DIPUTACIÓN DE JAÉN

Jaenícolas

Cuchi

Que te diga...

CUADERNO de Formación F5.2.

Generación de ideas

www.dipujaen.es #Jaenícolas #CuchiQueTeDiga

Equipo F5.2.
Generación de ideas

Versión Digital

Los "Cuadernos F5" contienen contenidos de interés para la juventud. Además de ser una puesta en marcha de un Espacio Virtual de documentación en materia de Juventud con contenidos de interés para ell@s.

Edición y Promoción
Diputación de Jaén · Área de Juventud.

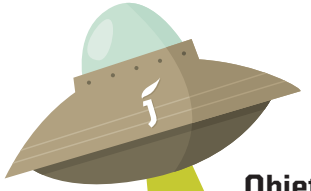
Autor
Antonio Lara Perales
Técnico de Juventud del Ayuntamiento de Marmolejo.

Diseño y Maquetación
Juan Antonio Arroyo Poza

Coordinación
Antonio Lara Perales

Septiembre 2021

Formación F5



Introducción

La formación es una herramienta para resolver problemas de la organización y las acciones formativas son instrumentos para construir soluciones a disfunciones organizacionales. La actualización de competencias y habilidades para la juventud y el tejido asociativo es necesario y es imprescindible para llevar la acción sociocultural en el territorio. El Plan F5 para el año 2021 de la Excma. Diputación Provincial de Jaén a través de su Área de Juventud y dirigida a la juventud jiennense y el tejido asociativo juvenil quiere dar cobertura a las necesidades formativas de este colectivo que lleva años sin ningún reciclaje por parte de las administraciones públicas. La detección de sus necesidades nos permite hacer una oferta de programación de actividades formativas adaptadas a la realidad de la juventud. Una renovada juventud giennense necesita estar preparad@s para hacer frente a los nuevos contextos desde los principios y valores de la juventud comprometida y con las competencias adecuadas. Por ello, en el Plan F5 se quiere abordar un modelo de "experiencias de aprendizaje", entendidas como procesos que ponen el foco en el aprendizaje significativo, continuo y transformador a partir de una multiplicidad de recursos y actividades abiertos a la interacción con el entorno desde la corresponsabilidad de todos l@s participantes jóvenes de la provincia de Jaén.

Objetivos

El objetivo general del Plan F5 es la formación del colectivo juvenil y del tejido asociativo joven de la provincia de Jaén en conocimientos, habilidades y actitudes, que mejoren sus competencias, colaborando así en su desarrollo personal en las áreas que se trabajen y la mejora de la realidad de la ciudadanía juvenil a través de la formación tematizada. Los objetivos específicos son: • Difundir y formar a la juventud jiennense en el conocimiento y buen uso de las TIC, TAC y TEP. • Iniciar una oferta de acciones formativas relacionadas con las metodologías innovadoras para l@s jóvenes. • Atender la demanda específica de la juventud giennense, en aquellas áreas que consideran necesarias para su mejora en competencias y habilidades. • Crear una oferta de videoconferencias temáticas con contenidos de interés para la juventud. • Crear una línea de publicaciones "Cuadernos F5" con contenidos de interés para la juventud. • Puesta en marcha de un Espacio Virtual de Documentación en materia de Juventud con contenidos de interés para ell@s.

Programa de Cuadernos de Formación

C.F.1. Educación para la Participación Juvenil.
C.F.2. Generación de ideas.
C.F.3. Elaboración de proyectos europeos.
C.F.4. Transformación social a través del voluntariado.
C.F.5. Educación Informal.
C.F.6. Animación Sociocultural y proyectos juveniles.

Índice

1. INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD.
2. ELEMENTOS CLAVES DE LA CREATIVIDAD.
3. EL PROCESO CREATIVO.
4. LA PERSONA CREATIVA.
5. TÉCNICAS CREATIVAS.
6. ENTRENAMIENTO CREATIVO.
7. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIA.

1.- Introducción a la creatividad.

En un entorno cambiante como el actual en el que la capacidad de competir de las empresas responde cada vez más a intangibles como la innovación o el conocimiento, la creatividad se está erigiendo como un elemento de vital importancia para asegurar la competitividad de las regiones y las empresas. Ante la imposibilidad de competir en precios con algunas de las economías emergentes, las estrategias regionales han dado paso a una nueva ola de políticas de reforzamiento de las actividades basadas en el conocimiento y la I+D.

La creatividad, por su parte, es una herramienta que activa el proceso innovador por medio de la generación y desarrollo de ideas en el entorno empresarial. Asimismo, la creatividad es una facultad inherente a las personas, que se puede desarrollar de manera colectiva, y cuya utilización constituye una oportunidad para la mejora de la competitividad empresarial. Sin embargo, no siempre los equipos de trabajo de las organizaciones ni las estructuras de éstas utilizan modelos de trabajo que propicien su desarrollo.

El objetivo de este capítulo en este contexto es introducir el concepto de creatividad en el ámbito personal y presentar las principales técnicas para su aplicación práctica en cualquier ámbito de la vida, en especial en el social.

