

La contribución de la comunicación clara al diseño de servicios públicos: caso de estudio

Sara Juste Lasierra, **Fractal Strategy (España)**
sara@somosfractal.com

Carlos Romero Piqueras, **Fractal Strategy (España)**
carlos@somosfractal.com

Recibido 31/10/23 • Aceptado 18/07/24 • Publicado 26/07/24

Cómo citar este artículo: Juste-Lasierra, S. y Romero-Piqueras, C. (2024). La contribución de la comunicación clara al diseño de servicios públicos: caso de estudio, *Sphera Publica*, vol I (24), 104-120. URI: <http://hdl.handle.net/10952/8052>

Resumen

El diseño de servicios ayuda a mejorar los servicios para hacerlos más útiles, usables, deseables, eficientes y eficaces. Diferentes iniciativas avalan con casos de éxito la introducción del diseño de servicios en el contexto de las administraciones públicas. Un servicio se compone de puntos de contacto: webs, folletos, formularios, espacios, etc. La comunicación clara aporta calidad a los puntos de contacto. Frente a la necesidad de conocer las necesidades de las personas a las que dirige la comunicación de los puntos de contacto y la necesidad de evaluación de su comprensión, se propone un método basado en el proceso de diseño del *Design Council*. El método se pone en práctica y se evalúa con su aplicación a un caso de estudio de un servicio público donde la comunicación es fundamental para su eficacia: la protección de menores.

Palabras Clave: comunicación clara, lenguaje claro, *design thinking*, diseño centrado en las personas, administración pública

*The contribution of clear communication to the design of public services:
case study*

Sara Juste Lasierra, **Fractal Strategy (España)**
sara@somosfractal.com

Carlos Romero Piqueras, **Fractal Strategy (España)**
carlos@somosfractal.com

Received 31/10/23 • Accepted 18/07/24 • Published 26/07/24

How to reference this paper: Juste-Lasierra, S. y Romero-Piqueras, C. (2024). La contribución de la comunicación clara al diseño de servicios públicos: caso de estudio, *Sphera Publica*, vol I (24), 104-120. URI: <http://hdl.handle.net/10952/8052>

Abstract

Service design helps improve services to make them more useful, usable, desirable, efficient, and effective. Various successful cases endorse the introduction of service design in the context of public administrations. A service consists of touchpoints: websites, brochures, forms, spaces, etc. Clear communication adds quality to these touchpoints. Faced with the need to understand the needs of the people targeted by the communication of these touchpoints and the need for evaluating their comprehension, a method based on the Design Council's design process is proposed. The method is put into practice and evaluated through its application to a case study of a public service where communication is essential for its effectiveness: Child Protection. After the process in which touchpoints are prototyped and evaluated, it is noted that the application of the method is highly valuable for redesigning the service, resulting in: improved transparency perception, increased process comprehension, reduced uncertainty, and improved adoption of protocols.

Keywords: clear communication, plain language, design thinking, human-centered design, public administration

Introducción

El diseño de servicios ayuda a mejorar los servicios para hacerlos más útiles, usables, deseables, eficientes y eficaces (Mortiz, 2005). Diferentes iniciativas, como las realizadas en los gobiernos de Reino Unido, Estonia o Aragón, avalan la introducción del diseño de servicios en contexto de las administraciones públicas como disciplina emergente y de valor transformador (Mager et. al., 2016).

Hablar de diseño de servicios es hablar de diseño centrado en el usuario (DCU). Un enfoque de diseño que prioriza la variable humana frente a cualquier otra, siendo su base el estudio de las necesidades de los usuarios y la evaluación iterativa de las soluciones proyectadas con los usuarios finales del producto o servicio (Norman, 2013).

Un servicio se compone de personas, infraestructuras y puntos de contacto: webs, formularios, folletos, espacios, etc. La comunicación clara es un campo de conocimiento que aporta calidad a los puntos de contacto, facilitando su comprensión a través de la adecuación a las necesidades de las personas. Una comunicación está en lenguaje claro si la lengua, la estructura y el diseño son tan claros que el público al que está destinada puede: encontrar fácilmente lo que necesita, comprender lo que encuentra y usar esa información (International Plain Language Federation, 2023).

La comunicación clara puede ser entendida como una forma de hacer diseño centrado en las personas. Diseñar cada elemento de comunicación desde esta perspectiva DCU permite generar un impacto positivo en la experiencia de las personas usuarias. En esta línea la autora Sarah Winters, invita a abordar el contenido desde el enfoque del diseño en su libro *Content Design* (Winters, S., 2017) “¿Qué contenido es el mejor para resolver esta necesidad?” en lugar de decir “¿Cómo debería escribir esto?”. De esta forma la respuesta no siempre son palabras, puede ser un gráfico, una calculadora, un documento descargable o un video tutorial, etc.

