



UTPL
La Universidad Católica de Loja

Modalidad Abierta y a Distancia



Pensamiento Creativo

Guía didáctica

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Sección departamental de Comunicación
Organizacional

Pensamiento Creativo

Guía didáctica

Autora:

Jhoana Raquel Córdova Camacho



P E R I _ 1 1 0 1

Asesoría virtual
www.utpl.edu.ec

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

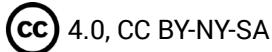
Referencias bibliográficas

Pensamiento Creativo

Guía didáctica

Jhoana Raquel Córdova Camacho

Universidad Técnica Particular de Loja



Diagramación y diseño digital:

Ediloja Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418.

San Cayetano Alto s/n.

www.ediloja.com.ec

edilojainfo@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

ISBN digital - 978-9942-25-689-8



La versión digital ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

23 de abril, 2020

Índice

1. Datos de información.....	7
1.1. Presentación-Orientaciones de la asignatura	7
1.2. Competencias genéricas de la UTPL.....	7
2. Metodología de aprendizaje.....	8
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje	11
Primer bimestre.....	11
Resultado de aprendizaje 1	11
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	11
 Semana 1	11
 Unidad 1.	12
1.1. Introducción al pensamiento creativo	12
1.2. Breve historia, definiciones.	13
1.3. Diferencias entre pensamiento creativo y pensamiento ordinario.....	15
1.4. Beneficios del pensamiento creativo.....	15
1.5. ¿Qué No es creatividad?	15
 Semana 2	16
 Unidad 2. Definiciones.....	16
2.1. Concepto de creatividad e innovación.....	16
2.2. Concepto de creatividad y conocimiento	18
 Semana 3	19
2.3. Mitos sobre la creatividad, los componentes; experiencia, pensamiento flexible e imaginativo y motivación.....	19
2.4. Características de los seres creativos.....	20
2.5. Nuevos conocimientos como fuente innovación	22

Índice	
Primer bimestre	
Segundo bimestre	
Solucionario	
Referencias bibliográficas	
Semana 4	24
2.6. Ideas originales valiosas	24
2.7. El concepto zona confort	30
Actividades de aprendizaje recomendadas	30
Resultado de aprendizaje 2	31
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	31
Semana 5	31
Unidad 3. El proceso creativo.....	31
3.1. Los hemisferios del cerebro humano.	36
Semana 6	38
3.2. Perfil del proceso creativo.....	38
3.3. El comportamiento creativo.	39
Semana 7	41
3.4. Actividades implicadas en el proceso creativo.....	41
3.5. Definición de términos no auto explicativos	43
3.6. El lenguaje y su importancia	43
Actividades de aprendizaje recomendadas	45
Actividades finales del bimestre.....	46
Semana 8	46
Actividades de aprendizaje recomendadas	46
Autoevaluación 1	47
Segundo bimestre	49
Resultado de aprendizaje 3	49
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	49

Semana 9	49
Unidad 4. Atributos del producto creativo	50
Semana 10	52
4.2. Elementos de análisis de la persona como fuente de creatividad individual.....	52
4.3. Elementos interno-cognitivos condicionantes de la creatividad individual.....	53
Semana 11	55
4.4. Factores de ámbito externo que condicionan la creatividad del individuo.....	55
Semana 12	58
4.5. La creatividad en grupo: características de los equipos creativos	58
Actividades de aprendizaje recomendadas	59
Resultado de aprendizaje 4	59
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	59
Semana 13	59
Unidad 5. Herramientas para introducir la creatividad en los grupos de trabajo: principios y técnicas de creatividad	60
Semana 14	62
5.1. La fuerza de la personalidad creativa.....	62
5.2. Transgredir la realidad.....	65
5.3. Analizar el problema.....	67

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Semana 15	68
5.4. Técnicas para fomentar la creatividad.	68
5.5. Técnica de desafío	70
5.6. Herramientas para el trabajo creativo	72
Unidad 6. Creatividad en innovación en el Ecuador.....	78
Semana 16	78
Actividades de aprendizaje recomendadas	79
Autoevaluación 2	80
<u>4. Solucionario</u>	82
5. Referencias bibliográficas	84

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



1. Datos de información

1.1. Presentación-Orientaciones de la asignatura



1.2. Competencias genéricas de la UTPL

- Comunicación oral y escrita
- Orientación a la innovación y a la investigación
- Pensamiento crítico y reflexivo
- Compromiso e implicación social
- Comportamiento ético
- Organización y planificación del tiempo



2. Metodología de aprendizaje

Estimado estudiante, el estudio del pensamiento creativo es estimulante, surgirán dudas y respuestas. Los invito a comprometerse con el aprendizaje y participación.

Para esta asignatura se propone como metodología fundamental el aprendizaje por descubrimiento. Esto debido a que en este campo específico del conocimiento es imposible llegar a un conocimiento total y absoluto de la materia. Más es necesario precisar que su utilidad es práctica y diaria cuando incursionamos en la construcción simbólica, la generación de contenidos, de mensajes en todas sus formas.

Si acaso las siguientes preguntas despiertan su inquietud creativa, estamos en el camino correcto:

- ¿Qué trato de lograr?
- ¿Cuál es mi meta central?
- ¿Cuál es mi propósito?

Quizá estas inquietudes sean permanentes en el inicio de toda actividad comunicacional, pero clarificarlas allana el camino de todo emprendimiento para un mejor aporte profesional y personal en la lectura de las diferentes realidades. ¡Pues esta aventura empieza! y nos dejará ver mucho más allá de lo evidente, en cada letra, en cada forma, acción o reacción.

Su atención por favor a las siguientes pautas de estudio:

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Contar con un espacio con una adecuada iluminación, ordenado y libre de distracciones que afecten su comprensión es clave para el aprendizaje. Busque un lugar y hora apropiados para mejores y satisfactorios encuentros con el texto guía y las actividades planteadas.

Esta materia está dividida en dos bimestres. El tiempo de duración por semestre es de ocho semanas cada bimestre, acorde a la planificación específica de la propia modalidad. Es indispensable revisar el calendario académico y el plan docente de la asignatura, estos se encuentran disponibles en el entorno virtual (EVA). En el plan se describen actividades semana a semana; primer y segundo bimestre están compuestos por dos unidades, cada unidad está delimitada en sus contenidos y actividades.

Una de las decisiones importantes a tomar es el manejo del tiempo. Si usted dedica un mínimo de 5 horas por semana al estudio de esta materia conseguirá cumplir con las que se estima para los contenidos (20 horas).

Realice una lectura total de los textos indicados. Después de esto realice una lectura comprensiva, tratando de entender cada concepto, frase, párrafo, capítulo y el texto total.

Hay que trabajar conjuntamente los artículos y material de lectura con la guía didáctica y consultar en el diccionario las palabras cuyo significado no lo sepa.

Puede consultar dudas durante las conversaciones con otras personas, en los foros o chats destinados al diálogo especializado.

Subraye las ideas principales y anote las posibles respuestas a las preguntas del trabajo a distancia.

No se olvide hacer **resúmenes** de lo que va leyendo para luego utilizarlos en un repaso posterior.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Paralelamente, confeccione fichas de trabajo, cuestionarios personales, etc. anotando lo más importante o sobresaliente.

Una vez que ha dado lectura a cada capítulo, realice las **actividades recomendadas y autoevaluaciones**. Algunas de esas actividades pueden estar tomadas en cuenta para los exámenes, a la vez medir el grado de comprensión a la que ha llegado.

Comparta conceptos, ideas fruto de la lectura con sus familiares o pares profesionales de tal manera que afiance su conocimiento y aplicación práctica del presente texto.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

Resultado de aprendizaje 1

Identifica y desarrolla el propio modo de pensar y razonar en las situaciones y tareas académicas habituales y adoptar estrategias para mejorarlo.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 1



Unidad 1.

1.1. Introducción al pensamiento creativo

El pensamiento creativo se caracteriza especialmente por la originalidad de la idea, como lo recuerda el pensado Szent-Györgyi, Premio Nobel de Filosofía y Medicina, al describir la Creatividad consiste en ver lo que todo el mundo ve y pensar en lo que nadie pensó aún.

