
MARILUZ SOTO HORMAZÁBAL
CULTURE-BASED SERVICE DESIGN
FACULTAD DE ARTE Y DISEÑO
UNIVERSIDAD DE LAPONIA
ROVANIEMI, FINLAND
MSOTO@ULABLAND.FI

El factor emocional del prototipado de diseño de servicios en el laboratorio SINCO (*Service Innovation Corner*)

The emotional factor of service design prototyping process at SINCO Laboratory (Service Innovation Corner)

Resumen. El Laboratorio SINCO de la Universidad de Laponia ha desarrollado una metodología en la que el *role playing*, la co-creación y la tecnología son los ejes centrales para prototipar un servicio. Este proceso permite crear un espacio de confianza en el cual las emociones, experiencias y la creatividad confluyen en un mismo lugar estimulando el diseño colaborativo. Por lo tanto, el rol del diseñador es esencial para articular y guiar el proceso, convirtiéndose en un actor clave para transformar las expectativas y opiniones en propuestas concretas de mejora o creación de un servicio. El proceso de prototipado de un servicio involucra las emociones porque requiere revivir y recrear las experiencias previas para construir las nuevas.

Palabras clave: co-creación, diseño de servicios, emociones, prototipado de servicios.

Abstract. The SINCO Laboratory of the University of Lapland has developed a methodology based on role playing, co-creation and technology to prototype a service. This process allows creating a space of trust in which emotions, experiences and creativity come together in the same place, stimulating collaborative design. Therefore, the role of the designer is essential to articulate and guide the process, as a key actor to transform expectations and opinions into concrete service proposals for their improvement or creation. The process of service prototyping involves emotions because it requires reviving and recreating previous experiences to build new ones.

Keywords: co-creation, emotions, service design, service prototyping.

Fuente de financiamiento:
Fundación Finlandesa de Cultura.

Fecha de recepción: 16/01/2018
Fecha de aceptación: 11/04/2018
Cómo citar: SOTO, M. (2018)

El factor emocional del prototipado de diseño de servicios en el laboratorio SINCO (*Service Innovation Corner*). *RChD: creación y pensamiento*, 3(4), 1-8.

DOI: 10.5354/0719-837X.2018.50234

Revista Chilena de Diseño,
rchd: creación y pensamiento
Universidad de Chile
2018, 3(4)
<http://rchd.uchile.cl>

Introducción

El diseño de servicios es un ámbito de desarrollo relativamente nuevo y que tiene una participación significativa en la sociedad. En el año 2016 los servicios representaban un 70% de la economía de la Unión Europea (Meeting of the OECD Council at Ministerial Level, 2016). En Chile desde 2014, a través del Laboratorio de Gobierno, se ha trabajado en fortalecer la institucionalidad pública a través de sus servicios. Han aumentado los programas de posgrado en Diseño de Servicios, pero solo existe un programa de Doctorado en este ámbito. Este se encuentra en la Universidad de Laponia, quienes han creado SINCO, el laboratorio de prototipado de servicios.

Este artículo revisa y expone las reflexiones de dos artículos que desde la perspectiva del diseño de servicios, reflexionan sobre el prototipado de servicios basados en las experiencias de algunos proyectos realizados en SINCO. El prototipado de servicios proporciona un espacio donde estas emociones se vuelcan en una actividad de co-creación guiada por un facilitador para optimizar la visualización rápida de las posibles soluciones de forma dinámica y participativa. El prototipado en SINCO propicia un espacio de observación de las emociones que se detonan en un servicio por tener la capacidad de revivir y recrear situaciones específicas. Este espacio de observación permite reunir a los distintos participantes de un servicio para recoger sus experiencias previas e identificar las diferencias de las perspectivas según el rol que cumplan en cada una de las instancias de interacción. Posteriormente y considerando la observación precedente se trabaja de forma colaborativa para co-crear las propuestas de mejora. Este artículo primero desarrolla un análisis de los textos “El valor emocional del co-prototipado” y “El cambio a través del Diseño de Servicios. El prototipado de servicios como una herramienta de aprendizaje y transformación”, profundizando en los aspectos emocionales a los que hacen referencia. Y a continuación explica los hallazgos encontrados.