Las administraciones públicas tienen el deber de facilitar el acceso y la utilización de los servicios públicos a toda la ciudadanía. En este sentido, la comunicación clara contribuye a la consecución de estos objetivos. Algunos ejemplos de trabajos de la aplicación de la comunicación clara a la mejora de los servicios y las herramientas digitales son los llevados a cabo por instituciones como el Gobierno de Aragón, el Gobierno de Madrid o el Gobierno de Chile.

El objetivo del presente trabajo es: desarrollar un método para diseñar puntos de contacto para los servicios públicos, en clave de comunicación clara, utilizando los principios del

DCU. Estos enfoques aportan métodos y herramientas de diseño que ayudan a identificar las necesidades de las personas usuarias, profundizar en su entendimiento, generar ideas de solución y prototipar elementos de comunicación clara para evaluarlos de forma temprana, antes de su desarrollo final e implementación en el servicio.

El método propuesto se evalúa con su aplicación en un caso de estudio de un servicio público. El caso de estudio escogido es el servicio público de Protección de menores. Un proceso complejo, con múltiples actuaciones, cuyo público principal son familias en situación de vulnerabilidad y donde la comunicación entre profesionales y familias es fundamental para la eficacia del servicio.

Metodología

El método utilizado se basa en el proceso de diseño definido por el *Design Council*, en el que se sucede una primera etapa de carácter divergente, en este trabajo: Fase 1: Investigación, una segunda etapa de carácter convergente: Definición, una tercera etapa que vuelve a ser divergente: Cocreación, una cuarta etapa que converge el proceso: Prototipado y evaluación y finalmente una etapa de Implementación. En cada etapa se utilizan herramientas propias del diseño y de la comunicación adaptadas al caso de estudio (Design Council, 2019). El proceso de diseño se ha desarrollado bajo el paraguas de la innovación centrada en las personas propio del design thinking (Brown, 2009).

1.1. Fase 1: Investigación

En esta fase se busca comprender profundamente las necesidades, deseos y comportamientos de las personas que reciben y ofrecen el servicio. Esto se logra a través de técnicas cualitativas como la observación (Kuniavsky, 2003), las entrevistas (Rubin, H., y Rubin, I., 1995) y otras técnicas de investigación cualitativa. La investigación ayuda a garantizar que las soluciones propuestas estén centradas en las necesidades y deseos de los usuarios, lo que a su vez mejora las posibilidades de éxito en el proceso de diseño. En el contexto de los servicios públicos implicar al personal del Servicio a través del trabajo colaborativo permite conocer también sus necesidades y desarrollar empatía con las personas usuarias.

La información recogida se ordena en un mapa del viaje del usuario (Koivisto, 2009), que permite visualizar el viaje del usuario y encontrar puntos de dolor y oportunidades de mejora, y unas fichas Persona (Cooper, 1999), que permiten al personal y al equipo de

diseño mantener presentes a las personas usuarias objetivo y empatizar con ellas en próximas fases, especialmente durante la generación de ideas y el desarrollo de los prototipos.

1.2. Definición

En esta etapa, se analizan los datos cualitativos detectados en la fase anterior, se realiza la definición del problema y el alcance del desafío a resolver en base a los hallazgos de la investigación (Andy, Lavrans y Ben, 2013). En el contexto del caso de estudio, se definen los momentos críticos de comunicación, así como los mensajes que no se consiguen transmitir de la forma deseada.

1.3. Cocreación

Partiendo de la definición del problema realizada en la fase anterior, se inicia la cocreación (Prahalad y Ramaswamy, 2004), una serie de sesiones de creatividad en grupo para la búsqueda de soluciones. El grupo tiene una carácter multidisciplinar y representativo de los conocimientos necesarios para la búsqueda de soluciones viables. El objetivo es generar una amplia variedad de soluciones, pensando de manera divergente, sin juzgar, ni descartar ninguna idea en un primer momento. Las fichas Personas permiten mantener las necesidades del usuario final presentes y centrar la cocreación. Finalmente se realiza una selección de ideas en base a criterios de viabilidad y grado de innovación. Estas, se desarrollan en la fase posterior.

1.4. Prototipado y evaluación

El prototipado y posterior evaluación de los materiales permite asegurar la creación de soluciones efectivas y centradas en el usuario. A través de prototipos las ideas se hacen tangibles (Cautela, 2007). En el contexto de un servicio, los prototipos corresponden a elementos que ayudan a mejorar una interacción de este. Los prototipos se desarrollan siguiendo criterios de lenguaje claro, lenguaje inclusivo, diseño visual y usabilidad (Federación Internacional de Lenguaje Claro, 2023).