Pero, ¿cómo tener ideas creativas? Primero es necesario reconocer que todos tenemos potencial para la creatividad, por ello hay personas que se destacan por su producción creativa y se caracterizan no por la afluencia y originalidad de sus ideas, pero si por una configuración de atributos que incluye factores motivacionales, actitudes y un patrón de trazos de personalidad muchas veces manifestados con mucha frecuencia, originalidad, perseverancia, motivación, iniciativa, observación, entusiasmo, autoconfianza, etc. En síntesis la creatividad envuelve placer y trabajo mental.

En esta perspectiva, cuando nos referimos a comunicación, debemos entender que tenemos la cualidad de enseñar, atender y comprender a la persona como un todo, y que no se trata netamente de transferir conocimiento e información. Así, la creatividad es un elemento indispensable para el progreso personal y de la humanidad. Ser creativo, no es solo una cuestión de inteligencia y talento, envuelve múltiples factores físicos, afectivos, sociales

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

y técnicos, muchos de los cuales llevan al individuo a ser más o menos creativo. Es momento de motivarse a crear, a propiciar un conjunto de ejercicios que lleven al usuario a ejercitarse su pensamiento creativo, interiorizando habilidades que a él se asocian. Para comunicar de forma efectiva en la nueva era es necesario incluir tips para alcanzar mayor número de ideas creativas.

1.2. Breve historia, definiciones.

Para Piaget (1972-2001) la discusión sobre la creatividad envuelve dos problemas: el de sus orígenes o causas y el de su proceso, como ésta sucede. Para el autor el primer problema es un misterio, considerando que algunos individuos son visiblemente más creativos que otros y eso no es una cuestión de genialidad, pues él considera que está presente en todos los individuos.

A partir de esta reflexión sobre el origen de sus propias ideas, Piaget (1972-2001) destaca tres condiciones que considera necesarias para el desarrollo de creatividad: 1) sospechar de influencias internas; 2) leer gran cantidad de cosas de otras áreas para que se pueda tener una visión interdisciplinaria, 3) Tener un contradictor, relacionar ideas contrastantes con las suyas. Con relación al segundo aspecto el proceso y los mecanismos de la creatividad, cree que los estudios sobre la psicología de la inteligencia pueden contribuir mucho sobre este interrogante, porque conceptualizan la inteligencia como construcción del tema que agrega nuevo dimensiones a objetos externos, es decir, en términos de las estructuras del sujeto es que el mundo externo es entendido. En este sentido, propone que todos los actos de la creatividad intelectual es parte de un proceso llamado abstracción reflexiva, momento de tomar conciencia de la acción en el que hay un movimiento hacia un más alto, un reflejo del plan de acción para el plan de representación, por lo tanto, puede haber una reconstrucción, enriquecimiento, comprensión y transposición a niveles superiores de abstracción.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Torrance (1976), dispuesto a incluir en su conceptualización de los aspectos principales de la mayoría definiciones propuestas en su día que involucraban, principalmente, la producción de algo nuevo o define la creatividad y el pensamiento creativo como “el proceso de percibir lagunas o elementos faltantes perturbadores; formar ideas o supuestos sobre ellos; prueba estas hipótesis; y comunicar los resultados, posiblemente modificando y volviendo a probar las hipótesis” (p. 34).

Cunha (1977) analiza la creatividad bajo la perspectiva del desempeño individual, examinada en función de los procesos cognitivos. Destaca que investigaciones científicas han revelado estructuras intelecto humano altamente complejo, por ejemplo, a través de operaciones mentales que los investigadores lo llaman pensamiento divergente. Discutir la relación entre pensamiento divergente y rendimiento creativo, basado en la idea de que La producción creativa implica una innovación en esfera subjetiva, en la búsqueda de dar forma al universo de significados que el hombre tiene sobre sí mismo y del mundo. Sin embargo, con el desarrollo de la investigación, muchos de estos conceptos fueron reemplazados, dando lugar a la idea de que cada ser humano mostraría un cierto grado de habilidades creativas y que se puede desarrollar y mejorar a través de la práctica y la capacitación, siempre que bajo condiciones ambientales favorables y técnicas apropiadas. Por lo tanto, discute varios enfoques, cada uno destacando diferentes aspectos, como: relatividad de la creatividad, tu producto como ser más o menos creativo, dependiendo del momento histórico y su más alto nivel de acuerdo con el grado de transformación proporcionar emergencia y relevancia en elaboración de un nuevo producto o idea y la diferentes etapas del proceso creativo; preparación del individuo con disciplina, dedicación, esfuerzo trabajo consciente y prolongado y conocimiento como requisitos previos para la producción creativa tanto en el campo científico y artístico; y además de conocimiento, contribuir a la producción creativa, rasgos de personalidad y características cognitivas del individuo (ALENCAR, 1995).

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

1.3. Diferencias entre pensamiento creativo y pensamiento ordinario

El psicólogo Jean Klein distingue pensamiento común y pensamiento creativo. Cuando la mente se llena de pensamientos en una serie interminable, unidos unos a otros como los vagones de un tren, sin espacios entre ellos, uno es arrastrado por este proceso claustrofóbico al que también denominamos rumiación mental y no hay espacio para el pensamiento fresco y original. Cuando la mente está abierta y serena hay mayor espacio interior para que los pensamientos creativos broten de lo profundo. Este es el estado mental que se puede cultivar en la meditación.

1.4. Beneficios del pensamiento creativo.

Es muy común que nos repitan a diario, “hay que pensar fuera de la caja”, parece un cliché. Pero detrás de este existe una filosofía válida y potente que nos puede ayudar a encontrar soluciones innovadoras y ampliar nuestra visión del mundo. Se trata de abandonar los patrones que limitan el pensamiento y expandir la creatividad.

La capacidad de ser creativo e innovar puede abrir muchas puertas en nuestra profesión, principalmente en tiempos de innovación con un amplio diferencial competitivo. Si no somos capaces de salir de las cajas herméticas del pensamiento tradicional es necesario entender que significa el pensamiento creativo.

1.5. ¿Qué No es creatividad?

Responder a la pregunta: ¿Qué es creatividad? no es fácil. Inicia siendo un interrogante sobre un concepto que convive con todos los individuos de forma cotidiana.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Semana 2



Unidad 2. Definiciones

2.1. Concepto de creatividad e innovación.

Creatividad e innovación son palabras que suelen caminar juntas, Especialmente en el mundo profesional y de los negocios.

Es importante dejar claro que la creatividad e innovación no tiene el mismo significado. No son sinónimos. La principal diferencia entre creatividad e innovación es el enfoque de cada una de ellas. Como ya lo hemos mencionado en la unidad 1, la creatividad existe como habilidad que libera un potencial que nuestra mente tiene.

De forma creativa, nuestro cerebro logra concebir ideas y formar pensamientos que huyen de los patrones. La creatividad existe en nuestra mente y puede ser canalizada por la acción.

La innovación está más ligada a la acción. Innovación es crear o proponer cambios en sistemas considerados estables. Innovar significa ofrecer una nueva acción, función, habilidad o mejoría a un sistema como ya lo conocemos y que estas sean significativas.

La creatividad antecede la innovación. La creatividad es un momento si reunimos las diferencias, idealizamos un producto y los diseñamos. Pero, si no es colocado en la práctica, es solo un producto creativo. La innovación sucede cuando la idea es puesta en marcha. Así genera valor, se dice que la creatividad no es mesurable la innovación si.

Podemos establecer que, conceptualmente, creatividad e innovación están en esferas diferentes, pero son fuerzas que coexisten y cuándo se cruzan, producen mejores resultados.

2.1.1. ¿Innovar es crear un nuevo invento?

Estamos presos aún de la idea de que para que un producto sea innovador, necesita ser una invención. Según esta lógica, difícilmente tendremos productos innovadores, por ello no es necesario crear algo totalmente nuevo para ser innovador.

Muchas de las innovaciones de los últimos tiempos son fruto del mejoramiento de algunos productos y métodos ya existentes. Un ejemplo son los bancos digitales. Ya teníamos bancos físicos y también estas mismas instituciones ya ofrecían servicios online por medio de internet banking. Resaltando el hecho de que no fue preciso crear algo nuevo. Simplemente se necesitó mirar de una forma creativa hacia lo que ya existía e innovar al crear un producto más actualizado.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

2.1.2. ¿Cómo ser creativo?