Para lograr este fin, en el primer apartado se analiza el concepto de creatividad desde una perspectiva general. En el segundo apartado se realiza un análisis de los elementos claves de la creatividad. El tercero, sobre la base de lo expuesto en los dos primeros apartados, se centra en las barreras de la creatividad y en el cuarto apartado encontrarás una amplia gama de recursos para la creatividad y la innovación, para finalizar con el quinto apartado dedicado a las técnicas de creatividad más comunes y genéricas.

Creatividad es una palabra cuyo significado conocen todas las personas. Podemos empezar diciendo que la creatividad es una capacidad de quien crea. La persona que crea es una persona creadora y crear es hacer algo nuevo que antes no existía pero a partir de elementos preexistentes que se han combinado de forma original, peculiar, distinta.

O sea, que no se crea de la nada sino a partir de lo que ya existe. Al mismo tiempo se afirma que la creatividad es una habilidad característica de los seres humanos, a pesar de que se ha estudiado que la novedad es una herramienta de motivación de chimpancés y ratas.

Esta capacidad de combinar elementos, objetos, técnicas, colores, sabores, experiencias, de un modo distinto se ha ido produciendo en la cultura humana desde que existe constancia de la historia. Está claro que existían piedras puntiagudas, ramas de árbol, lianas vegetales, es decir, elementos preexistentes; y la creatividad humana, en este caso, consistió en crear un hacha, una forma original de combinar esos elementos. Y eso nos da otra visión de la creatividad: su visión social y acumulativa. Todas las creaciones de nuestros antepasados son información acumulada que ha hecho posible la creatividad que se está desarrollando en el siglo XXI.

"No pretendamos que las cosas cambien si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países porque la crisis trae progresos".

Albert Einstein

De manera instintiva, el término creatividad se ha vinculado de manera tradicional a la actividad artística o, más recientemente, gracias a ejemplos como los de empresas Apple o Google, a la innovación en sectores tecnológicos.

En este sentido, nuestra intuición no se encuentra desencaminada, ya que la creatividad y la innovación son dos conceptos que van de la mano. Dicho de manera sencilla, la capacidad creativa se puede definir como: **"la habilidad para generar de manera fácil ideas, alternativas y soluciones a un determinado problema".**

Teniendo en cuenta esta definición, y poniéndola en relación con el concepto de innovación, la creatividad representa el proceso de generación de ideas. De alguna manera es la inspiración que nos permite crear nuevas soluciones. Por su parte, la innovación es la capacidad de convertir estas ideas en algo aplicable, de darles sentido y valor dentro de un contexto.

Así, en ocasiones puede llegar a darse lo que se conoce como la Paradoja de la Creatividad: siendo una persona muy creativa, es decir, con gran capacidad de generar ideas, puede que a la vez sea poco innovadora y que sea incapaz de escoger de entre esas ideas las mejores y de aplicarlas de manera eficaz. Para superar esta incapacidad y para desarrollar el potencial creativo innato presente en todas las personas, se puede recurrir a técnicas que, como se verá más adelante, pueden ser especialmente valiosas en el ámbito social.

Ward, Smith y Vaid describen de esta manera el concepto de creatividad: "La mente humana es un instrumento enormemente creativo. Nuestra capacidad de avanzar desde las experiencias concretas a la producción de nuevas ideas es una de nuestras características más relevantes.

Lo mismo si se trata de un científico que propone una teoría, o un autor que imagina unos caracteres, o un padre ideando un juego para entretener a sus hijos, o un orador buscando una manera metafórica de expresar un sentimiento, los individuos están siempre en el negocio de construir y modificar representaciones mentales nuevas relevantes para una meta determinada.

No cabe duda de que es una capacidad de este tipo de pensamiento creativo lo que nos distingue más claramente del resto de las especies."La creatividad es básicamente una capacidad humana que se desarrolla a lo largo de toda la evolución de la persona. Son creativos l@s niñ@s, las personas jóvenes, las personas adultas y también las personas que han alcanzado la vejez, tal como demuestran múltiples personajes históricos o bien alguno de nuestros familiares o vecin@s.

El cerebro humano es creativo de un modo totalmente genético porque la adaptación al cambio es un recurso fundamental de supervivencia. Y la creatividad es cambio por definición. Al mismo tiempo el cerebro humano funciona por motivación y por lo tanto se es creativo también cuando una persona está motivada, ya sea por inquietud o por necesidad. La creatividad es una capacidad que se aplica para satisfacer necesidades y resolver problemas. Las primeras cúpulas romanas, como la de las basílicas y los baños públicos, respondían a la necesidad de crear un espacio cubierto en el que se pudiera cobijar mucha gente, lo mismo que necesitaba una catedral.

2.- Elementos claves de la creatividad.

Vamos a descubrir algunos de los elementos claves en el desarrollo de la creatividad que veremos a continuación:

·- Intuición.
·- Imaginación.
- ·Pensamiento.
·- Inspiración.
·- Percepción.

Intuición: Es mucho más que una corazonada y que un pensamiento acerca de algo. La intuición es una percepción interior que nos lleva a comportarnos de determinada manera. Es una fuerza invisible que guía nuestras actuaciones. Hay que aprender a desarrollarla y confiar en ella.Intuir significa contemplar detenidamente, observar investigando o aguardando. Entendido en este sentido cuesta tiempo, energía y exige actividad.

