

AF5: Resolución de Problemas

Retando nuestra mente con actividades creativas

Digitalización aplicada al sector productivo.

Módulo formativo sobre competencias digitales transversales básicas.

Índice

1. INICIO	3
1.1 Introducción	3
2. ¿QUE ES LA CREATIVIDAD?	4
2.1 ¿Qué es la creatividad ?	4
2.2 El proceso creativo	6
2.3 Pensamiento divergente y pensamiento convergente	8
2.4 La personalidad creadora	10
2.5 Barreras a la creatividad	11
2.6 Cómo mejorar tu creatividad	13
3. TÉCNICAS DE CREATIVIDAD	16
3.1 La importancia del trabajo en grupo	16
3.2 Design thinking	18
3.3 Seis sombreros para pensar	21
3.4 Técnicas proyectivas	22
4. CIERRE	24
4.1 Resumen	24
4.2 Referencias bibliográficas	26

1. INICIO

1.1 Introducción

¿Necesitas hacer cambios en tu vida? ¿Tienes algún problema?

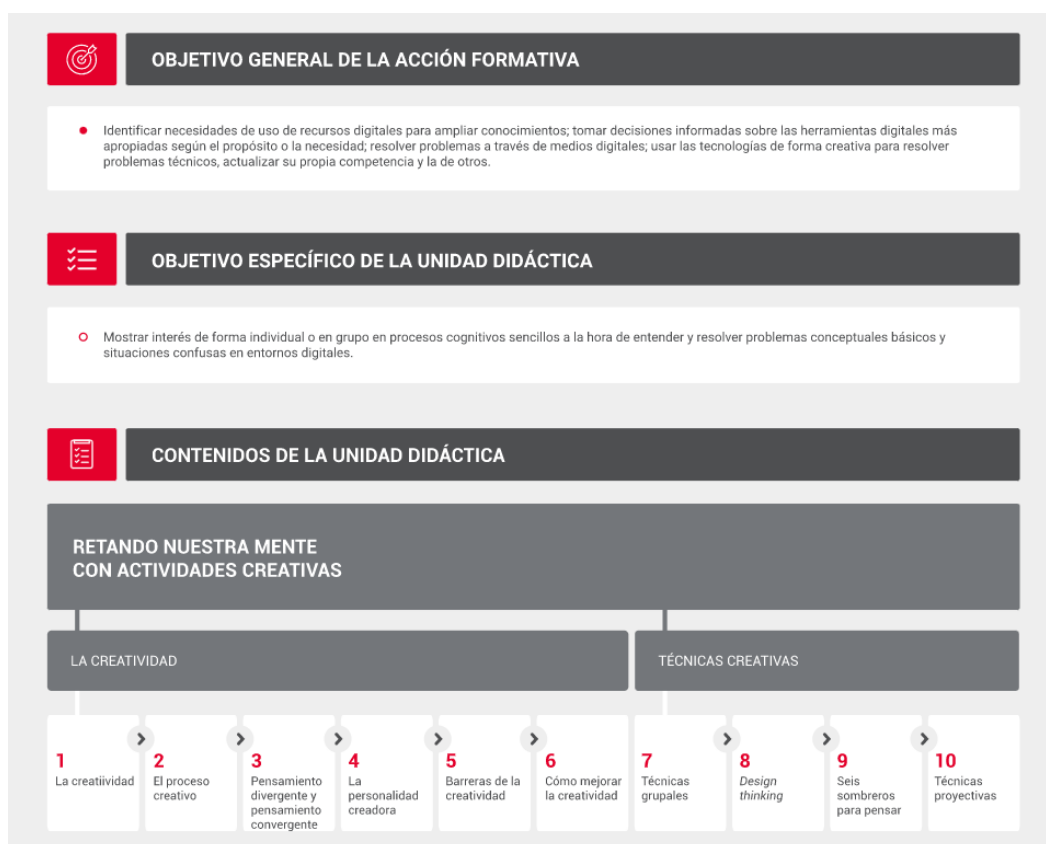
Un **problema** es una situación que crea un conflicto y te obliga a encontrar una solución. Pueden aparecer en cualquier ámbito de tu vida: en el trabajo, con tu familia, con los amigos... y ante ellos solo existe una actitud constructiva: encontrar **una solución**.

A veces, el proceso de búsqueda de la solución no es sencillo porque, de manera natural, tendemos a basarnos en nuestra experiencia y a escoger las mismas opciones que ya tomamos en el pasado. En estos casos, la **creatividad**, entendida como la competencia que **nos permite encontrar soluciones** novedosas ante cualquier tipo de problema, será tu mejor aliada.

Pero... ¿Qué pasa si no soy una persona creativa?

Durante mucho tiempo, hemos creído en el falso mito de que la creatividad era algo innato, pero un estudio publicado en "Harvard Business Review" arroja un dato curioso: **solo el 20% de la creatividad es heredada**, mientras que el 80% restante es aprendida. Así que, ya sabes. Si quieres potenciar tu creatividad y llevarla al siguiente nivel, ¡no te pierdas esta unidad didáctica!

¿Qué vas a aprender en esta unidad?



Creatividad y habilidades personales

La creatividad se apoya en las **habilidades personales** para interpretar el mundo, pero también, y muy importante, en la **experiencia y en el conocimiento**.

Existe una conexión fuerte entre la **investigación y la estrategia creativa**. Cuanta más información tenemos, más fácilmente podremos generar conexiones y buscar soluciones a problemas, objetivos o tareas concretas. La creatividad no tiene que ver solo con la inspiración.

La creatividad **no se puede medir en una escala numérica**, por lo que depende de cada persona ser capaz de romper con las barreras mentales que nos limitan frente a la creatividad. Además, existen diferentes **estrategias y técnicas creativas** para adquirir esta competencia que nos permite resolver problemas y aportar soluciones innovadoras en cualquier ámbito laboral y personal.