Metodología

Este artículo se enmarca dentro del proceso inicial de mi investigación doctoral y analiza principalmente los artículos antes mencionados. Como parte del proceso de entendimiento del enfoque de estos artículos académicos, integro algunas referencias externas para profundizar especialmente en un enfoque de las emociones orientado al diseño.

La revisión de ambos artículos, incluyó la estructura de cada texto, la identificación del concepto central general y específico de cada uno de los temas tratados, la generación de resúmenes y el desarrollo de un ensayo argumentativo con la presentación correspondiente ante un oponente. Esta metodología fue parte de un curso de escritura académica en inglés de la Universidad de Laponia, lo cual permitió reflexionar sobre los conceptos tratados en ambos artículos y generar el presente texto.

Como resultado de este proceso, identifiqué como temas centrales el valor del prototipado para el diseño de los servicios, el rol de los facilitadores y el factor emocional del proceso completo, los cuales desarrollan:

Desarrollo

El punto de partida natural es presentar SINCO (Service Innovation Corner), un laboratorio de la Universidad de Laponia (Finlandia) que mediante tecnologías y metodologías establece un espacio creativo y de exploración para el prototipado —maquetación rápida— de servicios. SINCO es un espacio de encuentro

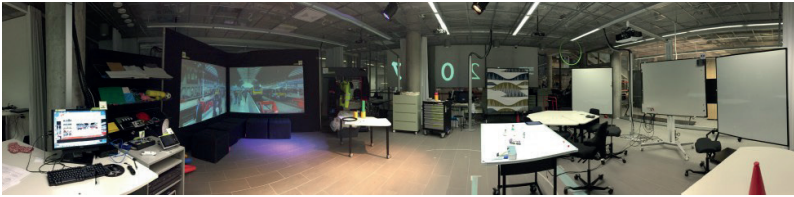


Figura 1. Laboratorio SINCO. Universidad de Laponia Fuente: <http://sinco.fi/>

de distintas disciplinas y de trabajo colaborativo apoyado por los procesos de diseño de servicios.

Los proyectos que ha desarrollado han impactado en distintos sectores productivos. La metodología que utilizan colabora con la toma de decisiones de las empresas u organizaciones (Miettinen, Rontti y Jeminen, 2014). También es un espacio que propicia el desarrollo de investigaciones que expande y contribuye con el crecimiento del diseño de servicios aplicado a casos reales.

Diseño de servicios a través del prototipado de servicios

El diseño de servicios tiene un enfoque práctico para la resolución de proyectos simples y complejos. A través de diversos métodos y herramientas de diseño, algunos propósitos relevantes se pueden resumir de la siguiente manera: 1) identificar y analizar a quienes participan en un servicio con el fin de lograr un entendimiento profundo de sus expectativas e interacciones, 2) definir y desarrollar actividades que estimulan la participación y colaboración, y 3) prototipar los servicios para previsualizar las soluciones de forma rápida. El diseño de servicios como disciplina de práctica y aplicación utiliza herramientas que fomentan la participación y colaboración. El proceso de Diseño de Servicios puede desencadenar la co-creación y también el cambio (Kuree, Miettinen y Alhuonsuo, 2014). La co-creación es un espacio de interacción de todos quienes están involucrados en un servicio (usuarios y desarrolladores) para que juntos exploren la realidad actual de este y las potenciales soluciones. El proceso de este tipo de diseño, entrega una plataforma y herramientas para integrar la temática de las emociones y desarrollo por parte de los interesados y los desarrolladores (Miettinen, Rontti y Jeminen, 2014).

Dentro de este proceso la co-creación se vincula a las emociones porque parte de las acciones buscan revivir la experiencia de quienes han interactuado con el servicio desde los distintos roles para identificar los puntos de contacto y procesos mejorables del servicio (Miettinen, Rontti y Jeminen, 2014). Además integra a las personas en la definición de las soluciones haciéndolos partícipes de todo el proceso, desde el levantamiento de información hasta el proceso de revisión y validación.