Es considerada como el primer peldaño de la creatividad. Platón consideraba que la intuición era una fuente de conocimiento en la que se puede confiar. Aristóteles creía que el pensamiento consistía en imágenes, y cada imagen tiene el poder de evocar emociones que revelan el conocimiento interior.

Imaginación: Clásicamente, la imaginación es considerada como la facultad del espíritu para producir imágenes. Esta producción de imágenes puede estar directamente relacionada con la percepción del mundo exterior o puede consistir en una producción libre de imágenes interiores. En este último caso, estaríamos hablando de un "mirar hacia dentro".

Mucchielli (1964) considera que la imaginación, en su verdadera esencia, es la capacidad de desprender al hombre de lo real actual, del automatismo o de la urgencia, para vagar en lo posible, en lo irreal, en el "por qué no"; permite superar el dato y lo real para acceder a lo superreal,la prospectiva de la operación a realizar, la experimentación a llevar a cabo, la hipótesis a formular y verificar, el mundo a construir.

Algunos autores, como R. Desrosiers (1978) definen la imaginación como sinónimo de irreal, ficticio, fantástico, quimérico, ilusorio.En sentido coloquial, podemos definir la imaginación como la capacidad mental para formar representaciones de personas, objetos o situaciones que no se hallan presentes en el momento actual.

La representación mental que se forma se denomina imagen.

Pensamiento: El pensamiento es la facultad de pensar. Para nosotros pensar tiene múltiples sentidos: cavilar, discurrir, reflexionar, razonar, abstraerse, meditar, imaginar o concentrarse.Las personas aprenden a pensar igual que aprenden a nadar, jugar al tenis o esquiar. Necesita un/a maestr@ que le enseñe, si no, aprende de forma un poco aleatoria y anárquica. Mejorar la forma de pensar tendrá que ser una constante desde la infancia a la edad adulta. Esta habilidad requiere una disciplina intelectual.
Poc@s de nosotr@s hemos aprendido el arte de pensar hacia adelante, porque la educación y la experiencia siempre nos han recalcado que hay que pensar hacia atrás, o como llama McLuhan, las personas padecen el síndrome del retrovisor, ya que somos conductor@s y que nuestros ojos están clavados en el sitio de donde venimos, en lugar de contemplar a donde nos dirigimos.
La educación, generalmente, estudia el pasado, pero el interés por el pasado, a menos que lo utilicemos, se opone directamente a la creatividad.

Inspiración: La originalidad se produce en un momento de inspiración, en donde se movilizan todas las fuerzas del individuo y surge la chispa, como resultado de las combinaciones que se realizan entre los elementos que componen la vía intelectiva y la multisensorial. Es fruto de una profunda motivación, y requiere paciencia, humildad y sumisión.La inspiración es el impacto sorprendente que produce un hecho sobre la mente. Es un estado de gracia que sobreviene sin previo aviso. La inspiración se da en forma de rayo, en el sentido auténtico de la palabra, de claridad deslumbrante. Tiene un gran poder capaz de hacer desaparecer todos los obstáculos y quedarnos encantados de lo descubierto. Es un don gratuito que permite crear. sensoriales que informan sobre un objeto.

Percepción: La percepción es una actividad que el organismo realiza para extraer información; es el pensamiento de percibir. Percibir no es experimentar, ni tampoco es recordar. Es un proceso mental de relación activa con el mundo. O dicho de otro modo, es la aprehensión de los objetos de la realidad a través de los sentidos. Según J.A. Marina (1994) percibir es asimilar los estímulos dándoles un significado. La percepción nos proporciona información de la realidad. En cualquier caso, todas las concepciones admiten que la percepción es un proceso de la actividad humana que, fundamentalmente, consiste en una organización de datos sensoriales que informan sobre un objeto.

La percepción es una actividad intencional y selectiva, pues de los muchos estímulos que llegan a los sentidos sólo unos pocos son seleccionados por la persona, en función de sus intereses, actitudes o experiencias. La percepción sensitiva no depende solamente de los detalles fisiológicos de los ojos, oídos o cualquier otro órgano, sino de un contexto más amplio en el que se incluye la disposición de la persona.

3.- El proceso creativo

Podemos definir la creatividad como la capacidad de resolver los problemas de una manera eficaz, novedosa y valiosa. Pero los problemas o tareas que enfrentamos habitualmente no siempre necesitan la misma solución ni la misma manera de pensar. Recordemos que podemos encontrar dos tipos de problemas:
>>>>>>>

?Los que requieren una solución algorítmica, que se resuelven siguiendo una serie de pasos lógicos y que suelen tener una única solución correcta.

- Los que requieren una solución heurística, que se resuelven utilizando procesos informales, inventivos, azarosos y que pueden tener diferentes soluciones.