Creatividad y habilidades personales

La creatividad se apoya en las **habilidades personales** para interpretar el mundo, pero también, y muy importante, en la **experiencia y en el conocimiento**. Existe una conexión fuerte entre la **investigación y la estrategia creativa**. Cuanta más información tenemos, más fácilmente podremos generar conexiones y buscar soluciones a problemas, objetivos o tareas concretas. La creatividad no tiene que ver solo con la inspiración.

La creatividad **no se puede medir en una escala numérica**, por lo que depende de cada persona ser capaz de romper con las barreras mentales que nos limitan frente a la creatividad. Además, existen diferentes **estrategias y técnicas creativas** para adquirir esta competencia que nos permite resolver problemas y aportar soluciones innovadoras en cualquier ámbito laboral y personal.

La creatividad: una habilidad del día a día

La creatividad es una habilidad que se halla muy relacionada con el desarrollo y crecimiento de las personas en el día a día. No se limita al campo artístico, como muchas personas creen. Se amplía a los problemas reales que necesitan soluciones novedosas.

Si observas a tu alrededor, puedes apreciar su aplicación en tu entorno:

Innovación y creatividad en el arte

Las diversas expresiones artísticas tienen su raíz en la creatividad y en la capacidad de la persona para generar nuevos conceptos y plasmar sus ideas, valores, emociones y mensajes a través de las distintas disciplinas: cine, pintura, escultura, literatura, música, etc.

Creatividad en la educación

La creatividad es una de las competencias que permite desarrollar desde la infancia individuos proactivos, con iniciativa, con una visión integral de los problemas, capaces

de enfrentarse a los cambios, gestionar los obstáculos y ofrecer soluciones innovadoras a los problemas o desafíos a los que se enfrentan a lo largo de su vida

Creatividad en la publicidad

La publicidad se erige en una de las disciplinas donde la creatividad cobra mayor importancia para generar mensajes y construir discursos que generen impacto en las personas consumidoras. La capacidad creativa es una de las competencias más valoradas entre profesionales de la publicidad.

Innovación empresarial

La innovación en el entorno empresarial se enfoca en la búsqueda y mejora del entorno mediante la integración de procesos eficaces, el cambio de modelo de negocios, la generación de productos y la potenciación de los recursos humanos para conseguir una posición preferencial en el mercado.

Innovación científico-tecnológica

Los avances tecnológicos propician un impulso de la creatividad para dar soluciones en el entorno digital y virtual. Teléfonos inteligentes, redes sociales, aplicaciones, etc. permiten generar novedosas herramientas que resuelven problemas actuales y a su vez generan nuevas necesidades en la sociedad que impulsan nuevamente la creatividad.

En el ámbito laboral, la creatividad permite incrementar el potencial de cada profesional.

2.2 El proceso creativo

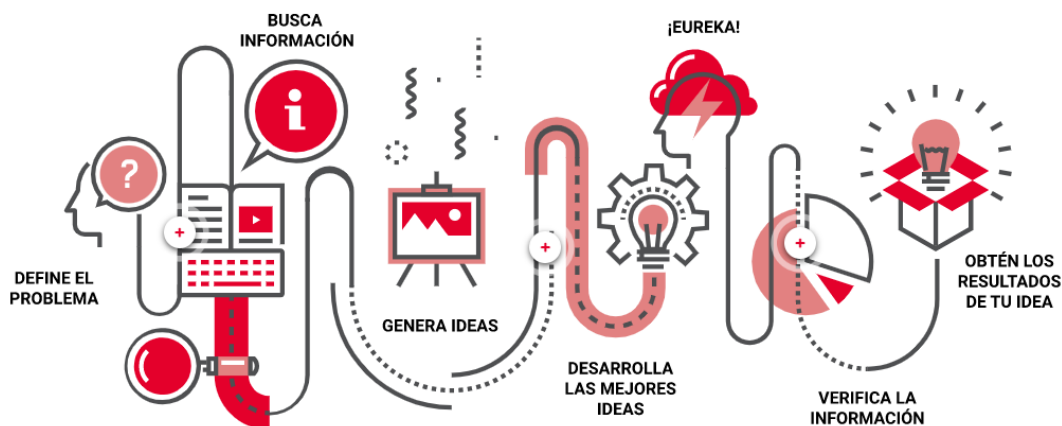
La creatividad se apoya en las habilidades personales para interpretar el mundo, pero también, y esto es muy importante, en la experiencia y en el conocimiento.

Susana siempre ha pensado que la creatividad se basa en la inspiración y que es cosa del mundo del arte y el pensamiento. Nada más lejos de la realidad. Las diferentes situaciones a las que nos enfrentamos nos obligan a ser personas creativas de manera estratégica y, para conseguirlo, es necesario entender qué es y cómo funciona el proceso creativo.

El **proceso creativo** expuesto por **Graham Wallas** hace referencia a aquellas fases en las que se divide la generación de nuevas ideas. Cada una de ellas se caracteriza por centrarse en un aspecto del proceso que permite avanzar hacia la siguiente. Todas las fases son importantes, no te olvides de tenerlas presentes para conseguir el momento denominado "**¡Eureka!**".

El proceso creativo se fundamenta en estas fases:

- **Definición del problema.**
- **Búsqueda de ideas.**
- **Y análisis de las ideas generadas.**



Fase analítica

Es el momento de realizar el mayor número de preguntas que nos permiten centrar el problema que debemos resolver: qué, para qué, por qué, cómo, de qué manera, en qué momento, cuál es la finalidad, a quién puede ayudar.

- **Preparación:** permite identificar un problema, necesidad u oportunidad que precisa ser resuelta. Para ello se obtiene la documentación e información de utilidad para encontrar la solución.

Fase divergente o de germinación de ideas

Es el momento de la explosión creativa para generar el mayor número de ideas sin importar si parecen absurdas o no.

- **Incubación:** se baraja un abanico de hipotéticas soluciones o propuestas para resolver el problema. El aspecto fundamental de esta fase es la de alejarse del problema para verlo con distancia para liberar la mente. Es una fase que no tiene un tiempo determinado, ya que puede durar apenas unos minutos o años. Se seleccionan aquellas ideas que parecen más factibles y se trabaja con ellas para identificar sus oportunidades de activación.