Es posible educarse para ser más creativo, considerando que nuestro cerebro, como un todo, sirve para formar y desarrollar profesionales de forma distinta y hasta diseñamos en nuestra mente y haciendo que este músculo sea ejercitado. Así como podemos pensar más rápido cuándo ejercitamos nuestra mente de ciertas maneras, o aprender a pensar más lógicamente, la creatividad puede crecer desde adentro hacia afuera.

Determinadas actividades, cursos y hábitos existen para estimular la creatividad y canalizarla para pensar de forma dinámica e interesante. Para quien está al frente de empresas y equipos, aparece el desafío de despertar la creatividad para formar y desarrollar profesionales más inclinados a la innovación.

2.2. Concepto de creatividad y conocimiento

Intentando resumir lo que tienen en común los diversos conceptos de creatividad Eunice de Alencar afirmó que:

“Se puede notar que una de las principales dimensiones presentes en las diversas definiciones de creatividad propuestas hasta el momento habla respecto al hecho de la creatividad implica emergencia de un producto nuevo, sea una idea o invento original, sea la re elaboración y perfeccionamiento de productos o ideas ya existentes”
(Alencar, 1993, p.15)

Conforme al enfoque dado en el estudio de creatividad y su conexión con el conocimiento es presentada considerando diferentes interpretaciones. Para buena parte de teóricos de la creatividad, la relación entre conocimiento especializado y creatividad puede hacer que surja un fenómeno llamado “efecto Eintellung” (Lunchis, 1987), también conocido como “atrincheramiento” (Stenberg, 1996, 2008) o inflexibilidad de los expertos.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Podemos fortalecer el conocimiento de este tema en el siguiente documento, que nos lleva a una dimensión más allá de la definición de la necesidad de conocimiento, se refiere a la aplicación del pensamiento creativo en la gestión del conocimiento.



Semana 3

2.3. Mitos sobre la creatividad, los componentes; experiencia, pensamiento flexible e imaginativo y motivación

Los mitos son creencias erróneas sobre algo difícil de saber o entender, recordando la complejidad del concepto de creatividad, no es extraño ver la persistencia de mitos al respecto durante décadas, incluso resistirse a la evidencia empírica que los contradice. Se ilustrarán algunos de estos mitos que, a pesar de ser antiguos, aún perturban el estudio y la práctica de la creatividad.

Volvamos a la peligrosa imagen de la lámpara que de repente se ilumina inexplicablemente en el cerebro para ilustrar la creatividad. No hay duda de que siempre puede quedar algo poco claro en el proceso creativo, que puede permanecer por explicar una chispa que hace la diferencia entre lo que es simplemente saber, entender, reproducir y lo que es innovación, provocando la pregunta fascinada "pero por qué ¡¿No me acordé de esto?". Tal vez ese 1% siempre se resistirá a la inspiración, parafraseando a Edison, que tiene que ver con la condición solitaria y extraordinaria que todos somos únicos y la creatividad requiere tal singularidad. Sin embargo, queda el 99% de esfuerzo - el insigth - o los mini insights sucesivos y consecuentes existen. Profundicemos el tema propuesto con la lectura del texto: Desarrollo del pensamiento creativo.



Figura 1. Mitos sobre la creatividad

Fuente: Elaboración propia

2.4. Características de los seres creativos

El pensamiento creativo es una característica estable y muy marcada en muchas personalidades, pero ella también puede cambiar de acuerdo con la situación y contexto, muchas veces la inspiración y las ideas parecer surgir de la nada, después desaparecen cuando más las necesitamos, y el pensamiento creativo exige un conocimiento complejo, por ende, totalmente distinto del utilizado para el pensamiento común.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

La neurociencia pinta un cuadro complicado de la creatividad. Actualmente, los científicos entienden como creatividad a algo mucho más complejo que la división del cerebro en hemisferio derecho e izquierdo, nos lleva a pensar (la teoría de que el lado izquierdo del cerebro = pensamiento creativo y emocional) En la realidad se cree que la creatividad engloba varios procesos cognitivos, caminos neurales y emociones y aun así no tenemos toda la dimensión de cómo la mente imaginativa funciona.

Psicológicamente hablando, personas con personalidad creativa son difíciles de definir, especialmente por ser complejas, paradójicas y generalmente evitan hábitos y rutinas. Y ese no es un estereotipo de “artista torturado” los artistas pueden ser de hecho personas complicadas. [Investigaciones](#) sugieren que la creatividad es el fruto de la combinación de varias características, comportamientos e influencias sociales en una sola persona.



Figura 2. Características de las personas creativas

Fuente: Instituto Vasco de Creatividad aplicada a la Formación Profesional (2018)

2.5. Nuevos conocimientos como fuente innovación

Las emociones están presentes en todo proceso creativo y su correcta gestión será clave para facilitarlo o para paralizarlo.

Para Mayhew (2000), la organización al colectar los conocimientos individuales transforma estos en activos valiosos. Galbraith (1997), sugiere que una propuesta de estructura organizacional adecuada, la organización no solo favorece la creación de conocimiento (creatividad), más bien la innovación (aplicación de una nueva idea).

La Gestión del Conocimiento posibilita a las organizaciones tomar decisiones de calidad y el uso de los recursos de la inteligencia competitiva y colectiva. El papel de la inteligencia y colectiva no se refiere únicamente a identificar información relevante, pero permite utilizarla para que pueda servir a quien decida.

Hesselbein, Goldsmith y Beckhard (1997) refuerzan que la información, por sí sola, no lleva a la organización a nuevas conquistas. Es necesario usar la información para algo útil, para una acción organizacional y solo entonces habrá conocimiento. La función del aprendizaje organizacional es generar más conocimiento; La función de la capacidad de absorción es capturar y aprovechar este conocimiento para usarlo en la organización y en la sociedad. Al moverse por diferentes áreas del conocimiento humano, sin limitarse a un dominio exclusivo, la gestión del conocimiento adquiere una naturaleza interdisciplinaria, ya que impregna los conocimientos más diversos, que proporcionan la materia prima (conocimiento), comparten conceptos, generan y absorben el aprendizaje.

La Gestión del Conocimiento es una disciplina relativamente reciente, abordada e investigada por varias áreas, tales como: Ciencias de la Información, Informática, Administración, Ingeniería

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

de Producción y Biblioteconomía. Este rango de conocimiento comparte conceptos y estudios, en comunicación constante entre las disciplinas, buscando integrar el conocimiento en un todo armonioso y significativo. Los cambios en todas las áreas, las nuevas demandas del mercado laboral, especialmente en el campo de la investigación, la gestión y la producción, los nuevos productos y servicios, las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) dejan los límites exactos entre cada vez más borrosos. Las disciplinas y áreas de conocimiento. Las áreas unidas y coordinadas pueden responder mejor a sus demandas. Un ejemplo del entorno interdisciplinario y sistémico contemporáneo son los mercados financieros globalmente integrados y susceptibles a las oscilaciones derivadas de variables en diferentes sectores. Esto demuestra el grado de interdependencia alcanzado por la sociedad actual. «La modernidad es líquida» ZYGMUNT BAUMAN (2001).

La interdisciplinariedad aparece como una respuesta a la complejidad, convirtiéndose en la génesis del conocimiento de lo contemporáneo. La idea de conocimiento dividido, facetado y tutorizado en áreas distintas y rígidas sirvió al modelo cartesiano-mecanicista, pero no contempla la realidad actual. Morín (2005) afirma que no se deben crear fronteras para temas importantes, ya que estos siempre son fluidos y están sujetos a interferencias.

Para Capra (1996), el estudio de los problemas actuales lleva al individuo a comprender que estos problemas son de naturaleza sistémica, conectados, relacionados o interdependientes. Si los problemas son interdisciplinarios, el conocimiento también debe serlo, de lo contrario las respuestas serán incompletas e insuficientes.

Finalmente, según Nonaka y Takeuchi (1995), quienes traen el concepto de organización en hipertexto, donde los individuos que componen la organización tienen la capacidad de adaptarse a nuevos escenarios y contextos, moviéndose entre los tres

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

niveles organizacionales, estableciendo una dinámica de creación de conocimiento que impregna estos diferentes niveles constantemente.