A través de la evaluación se involucra a los usuarios, se analiza su uso de los materiales y se recoge su opinión sobre los mismos para evolucionar las soluciones hacia versiones más refinadas. Las evaluaciones realizadas son principalmente de carácter cualitativo, algunas técnicas son test de usuario (Nielsen, 1992), entrevistas, *roleplay* (Buchenau y Suri, 2000) o *focus group* (Morgan, 1997).

1.5. Implementación

Una vez refinada y validada la solución se procede a su implementación. Para ello se definen todos los recursos y procesos necesarios. Se comunica la solución a todas las partes interesadas haciendo hincapié en beneficios y respuesta al problema identificado y, si es necesario, se realiza la formación competente. Es común en esta fase utilizar herramientas como *service blueprint* que permite representar de manera visual y global todos los componentes de un servicio, las interacciones y los procesos tanto para comunicar a otros como para la mejora continua del servicio (Shotack, 1982).

2. Resultados

El caso de estudio escogido para la aplicación y evaluación del método descrito es un servicio público de Protección de menores. Este servicio sigue un proceso complejo y extenso en el tiempo, con múltiples actuaciones y actores implicados y alta carga jurídica, todas las decisiones se deben fundamentar de manera sólida. El público principal de este servicio son familias en situación de vulnerabilidad, en muchas ocasiones perfiles con estudios muy básicos e idiomas nativos diferentes al español. El objetivo de este servicio es garantizar el bienestar del menor y en ese sentido, lo más favorable tanto para la familia como para el sistema es conseguir que el núcleo familiar ofrezca las condiciones óptimas para que se pueda desarrollar con plenitud y asegurar su bienestar. Esto significa que los esfuerzos del Servicio se centran en conseguir que la familia adquiera las competencias necesarias para cubrir las necesidades del menor y constituir un entorno seguro que garantice su bienestar. En este contexto, la comunicación clara entre profesionales y familias es fundamental para que el servicio sea eficaz y cumpla con este objetivo.

2.1. Fase 1: Investigación

En la Fase Investigación se realizan visitas a dos centros en los que los equipos de Protección de menores desarrollan entrevistas con las familias y otras actividades. Mediante la observación, seguimiento de usuarios y realización de los recorridos, el equipo de diseño empatiza con la experiencia de las familias usuarias conociendo los espacios en los que se producen los momentos de comunicación. Se realizan entrevistas a 23 profesionales de los diferentes equipos de intervención para obtener una visión global del proceso y su perspectiva sobre los problemas del servicio en relación a la comunicación

con las familias. Los materiales que utilizan los profesionales para comunicarse con las familias se analizan en términos de usabilidad, lenguaje claro, accesibilidad y diseño visual. Se realizan 7 entrevistas a familias usuarias del servicio que permiten recoger su punto de vista e indagar en sus momentos de dolor del proceso, así como aquellos términos y mensajes que no se comprenden o transmiten correctamente.

El conocimiento recabado sobre las necesidades, motivaciones y comportamientos de las familias y los menores se visualiza a través de unas fichas Personas. Por otro lado, el conocimiento recabado sobre el proceso y las necesidades existentes en cada uno de los momentos clave se ordena y visualiza a través de un mapa del viaje del usuario en el servicio. En este caso de estudio, se identifican 5 momentos principales de interacción entre el servicio y las familias:

1. La citación o retirada del menor: dependiendo de la gravedad de la situación familiar el Servicio enviará una carta para citar la entrevista o directamente procederá a la retirada del menor sin previo aviso.
2. La entrevista con el servicio: es el primer momento en que los adultos responsables y el equipo de intervención se conocen. Es un momento tenso en el que hay que transmitir mucha información y sentar las bases de la relación entre familia y servicio.
3. La firma de la hoja de acuerdos: un documento que elabora la administración con los cambios que la familia debe realizar para recuperar al menor o evitar su retirada definitiva.
4. Los momentos de trabajo con las familias: estos momentos de trabajo pueden incluir desde visitas del educador para acompañar a la familia en tareas cotidianas hasta sesiones con el psicólogo del equipo.
5. Cierre del expediente: un momento muy valioso para las familias cuando el desenlace es positivo pues significa que se finaliza el trabajo con ellas y que el menor puede volver o mantenerse en casa. Cuando el desenlace es negativo implica la pérdida definitiva de la tutela del menor para la familia.

En cada uno de estos momentos, se recogen, tanto por parte de las familias como del personal, los procesos seguidos, los puntos de contacto destacando los relacionados con la comunicación, los problemas existentes y las oportunidades de mejora.