Fase convergente o reflexiva

Es el momento de analizar si alguna de las ideas propuestas tiene un verdadero potencial.

- **Iluminación:** comenzamos a identificar distintas ideas o propuestas que realmente nos acercan a la solución. Se genera un descubriendo consciente y enfocado a los resultados (in)esperados. Algunas autoras y autores lo denominan el momento ¡Eureka!

- **Verificación:** esta es la fase lógica donde se evalúa la solución para verificar si es válida, adecuada y pertinente.

En cada una de las fases del proceso creativo utilizaremos unas u otras herramientas o técnicas:

Herramientas para cada fase del proceso creativo



2.3 Pensamiento divergente y pensamiento convergente

El **pensamiento divergente** es un proceso de pensamiento que favorece la generación de ideas creativas. Se basa en la búsqueda y experimentación para obtener diferentes soluciones.

El término pensamiento divergente fue acuñado por el psicólogo **Edward de Bono**, que lo definía como un pensamiento que permite generar ideas no convencionales o aplicar soluciones creativas, inesperadas y diferentes para resolver algún tipo de problema.

El agente secreto MacGyver, personaje de la serie de televisión, es un claro exponente de un perfil de persona creativa. Su capacidad para improvisar cualquier solución con objetos cotidianos (chicles, clips, tuercas, mecheros, gomas, etc.) se basa en el pensamiento divergente.

El **pensamiento divergente surge de manera fluida, espontánea, inesperada**, en períodos de tiempo breves a través de conexiones. De esta manera, se generan muchas ideas en una pequeña cantidad de tiempo.

Con este pensamiento no se trata de aplicar la lógica a los problemas, **sino de buscar alternativas de diversa naturaleza** y obtener un mayor número de ideas o soluciones que posteriormente se van a evaluar. Algunas de sus características son las siguientes:

- Busca nuevas estructuras de pensamiento y experimenta con ellas.
- Busca lo novedoso y explora lo desconocido con curiosidad.
- Responde a un proceso basado en la probabilidad.

El pensamiento convergente

El pensamiento convergente está relacionado con el hemisferio izquierdo del cerebro, que es el encargado de realizar las funciones lógicas y mecánicas. Según Edward de Bono, se trata de un tipo de pensamiento lógico, que nos **permite encontrar soluciones a problemas basándonos en la racionalidad** y experiencias anteriores.

El Teorema de Pitágoras (en todo triángulo rectángulo, la suma de los cuadrados de los catetos es igual al cuadrado de la hipotenusa) es un ejemplo de pensamiento convergente.

Características de pensamiento convergente

- El cerebro busca y analiza los datos de los que dispone para dar con la solución más adecuada a un problema.
- En el pensamiento convergente, se utiliza una parte mínima de la creatividad gracias al uso de patrones lógicos y racionales.
- Es el más comúnmente aplicado en nuestro día a día.

El pensamiento convergente se basa en la premisa de pensar y hacer.

Pon en práctica el pensamiento convergente

A diario, nos enfrentamos a una serie de tareas repetitivas, por ejemplo: en el trabajo, en nuestras obligaciones familiares o a la hora de coger el coche o el transporte público. Este tipo de acciones son de carácter mecánico e implica un uso intensivo del hemisferio izquierdo, el cerebro.

Al contrario que el pensamiento divergente, basado en la imaginación y la creatividad, el pensamiento convergente nos permite resolver problemas utilizando la lógica y la aplicación de teorías. Las ventajas de usar este tipo de pensamiento son:

- **Se basa en la lógica y la experiencia**, reduciendo de esta manera el margen de error a la hora de encontrar la solución a un problema.
- **Sirve para tomar decisiones**, buscando entre todas las opciones que pueden aplicarse a una situación concreta.
- **Es el usado en educación**, por ejemplo, su objetividad a la hora de hacer un examen, es un método altamente fiable para exponer y demostrar conocimientos.

- **Es una capacidad innata** que nos permite encontrar soluciones de manera más automática, reduciendo tiempos y desgaste en el proceso de resolución de un problema.

Técnica de divergencia-convergencia para procesos creativos

Bono también señala la existencia de un proceso en el que existe una primera fase en la que se usa la percepción y una segunda en la que el cerebro elabora y desarrolla esas primeras percepciones. Es lo que el investigador denomina el **pensamiento lateral** y está íntimamente ligado con la técnica de divergencia - convergencia.

Y es que, a veces, para resolver un problema, no basta con utilizar el pensamiento convergente o el divergente de manera aislada. Ambos conviven en nuestro cerebro y **a veces es necesaria la unión de ambas para hallar la solución a un problema.**

El proceso de divergencia y convergencia puede asemejarse al de un embudo:

En primer lugar, **el pensamiento divergente nos permite generar una gran cantidad de ideas** de todo tipo para resolver un problema.

Después, **a través del pensamiento convergente, seleccionamos las más idóneas** para resolver el problema.

El año pasado, Susana participó en el concurso de cuentos para trabajadoras y trabajadores de KP24h. A la hora de decidir sobre qué iba a escribir el relato ha utilizado el pensamiento divergente y ha realizado una lista de posibles temas (el amor, las peleas vecinales, la digitalización, la venganza, la muerte...). Después ha usado el pensamiento convergente para ver cuáles eran los que consideraba más aptas para el concurso. Finalmente, ha escrito un relato sobre la digitalización y el impacto que ha tenido en KP24h en los últimos años.

2.4 La personalidad creadora

Muchos rasgos de personalidad de las personas creativas son comunes a todas ellas.

Como ya sabes, a Susana le gusta mucho escribir y siempre la han considerado una mujer muy creativa. Sin embargo, la creatividad de una persona no se limita a la capacidad de generar obras artísticas, como un escrito o una pintura.

Las personas creativas son aquellas que disponen de una **capacidad crítica para analizar la realidad que las rodea y extraer conclusiones** que llevan a observar con detenimiento las posibles oportunidades, necesidades o problemas sociales.