El prototipado de servicios como plataforma para la co-creación está relacionado con las emociones debido a que crea y recrea situaciones de servicios vividos. Por lo tanto se constituye como una reflexión emocional por parte de quienes están directamente relacionados con el servicio. Al mismo tiempo, Miettinen, Rontti y Jeminen (2014) lo definen como un despertar emocional tanto para quienes toman las decisiones –quienes pueden observar las oportunidades de mejora en las interacciones de los usuarios– como para el personal del servicio.

El diseño de servicios ofrece a través del prototipado de servicios un espacio único para la identificación de las problemáticas, el trabajo en equipo y el desarrollo de soluciones colaborativas. El prototipado de servicios puede

definirse, por una parte, como herramienta de aprendizaje y conocimiento (Kuree, Miettinen y Alhuonsuo, 2014); y, por otra parte, como precisión en cuanto al valor emocional que aporta (Miettinen, Rontti y Jeminen, 2014). El proceso co-creativo es un impulsor en la generación de una atmósfera de confianza y reflexión conjunta basado en el conocimiento y experiencias de sus participantes.

La expectativa de la visualización de un servicio a través del prototipado es, por una parte, observar e identificar los puntos en los cuales el servicio tiene debilidades según las experiencias de los distintos involucrados permitiendo una visión real de las interacciones. Esto desencadena el despertar emocional al que hacen referencia Miettinen, Rontti y Jeminen (2014). Por otra parte, permite conocer y evaluar las propuestas de mejora proyectadas y recreadas en un espacio lo más cercano a las condiciones reales del entorno del servicio.

El facilitador del prototipado

El diseñador como facilitador de los procesos de co-creación ha tenido que desarrollar e integrar nuevas habilidades a su perfil profesional e investigativo. Miettinen, Rontti y Jeminen (2014) identifican las habilidades comunicativas y de empatía como características claves para el desenvolvimiento del facilitador. Las habilidades comunicativas se refieren a identificar y concretar las ideas que surjan del proceso co-creativo y, también liderar las discusiones que permitan el fluir del proceso (Miettinen, Rontti y Jeminen, 2014). Estas habilidades se pueden visualizar tanto en el desarrollo de las instancias co-creativas, como también en el proceso de definición de las actividades y de las herramientas más precisas para el grupo de trabajo y los objetivos propuestos.

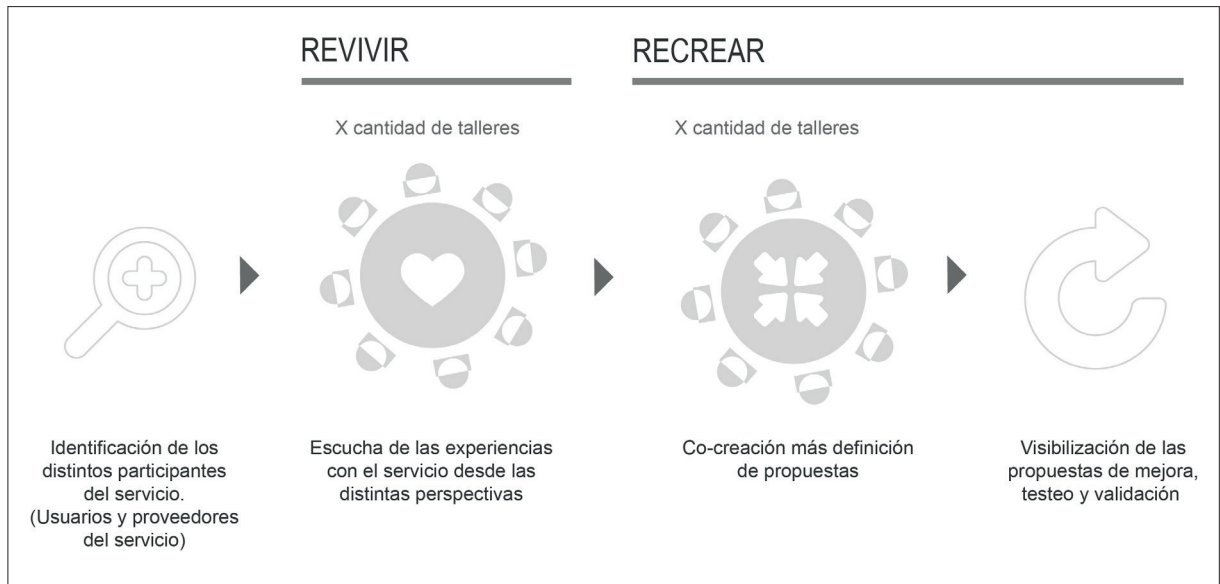
La empatía es una emoción clave para el facilitador. El diseñador como facilitador necesita ser flexible para enfrentar las distintas situaciones y sensibilidades de los participantes, teniendo una capacidad de adaptación a los ritmos y pausas del grupo para reflexionar, entender y aprender (Kuree, Miettinen y Alhuonsuo, 2014). Para el desarrollo de las actividades de co-creación el facilitador tiene que conectar con las emociones de los participantes guiando su experiencia para obtener información más precisa y concreta que posteriormente utilizará en la recreación de las interacciones dentro del servicio.