Por ejemplo, los miembros de un área determinada de la empresa se trasladan a un nuevo proyecto, cuando estos miembros completan el proyecto, regresan a sus áreas originales y evalúan y documentan / registran sus experiencias durante el período en el que estuvieron involucrados en el proyecto. Este proceso genera un nuevo nivel de conocimiento, ya que estos miembros absorben nuevas habilidades, perspectivas, experiencias, visiones, conceptos y prácticas, comenzando a actuar dentro de la organización y «contaminando» la base de la organización con el fruto de su aprendizaje. Este ciclo, cuando se vuelve permanente, hace que toda la organización evolucione aprovechando los espacios y los momentos de innovación como fuente y recurso para la producción y transferencia de nuevos aprendizajes y conocimientos por parte de todos los niveles de la organización.



Semana 4

2.6. Ideas originales valiosas.

“Toda idea nace frágil y necesita tiempo para madurar y revelar su valor y utilidad antes de ser juzgada”

La dinámica del conocimiento no solo depende de ideas, es preciosos descubrir de donde vienen. La tradición afirma que Arquímedes tuvo su mejor idea mientras tomaba un baño, que Pasteur sentía una lluvia de ideas cuanto tomaba un baño, que

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

Kékule soñó con la idea que le dio la solución de la estructura de benceno. Muchos otros relatos de esa naturaleza dan la impresión de que las ideas son una cuestión casi mística.

Newton vio caer la manzana, como todo el mundo, pero solo él tuvo la idea correcta sobre el motivo por el cual la manzana cayó. Einstein decía que pensaba mil veces y la idea no llegaba; dejaba de pensar y era ahí cuando la idea aparecía a su mente. Un gran empresario dice que tiene sus mejores ideas durante la equitación. Los libros de creatividad llaman la atención para el circuito TBC-tránsito, baño y cama como fuente de ideas.

Algunas actitudes mentales esenciales que se deberían considerar para el pensamiento creativo son:

Tabla 1. Actitudes del pensamiento creativo

Actitud	Descripción
Curiosidad	Permanente disposición por investigar, entender nuevas cosas. Preguntar ¿Por qué? ¿Para qué?
Enfrentar desafíos	No huir de los desafíos. Preguntarse: ¿Cómo puedo superar esto?
Descontento constructivo	Las personas creativas tienen un gran sentido de lo que está mal en el entorno que los rodea. Sin embargo, tienen una actitud positiva sobre esta percepción y no se dejan abrumar por las cosas equivocadas.
Mente abierta	Mente receptiva y dispuesta a examinar nuevas ideas y hechos.
Flexibilidad	Las personas son hábiles en adoptar diferentes abordajes para la solución de un problema.
No juzgar	Las personas creativas saben que hay un momento para desarrollar ideas y otro momento para juzgarlas. Son conscientes de que cada idea nace frágil y necesita tiempo para madurar y revelar su valor y utilidad antes de ser juzgada.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Actitud	Descripción
Síntesis	La capacidad de centrarse en los detalles sin perder de vista el conjunto es una habilidad fundamental de las personas creativas. La vista completa le brinda las formas de establecer conexiones entre la información y las ideas aparentemente desconectadas.
Optimismo	Henry Ford resumió bien las consecuencias de nuestras actitudes: si crees que puedes o no puedes, probablemente tengas razón. Las personas que creen que se puede resolver un problema terminan encontrando una solución. Para ellos, ningún desafío es tan grande que no se pueda enfrentar y ningún problema tan difícil que no se pueda resolver.
Perseverancia	Las personas muy creativas no renuncian fácilmente a sus objetivos y persisten en la búsqueda de soluciones, incluso cuando el camino es largo y los obstáculos parecen insuperables. Muy a menudo, la búsqueda de una solución creativa requiere determinación y paciencia. Escuche al profesor Sir Harold Kroto, Premio Nobel de Química: Nueve de cada diez de mis experimentos fallan, y esto se considera un muy buen resultado entre los científicos.
Eterno aprendiz	A menudo, la solución creativa nace de combinaciones inusuales, estableciendo analogías y conexiones entre ideas y objetos que no parecen tener ninguna relación entre sí. La materia prima para estas analogías y conexiones son los hechos observados y los conocimientos y experiencias previas que la persona trae consigo. Es a través de su patrimonio cultural que cada persona puede dar su toque de originalidad. Este patrimonio cultural nace y se nutre de una actitud de curiosidad insaciable y placer en aprender cosas nuevas.

Fuente: blog.qualidadesimples.com.br

2.6.1. Bloqueos Creativos

Todos somos creativos, no existen personas carentes de creatividad, sino más o menos bloqueadas.

- El miedo al RIDÍCULO o al FRACASO.
- La LÓGICA y el método científico.

- La SEGURIDAD que aportan las NORMAS.
- Creerse no CREATIVO.

Se deben evitar frases asesinas como: "Siempre se ha hecho así" "A mí no me pagan para eso"

Es necesario trabajar en la inteligencia emocional traducida como la posibilidad que tiene el ser humano de aprender a lidiar con sus propias emociones y convertirlas en beneficio propio. Aprender también a comprender los sentimientos del otro.

La importancia de la inteligencia emocional es para la vida. Su esencia se da cuando conseguimos conciliar el lado emocional y racional del cerebro, neutralizando las emociones negativas, estas producen comportamientos destructivos y entonces potencia las emociones positivas para generar los resultados deseados.

Según Daniel Goleman existen 5 pilares de la inteligencia emocional. Estas ayudan a sostener el pensamiento creativo:

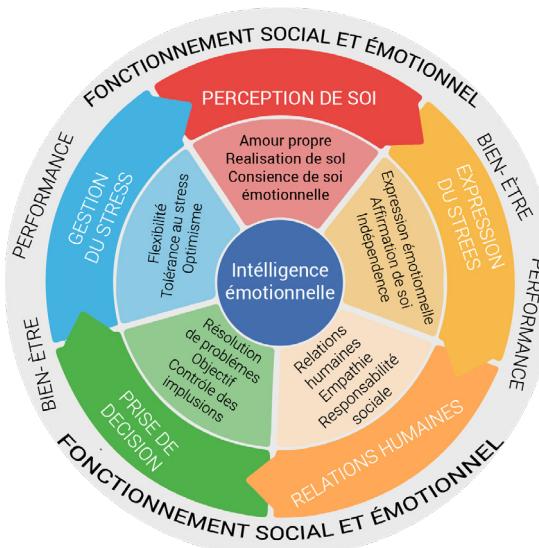


Figura 3. Pilares de la inteligencia emocional

Fuente: <https://blog.missions-cadres.com/articles/intelligence-emotionnelle-facilitait-reussite-consultants-portes.html>

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

1. Conocer las propias emociones: El primer paso es conocerte a ti mismo, analizar tus emociones y las acciones que tomas en respuesta a los estímulos. ¡Esa es la clave de la inteligencia emocional! Pero debes tener en cuenta que la Inteligencia Emocional es un proceso gradual y varía de persona a persona.
2. Controlar las emociones: Tenga en cuenta que todos experimentamos momentos estresantes en la vida, o nos sentimos ansiosos por alguna razón. Aprender a lidiar con las emociones y cómo controlarlas lo colocará en la dirección correcta de acuerdo con cada situación y marcará la diferencia entre el equilibrio y la disfunción. Debe evitar pensar en un resultado negativo de inmediato. Sea optimista, siempre trate de ver el lado positivo de las cosas y recuerde que cada situación tiene formas diferentes, solo necesita buscarlas. Y cuando estás bajo presión, lo más importante es tratar de mantener la calma. Encuentra una distracción, haz una actividad placentera y canaliza tu energía.
3. Automotivación: Pensar antes de tomar decisiones brindará varios beneficios y evitará conflictos con compañeros y lamentar acciones. Al saber cómo usar las emociones adecuadamente, es más fácil alcanzar sus objetivos.
4. Empatía: Aprender a colocarse en el lugar del otro.
5. Saber relacionarse interpersonalmente: Otro punto clave para el éxito es saber cómo tener buenas relaciones, guiando las emociones de los demás. Esto creará un ambiente positivo, mejorando no solo la calidad de vida, sino también afectando a quienes lo rodean.

Una vez que logramos comprender los 5 pilares de la inteligencia emocional ya podemos extraer algunos beneficios de tener una IE bien desarrollada. Dejando de lado los obstáculos diarios, metas y plazos para cumplir.

Las personas con una alta capacidad de gestión emocional tienen habilidad de percibir la emoción que viven y para gestionarla controlando su intensidad o cambiándola a una emoción más adaptada en caso necesario.