Estas personas **desplazan u obvian las soluciones tradicionales para abordar el tema desde un enfoque más profundo y novedoso** sin quedarse limitadas por un posible fracaso, ya que no tienen miedo al error. De hecho, consideran el error un aprendizaje

que les permite seguir avanzando en su reto hasta alcanzar la idea creativa que les permite generar una innovación.

¿Cómo son las personas creativas?

Son personas analíticas y críticas

Tienen una gran capacidad analítica y crítica frente a la realidad social.

Son personas observadoras

Identificación de necesidades, oportunidades y problemas que requieren una solución innovadora.

Les gusta innovar

Trascender la solución tradicional o simple para enfocarse en una propuesta más eficaz.

Son resilientes

El fracaso es parte del proceso de creación: error-aprendizaje.

Siguen los procesos

La idea creativa está basada en la experiencia, la investigación, la observación, la intuición y la innovación.

Asumen riesgos

La innovación es el resultado de la toma de riesgos creativos y una visión amplia de la problemática.

2.5 Barreras a la creatividad

La rutina y las normas suponen, junto a la mala gestión de las valoraciones externas, los grandes frenos de la creatividad.

El miedo al "qué dirán"

Todos los seres humanos tenemos la capacidad de aplicar la creatividad en el desarrollo de nuestras tareas y actividades. Sin embargo, **muchas personas reprimen la creatividad por el miedo** a ser juzgadas, a no cumplir las expectativas, a hacer el ridículo o a fracasar.

Nuestra manera de crear ideas novedosas está influenciada por el modo de relacionarnos con otras personas y por cómo nos impactan sus opiniones. Por eso, el hecho de sentirnos juzgados o juzgadas por otras personas es una barrera que limita y condiciona nuestra creatividad.

Solo las personas capaces de reponerse a las críticas consiguen autoafirmarse y lograr sus objetivos. Y aunque creas que los errores son algo negativo, en realidad es un aprendizaje que te impulsa hacia nuevas metas.

¿Cómo gestionan las personas las valoraciones externas?

A continuación, te mostramos el proceso que sigue una persona para gestionar las valoraciones externas y cómo estas influyen en su percepción.



¿Cómo resistir la presión de las opiniones negativas?

El proceso creativo funciona a partir de la premisa de ensayo - error. Por tanto, es necesario que desarrolles una **tolerancia al fracaso** para aumentar tu creatividad. Veamos cómo:

ACTÚA A PESAR DEL MIEDO

Las personas valientes también tienen miedo: actúan a pesar del miedo. El miedo al fracaso y a hacer el ridículo se enfrentan, precisamente, exponiéndose a situaciones en las que se pueda fallar y saliendo de ellas aprendiendo del error.

Por ejemplo, uno de los miedos más comunes es hablar en público. Solo se puede superar hablando en público.

GANAR CONFIANZA

Para convertir el aprendizaje por error en una fortaleza, incide otro factor importante y decisivo: **la confianza**. Permítete equivocarte sin cuestionar si tienes las capacidades suficientes para ejercer alguna tarea o profesión. ¿Cómo lograrlo? Cambia la valoración sobre ti de lo que haces a lo que eres: tu valor como ser humano no se merma.

PASAR POR LA ANSIEDAD

Esta confianza **no equivale a eliminar sentimientos de frustración** o restar importancia al resultado erróneo. Por supuesto, si tu presentación en público sale mal, tendrás sentimientos de ansiedad y querrás salir corriendo. Pero quédate, pasa por ello. Después, puedes analizar qué errores has podido cometer para mejorar en la siguiente.

No se debe tener miedo a ser una persona creativa. Susana, por ejemplo, cuando empezó a trabajar en KP24h quería proponer a la dirección una nueva organización de las rutas, pero finalmente no dijo nada por miedo a que su idea no les gustara. Unas semanas después, cuando ya había ganado confianza en sí misma y su trabajo, les comentó la idea y todos se sorprendieron con la optimización del trabajo que suponía.

El caso más conocido: Walt Disney

Un caso de fracaso paradigmático es el de Walt Disney. Antes de crear su imperio de la animación infantil, Disney fracasó en algunos negocios personales y fue despedido del medio Kansas City Star, ya que no lo consideraban suficientemente creativo.

Disney, que se interesó por la animación, comenzó a explotar su habilidad creativa hasta conseguir el éxito con la película *Blancanieves*, que lo catapultó como uno de los grandes genios del cine norteamericano. Sus producciones fueron un referente de negocio cinematográfico y de ocio, así como parte de la cultura audiovisual infantil para muchas generaciones de niños y niñas de todo el mundo.

Grandes genios como Albert Einstein, Pablo Picasso o Thomas Edison fracasaron durante su etapa de estudiantes. Sin embargo, en su búsqueda de la excelencia consiguieron reponerse a sus dificultades de aprendizaje y pasar a la historia como referentes en sus ámbitos profesionales.

Las alabanzas mejoran la percepción de la propia persona, mientras que las críticas pueden crear incertidumbre y baja autoestima.

2.6 Cómo mejorar tu creatividad

Susana ha aprendido una valiosa lección: no debe tener miedo a ser creativa y proponer nuevas ideas. De hecho, es una aptitud cada vez más demandada por las empresas de todo el mundo. Pero... ¿Y si sigo pensando que no soy una persona creativa? ¿Y si quisiera serlo más? ¿Cómo se consigue tener más ideas?

Crea conexiones creativas

Para ser creativo o creativa **es muy importante generar nuevas conexiones** entre los objetos que vemos en realidad y la transgresión que podemos obtener si los reinventamos. Dorte Nielsen y Sarah Thurber indican la existencia de **cuatro tipos de conexiones creativas** que ayudan a generar nuevas ideas:

- **Conexiones visuales**

Unir dos elementos aparentemente inconexos para crear una imagen nueva y sorprendente.

Por ejemplo, la escultura *Cabeza de toro* de Picasso. El autor utiliza el manillar de una bicicleta y un sillín para recrear una obra nueva que evoca la cabeza de un toro.