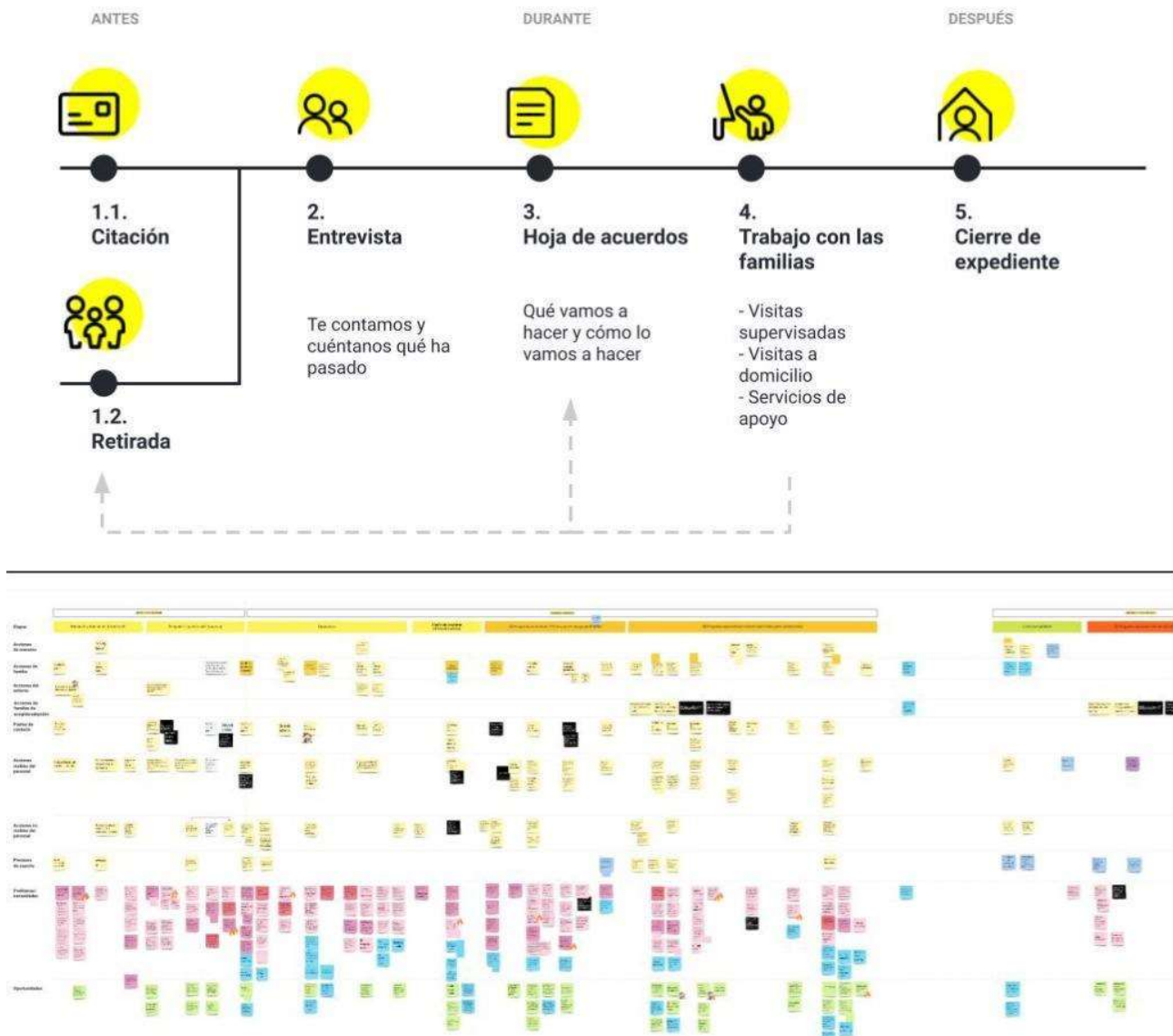


Figura 1. Mapa del viaje del usuario: general y detalle

2.2. Fase 2: Definición

Fruto de la investigación, se identifica y articula claramente el problema que se está tratando de resolver. Una definición adecuada del problema facilita el trabajo posterior de las fases de diseño aportando foco al proceso.

Los principales hallazgos son:

- Las familias, en especial las madres, se sienten juzgadas, desprotegidas y vulnerables, por los protocolos existentes, la complejidad del lenguaje y la dureza de los informes y de la propia derivación, el paternalismo en la toma de decisiones y la percepción de vigilancia e invasión.

- Los equipos quieren involucrar a las familias y crear vínculos con ellas durante el proceso, pero estas perciben una diferencia de realidades que supone una barrera entre ellos. Esta diferencia es palpable en el trato, la apariencia, la falta de dignidad de los espacios de atención o la falta de comprensión percibida hacia sus diferentes culturas y estilos de vida.
- Las familias, tras el cierre del expediente, continúan sus vidas con miedo a volver a pasar por ello debido al desconocimiento o la falta de comprensión de las causas que provocaron la apertura de expediente y/o de los recursos que podrían haberles evitado llegar a esa situación.
- Las familias y los propios profesionales perciben diferencias en el trato y la forma de hacer de cada uno de los equipos, debida a factores como el alto número de rotaciones y relevos entre profesionales y la organización estanca de los equipos.