Según Ideakt las personas creativas gestionan de forma natural, automatizada, las emociones y para ello saben:

1. Reconocer la emoción que viven.
2. Graduar su intensidad.
3. Cambiarla a una más adaptada a la situación a estimular.
4. Entrenando estas habilidades se favorece al proceso creativo ya que es vital la emoción con la que la realizamos.

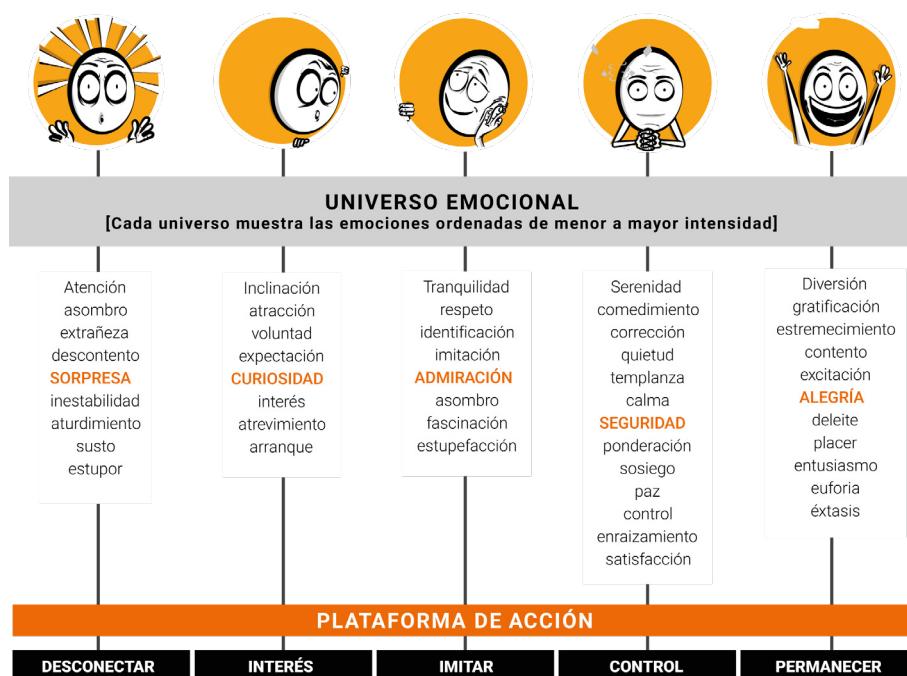


Figura 4. Universo emocional

Fuente: Instituto Vasco de Creatividad aplicada a la Formación Profesional (2018)

2.7. El concepto zona confort

La zona de guerra obliga a las personas a no tener piedad con su pensamiento creativo. Todo inicia con una reflexión objetiva sobre lo que se quiere lograr. Este solo pensamiento ya retira a las personas de la zona de confort; la zona de guerra nos permite canalizar toda aquella energía creativa dispersa hacia el pensamiento creativo, dirigido y objetivo.

Para conocer más sobre el tema de la zona de confort lo invito a revisar el siguiente texto: [Método de la innovación creativa](#) revisemos la propuesta que tiene el autor respecto a la zona de confort.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Dado que la primera parte que se refiere al pensamiento creativo, desde su concepto hasta su comparativa es necesario que logramos establecer claramente esta diferenciación. Es necesario la lectura pausada, comprensiva de los siguientes anexos:

1. [El pensamiento creativo, un recorrido por la historia y el reto del presente](#)
 - A. **Investigue, lea y analice los temas y subtemas del capítulo.**

AMABILE, T.M. y GRYSKIEWICZ, S.S.(1989): "The creative environment scale: the work environment inventory". Creative Research Journal, vol. 39. pp. 1154-1184.

B. Ejercicio de ensayo y reflexión (2.000 caracteres máximos).

- Realice la lectura de los textos propuestos
- Identifique los bloques referentes a la definición y elementos del pensamiento creativo.
- Proponga 5 ideas propias respecto a la importancia de la creatividad y sus escalas.

Resultado de aprendizaje 2

Diseña y aplica procesos innovadores que conduzcan a la obtención de mejores resultados ante situaciones y/o proyectos reales

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 5



Unidad 3. El proceso creativo

Los fenómenos de la creatividad y del proceso creativo ha ejercido a lo largo de los años una enorme fascinación sobre las personas.

Cada cultura, cada sociedad buscan desarrollar explicaciones para comprender la creación y sus procesos, lo que dio el origen a los mitos y a numerosas especulaciones acerca de las personas creativas y la creatividad en sí.

Todo proceso creativo puede ser descrito como la capacidad de descubrir, inventar o producir algo original. Y también la habilidad de resolver problemas son soluciones innovadoras.

El proceso pasa por etapas comunes a dos tipos de creatividad – individual y colectiva. Diversos estudiosos clasifican esas fases de manera parecida, con pequeñas variaciones. Básicamente se desarrollan las siguientes etapas de preparación, generación de ideas y ejecución.

Proceso Creativo



Figura 5. Proceso creativo

Fuente: Instituto Vasco de Creatividad aplicada a la Formación Profesional (2018)

Fase 1: Sobre la reformulación del enfoque tiene que ser real y cercano, tener varias soluciones. Sobre lo que vamos a generar ideas, por lo que debe estar claramente redactado, en una sola fase.

Técnicas para reformular el foco:

- MAPA DE RETOS
- ARBOL DEL PROBLEMA
- MAPA MENTAL
- RICH PINCUTURE
- DAFO

Fase 2: Generación de ideas. FASE DIVERGENTE: Se trata de buscar ideas para dar una solución al problema considerando diferentes abordajes y puntos de vista.

En esta fase del pensamiento creativo, se procura obtener un firme y sincero compromiso del equipo por la creación de un ambiente en que las personas se sientan seguras y confortables en explorar nuevas perspectivas, cuestionar las prácticas y normas vigentes y expresar libremente sus opiniones. El objetivo es obtener una gran cantidad y diversidad de ideas y crear una variedad de opciones para la siguiente fase.

Las directrices generales para fomentar y sustentar el pensamiento divergente:

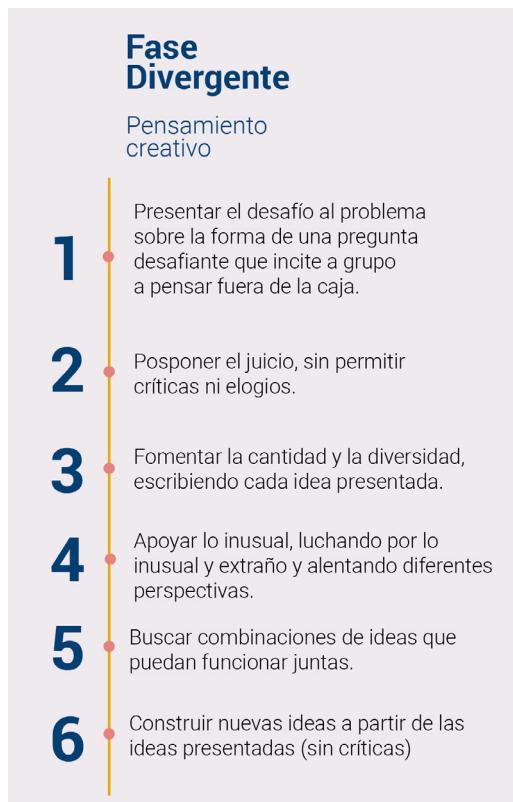


Figura 6. Fase Divergente

Fuente: Instituto Vasco de Creatividad aplicada a la Formación Profesional (2018)

Es importante analizar algunas técnicas para la generación de ideas tales como:

- BRAINSTORMING
- BRAINWRINTNG
- S.C.A.M.P.E.R
- STORYTELLING

Fase 3: Valoración de ideas – FASE CONVERGENTE

El pensamiento convergente es una forma práctica práctica de decidir entre las alternativas existentes. Es el momento de

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

analizar críticamente y juzgar las ideas generadas en la etapa del pensamiento divergente y seleccionar las mejores ideas con base en criterios previamente definidos.

Esta fase no se resume solamente en pasar las ideas por un filtro hasta que quede una sola idea. Las buenas ideas no salen de la fase anterior perfecta y acabada. La semilla de toda innovación es una idea altamente especulativa e inacabada, que requiere ser trabajada para convertirse en viable y práctica. Por su propia naturaleza cuando mientras más ambiciosa es la idea, más débil se presentará, más fallas tendrán que ser corregidas. Las ideas consideradas absurdas no deben ser descartadas bajo ninguna circunstancia, ellas pueden revelar conceptos valiosos que servirán de puente para ideas más prácticas.