- **Conexiones verbales**

Similes, metáforas, comparaciones que permiten unir simbólicamente dos realidades para **transmitir una nueva idea o un mensaje de manera velada**. Se rompe el sentido literal de las palabras para generar una nueva realidad con un sentido figurado. En publicidad, este recurso es muy habitual, apoyado también en imágenes que subrayan el significado del mensaje.

El publicista español, Ricardo Pérez, creó alguno de los eslóganes más famosos en las décadas de los 80 y 90, como "El Reig de las camas" para Reig Martí, o "Clavo, claro" para Calvo, o "El que sabe, SABA" para SABA.

- **Conexiones científicas**

Están vinculadas con el ámbito científico y tecnológico, donde la búsqueda de conexiones está orientada expresamente a buscar una solución a un problema a través de diferentes cauces. Este proceso se **fundamenta en el ensayo-error**.

El químico Dr. Spencer Silver inventó en 1968 de manera inesperada los Post-It cuando trabajaba en la compañía 3M. Estaba investigando para crear un pegamento de alta capacidad con la finalidad de aplicación a la construcción de aviones. Algo no salió como se esperaba y el resultado de su investigación fue un pegamento de alta calidad, pero débil que solo permitió pegar papel. Se comprobó que este pegamento permitía pegar y despegar los papeles sin dañarlos. Años después, otro investigador de 3M encontró, en su ámbito personal, utilidad para este "resultado fallido".

- **Conexiones derivadas de la biomímica**

Es la búsqueda de conexiones **inspiradas en la propia naturaleza** y en cómo esta, a través de los animales o las plantas, presenta soluciones eficaces y ecológicas a los problemas derivados de las necesidades humanas.

George Mestral (1941) inventó **el velcro** tras una excursión al campo con su perro. Observó que las semillas de algunas plantas se enganchaban al pelo del animal. Tras observarlas con detenimiento en el microscopio, llegó a la conclusión de que podría generar un producto que imitara esos ganchos que podrían unirse a otros materiales provistos de un bucle, como los tejidos. De esta manera, por observación de la naturaleza, creó un producto nuevo y de gran uso.

Conexiones visuales

Solo practicando y observando la realidad con otros ojos se puede potenciar el pensamiento creativo estratégico.

Consejos para activar tu creatividad

Activa tu curiosidad

Vuelve a tu infancia y experimenta con lo que te rodea. Mira las cosas como si nunca las hubieras visto.

Investiga qué hacen otras personas

Lee historias y revisa trabajos de otras personas. Siempre es bueno aprender de otras personas, busca tendencias.

Sal de tu zona de confort

Las personas creativas no tienen miedo a apoyarse en pensamientos emocionales y conexiones arriesgadas y, por ello, la rutina y las normas pueden suponer un freno de la creatividad.

Dedícate a lo que te gusta

Existe una relación directa entre creatividad y pasión. Disfruta creando, puedes recuperar alguna afición que practicabas cuando eras más joven: pintura, escultura, collage, teatro, danza...

Rompe con todo

No pienses en correcto o incorrecto, rompe con lo establecido, experimenta. La creatividad tiene mucho que ver con la experimentación.

Supera el miedo al fracaso

Si no tienes miedo de equivocarte, encontrarás soluciones más interesantes que si vas con cuidado de atenerte a las reglas.

Tómate tu tiempo

La creatividad se entrena y necesita tiempo. Como afirma John Cleese, precisamente cuando reservas un tiempo a dejar que algo ocurra, se te empiezan a ocurrir ideas.

No te rindas

"Que la inspiración te encuentre trabajando", como diría el genial Pablo Picasso. Dedica un tiempo cada día a dejar que tu creatividad se exprese en la actividad que más te guste.

Escucha y analiza tu entorno

Pregúntate: ¿Qué necesitas? Contéstate: Si tuviera...

3. TÉCNICAS DE CREATIVIDAD

3.1 La importancia del trabajo en grupo

"Si quieres llegar rápido camina solo, si quieres llegar lejos, camina en grupo".
Proverbio chino

Susana, siempre que piensa en una persona creativa, imagina en la soledad de su taller o su lugar de trabajo a quien pinta o escribe. Sin embargo, el trabajo en grupo es de gran importancia en el campo de la creatividad por varios motivos:

- Promueve el **intercambio de ideas**.
- Posibilita el **debate**.
- Da lugar al **diálogo e incluso la discusión**.
- Se obtienen **diferentes puntos de vista**, enriquecedores y complementarios.

El trabajo en grupo **nos permite obtener los mejores resultados** y optimizar la fase de creación de ideas, aportación de opiniones y resolución de problemas.

El proceso creativo es mayor y más enriquecedor cuando participan **grupos de personas con diferentes** enfoques, estrategias y pensamientos diversos que pueden complementar las ideas generadas. Puede ser una buena técnica para identificar ideas divergentes.

Técnicas grupales

Las técnicas grupales se basan en la participación de diferentes personas con el objetivo de resolver un problema. **Nos permiten romper con la soledad individual y evitar el bloqueo** creativo, convirtiéndose en una nueva palanca para la generación de ideas en comunidad.

Existen tantas técnicas grupales como perfiles que moderan, ya que parte del éxito de muchas recae en el buen hacer de la persona que impulsa esta metodología. Hacer suyas estas técnicas y tratar de adaptarlas al foro donde se van a aplicar puede ser clave para conseguir el éxito en su desarrollo. A continuación, descubrirás algunas de las técnicas de grupo más utilizadas:

Grupos de discusión

En inglés, *buzz groups*. Consiste en una dinámica formando grupos pequeños de trabajo con el objetivo de pensar o discutir sobre una idea o tarea concreta.

Debe ser muy ágil y generar la participación de sus integrantes para llegar a un consenso común. De esta forma, aquellas personas más creativas ayudarán a los perfiles más introvertidos a intervenir. El grupo nombrará a una persona como portavoz.