El equipo de diseño se centra en trabajar sobre los primeros momentos de relación con el servicio: la citación y la entrevista. Se escogen estos momentos porque son la puerta de entrada al servicio. En estos primeros pasos las familias todavía no están familiarizadas con el lenguaje y con el proceso, por lo que la sobrecarga de información y el impacto emocional es mayor. Por otro lado, son una oportunidad para establecer la base de las futuras conversaciones y relaciones con la familia. Por último, permite a la organización trabajar la consistencia de la comunicación independiente del equipo al cargo.

2.3. Fase 3: Cocreación

Se trabaja con el personal del servicio público en la cocreación de ideas a través de técnicas de creatividad como: el *brainstorming*, la visualización de escenarios y el *Legó serious play* (Kristiansen y Rasmussen, 2014). La cocreación en sí misma ofrece un espacio para que otros profesionales del servicio participen de la construcción de soluciones, que ellos mismos tendrán que adoptar y les presenta otra forma de trabajo y cultura colaborativa.



Figura 2. Sesión de cocreación con el personal del servicio.

Para facilitar la comunicación en estos dos momentos se generan múltiples ideas que se organizan en el desarrollo de dos prototipos:

1. El rediseño de la carta de citación. Una comunicación que se envía por correo postal o se entrega en mano, cuando existe una retirada del menor. Actualmente esta carta contiene una información muy escasa lo que genera alta incertidumbre y nerviosismo en las familias que no entienden por qué son citadas, si deben hacer algo previamente, si tienen derecho a faltar al trabajo, a dónde deben acudir y para qué.
2. El desarrollo de un cuaderno familiar que guíe la entrevista y permita después a la familia repasar la información que se le ha transmitido en ella. Actualmente participan en la entrevista tres personas del equipo de intervención y uno o dos adultos responsables, en función de la familia. Esta entrevista se produce en una sala donde ambas partes se sientan enfrentadas. El equipo de intervención explica a la familia su situación, los motivos de la cita y el proceso que se va a seguir. La comunicación es mayormente unidireccional.

2.4. Fase 4: Prototipado y evaluación

El equipo de diseño lidera el desarrollo de los prototipos desde la atención a las necesidades de las personas: tanto las familias como el personal del servicio. El equipo aporta estructura a los prototipos y considera criterios de lenguaje claro, lenguaje inclusivo, diseño visual y usabilidad para desarrollarlos. El Servicio participa en la elaboración de estos prototipos y aporta el conocimiento profundo de los protocolos, la terminología y los matices jurídicos. Por ejemplo, durante el desarrollo de los prototipos el Servicio indica que es necesario utilizar el término “adultos responsables”, sin embargo, el equipo de diseño, fruto de la investigación, conoce que este término puede ser difícil de comprender y que en algunas situaciones familiares complejas, por ejemplo, en distintos tipos de separaciones, puede resultar ambiguo y ser difícil para la familia saber a quién hace referencia. La solución prototipada consiste en incluir al inicio del cuaderno un espacio para aclarar los nombres de las personas a las que se hace referencia cada vez que se utilice el término “adultos responsables” durante el proceso. Lo mismo sucede con el término “menores” ya que pueden darse expedientes referidos únicamente hacia un menor o algunos de los menores de la familia.