Las emociones en el prototipado de servicios

Según los párrafos precedentes, el prototipado de servicios se construye a partir de las experiencias de los usuarios con un servicio específico. Esta construcción es guiada por el facilitador a través de diversas dinámicas que permiten precisar las condiciones del entorno y las sensaciones que provoca cada interacción.

Para identificar las sensaciones que ha generado un servicio, es indispensable distinguir las emociones. Las emociones emergen y se afectan de los diversos intercambios de forma invisible (Tolosa, 2013). Las experiencias previas alimentan la configuración emocional de las personas definiendo las actuales, y por lo tanto, influyendo las futuras.

El prototipado es una forma de visualizar un servicio y las propuestas de mejora. Este prototipado en el Laboratorio SINCO lo desarrollan a través de actividades co-creativas en las cuales participan todos los usuarios involucrados directa e indirectamente con un servicio. Volviendo a la distinción de Miettinen, Rontti y Jeminen (2014) sobre las habilidades del facilitador, desde una visión comunicacional las emociones se pueden identificar observando a los participantes y definiendo su emocionalidad en las interacciones y situaciones



a las que se enfrenta. Las personas se comunican a través de productos y actos de comunicación (Tolosa, 1999). Estos productos y actos comunicacionales se traducen a las propiedades tangibles e intangibles de las interacciones y son las que definen la experiencia, en este caso de un servicio.

Adicionalmente, la observación de los usuarios puede incorporar la identificación de las personas, elementos y situaciones que participan de una interacción para adquirir mayor información sobre las respuestas emocionales frente a distintas situaciones, lo que se constituye como un modelo mental (Van Gorp y Adams, 2012). Por ende, se puede visualizar la relación entre las representaciones internas de experiencias previas y cómo se detonan frente a los estímulos externos.

El prototipado de servicios tiene esta doble función, por una parte obtener información con características testimoniales sobre la interacción de los participantes con el servicio existente y por otra, transformar las opiniones y emociones en propuestas que mejoren la experiencia de los usuarios.

Resultados

Luego del proceso de lectura y análisis de los artículos "El valor emocional del co-prototipado" y "El cambio a través del Diseño de Servicios. El prototipado de servicios como una herramienta de aprendizaje y transformación", identifiqué como factores relevantes dos aspectos que permiten visibilizar las fortalezas del prototipado de servicios en SINCO. El primero se refiere a la identificación de las emociones que contribuyen a prototipar los servicios; en este aspecto es esencial distinguir las emociones durante todo el proceso de prototipado. El segundo se enfoca en los beneficios del proceso para las organizaciones e instituciones ya que el prototipado de servicios hace tangible lo intangible de las experiencias, permitiendo a los responsables del servicio ver de forma concreta las diferencias de percepción entre quienes lo proveen y lo utilizan.

