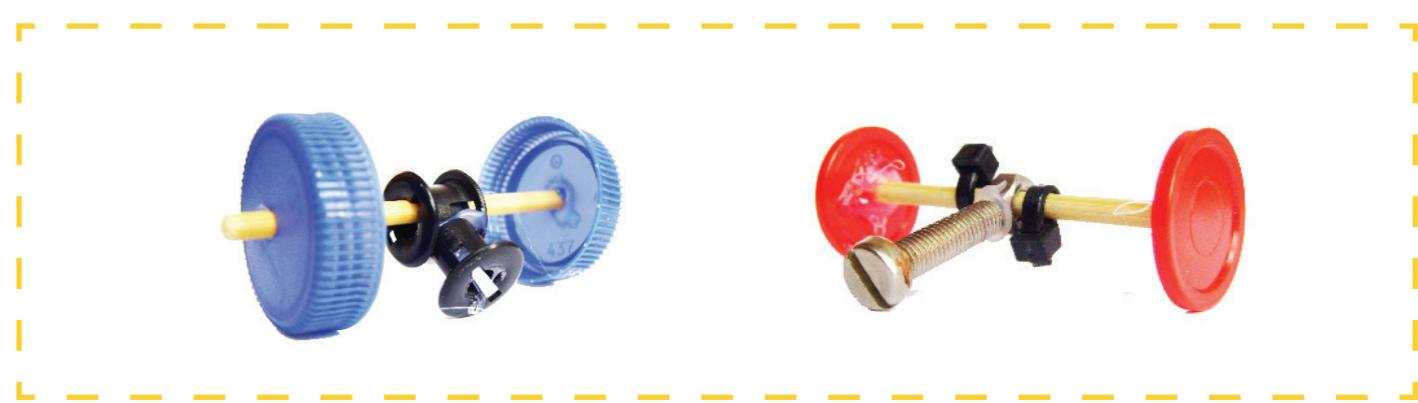


Una vez que se tenga organizada toda esa información, se llenarán las fichas creativas para aumentar la guía.

Esta parte se editara con WORD, para que sea más sencillo y no haga falta ningún programa especializado.

Se insertara la imagen en la página y posteriormente se llenarán los cuadros de texto.

Elementos de ayuda durante el taller



Las imágenes superiores muestran ejemplos de tipo de uniones que se pueden realizar con elementos básicos de fácil adquisición para hacer de una manera más sencilla nuevas creaciones. En las figuras que se muestran concretamente, se trata de ejes para ruedas hechas con:

> **Palillos de madera :**
para el eje principal.

> **Tapones o fichas**
Con ellos se harán las ruedas.

> **Bridas:**
Para impedir el movimiento axial pero si permitir el giro.

ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS DE AYUDA EN LA CREACIÓN



Paneles de inspiración creativa

Para poder inspirar a los niños, lo mejor es darles **estímulos visuales** ya sea a través de creaciones hechas por el encargado de la iniciativa en el espacio como paneles donde se muestren las creaciones realizadas por otros niños.

Se colocarán estos estímulos visuales por las paredes del taller para que los niños tengan una pequeña referencia de lo que se puede llegar a hacer con los juguetes rotos y pierdan ese miedo inicial.



Colocación de un cartel durante uno de los eventos del Taller de reciclaje.



Colocación de uno de los carteles que promocionan la actividad.



// Lugar de Creación



Materiales //

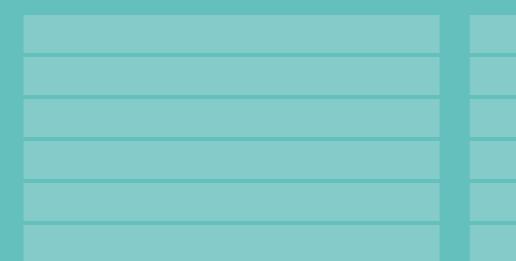


// Años

Autor //



// Materiales



// Autor

Años //



Lugar de creación //





// Lugar de Creación



Materiales //

| | |
|----|---------------------|
| x1 | Aro de gimnasia |
| x8 | Espadas de plastico |
| x1 | Carcasa de coche |
| x1 | Helice |
| x2 | Plumas |

// Años

5

Autor //

Olga Lopez



// Materiales

| | |
|----------------------|----|
| Carcasa de una comba | x1 |
| ejes de ruedas | x2 |
| gomets | x4 |
| ojos | x2 |
| | |
| | |
| | |

// Autor

Badr Marsane

Años //

6

Lugar de creación //





// Lugar de Creación



Materiales //

| | |
|----|--------------------|
| x1 | Aro de plastico |
| x1 | figura con pinchos |
| x1 | gomets de corazon |
| | |
| | |
| | |