Este procedimiento constituye la esencia de la creatividad. Diariamente nos enfrentamos a muchos problemas o tareas, tales como organizar los horarios familiares o mejorar la relación con nuestros hijos, donde la solución no es clara o puede haber varias formas de solucionarlo, y para los que tendremos que utilizar el pensamiento creativo. Podemos decir, entonces, que crear -pensar creativamente- es una acción. Como tal, puede dividirse en distintas fases.

Aunque esta división no sea estricta, y algunas etapas puedan superponerse a otras, para facilitar su aprendizaje, comprensión y uso, podemos decir que los procesos creativos se dividen en:

Preparación: Momento en el que se define el problema, la tarea o la meta principal. Hay que observar el entorno y estudiarlo para poder definirlo. Se establece el proyecto, que puede ser creador de dos maneras: alcanzando una meta antigua por diferentes caminos o estableciendo una meta completamente nueva. En este momento se pueden lanzar distintas ideas, de manera exploratoria, tal como se hace en la técnica conocida como brainstorming o tormenta de ideas.

Incubación: En esta etapa apartamos el problema de nuestra mente. Al liberar a nuestro pensamiento consciente de esta tarea, distrayéndonos con otras cosas, dejamos que nuestra memoria inconsciente trabaje libremente, estableciendo relaciones, analogías, comparando la situación actual con experiencias anteriores...

Esta fase de "descanso" también permite desactivar emociones negativas como el miedo, la vergüenza o la presión por encontrar una idea, algo imprescindible para pensar de forma creativa.

Iluminación: El momento ¡eureka!: la idea acertada, aquella que nos impulsa a la acción, aparece. Pero no lo hace por efecto de la suerte o de las musas, sino que está basada en nuestros conocimientos, propósitos, emociones, que están vivos en la memoria inconsciente y que han estado trabajando sin la intervención directa de nuestra voluntad en la fase anterior.

Para que estos momentos de iluminación tengan lugar más fácilmente es necesario el entrenamiento: la acción creativa puede ser lenta y progresiva, pero parte siempre de nuestra la memoria. Por tanto, la experiencia previa, la práctica, el esfuerzo y la dedicación son los verdaderos responsables de la aparición de las buenas ideas.

Verificación: En esta fase, con la que finalizaría el proceso creativo, es necesario examinar la validez de las ideas que tenemos conforme a unos criterios de evaluación. Preguntas como ¿es valioso? ¿es bueno para todos? ¿es novedoso?, etc., pueden ayudarnos a establecer estos criterios. Para ello, tendremos que utilizar tanto el pensamiento crítico como la flexibilidad de pensamiento, que nos permitirá cambiar aquello que no funciona.

4.- La persona creativa

Partimos de que todas las personas son creativas en mayor o menor medida.

"Todas las personas en alguna medida o en algún aspecto, somos o podemos ser creativos", nos dice Prado (2003).

Pero, ¿qué características tiene la persona creativa? ¿cualquiera puede ser creativ@? ¿influye el sexo de la persona para ser creativ@? ¿se es más creativ@ en la infancia que en la vejez?

Coincidimos con Csikszentmihalyi en que quizá el primer rasgo que facilita la creatividad es la "predisposición genética" para un campo dado.

A veces una ventaja sensorial es la responsable de que surja un interés prematuro por el campo; a continuación "sin una buena dosis de curiosidad, admiración e interés por cómo son las cosas y por cómo funcionan, es difícil reconocer un problema interesante al que dedicar toda su atención (Csikszentmihalyi, 2006).

La persona llega a este mundo con un sustrato neurológico que le permite desde el primer momento experimentar la creatividad.

"En los primeros años, aprendizaje y creatividad van ligados al desarrollo personal, y a medida que se suma edad, el acto creativo se exterioriza, hasta el punto de que puede desengranarse de este mismo desarrollo. Entonces, la creatividad deja de ser tan "evolutiva", y pasa a consi- derarse más "objetal" (producciones, realizaciones, capaci- dades...)" (Herran, 2003).

Hay un momento en el que se produce el cambio entre esa creatividad evolutiva hacia la creatividad objetal, externa; es el momento en el que la educación ocupa un lugar sobresaliente en el desarrollo del individuo dejando de vincularse creatividad y crecimiento interior. Momento crucial y, seguramente, muy negativo para la creatividad.

En todas las investigaciones las personas creativas han sido unánimes en afirmar que les encanta lo que hacen, lo cual debe servir en la escuela para incorporar a la metodología docente estrategias o tácticas que hagan posible el disfrute del niño con aquello que hace (López Martínez, 2001).

En Mentes Creativas Gardner (1999) nos dice que cuando el ámbito reconoce, al creador ideal, un avance importante, se siente tan especial que se dispone a llegar a acuerdos especiales (Gardner llamaría a esto, pacto faustiano) con objeto de mantener el flujo que viene del trabajo afectivo e innovador.

El creador ideal trabaja casi todo el tiempo, exigiéndose muchísimo a sí mismo y a los demás.La relación entre personalidad y creatividad ha estado siempre presente en la mente de los investigadores.