En el siguiente esquema identifiqué las etapas principales del proceso según su relación con las emociones. Este esquema es una simplificación mayor del proceso que entrega principalmente información para la comprensión de cómo el factor emocional puede ser observado.

Figura 2. Esquema del prototipado de servicios simplificado. Fuente: Creación propia.

1. La identificación de las emociones contribuye a prototipar los servicios

Según el esquema de la Figura 2, la identificación de las emociones experimentadas en un servicio es un proceso que contribuye a revivir la experiencia con la ayuda de toda la infraestructura y tecnología de SINCO. Por ejemplo, se puede utilizar una proyección del lugar en que se desarrolla el servicio, con los sonidos, luces y espacio, se pueden simular las situaciones a través del role playing e incluso incorporar los elementos tipo maqueta con que cuenta SINCO para retratar las condiciones lo más cercano a la realidad.

Al revivir una situación se recurre a la memoria emocional. La memoria emocional permite traer al presente las emociones experimentadas en el pasado (Bloch, 2008). Esta acción puede afectarse —o contaminarse— por el estado emocional actual de las personas. Para lograr un resultado más preciso Buchanan (2008) especifica que este rescate emocional de una situación en particular del pasado se puede realizar mediante la exposición directa a la situación o una exposición parcial que inicie o guíe a la persona a revivir el momento. En el caso concreto de las posibilidades que ofrece SINCO, este rescate de las emociones del pasado se puede conseguir con los diversos elementos tecnológicos y muchos de los materiales y maquetas disponibles en el laboratorio.

Una vez que se guía el proceso de rescate de las emociones pasadas, es necesario distinguir las emociones experimentadas para que estas contribuyan a la definición de un servicio con todos sus momentos incluidos. Para conseguir esta distinción un enfoque que permite vincular las emociones con el procesamiento interno de las personas y las conductas desplegadas como resultado es la trilogía de las “3c”: cabeza, corazón y cuerpo —cabeza corresponde a las representaciones que constituye el sistema de creencias y a lo simbólico, corazón todo lo relacionado con lo emotivo, cuerpo se refiere a lo corporal como conductas, gestos, sentidos— (Tolosa, 2009).

Por último, como explican Miettinen, Rontti y Jeminen (2014), uno de los hallazgos encontrados en su recolección de datos basados en los proyectos realizados fue que las empresas que han participado en los talleres de prototipado en SINCO definen la experiencia como un espacio y tiempo dedicado y que garantiza de alguna manera el desarrollo y la co-creación. Sumado a lo anterior, también se destaca que SINCO ofrece la oportunidad de observar desde distintas perspectivas un mismo servicio. En este sentido, la experiencia de SINCO encuentra resonancias en el concepto japonés “Ba” el cual se refiere al desarrollo de conocimiento dentro de una organización propiciado por un tiempo y espacio definido (Nonaka y Konno, 1998 en Miettinen, Rontti y Jeminen, 2014). Estas precisiones sobre la experiencia que entrega SINCO refuerza no solo el resultado del prototipado sino que la experiencia misma de trabajo colaborativo y su impacto en los participantes.

2. El prototipado de servicios hace tangible lo intangible de las experiencias

Este aspecto se refiere al proceso de recrear un servicio. Según la Figura 2, se relaciona con la co-creación y la experiencia del trabajo colaborativo seguido por la definición de las propuestas de mejora. Por lo tanto, la transformación de lo intangible a un resultado concreto y tangible se vincula directamente con el proceso de creación conjunta donde tanto usuarios como desarrolladores toman consciencia de las debilidades y fortalezas del servicio, permitiéndoles identificar las oportunidades de mejora.

Por otra parte, es interesante destacar que Kuree, Miettinen y Alhuonsuo (2014) definen que la experiencia y espacio de desarrollo de proyectos que

ofrece SINCO aporta a la comprensión del diseño de servicios como una cultura de co-creación, esto alimentado por las características del espacio y la metodología, las cuales fomentan la participación integradora y colaborativa. Los participantes de las instancias de co-creación en SINCO se conforman en equipos de trabajo que exploran y proponen soluciones basadas en sus experiencias personales y colectivas.