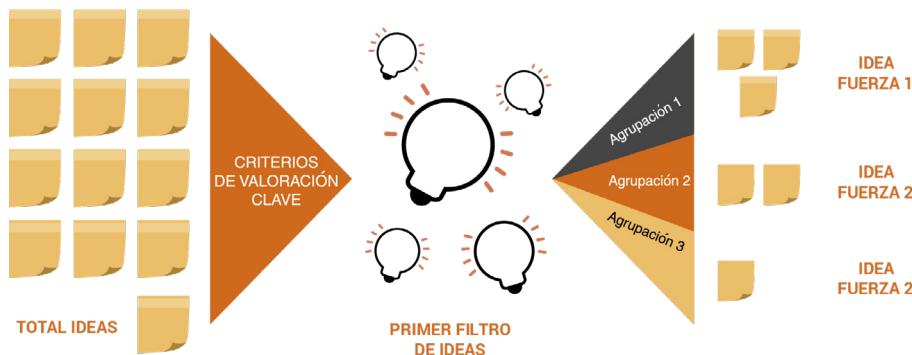


Figura 7. Fase Convergente

Fuente: Instituto Vasco de Creatividad aplicada a la Formación Profesional (2018)

3.1. Los hemisferios del cerebro humano.

¿Cuál de los dos lados del cerebro usted utiliza más?

Si usted acostumbra resolver los problemas de forma “lógica”, eso significa que está utilizando más su lado izquierdo de su cerebro. Pero si, las elecciones son guiadas, la mayoría de las veces por la “emoción”, eso quiere decir que usted utiliza más el lado derecho de su cerebro.

Estas consideraciones fueron presentadas al final de la década de los 70 por el científico Roger Sperry, que desarrolló estudios sobre el funcionamiento de los dos hemisferios cerebrales, alertando la importancia del equilibrio entre el lado derecho e izquierdo del cerebro a través de ejercicios que estimulan tanto el razonamiento lógico como la creatividad.

¿Quiere descubrir cuál es el lado del cerebro que más utiliza?

Continúe su lectura:

Los estudios sobre el funcionamiento del cerebro ganaron mayor importancia con los trabajos de Roger Sperry, un científico norteamericano que ganó el [Premio Nobel de Medicina y Fisiología en 1981](#), al proponer la división cerebral en hemisferios y funciones.

Vamos a descubrir más respecto a la teoría de Roger Sperry y de cómo cada lado del cerebro es utilizado en la resolución de problemas, además de influenciar la propia formación de pensamiento.

Lado izquierdo: responsable por la interpretación lógica de las situaciones.

Es la parte del cerebro que analiza los datos y que busca las razones que justifican los acontecimientos. Sería el lado estratégico, analítico y realista de la visión de cada individuo con base en el

descubrimiento de explicaciones precisas y objetivas para cualquier tipo de cuestionamiento.

Lado derecho: responsable por la interpretación emocional de las situaciones.

El uso del lado derecho del cerebro está asociado a la creatividad y la intuición. La visión holística de los hechos y el predominio de las sensaciones sobre la racionalidad son aspectos evidentes que alimentan la imaginación y consideran la subjetividad como factor decisivo para entender la realidad.

En la imagen 8 usted puede revisar y descubrir si sus pensamientos y acciones están influenciados por la razón (lado izquierdo) o por la emoción (lado derecho).

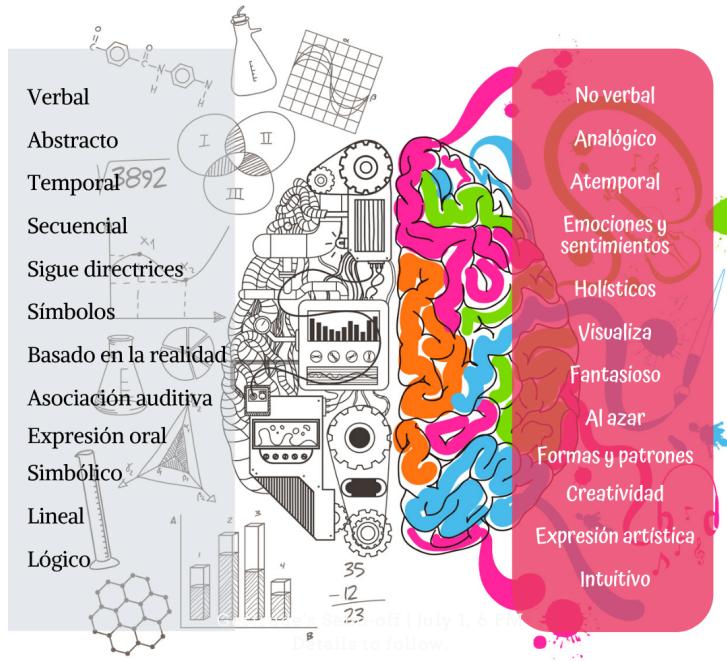


Figura 8. Esquema de las capacidades que predominan en cada uno de los hemisferios cerebrales.

Fuente: Elaboración propia



Semana 6

3.2. Perfil del proceso creativo

Requisitos como aptitud, motivación, conocimiento, personalidad, los procesos cognitivos y la atribución son los más mencionados en la literatura como elementos esenciales para que suceda la creatividad (MORAIS, 2011).

Aptitud es tener un perfil específico para realizar una determinada tarea o función. Las habilidades se reflejan en productos creativos como también en la manifestación creativa diaria (MORAIS, 2011). Familia escuela, ambiente laboral, contexto sociocultural y salud individual son factores influyentes importantes en el desarrollo de habilidades creativas del ser humano (OLIVEIRA, 2010).

Ser creativo es también poseer, o ser poseído por, un alto nivel de motivación. La motivación es la fuerza que nos impulsa a la acción. Se refiere a dirigir el pensamiento, la atención, la acción hacia un objetivo visto por el individuo como positivo.

Esta orientación activa el comportamiento y abarca diversos conceptos como anhelo, deseo, voluntad, esfuerzo, sueño, esperanza, entre otros (RHEINBERG, 2006). El diseñador canadiense Bruce Mau preparó, en 1998, una selección de acciones y estrategias relevantes para motivar y liberar la creatividad, llamado el [Manifiesto Incompleto](#). Perfectamente adaptado a todas las profesiones que necesitan inspiración constante, el manifiesto se ha convertido en un documento viral.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

El Manifiesto Incompleto recibió su nombre precisamente porque tiene un desarrollo continuo, que incluye declaraciones como: «no dejar errores accidentales a un lado »- la respuesta incorrecta es la respuesta correcta, en buscando una pregunta diferente, recopile respuestas incorrectas como parte de del proceso, haga diferentes preguntas; «Quedarse despierto hasta tarde» - cosas extrañas suceden cuando vas demasiado lejos, trabajaste muy duro y luego te encuentras separado del resto del mundo; «Piensa con tu mente »- olvídate de la tecnología, la creatividad no depende de esto recurso (MAU, 2011).

3.3. El comportamiento creativo.

Podemos ver que los creadores a menudo cambian objetivos y características del proyecto durante el proceso de creación, ya sea a cuenta de dificultades inesperadas, o por una oportunidad o una nueva perspicacia. Se perciben los conceptos de azar, casualidad y astucia. En los procesos creativos de las prácticas artísticas. Son como llaves que establecer vínculos con lo inusual, abriendo posibilidades para comprensión de lo que es nuevo, un impulso esencial para los procesos creativos (MELLO, 2011).

El comportamiento creativo es uno de los aspectos más importantes en busca de la creatividad. Simplemente esperar que las ideas aparezcan puede ser muy peligroso para quien necesita de eso en su trabajo. Este comportamiento se define como una forma de ejercer el potencial imaginativo considerado superior al promedio al punto en que este sea evidente a las otras personas. Es necesario decir que no existen formulas o reglas que nos lleven a una respuesta creativa, pero que existe una serie de prácticas, algunas ligadas a la personalidad del individuo y otras al medio en el cual está insertado y que propician respuestas diferenciadas.

Normalmente las personas que son vistas como creativas son aquellas que poseen una visión de vida diferente, definido por Predebón como una especie de compromiso y estos son tres.