Lo que nadie ha llegado a concretar es el nivel del rasgo en un individuo creativo. Quizás, como dice Corbalán, Martínez, Donolo, Alonso, Tejerina y Liminana (2003): "lo que la creatividad va a deber a las diferencias de personalidad va a ser la historia personal y el perfil concreto de creatividad de cada sujeto: el distinto nivel o forma o estilo de creatividad, así como el hecho de la inhibición de la personalidad a partir de deter- minados rasgos".Rodríguez Estrada (2005) agrupa en torno a tres aspectos: Cognoscitivo, afectivo y volitivo, las características de la personalidad creativa:

- Cognoscitivas: fineza de percepción, capacidad intuitiva, imaginación, capacidad crítica, curiosidad intelectual.

- Afectivas: autoestima, soltura y libertad, pasión, audacia,profundidad.

- Volitivas: tenacidad, tolerancia a la frustración, capacidad de decisión.

G.A. Davis incluye doce características en las personas creativas, y que nos apuntan un perfil de estas personas (López Martínez, Corbalán Berná, y Martínez Zaragoza, 2006):

- El saber que poseen esa creatividad.
- La originalidad.
- La independencia.
- La asunción de riesgos.
- La energía personal.
- La curiosidad.
- El humor.
- La atracción por la novedad y la complejidad.
- El sentido artístico.
- La apertura de mente.
- La necesidad de estar solo.
- Una percepción más desarrollada.

Para finalizar con el apartado relativo a la persona, recogemos las aportaciones de Saturnino de la Torre, que diferencia cuatro categorías o grupos de personas según se manifiesta el potencial creador, en relación con el ámbito y reconocimiento social obtenido (Torre, 2003):

- El genio creador: cualidades excepcionales para la creación.

La persona creadora: ha mostrado su creatividad en realizaciones de valor.

- La persona creativa: potencial creativo no explotado plenamente. La que tiene la capacidad de mirar donde otros ya miraron y ver lo que otros no vieron.
- La persona pseudo creativa: creatividad engañosa o contraria a valores.

5.- Técnicas creativas.

Independientemente de que una persona tenga habilidades y aptitudes creativas o una organización contenga las condiciones para favorecer el flujo creativo dentro de ella, existen una serie de herramientas y técnicas que facilitan el trabajo de la generación de ideas.

Estas técnicas pueden utilizarse para la generación de ideas en un sentido más general o tener un carácter más específico en función de las necesidades de la organización aa las que se quiera responder.

En este sentido se pueden encontrar técnicas que sirvan para diferentes fines:

- la **comprensión** del problema al que nos enfrentamos;
- **generar** ideas ante una escasez en el flojo creativo;
- la **selección** de ideas existentes;
- la **planificación** de actividades;

Del mismo modo, existen técnicas clasificadas por el número de personas, que se necesita para su utilización:
- **individuales,** en las que la persona hace uso de ellas en solitario, sin el apoyo de un equipo.
- **grupales,** más adecuadas para su utilización de manera conjunta.

Brainstorming
Es la técnica para generar ideas más conocida. Fue desarrollada por Alex Osborn (especialista en creatividad y publicidad) en los años 30 y publicada en 1963 en el libro "Applied Imagination".

Es la base sobre la que se sostiene la mayoría del resto de las técnicas.

¿Para qué?
El Brainstorming, también llamado torbellino de ideas, tormenta de ideas, remolí de cervells, lluvia de ideas... es una técnica eminentemente grupal para la generación de ideas.

¿Cómo?
Materiales de trabajo: sala, sillas para el grupo, ordenador o cuaderno de notas para apuntar las ideas (algunas personas prefieren utilizar pizarra pero generalmente esto enlentece el proceso y pude resultar perjudicial), grabadora (opcional y sin que sustituya al secretario/a), reloj.

Participantes: facilitador/a o coordinador/a (dinamiza el proceso), secretario/a (apunta las ideas), miembros del grupo.

TÉCNICA	NÚMERO DE PERSONA		FINALIDAD			
	INDIVIDUAL	GRUPAL	COMPREN-SIÓN	GENERA-CIÓN	SELECCIÓN	PLANIFICA-CIÓN
Brainstorming		✓		✓	✓	
Mapa Mental	✓		✓	✓		
Brainwritting		✓		✓	✓	
SCAMPER	✓	✓		✓		
PNI	✓	✓			✓	
6 Sombreros		✓	✓	✓		
Analogías	✓	✓		✓		
Future Pretend Year	✓	✓				✓

ETAPAS DEL PROCESO

1ª Calentamiento
Ejercitación del grupo para un mejor funcionamiento colectivo. Ejemplo: decir objetos que valgan menos de 10 euros, nombrar todas las cosas blandas que se nos ocurran...

2ª Generación de ideas
Se establece un número de ideas al que queremos llegar.Se marca el tiempo durante el que vamos a trabajar.Y las cuatro reglas fundamentales que se mencionan a continuación:Toda crítica está prohibidaToda idea es bienvenidaTantas ideas como sea posibleEl desarrollo y asociación de las ideas es deseableLos participantes dicen todo aquello que se les ocurra de acuerdo al problema planteado y guardando las reglas anteriores.