El prototipado de servicios se constituye como un espacio privilegiado de observación de las distintas interacciones al interior de un servicio y de las experiencias que construye para sus usuarios. La acción de hacer tangible una experiencia es el resultado de la integración de las distintas perspectivas del análisis —a través de todos quienes participan en el servicio—, la facilitación del proceso por parte de un actor externo y la recreación de situaciones que permiten ser participante y observador al mismo tiempo.

Conclusiones

Las emociones son un componente esencial en el prototipado de servicios. Identificarlas permite reconocer la experiencia vivida y por lo tanto transformarlas en un proceso de respuesta concreta a las interacciones que define un servicio. El prototipado es un proceso que al incorporar a los distintos tipos de usuarios permite conocer las distintas percepciones de un servicio.

SINCO es un laboratorio que crea experiencias desde la experimentación y por lo tanto el prototipado de servicios proporciona una atmósfera óptima para el proceso co-creativo. Una mezcla de tecnología, metodología y estimulación a la co-creación en un mismo espacio. Para el diseño de servicios es relevante considerar estos tres factores: 1. el prototipado de servicios como método para la visualización rápida de las propuestas, 2. La co-creación como un espacio de creación colectiva e integración de experiencias para la mejora del servicio, y 3. El desarrollo de habilidades comunicativas y de empatía del diseñador como facilitador de todo el proceso de diseño.

Para el prototipado es esencial el rol del facilitador. Sus habilidades permitirán por una parte, guiar los procesos de revivir y recrear las experiencias previas basados en las emociones de los usuarios, y por otra, fomentar la acción co-creativa para la generación de propuestas que consideren los distintos puntos de vista según el rol que desempeñe cada usuario.

Agradecimientos

Mi estudio de doctorado ha sido un proceso continuo de aprendizaje intenso por la definición de un perfil de investigador y por la adaptación a una nueva cultura. Agradezco a mi supervisora, Satu Miettinen quien ha guiado cada etapa de mi investigación doctoral; a Katherine Mollenhauer, co-supervisora, por su permanente presencia para apoyar las decisiones metodológicas. Gracias a Mauricio Tolosa, escritor y comunicólogo, quien ha inspirado mi interés por el estudio de las emociones; a Mira Alhuonso, investigadora y estudiante del mismo programa de doctorado quien ha sido fundamental para el proceso de adaptación a la metodología de estudio de la educación finlandesa.

Un agradecimiento especial para la Fundación Finlandesa de la Cultura, quienes han confiado en mi proyecto doctoral en cuanto al aporte cultural que significa para la región de Laponia.

Referencias

- Bloch S. (2008). *Surfeando la ola emocional* (2ª edición). Santiago: Uqbar.
- Buchanan, T. W. (2007). *Retrieval of emotional memories. Psychological Bulletin*, 133(5), 761-779. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.133.5.761>
- Kuree, Miettinen & Alhuonsuo (2014). Change through Service Design — Service Prototyping as a Tool for Learning and Transformation. Proceedings of DRS 2014: *Design's Big Debates*. Design Research Society Biennial International Conference 16-19 June 2014, Umeå, Sweden.
- Miettinen, Rontti & Jeminen (2014). Co-Prototyping Emotional Value. *Proceedings of the 19th DMI: Academic Design Management Conference*, pp. 1228-1246.
- Reunión de OCDE Comisión Ministerial. Strategic orientations of the secretary-general. Paris, 1-2 June 2016. <https://www.oecd.org/mcm/documents/strategic-orientations-of-the-secretary-general-2016.pdf>
- Tolosa, M. (1999). *Comunicología, de la aldea global a la comunidad global*. Santiago: Dolmen.
- Tolosa M. (2007). *Un Giro en la Comunicación. La potencia del oasis*. Santiago: Fundación de la Comunicología. ISBN 978-956-8700-00-3
- Tolosa M. (2013). *Comunidades y Redes Sociales, el desplome de las pirámides*. Santiago: Editores Papyrbit.
- Van Gorp, T., & Adams, E. (2012), *Design for emotion*. Massachusetts: Elsevier.