Juegos de rol

A cada participante se le asigna un papel y unos minutos para su interiorización, como si de un actor o actriz se tratase en una representación teatral.

No hay guion escrito, así que deberán improvisar en función de la trama que el grupo vaya creando de forma libre y espontánea. Se plantea una situación determinada y se escenifica para analizar la interacción del grupo.

Grupos de bolas de nieve

Esta técnica grupal es un método creativo progresivo. Inicialmente, de forma individual cada participante plantea su idea sobre un tema. Después se trabaja en pareja, y luego en grupos de cuatro personas. De esta manera, se va volviendo más compleja la actividad y a la vez se enriquece con nuevas propuestas para su discusión.

De forma individual, tratan de buscar respuestas a la cuestión planteada. En parejas analizan la propuesta de la otra persona para darle respuestas o nuevos enfoques posibles. Y finalmente, en grupo, debaten, cuestionan y modifican las propuestas para moldearlas, darles forma y llegar a una conclusión final.

Lluvia de ideas

Una **tormenta de ideas** se basa en plantear una cuestión a una serie de personas y apuntar todas las ideas que surjan, por muy disparatadas o absurdas que puedan parecer. El objetivo es obtener el mayor número de ideas posibles en un breve espacio de tiempo.

A pesar de su aparente sencillez, no siempre es fácil aplicar esta técnica, ya que manejar el grupo puede generar discrepancias u opiniones enfrentadas.

"Starbusting"

En una etapa más avanzada de la lluvia de ideas se puede aplicar la técnica del **starbusting** enfocado en la búsqueda de preguntas. **Se representa con una estrella de 6 puntas y en cada una de ellas se posiciona una cuestión: quién, qué, dónde, por qué, cuándo y cómo.** En el centro de la estrella se coloca el producto o el problema a solucionar.

La idea es que quienes participan traten de **construir el mayor número de preguntas posible con la cuestión principal**. Esto permitirá ver el problema desde diferentes perspectivas. Posteriormente, el equipo debe tratar de dar respuesta a las preguntas planteadas.

"Scamper"

Una de las estrategias más famosas para potenciar la creatividad es la **estrategia SCAMPER**. Es similar a una lluvia de ideas que busca desarrollar y mejorar servicios o productos a través del trabajo colaborativo. Las siglas corresponden con las tareas de **(S) Sustituir, (C) Combinar, (A) Adaptar, (M) Modificar, (P) Propósito, (E) Eliminar y (R) Reorganizar**.

La técnica fue creada por Bob Eberle (1971). Tomando como punto de partida la técnica de la lluvia de ideas, agregó algunas preguntas propuestas por el publicista Alex Osborn para potenciar la creatividad. Esta herramienta creativa utiliza técnicas nemotécnicas

cuyo objetivo principal es **generar asociaciones de ideas, definir esquemas mentales y resolver problemas**.

El Método SCAMPER defiende que para crear una nueva realidad original no es necesario generar un producto o realidad nuevos. **Con simples cambios o modificaciones, se pueden cambiar y mejorar ideas que ya existen** previamente. En definitiva, es ver una realidad con nuevos ojos.

El uso de técnicas de trabajo en grupo o implementación dentro de una organización depende de muchos factores que hay que tener en cuenta para elegir la que mejor se adapte a cada circunstancia.

3.2 Design thinking

Susana se siente más creativa que nunca y muy motivada. A continuación, aprenderá una de las técnicas creativas más punteras que existen en la actualidad: el *Design Thinking*. ¿Y tú? ¿Te lo vas a perder?

"Los clientes no saben qué quieren hasta que se lo muestras".
Steve Jobs, cofundador y presidente ejecutivo de Apple hasta 2011

El **pensamiento de diseño** (en inglés *design thinking*) es una herramienta de generación de ideas y resolución de problemas con gran auge en la actualidad. Esta técnica se aplica para generar innovación en productos, servicios, etc.

Uno de los aspectos fundamentales es que **está orientada hacia las necesidades o problemas de las personas usuarias o consumidoras**, de modo que estos se colocan en el centro del proceso creativo. Sin embargo, el potencial del pensamiento de diseño no es generar exclusivamente productos o servicios nuevos, sino **pensar de manera innovadora y disruptiva** para darles nuevas potencialidades a dichos productos o servicios y presentarlos como algo diferente.

Características fundamentales del *design thinking*



Observación

El pensamiento de diseño tiene su origen en la observación profunda y analítica para identificar las necesidades de las personas.

Importancia de la colaboración

Un aspecto fundamental es la colaboración del equipo humano dentro del proceso creativo.

Intercambio de ideas

El espacio donde se ejecutan las ideas es de confianza para que los y las participantes puedan intercambiar sus ideas.

Las personas

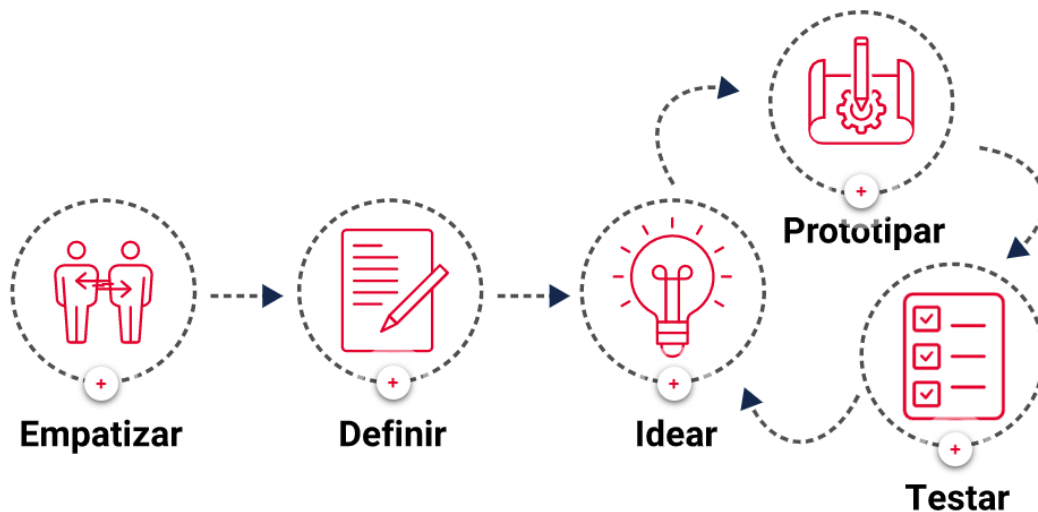
Esta técnica tiene su origen y fin en las personas y sus necesidades, por lo que mantenernos en contacto con la persona a quien se dirige el producto o servicio (cliente, usuario o consumidor) es fundamental.