1. El compromiso por la determinación, representado por las personas que descubren de alguna manera el placer del acto innovador, teniendo un sentimiento de gratitud por estar interfiriendo en el mundo a su alrededor. Este tipo de persona inserta por voluntad propia el acto creativo a su personalidad.
2. El compromiso innato, es menos común y se caracteriza por una voluntad compulsiva de cuestionar e inventar nuevas maneras de hacer las cosas. Este tipo de compromiso aparece en la infancia, pero algunos son apagados, desapareciendo con el tiempo en la gran mayoría de las personas.
3. El compromiso resultado de las circunstancias, en este caso se explica que alguna persona puede tener su genio creativo apagado por no tener condiciones que propicien estos hechos creativos. En este tipo de compromiso lo contrario también puede suceder, donde una persona puede tener las condiciones y ser una persona brillantemente creativa, pero no tener las condiciones del ambiente alteradas, por lo tanto, cae en un comportamiento apagado.

A menudo, lo que surge, se repone para justificar este encadenamiento que apela a «No soy creativo», «esto es un regalo y no lo tengo», «Nunca pensaría en algo así». Lo que se ve es un condicionamiento completo en las personas que crean una posición de no ser creativos, sin al menos permitirse tratar de tener una postura creativa. Pero, después de todo, ¿qué es la creatividad?

Vamos a dejar de pensar así y fortalecer nuestro pensamiento creativo. Vamos a trabajar en algunas actividades implicadas en el proceso creativo.



Semana 7

3.4. Actividades implicadas en el proceso creativo

Autores consagrados en el tema de la creatividad, presentaron al diseñador como una caja negra siendo ésta la parte más valiosa del proceso creativo producida en la mente del profesional, que tiene poco control del resultado y de la producción de su subconsciente. La figura 1 simplifica bastante el proceso creativo, donde el problema es la entrada del proceso la información es mágicamente procesada y se generan soluciones o salidas.



Figura 9. Modelo de caja negra

Fuente: JONES,1970

Munari (1997,p.31) investigó y explicó como funcionaba esta caja negra, a través de la biología y de la relación de estructuras cerebrales con su entorno y con lo que producían. Según el autor, las conexiones entre neuronas determinan tanto el raciocinio, como las funciones básicas del individuo como memoria y sentimientos.

El cerebro selecciona, organiza y almacena la información y utiliza la fantasía, la invención y la creatividad para producir para el mundo externo. La inteligencia estaría relacionada con la capacidad de

absorber información a través de los sentidos, procesarlos y crear nuevas asociaciones a partir de los que ya se conoce.

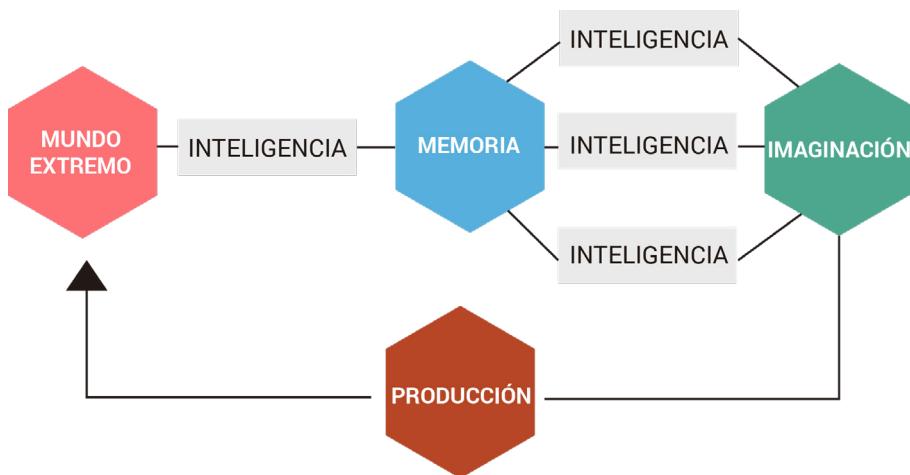


Figura 10. Proceso creativo

Fuente: MUNARI, 1997.

Según el autor, el mundo exterior es explorado por la inteligencia, esta es desarrollada a partir de la combinación entre la información dada por los sentidos. Es decir, mientras mayor cantidad de estímulos, esencialmente de la infancia donde las estructuras cerebrales todavía están en formación, mientras mayor sea la cantidad de conexiones desarrolladas más creativo es el individuo. Para ARCHER (1974,p.9) la creatividad es esencialmente la capacidad del pensamiento original. Incluye la capacidad de inventar, pero no se restringe a ella. Permite nuevas soluciones a partir de nuevas configuraciones.

El mundo exterior es explorado por la inteligencia mediante manipulaciones y operaciones lógicas (MUNARI,1997). Las combinaciones pueden ser hechas de diferentes maneras y cada propuesta trata un resultado diferente. El autor categorizó algunas situaciones, con la finalidad de explicar cómo funcionarían las asociaciones entre asociaciones ya asimiladas, inversión de una situación, repetición, el uso de los contrarios, la multiplicación de

las partes en conjunto o los cambios en los objetivos (color, materia, función, lugar, dimensión)

3.5. Definición de términos no auto explicativos

Ya se han descrito las actividades del proceso creativos, sin embargo, existen varios temas y términos, acuñados por diferentes autores que no son autoexplicativos:

- La “comparación selectiva” de Sternberg
- Las “imágenes de amplio alcance” de Gruber.
- La percepción de “implicaciones”, de Guilford
- La utilización del pensamiento “divergente”
- La utilización de las “transformaciones, de Guilford

3.6. El lenguaje y su importancia

Un tema que parece no empatar con lo que venimos estudiando es el lenguaje. Pero, se ha preguntado cómo va a transmitir las ideas. Vamos a resaltar entonces por qué es importante el lenguaje.

Sin lenguaje se pude decir que el hombre no es humano. Para entender mejor ésta afirmación vamos a leer la historia de dos niñas que fueron criadas por lobos:

Niñas lobas

En la India donde los casos de niños lobo eran relativamente numerosos, en 1920 se descubrieron dos niños, Amala y Kamala, que vivían entre una familia de lobos. La primera tenía un año y medio y vio morir una año más tarde. Kamala, de 8 años de edad, vivió hasta 1929. Poco tenían de humano, y su comportamiento era semejante al de sus hermanos lobos.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Ellas caminaban en 4 patas, se apoyaban en sus rodillas y codos para los pequeños trayectos y sobre las manos y pies para trayectos largos y rápidos.

No podían permanecer de pie, solo se alimentaban de carne cruda o podrida, comían y bebían como los animales, lanzando la cabeza hacia el frente y lamiendo los líquidos. En la institución donde fueron rescatadas pasaban los días en un rincón y postradas debajo de una sombra; eran activas y ruidosas durante la noche, buscando huir y aullando como lobos. Nunca lloraban o reían.

Kamala vivió 8 años en la institución que la acogió, humanizándose lentamente. Ella necesitó de 6 años para aprender a andar y poco antes de morir solo tenía un vocabulario de 50 palabras. Actitudes afectivas fueron apareciendo de a poco. Ella lloró por primera vez cuando murió Amala y apegó lentamente las personas que la cuidaban y a otras con las que convivía. Su inteligencia le permitió comunicarse con otro por gestos inicialmente y después por palabras rudimentarias, aprendiendo a ejecutar órdenes simples.

Las pequeñas fueron abandonadas y vivieron en aislamiento, lo que fue muy común en esa época en la India, debido a los problemas sociales y económicos que afectaban a la mayoría de la población. La situación de vivir con lobos, por un lado, las salvó de la muerte, pero, por otro lado, las deshumanizó. Tenían no solo deficiencias en los sentidos y movimientos del cuerpo, pero, principalmente tenían dificultades en las relaciones con las personas y el entorno.

La historia de Kamala y Amala ejemplifica como varias de nuestras capacidades (algunas asumidas como naturales al hombre – caminar de pie-) son desarrolladas únicamente gracias al contactos con otros seres humanos. Las niñas por haber vivido con lobos no aprendieron a hablar, a usar objetos culturales (cubiertos, por

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

ejemplo) y a desarrollar personamiento lógico. El desarrollo humano y el pensamiento están relacionados con el lenguaje.