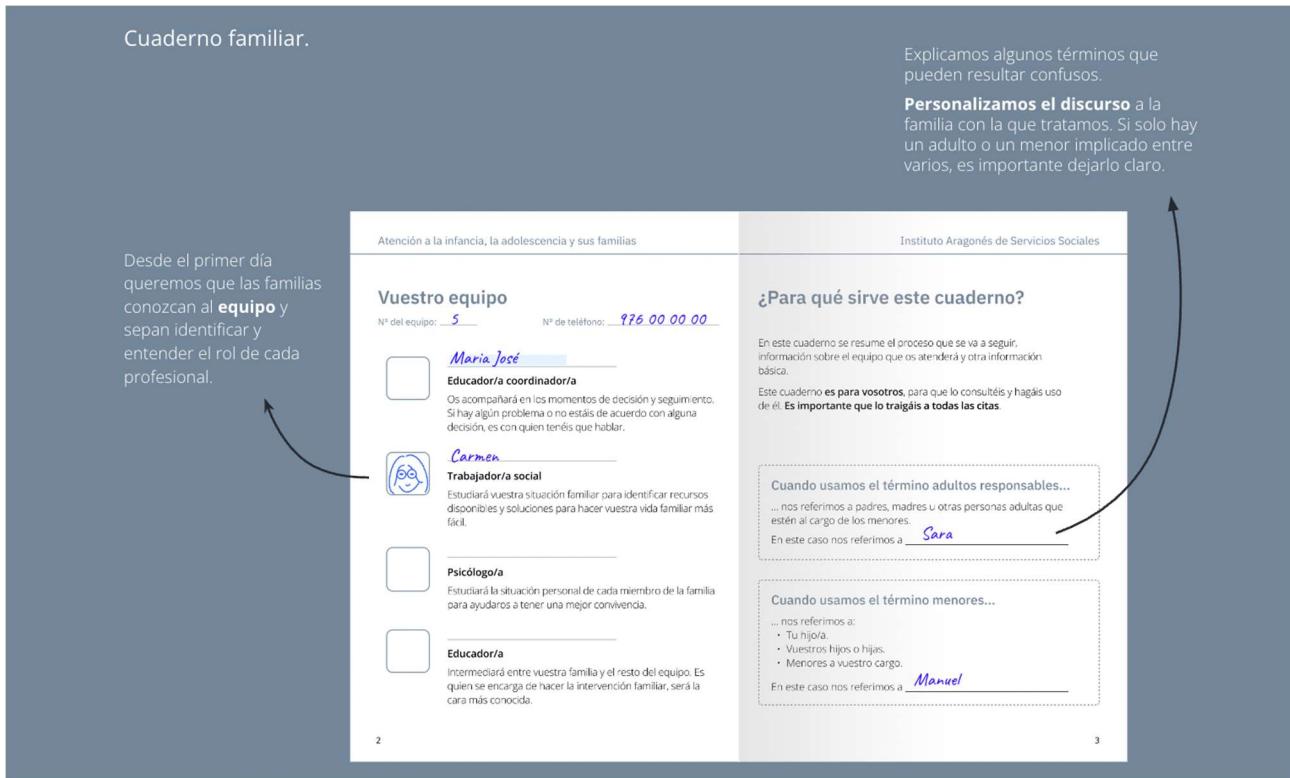


Figura 3. Detalle del interior del cuaderno familiar. Página donde se explican los términos “adultos responsables” y “menores”.

Se realiza una primera evaluación experta y ágil de los materiales prototipados con otros profesionales de los equipos de Protección de menores. Tras una primera iteración de los materiales, se evalúan con familias, antiguas usuarias del servicio. Las evaluaciones realizadas son principalmente de carácter cualitativo. En el caso de las familias, el test con usuarios consiste en una evaluación de las citaciones, seguida de un *roleplay* que replica la situación real de uso: la entrevista con Protección de menores.

En esta evaluación, además de la validación de los nuevos materiales, se analiza el impacto de otras cuestiones que afectan a la comunicación con las familias, por ejemplo, el tipo de mesa y la disposición en ella de ambas partes. Optar por un mesa redonda en lugar de rectangular o variar la disposición permite conseguir una actitud menos defensiva por parte de la familia que durante la investigación trasladaba la sensación de sentarse “frente a un jurado”.



Figura 4. Disposición previa y propuestas para sentar a las partes implicadas durante la primera entrevista.

Tras el test de usuario, el equipo de diseño realiza una entrevista y encuesta a las familias para abordar cuestiones que permitan verificar la utilidad de los materiales y la comprensión de los mensajes y términos. Todas las familias valoran de manera muy positiva los nuevos materiales. Perciben que se les ha entregado más información y de mayor calidad que en su experiencia previa. Consideran que el trato ha sido más cercano y transparente, destacan cuestiones como la disposición en la mesa, el tono del contenido y el diseño visual de los materiales.

Algunos de los comentarios que realizaron las familias durante los test son: “está claro que la situación no es agradable, pero sales con una idea más clara de los pasos que tienes que dar para no llegar a que se lo lleven”, “lo primero que habría hecho al llegar a casa habría sido enseñarle a mi hijo el cuaderno y explicárselo”, “creo que hay cosas que están aquí que en su día no me dijeron”