Ejemplo: ¿Qué podemos hacer para mejorar los problemas del tráfico urbano?Respuestas: Quemar los coches, vivir en el campo, restringir los días de circulación, aumentar muchísimo el precio de los coches, aumentar muchísimo el precio de la gasolina, ir en bici, ir a pie, no salir de casa, vivir todos en la misma casa, trabajar y vivir en el mismo edificio, penalizar el uso del coche, pinchar todas las ruedas...

3ª Trabajo con las ideas
Las ideas existentes pueden mejorarse mediante la aplicación de una lista de control; también se pueden agregar otras ideas. Osborn recomienda el empleo de preguntas como las que siguen:

IDEA: No salir de casa.¿aplicar de otro modo? ¿Cómo vivir sin salir del coche?¿modificar? ¿Cómo salir de casa sin usar el coche?¿ampliar? ¿Cómo estar siempre fuera de casa sin coche?¿reducir? ¿Cómo salir de coche sólo una vez/semana?¿sustituir? ¿Cómo saber que los demás no sacan el coche?¿reorganizar? ¿Cómo trabajar y vivir sin coche?¿invertir?

¿Cómo vivir siempre en un coche?¿combinar? ¿Cómo usar un coche varios desconocidos? Tienes más desarrollada esta lista de control en la técnica SCAMPER. Tras estas etapas, se pueden utilizar las siguientes técnicas para variar la forma de trabajarlo: el trabajo del grupo es complementado y/o sustituido por el trabajo individual o por contactos intergrupales; la comunicación verbal es complementada y/o cambiada por comunicación escrita; la reunión de ideas sin valoración es interrumpida por fases de valoración; el comienzo sin ideas ya existentes es modificado mediante un inicio con un "banco de ideas"; la reunión constructiva de estímulos es complementada por una compilación destructiva de desventajas; la integración espontánea de ideas puede ser complementada y/o sustituida por una integración sucesiva;la lista de control puede ser complementada y/o cambiada por estímulos visuales.

4ª Evaluación.
Tras la generación de ideas, el grupo establece los criterios con los cuales va a evaluar las ideas. Ejemplos: Rentabilidad de la idea, grado de factibilidad, grado de extensión de la idea...

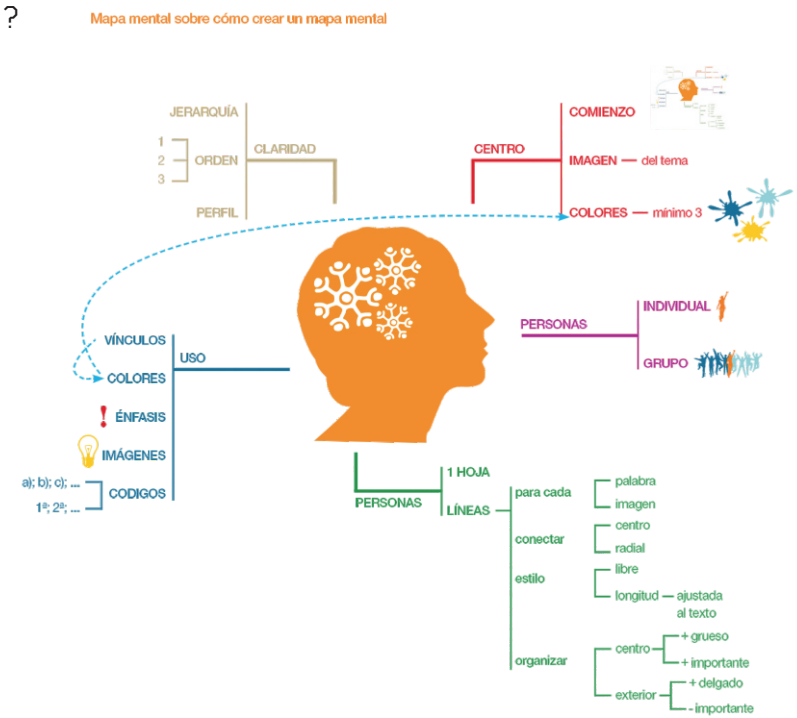
Mapas Mentales
Es una técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.
La importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante.
El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.
¿Para qué?
Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.
¿Cómo?
Para su elaboración se siguen los siguientes pasos: Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual.
El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja. Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.
De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara. Las ramificaciones forman una estructura nodal. Los mapas mentales se pueden mejorar y enriquecer con colores, imágenes, códigos y dimensiones que les añaden interés, belleza e individualidad.

Brainwritting
Es una variante del Brainstorming o Lluvia de ideas que se realiza por escrito.

¿Para qué sirve?
Se produce una cantidad sorprendente de ideas.
Es útil para las personas con dificultades para hablar en público.Combina la generación de ideas individual con la grupal.
Se puede hacer a distancia (correo electrónico, etc).También sirve cuando el grupo está muy cohibido por la presencia de personas con diferentes niveles jerárquicos o de personas con una actitud que dificulta la participación.
Es una variante amena para equipos que realizan Brainstorming o Lluvia de ideas convencional de manera regular.