// Años

12

Autor //

Pilar Latorre

// Materiales

| | |
|-------------------|----|
| Palillos largos | x2 |
| Palo de helado | x1 |
| Plato de plastico | x1 |
| Espumillon rigido | x1 |
| Ojos | x2 |
| | |

// Autor

Malikha allisi

Años //

6

Lugar de creación //





// Lugar de Creación



Materiales //

| | |
|----|------------------------|
| x1 | Pluma verde |
| x1 | mango de juguete negro |
| x1 | carcasa rosa |
| x2 | ojos |
| | |
| | |

// Años

10

Autor //

Luis Perez

// Materiales

| | |
|--------------------|----|
| Bolas de goma | x2 |
| Silla de junete | x1 |
| Ojos | x1 |
| piezas de plastico | x2 |
| | |
| | |
| | |

// Autor

Xesu oroz

Años //

5

Lugar de creación //





Turbu^{rapido}



Aspi^{tractor}

// Lugar de Creación



Materiales \\

| | |
|----|------------------------|
| x1 | Pluma verde |
| x1 | Mango de juguete negro |
| x1 | Carcasa rosa |
| x2 | Ojos |
| | |
| | |

// Años

7

Autor \\

Daniel Castro

// Materiales

| | |
|------------------|----|
| Aspiradora | x1 |
| Tractor | x1 |
| Muñeco conductor | x1 |
| | |
| | |
| | |

// Autor

Begoña Messeguer

Años \\

8

Lugar de creación \\





Renodedos

// Lugar de Creación



Materiales //

| | |
|----|-----------------|
| x1 | Torso de muñeco |
| x1 | Manos |
| x1 | Ojos |
| x1 | Torso de muñeco |
| x1 | Manos |
| x1 | Ojos |

// Años

12

Autor //

Luis Perez Martinez



Avimosca

// Materiales

| | |
|--------------------|----|
| Bolo | x1 |
| alas de avión | x2 |
| chapas de botella | x2 |
| Pelota con relieve | x1 |
| Manos | x6 |
| antenas | x1 |

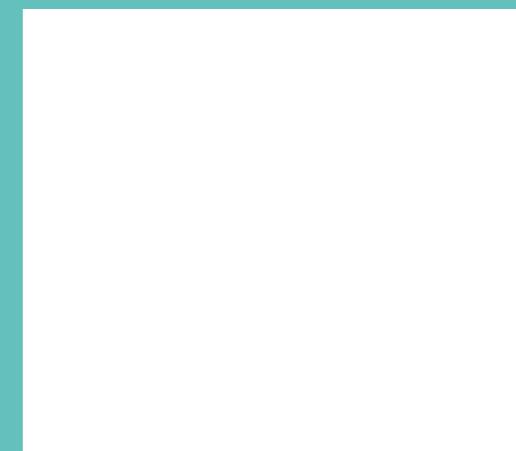
// Autor

Paula Gisel Maner

Años //

12

Lugar de creación //





Bola^{coptero}

// Lugar de Creación



Materiales //

| | |
|----|-----------------|
| x1 | Torso de muñeco |
| x1 | Manos |
| x1 | Ojos |
| x1 | Torso de muñeco |
| x1 | Manos |
| x1 | Ojos |

// Años

12

Autor //

Luis Perez Martinez



Lobo^{naustra}

// Materiales

| | |
|-----------------|----|
| Torso de muñeco | x1 |
| Manos | x1 |
| Ojos | x1 |
| Torso de muñeco | x1 |
| Manos | x1 |
| Ojos | x1 |

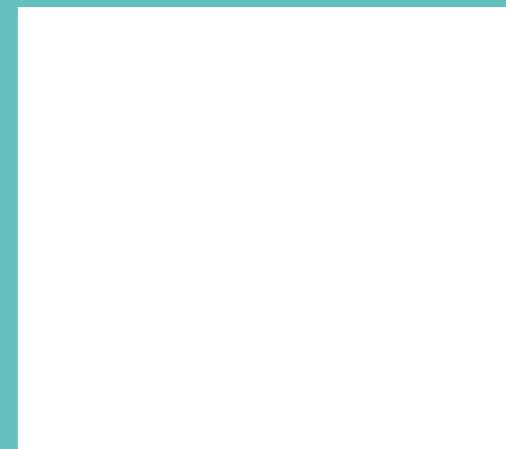
// Autor

Paula Gisel Maner

Años //

12

Lugar de creación //



Creagüetes
· Mini lab



 www.facebook.com/Creaguetes

 www.twitter.com/Creaguetes

 www.plus.google.com/Creaguetes

Creagüetes

• *Minilab*