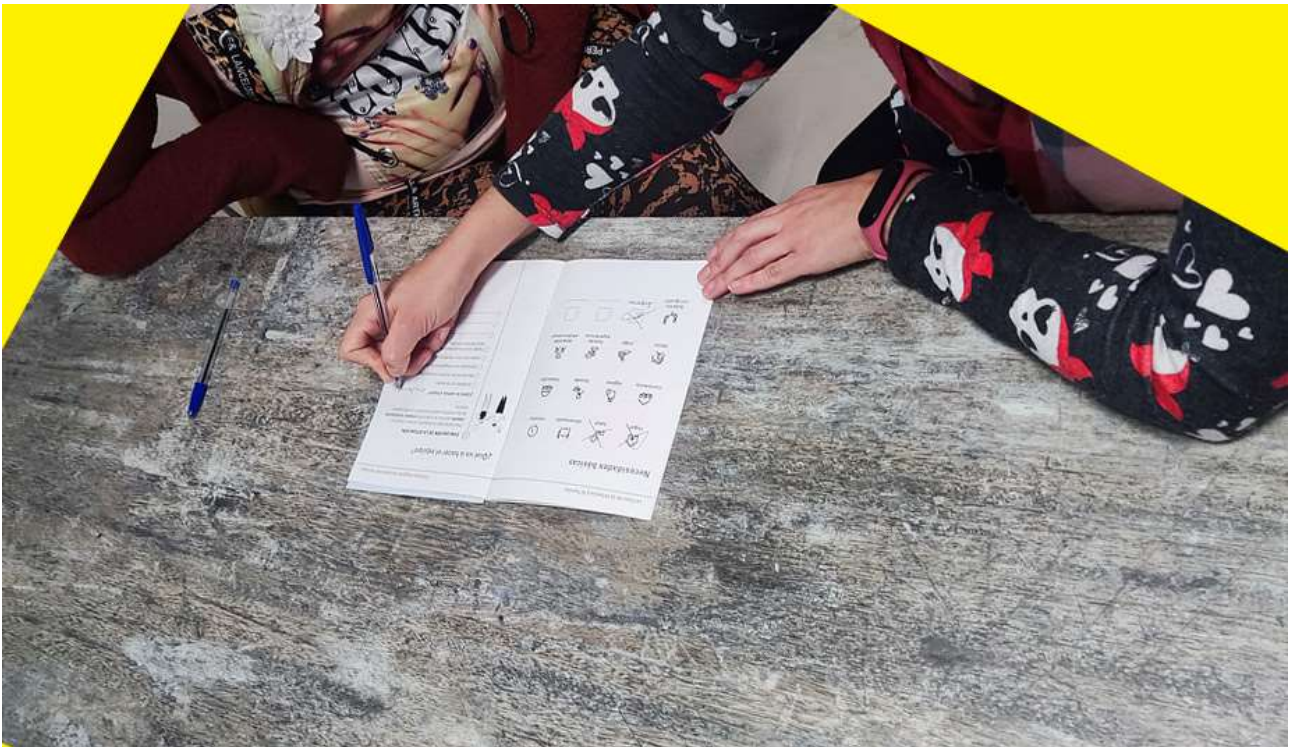


Figura 5. *Roleplay* durante el test de usuario. Personal y familia haciendo uso del cuaderno familiar.

Durante los test el equipo de diseño observa que el personal utiliza en numerosas ocasiones a lo largo de la entrevista el diagrama de los niveles de atención a la infancia, por lo que se traslada este contenido a una solapa que permita combinar este gráfico con otros momentos del discurso. Este diagrama representa mediante una pirámide los sistemas que existen en la sociedad para garantizar una atención adecuada a los menores, desde los adultos responsables en la base hasta el sistema judicial en la cúspide, y resulta de gran utilidad para que las familias comprendan porqué está interviniendo el servicio especializado de menores en su caso.



Figura 6. Cuaderno familiar, solapa desplegada.

Por otro lado, las familias señalan algunas mejoras, por ejemplo, incluir en las cartas de citación, además de la dirección, cómo llegar al lugar de la entrevista.

Parte de atrás de aquellas citaciones que requieren que la familia acuda a la Subdirección.

Cómo llegar.
En este apartado se incluye la dirección, fotografías de la puerta de acceso, un QR con acceso a la ubicación en Google Maps y paradas cercanas tanto de autobús como de tranvía.

Cómo llegar a Supervía

La Subdirección de Protección a la Infancia y Tutela se encuentra en:
Calle Supervía nº 27, Zaragoza.

Fotografías de la puerta de entrada:





Acceso a la ubicación en Google Maps.
Escanea el código QR con el móvil y haz click en "Cómo llegar".

Conexiones en transporte público.

-  Líneas de autobús con paradas cercanas: 24, 42, C11.
-  Paradas de tranvía más cercanas: Plaza San Francisco y Emperador Carlos V.

Figura 7. Parte posterior de la citación, información sobre cómo llegar al centro.

2.5. Fase 5: Implementación

Los materiales finales se desarrollan en un formato que permita su producción y mantenimiento por parte del Servicio. Las cartas se desarrollan como plantillas y los cuadernos se preparan para su impresión. Se define el *blueprint* del servicio donde se recogen los primeros pasos del servicio y se indican tanto los materiales a utilizar como las pautas a seguir para su uso.

Se elabora una hoja de ruta para la extensión a todos los equipos de los nuevos materiales y protocolos. Se realiza una presentación para dar a conocer a la organización el proceso seguido y presentar los materiales elaborados incidiendo en sus objetivos y función, entender los beneficios de su aplicación fomentará una adopción exitosa por parte de todos los equipos.