¿Cómo?
Una vez definido el objeto creativo y, generalmente, antes de que se hayan empezado a generar ideas. También se puede usar para profundizar en ideas sobre un subobjetivo creativo surgido en un Brainstorming o Lluvia de ideas.El grupo en círculo con un papel en blanco por persona. Se da un tiempo para que cada miembro individualmente escriba las ideas que se le ocurran (basta con dos minutos y tres o cuatro ideas).
A la indicación de quien dinamiza, se cambian al mismo tiempo todos los papeles (por ejemplo, todos al miembro de la izquierda, a todos/as nos llegan ideas que escribió el anterior). Se leen en voz baja las ideas que escribió el compañero/a y se escriben nuevas ideas (inspiradas o no en las suyas).
Cada vez las hojas vienen con más ideas y se va ampliando cada vez un poco más el tiempo.Tras varias rondas se leen en voz alta todas las ideas que han surgido y se van rodeando con un círculo las que más gusten al grupo.

?



Variantes

Hay también otras muchas formas de hacerlo. Por ejemplo, cada persona con un papel va anotando ideas, cuando necesita inspiración, deja su papel en el centro y coge otro cualquiera de los que van quedando en el centro. Otra variante que tiene mayor precisión o estructura es el Método 635.Seguro que puedes inventar otros procedimientos.

SCAMPER

En realidad es una mezcla de varias técnicas. Es una lista de preguntas que estimulan la generación de ideas.

Alex Osborn, el creador del Brainstorming, estableció las primeras.

Más tarde fueron dispuestas por Bob Eberle en este mnemotécnico:S: ¿Sustituir?C: ¿Combinar?A: ¿Adaptar?M: ¿Modificar?P: ¿Utilizarlo para otros usos?E: ¿Eliminar o reducir al mínimo?R: ¿Reordenar?=¿Invertir?
Puede ser utilizada junto a otras técnicas en el proceso divergente de la generación de ideas.

¿Cómo?

1º Establecimiento del problema.
El problema ha sido ya reformulado (ver mapas mentales, arte de preguntar) y es el momento de generar ideas para su solución.El problema planteado es:Alternativas lúdicas a los sábados por la noche.
2º Planteamiento de las preguntas SCAMPER.
Sustituir. (Sustituir cosas, lugares, procedimientos, gente, ideas...)¿Qué pasaría si se saliera los martes?¿Y si las fiestas son en el campo en vez de en la ciudad?¿Qué podemos cambiar de la noche del sábado?¿Y si cambiamos el alcohol por regalos?¿Y si cambiamos la noche por el día?
Combinar. (Combinar temas, conceptos, ideas, emociones...)¿Y si el sábado noche se hicieran competiciones deportivas?¿Y si el sábado por la noche el cine fuera gratis?¿Cómo combinar la diversión con el silencio?¿Cómo divertirnos más días aunque trabajemos?

Adaptar.(Adaptar ideas de otros contextos, tiempos, escuelas, personas...)¿Qué se ha hecho en otros sitios?¿Cómo se divierte la gente en Laponia?¿Y en Mongolia?¿Cómo se divertía la gente hace 50 años en España?¿Cómo nos gustaría divertirnos en el futuro: dentro de 100 años?

Modificar (Añadir algo a una idea o un producto, transformarlo)¿Cómo salir y no beber alcohol?¿Cómo hacer una fiesta sin ruido?¿Cómo divertirnos sin dinero?¿Cómo conocer gente interesante sin tener que beber?

Utilizarlo para otros usos (extraer las posibilidades ocultas de las cosas)¿Qué hay en los parques durante la noche de los sábados?¿Quién está en las bibliotecas la noche de los sábados?¿Qué hay en los colegios la noche de los sábados?¿Y en los museos?¿Y en las escuelas de teatro, y cuentacuentos...?

Eliminar (Sustraer conceptos, partes, elementos del problema)¿Y si las ciudades no existieran?¿Si todos fuéramos en silla de ruedas?¿Si no pudiéramos beber a partir de las 11?¿Qué pasaría si tuviéramos que salir solos?
¿Qué pasaría si el dinero de los sábados por la noche lo pudiéramos invertir en viajes en el verano, cursos de formación o bienes de consumo duraderos?

Reordenar (o invertir elementos, cambiarlos de lugar, roles...)¿Qué pasaría si tuviéramos que trabajar los fines de semana?¿Qué pasaría si se saliera de lunes a viernes?¿Qué pasaría si se pudiera beber en una biblioteca?

Analogías
Consiste en resolver un problema mediante un rodeo: en vez de atacarlo de frente se compara ese problema o situación con otra cosa.

William Gordon, creador de la Sinéctica (método creativo basado en el uso de las analogías) insistía en que "se trata de poner en paralelo mediante este mecanismo unos hechos, unos conocimientos o unas disciplinas distintas".

Por ejemplo, un problema empresarial lo intentamos resolver buscando algún problema análogo en otras disciplinas: en la biología, en la historia, en un deporte colectivo...

¿Cómo?
1.Saber cuál es el problema
Ejemplo: Fabricar una bañera que ocupe el menor espacio posible.

2. Generación de las ideas
Esta segunda fase es la de alejamiento del problema con la imaginación. Es la fase imaginativa y producimos analogías, circunstancias comparables.El grupo ha propuesto como analogías la cascada, el ciclón, el molino de agua...