El producto o servicio

Está orientado a cubrir las necesidades reales de las personas.

Fases del *design thinking*

El proceso de *design thinking* se divide en **cinco fases**: empatizar, definir, idear, prototipar y testar.



Empatizar

Antes de generar una propuesta de solución es necesario ponerse en la piel la persona usuaria para comprender sus necesidades o la realidad en la que se "mueve" de modo que podamos percibir qué es importante, necesario o fundamental para mejorar su vida.

Definir

En esta fase se busca identificar y definir el problema al que se quiere dar solución.

Buscamos, investigamos, nos documentamos para obtener información que nos permita abordar el problema desde un enfoque amplio.

Idear

Es la fase de generación de ideas que después se filtrarán para llegar a aquella que sea más útil para resolver el problema.

En esta fase es fundamental que las personas con visiones multidisciplinarias trabajen en equipo en un entorno de confianza para generar ideas sin temer las críticas del resto de participantes.

Se analizan todas las propuestas y se barajan aquellas que son más viables, más sencillas de implementar o las más eficaces en términos monetarios.

Prototipar

Después de seleccionar aquella solución que parece la más viable y eficaz, el objetivo es realizar un prototipo sencillo que nos permita confirmar la opción del MVP (Producto Mínimo Viable).

La idea es realizar una propuesta con bajos recursos y tiempo de ejecución para poder testarla, mejorarla y validarla.

Testar

Es el momento clave para determinar si nuestra propuesta es acertada o no, o si necesita alguna corrección.

Para ello realizamos un testeo con personas que usarán nuestro producto o servicio para determinar si cumplimos el objetivo que nos habíamos marcado. La retroalimentación de estas personas es fundamental para seguir modelando nuestro producto o servicio, o validarlo.

En la fase de ideación es esencial contar en ella con un moderador o moderadora que proporcione distintas técnicas para obtener los mejores resultados, ya que es cuando los participantes esgrimen todo su potencial creativo.

3.3 Seis sombreros para pensar

Edward de Bono propuso la técnica de los 6 sombreros para potenciar la creatividad, generar automotivación y romper las barreras creativas. Este método permite tomar decisiones en equipos de trabajo.

Lo positivo de esta técnica es que nos obliga a asumir roles diferentes que no son exclusivamente los pensamientos propios. De este modo, **el resto de personas no juzgan nuestras ideas o propuestas como una opinión o idea personal, sino como el resultado del papel que nos toca interpretar.** Es una forma de propiciar mayor sentimiento de libertad para expresar ideas y soluciones a problemas concretos bajo el enfoque del sombrero que debemos representar.

En esta técnica, cada sombrero representa un punto de vista concreto con el que acercarse a una realidad. La única norma en esta dinámica es que **se debe afrontar el problema desde la perspectiva que brinda cada color** para obtener una visión multidimensional de un tema propuesto.

6 SOMBREROS PARA PENSAR



Sombrero blanco

Permite enfrentar un reto pensando de manera neutral, **racional** y objetiva.

Sombrero rojo

Ante un desafío, permite expresar de manera **emocional** los sentimientos de los participantes sin que exista una necesidad de justificar racionalmente los argumentos.

Sombrero negro

Busca enfocar un reto desde un punto de vista **negativo**, intentando identificar las debilidades o problemas que puede generar.

Sombrero amarillo

La antítesis del sombrero negro. Intenta identificar todos los **aspectos positivos** para resaltarlos y ponerlos en valor.

Sombrero verde

Es el más creativo y dinámico. Se trabaja el **pensamiento divergente** para tratar de buscar las soluciones más llamativas e innovadoras.

Sombrero azul

Es el guía. Controla la participación, orden y tiempo del resto de sombreros, ya que es **la autoridad** de la dinámica.

De manera paralela, el juego de "Los seis sombreros para pensar" permite crear una lluvia de ideas con todas las aportaciones generadas por las personas que participan.

3.4 Técnicas proyectivas

Más allá de las técnicas de creatividad tradicionales, como la lluvia de ideas, existen otras técnicas que provienen del ámbito de la psicología y que nos permiten potenciar la creatividad y derribar las barreras mentales.

Las técnicas proyectivas permiten **reflejar en otras personas** opiniones, motivaciones, comportamientos, ideas, etc. que provienen de nuestro **subconsciente**.

¿Cómo pueden ayudar en el proceso creativo?

ASOCIACIÓN DE PALABRAS

Define una relación de palabras entre las cuales se incluyan términos clave relacionados con el tema a tratar y otros que funcionen como comodín. Quienes participan deben decir lo primero que le venga a la mente sin tomarse tiempo para buscar la respuesta correcta.

COMPLETA LA HISTORIA

A partir de una frase incompleta, se debe generar una historia completa. Ejemplo: "La primera vez que entré en la oficina sentí...".

GLOBOS DE DIÁLOGO

Tomando como punto de partida una imagen, una viñeta o un dibujo que representa una escena determinada, se completan los globos para cerrar el diálogo con la primera idea que venga a la cabeza.

PLANETA IMAGINARIO

Se le presenta la siguiente situación a una persona con preguntas de apoyo u orientación: "Si fueras un planeta, ¿cómo serías? ¿Cómo se llegaría? ¿Quién lo habitaría? ¿Cómo son sus habitantes?", etc.