3. Conclusiones

La aplicación del método propuesto constata su aportación para la construcción de puntos de contacto para los servicios públicos bajo criterios de comunicación clara, ajustados a las necesidades de las personas usuarias y validados por estas. El método se desarrolla en el caso con un papel fundamental en la extracción de las necesidades de las personas, la mediación entre los intereses del personal y las familias, la alineación del enfoque de comunicación, la facilitación de dinámicas efectivas en las entrevistas, la introducción de nuevas dinámicas y la estructuración adecuada de los contenidos. Cabe destacar la contribución para la construcción efectiva de la información y el desarrollo de la visualización necesaria para apoyar la transmisión del mensaje.

De forma específica la aplicación del método genera las siguientes mejoras en el servicio:

1) El uso de un lenguaje visual transforma la dinámica de las entrevistas con estas familias. Antes, el proceso de entrevista podía percibirse como una tarea administrativa fría y distante. Con la introducción de elementos visuales y una mayor orientación hacia la comunicación, las entrevistas se convierten en conversaciones significativas. Las familias ahora perciben el servicio como más transparente, cercano y como una entidad que comprende sus necesidades y preocupaciones. 2) La documentación del proceso se simplifica y se presenta en un formato visual y en un lenguaje claro, favoreciendo en gran medida la comprensión por parte de las familias. La comunicación clara despeja dudas y ayuda a las familias a entender el protocolo estándar que sigue la administración. La

reducción de la confusión y los recelos es evidente. 3) La clarificación del proceso y los pasos a seguir proporciona a las familias una visión general de lo que pueden esperar. Reduce la incertidumbre que a menudo rodea a estas situaciones y aumenta la sensación de seguridad en las familias, lo que mejora la confianza en los profesionales.

Un beneficio adicional es que esta forma de comunicación alivia la carga de información que las familias deben retener. Los materiales desarrollados son una referencia constante, lo que permite a las familias revisar la información posteriormente y compartirla con otras personas que puedan estar involucradas en su situación. Desde la perspectiva de la organización, la implementación de estos materiales supone una mayor consistencia en el discurso y el trato hacia las familias. Estos materiales proporcionan un guion claro y conciso que permite a cualquier profesional, incluidos los nuevos miembros del equipo, comprender de manera sencilla los puntos a tratar en las entrevistas. Esto lleva a una mayor uniformidad en la comunicación entre los equipos y las familias.

Por último, al utilizar un recurso corporativo para la comunicación, el personal se percibe como el canal oficial de transmisión de la información de la organización. Esto brinda una sensación de respaldo al personal y una mayor cohesión en la forma en que se presenta la información.

En este caso de estudio, se han identificado otros momentos y materiales susceptibles de rediseño. Con un proceso de investigación y definición más amplio, se pueden abordar numerosos ciclos de cocreación, prototipado, evaluación y definición, lo que ofrece oportunidades continuas para mejorar la comunicación y los servicios brindados a las familias.

En el mundo de los servicios sociales, la potencialidad de este método es especialmente relevante debido a las características de vulnerabilidad de su público objetivo que de manera especial requiere de comunicación clara. El método se presenta como una herramienta valiosa en la misión de ofrecer servicios sociales más efectivos y humanos.

Bibliografía

Buchenau, M., Suri, J. F. (2000). Experience prototyping. En Proceedings of the 3rd conference on Designing interactive systems, processes, practices, methods, and techniques. ACM.

Cautela, C. (2007). Strumenti di Design Management. Milan: Franco Angeli.

- Cooper, A. (1999). *The Inmates are Running the Asylum: Why High-Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity*. Indianapolis, IN: MacMillan Computer Publishing.
- Federación Internacional de Lenguaje Claro. (2023). *ISO 24495-1: Plain language — Part 1: Governing principles and guidelines*. Federación Internacional de Lenguaje Claro.
- International Plain Language Federation. (2023, 16 agosto). Home - International Plain Language Federation. International Plain Language Federation -. <https://www.iplfederation.org/>
- Koivisto, M. (2009). Frameworks for structuring services and customer experiences. En S. Miettinen, y Koivisto (Eds.). *Designing Services with Innovative Methods* (pp. 136-149). Helsinki: Taik Publications.
- Kristiansen, P., & Rasmussen, R. (2014). *Building a better business using the Lego serious play method*. John Wiley & Sons.
- Kuniavsky, M. (2003). *Observing the User Experience: A Practitioner's Guide to User Research*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann.
- Morgan, D. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books.
- Nielsen, J. (1992). The usability engineering life cycle. *Computer*, 25(3), 12-22.
- Polaine, A., Løvlie, L., & Reason, B. (2013). *Service design: From insight to implementation*. Rosenfeld media.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5-14.
- Rubin, H., y Rubin, I. (1995). *Qualitative interviewing: the art of hearing data*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Shotack, G. L. (1982). How to Design a Service. *European Journal of Marketing*, 16(1), 49-63.
- Winters, S. (2017). *Content design*. Content Design London.