3. Selección de las ideas
La tercera fase es la de seleccionar: tenemos una larga lista de analogías y es el momento de seleccionar las que consideremos más adecuadas y cruzarlas con el problema.Intersección:"Se necesita un ciclón a domicilio... una tromba de agua... vertical... las paredes serán cilindros que encajan... cuando no nos servimos de ella, formará un asiento o un elemento decorativo...en servicio será un cilindro...y los chorros de agua partirán del suelo o de las paredes y reconstruirán nuestro ciclón..."(Ejemplo tomado de Guy Aznar.

La creatividad en la empresa. Oikus-Tau: SA, 1974)En el trabajo que corresponde con las analogías seleccionadas, Guy Aznar propone tres hipótesis:

Se comprende perfectamente el contenido de la analogía y se cruza con el problema.Se profundiza en la analogía a nivel intelectual: mayor conocimiento de la analogía.

O dedicar la atención a profundizar la analogía desde el interior: esto es, identificarse sobre la analogía.

Otras herramientas para apoyar el proceso creativo
A continuación se ofrece un listado somero de algunas técnicas habituales con una breve explicación sobre su funcionamiento. En caso de resultar interesantes, en las referencias bibliográficas y de sitios web relacionados con la creatividad que seadjunta ala final del manual se puede encontrar con más información sobre ellas.

>>>>>>>>

4x4x4
Es una técnica en grupo que sirve para seleccionar ideas en la que cada persona aporta 4 ideas. Se hacen grupo de 2 personas y se eligen 4 ideas. Posteriormente se hacen nuevos grupos de 4 y se eligen otras 4. Finalmente el grupo elige una idea.

Análisis Morfológico
Se descompone un concepto o situación en sus unidades o conceptos más básicos. Con estos elementos se construye una matriz a través de la cual se buscan nuevas relaciones y combinaciones entre ellas.

Biónica
Tiene un funcionamiento similar al de las analogías. Se utiliza habitualmente en el ámbito tecnológico para desarrollar nuevos instrumentos inspirados en la naturaleza y en los seres vivos.

CRE-IN
Es una técnica que parte de la idea de que las personas necesitan creer en sí mismas para ser creativas.
Se trata de dar rienda suelta a los sentimientos más profundos y sinceros de las personas para que la creatividad surja de su interior. Para que esto ocurra utiliza juegos que permiten llegar a los sentimientos y emociones. Está relacionado con la expresión corporal, el yoga y las técnicas de relajación.

Ideart
Utilizar estímulos visuales, generalmente cuadros sugerentes (Miró, Magritte y otros pintores provocadores) para provocar la generación de ideas y el pensamiento creativo salvaje.

Método 635
Se forman grupos de 6 personas, que han de aportar 3 ideas o soluciones cada uno sobre un tema a las otras 5 personas del grupo de trabajo.

TRIZ
Es un método especialmente recomendado para la generación de ideas radicalmente nuevas a partir de la sistematización de la creatividad en el trabajo científico. Se basa en el establecimiento de unos principios desarrollados a partir del estudio del proceso de obtención de una patente.

6.- Entrenamiento creativo.

Las técnicas de creatividad son métodos que permiten el entrenamiento creativo.

Implican determinadas acciones que en general, son más importantes que la técnica en sí misma, y que sirven como estímulo.
La utilización de las técnicas no promete un éxito asegurado, simplemente sirven para llegar a ciertos objetivos que se suponen próximos a la creatividad.
Permiten direccionar el pensamiento en etapas o procedimientos concretos. Es decir, por un lado, permiten seguir un orden establecido para lograr un objetivo deseado, y por el otro, ayudan a desarmar los caminos del pensamiento vertical habitual.
Cuando elegimos una técnica o método creativo, aceptamos el cumplimiento de determinados pasos a seguir, entonces son precisamente estos pasos los que ordenan la desorganización en la que nos sumimos al pensar "creativamente".

Ya no cabe duda que las técnicas deben ser usadas, pero, debido a la cantidad y variedad de métodos creativos existentes, habría que analizar la mejor manera para elegir el que más nos conviene según la situación a la que nos enfrentamos.

Todas las técnicas que hemos presentado plantea a quien la utilice a definir cuál es su objetivo y con qué fin se va a usar una técnica. Es decir, que se piense adónde se quiere llegar, porque de esta forma estaremos más cerca de la verdadera utilidad de la técnica en cuestión.

7.- Bibliografía y Referencia.

ARANA, L, et. alt. (2008). "Guía de creatividad en la empresa". IAT, Sevilla.
IAT y 9 más. Crea Business Idea Manueal de la creatividad empresarial.
DE BONO, E. (1990): "Lateral thinking. Creativity step by step". Harper Perennial, New York.

Enlaces
www.asocrea.org
www.neuronilla.com
www.elcapitalcreativo.org
http://repensadores.es/
www.infonomía.com
www.actitudcreativa.es/
www.luchacreativa.com/manifiesto-creativo/
http://metacreatividad.org/
https://www.ideasinfinitas.es/
http://repensadores.es/

DIPUTACIÓN DE JAÉN

Jaenícolas

www.jaenicolas.es