IDENTIFICACIÓN

A partir de un concepto o producto se solicita al participante que lo describa aplicando características y rasgos de la personalidad humana. "¿Cómo se comportaría? ¿Cómo vestiría? ¿Qué actividades realizaría?", etc.

"COLLAGE"

Se solicita a cada participante que seleccione diferentes imágenes y que a través de un *collage* recreando un concepto.

NARRACIÓN DE HISTORIAS A PARTIR DE FOTOGRAFÍAS O DIBUJOS

Se entregan una serie de imágenes a quienes van a participar en el proceso creativo. Se les solicita que creen una historia a partir de esas imágenes empleando un período breve de tiempo.

Aplicaciones prácticas de las técnicas proyectivas

Las técnicas proyectivas se utilizan en todos los ámbitos profesionales. A continuación, se enumeran algunas aplicaciones prácticas de estas actividades de proyección en el **área de la empresa y el comportamiento de las personas consumidoras**. *Pulsa en los distintos botones para ampliar la información:*



Detectar opiniones

Detectar opiniones, actitudes y motivaciones del consumidor o consumidora frente a un producto. Además, permiten identificar frenos y resistencia ante nuevos productos.

Nuevos usos

Identificar nuevos usos de determinados productos e identificar nuevas necesidades o aplicaciones no previstas.

Imagen

Analizar la imagen global de una empresa o marca para desarrollar un nuevo posicionamiento o identidad visual.

Relaciones

Establecer nuevas relaciones emocionales o simbólicas entre las personas consumidoras y la marca.

Percepción

Identificar el nivel de percepción de un producto o campaña.

Creatividad

Generar espacios creativos que generen mensajes publicitarios más creativos y conceptuales.

Insights

Detectar **insight** de las personas consumidoras para comprender mejor las necesidades reales expresadas y no expresadas de la clientela.

4. CIERRE

4.1 Resumen

¿Qué le ha ocurrido a nuestra protagonista?

A lo largo de esta unidad didáctica, Susana ha aprendido cómo funcionan las personas a la hora de afrontar problemas y cómo se puede aplicar la creatividad para resolverlos. También ha aprendido algunas técnicas creativas que ya ha puesto en marcha con el equipo de repartidores y repartidoras. Gracias a sus nuevos conocimientos, ahora es capaz de **entender y resolver problemas conceptuales básicos y enfrenarse a situaciones confusas**.

¿Y qué has aprendido a hacer?

Acción Formativa 5. Resolución de problemas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RETANDO NUESTRA MENTE CON ACTIVIDADES CREATIVAS

<p>1 A definir la creatividad como la facultad de crear, es decir, la capacidad de creación.</p> 	<p>7 A comprender el valor del trabajo en grupo y la importancia del rol de la persona que modera las sesiones o dinámicas.</p> 
<p>2 A comprender el proceso creativo y sus fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición del problema • Búsqueda de información. • Generación de ideas. • Desarrollo de las mejores ideas. • Momento eureka. • Verificación de la información. • Obtención de resultados. 	<p>8 A realizar una sesión de lluvia de ideas, que te permitirá generar una gran cantidad de ideas en un periodo de tiempo breve.</p> 
<p>3 A entender el pensamiento divergente como el proceso de pensamiento que favorece la generación de ideas creativas y el pensamiento convergente como el encargado de realizar las funciones lógicas y mecánicas.</p> 	<p>9 A utilizar la estrategia SCAMPER, basada en sustituir, combinar, adaptar, modificar, propósito, eliminar y reorganizar.</p> 
<p>4 A definir la personalidad creadora como aquella que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es analítica y crítica frente a la realidad social. • Identifica oportunidades. • Trasciende la solución tradicional. • No cree en el fracaso. • Experimenta para innovar. • Asume riesgos creativos. 	<p>10 A utilizar la metodología del "design thinking" para resolver problemas a través de cinco fases: empatizar, definir, idear, prototipar y testar.</p> 
<p>5 A identificar las barreras de la creatividad, incidiendo en el miedo que pueden sentir las personas a ser juzgadas, a no cumplir las expectativas, a hacer el ridículo o a fracasar.</p> 	<p>11 A realizar la técnica de los seis sombreros, en la que cada participante asumirá un rol que permitirá dar diferentes perspectivas ante un problema.</p> 
<p>6 A reconocer las tres fases del proceso creativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación o analítica • Incubación o divergente • Convergente o reflexiva. 	<p>12 A usar diferentes técnicas proyectivas, basadas en la psicología, y que permiten reflejar en otras personas observaciones, motivaciones, comportamientos, ideas, etc. que provienen de nuestro subconsciente.</p> 

Una vez que hemos aprendido todas las claves para ser personas más creativas, en la siguiente unidad ayudaremos a Susana a introducirse en las metodologías ágiles con el objetivo de comprender cómo se desarrollan y gestionan este tipo de proyectos tan de nuestros tiempos.

4.2 Referencias bibliográficas

A continuación, puedes ver la relación de recursos (artículos, estudios, investigaciones, páginas web...) que se han consultado y citado para elaborar el contenido de esta Unidad Didáctica:

- Amabile T.M.. How to Kill Creativity. Recuperado de: <https://hbr.org/1998/09/how-to-kill-creativity> [02/02/2022].
- Di Fiore A. Creativity with a small c. Recuperado de: <https://hbr.org/2012/03/creativity-with-a-small-c> [02/02/2022].
- Pastor Bustamante J. Creatividad e innovación Factores clave para la gestión e internacionalización. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/libreria-icex/PUB2019818137.html?idTema=10707001&idColeccion=12060362> [02/02/2022].
- Pensamiento creativo. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Pensamiento_creativo [02/02/2022].
- Peña Fuster D. Mejorar la capacidad de resolución de problemas en la formación profesional. Recuperado de: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/190183/TFM_2020__Pe%C3%B1aFuster_Demetrio.pdf?sequence=1&isAllowed=y [02/02/2022].
- SCAMPER Improving Products and Services. Recuperado de: https://www.mindtools.com/pages/article/newCT_02.htm [02/02/2022].