Realizar tareas cotidianas como planear acciones futuras y pensar sobre acontecimientos del pasado son actos constituidos por el lenguaje. Emocionarse o leer un poema, identificarse con un personaje de ficción, admirar los colores y formas de una pintura, cerrar los ojos y retomar recuerdos a partir de la audición de una canción son actos humanos atravesados por el lenguaje.

El lenguaje como interacción presupone construcción entre sujetos que actúan, por medio de su propio lenguaje. ¿Usted sabía que la palabra “texto”, tiene su origen en la idea de textura o tejido? Pensando en todo lo que hemos leído analice el proceso creativo a seguir en su siguiente proyecto. Procure compararlo con la concepción del lenguaje con interacción social.

Empata todo el proceso creativo entonces con el lenguaje y su uso.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de aportar desde nuestro saber, le invito a reflexionar respecto a lo estudiado y a realizar un ejercicio de análisis sobre la importancia de la creatividad (1.000 caracteres).

- Detalle su propia definición de creatividad.
- Por qué considera usted importante la creatividad dentro de su profesión.
- ¿La creatividad es lo que usted creía?

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Actividades finales del bimestre



Semana 8

Responden a lo analizado en cada uno de los temas tratados.

Manifiestan sus puntos de vista a través de soluciones de casos.

Prueba presencial del primer bimestre



Actividades de aprendizaje recomendadas

Aplique lo revisado, leído en cada uno de los capítulos.

- Lecturas
- Casos
- Videos
- Artículos



Autoevaluación 1

1. () El pensamiento creativo ha retomado importancia en base a los beneficios y resultados que el mismo puede aportar tanto en nuestra vida personal como profesional.
2. () La creatividad resulta innecesaria a la hora de revelar el potencial de una empresa y de sus miembros.
3. () Toda idea nace frágil y necesita tiempo para madurar y revelar su valor y utilidad antes de ser juzgada.
4. () Para Piaget la discusión sobre la creatividad envuelve dos problemas: el de sus orígenes o causas y el de su proceso, como ésta sucede.
5. () Cuando la mente está abierta y serena el espacio interior es reducido como para que los pensamientos creativos broten de lo profundo.
6. () Para entender lo que significa el pensamiento creativo es necesario mantenernos dentro de las cajas herméticas del pensamiento tradicional.
7. () Psicológicamente hablando, personas con personalidad creativa son fáciles de definir, especialmente por ser complejas, paradójicas y generalmente evitan hábitos y rutinas.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

8. () La Gestión del Conocimiento es una disciplina relativamente reciente, abordada e investigada por varias áreas, tales como: Ciencias de la Información, Informática, Administración, Ingeniería de Producción y Biblioteconomía..
9. () Curiosidad es la permanente disposición por investigar, entender nuevas cosas. Preguntar ¿Por qué? ¿Para qué?
10. () La dinámica del conocimiento no solo depende de ideas, es preciosos descubrir de donde vienen.

[Ir al solucionario](#)



Segundo bimestre

Resultado de aprendizaje 3

Propone alternativas de solución a las problemáticas planteadas, a partir de los rasgos y elementos de la creatividad necesarios.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje

Estimado estudiante, hemos terminado el primer bimestre espero que haya sido un éxito, lleno de aprendizajes para su formación académica.

Iniciamos con el estudio del segundo bimestre, éste con base al estudio un tanto teórico que hemos visto trabajaremos situaciones más prácticas. Ahora nos adentraremos más en el estudio de los códigos. Espero que las instrucciones sirvan para entender de mejor forma el aprendizaje de la asignatura.



Semana 9



Unidad 4. Atributos del producto creativo

La lista de atributos es muy importante para el análisis de un producto. Atributo es una característica o propiedad de un objeto, sistema, proyecto. Y cualquier detalle que sirve para identificar, clasificar, cuantificar o expresar el estado de una entidad.

Se trata del proceso de desmembrar una entidad que puede ser un objeto, sistema, proyecto, idea, etc., en sus atributos o componentes y entonces pensar sobre sus atributos alrededor de un producto en sí. El proceso completo consiste en identificar y caracterizar los atributos y generar ideas para:

1. Encontrar nuevos usos de un objeto
2. Encontrar nuevas formas para un objeto.
3. Encontrar soluciones para un problema complejo

4.1.1. ¿Para qué sirve?

Es indicada cuándo se tiene una situación que puede ser descompuesta en atributos. Cuando se quiere crear o mejorar un producto, servicio, sistema, proceso o proyecto, o solucionar un problema complejo a través de sus componentes. Es altamente racional y adecuada para tratar de problemas de ingeniería y para esas personas que prefieren abordajes analíticos.

4.1.2. Cómo utilizar

Atributo: Es una característica o propiedad de un objeto, sistema, proyecto. Es cualquier detalle que sirve para identificar, clasificar o

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

expresar el estado del mismo. Por ejemplo, los atributos de un carro pueden ser: el fabricante, el modelo, el color, etc.

Entidad: Puede ser descrita por los valores de sus atributos. Por ejemplo, un lápiz: la madera del que está hecha, el formato, el color, la dureza de la mina y otros detalles que sirven para diferenciarlo. Los diversos valores pueden ser asumidos por esos atributos pueden ser combinados de diversas maneras, generando diferentes tipos de lápices.

4.1.3. Para usar la técnica con la finalidad encontrar nuevos usos del objeto:

1. Enliste los atributos del objeto;
2. Construya una tabla designando una columna para cada atributo;
3. En cada fila de la columna, escriba los diferentes valores que el respectivo atributo podría asumir. La herramienta BRAINSTORMING podrá ser útil en esta etapa;
4. Cuando termine este ejercicio, la tabla mostrará posibles variaciones de cada atributo;
5. Seleccione una entrada en una columna y combínelas con las entradas de otras columnas. Para cada combinación obtendrá un producto distinto.
6. Finalmente seleccione y analice las combinaciones que le parecen más prometedoras. Analice y mejor las que se muestran más viables y valiosas.

Esta técnica entonces, consiste en desmembrar un problema general y abstracto y convertirlo en problemas más específicos y concretos. Reconocer que un problema complejo es formado por la combinación de problemas de menores. Aislar las variables que dan

forma a una situación problemática es posibilitar cambios en una o más de estas variables y mejorar el todo.



Semana 10

4.2. Elementos de análisis de la persona como fuente de creatividad individual

En este punto hablaremos de lo que en la teoría de la creatividad, se refiere a la [Escala de la personalidad creativa](#). La construcción de la escala de la personalidad creativa fue desarrollada inicialmente por Jesús, Morales et all. (2011), pretende validar a la persona creativa.

La escala final es compuesta por 30 ítems que caracterizan la personalidad creativa e representa respuesta tipo Likert de 1 a 5 puntos, entre Totalmente de acuerdo y totalmente desacuerdo (Jesús, Morales, et. All., 2011). La sumatoria de todos los ítems constituye el resultado global.

Al nivel de su estudio psicométrico, se realza el hecho de ser un instrumento unifactorial, con una consistencia interna de 0,918 media de 117,93 y desvío de padrón de 15,72.

Una vez analizadas las escalas vamos a reconocer un estilo de trabajo que conduce la creatividad:

1. Disciplina y habilidad de concentrar el esfuerzo y atención por un largo periodo de tiempo.
2. Persistencia ante las dificultades y frustraciones.
3. Elevado grado de autonomía.
4. Independencia de juicio

5. Tolerancia a la ambigüedad
6. Disposición para asumir riesgos.
7. Alto nivel de energía, o deseo de trabajar duro y un nivel elevado de productividad.

Algunas de las habilidades del pensamiento creativo dependen de la personalidad del individuo. Otras, pueden ser desarrolladas a través de entrenamiento y por la experiencia en la generación de ideas y soluciones de problemas.

La verdadera creatividad es imposible sin alguna medida de pasión. El mejor modo de ayudar a las personas a maximizar su potencial creativo es permitir que ellas hagan algo que aman. Teresa M. Amabile: Creativity in Context

4.3. Elementos interno-cognitivos condicionantes de la creatividad individual

El nuevo referencial competitivo, para la actual sociedad, está en saber cómo traer a tono el conocimiento de las personas. Tener conocimiento es estratégico en cualquier actividad humana. Las miradas de vuelcan hacia el siguiente cuestionamiento: ¿Cómo generar nuevo conocimiento? ¿Cómo operacionalizar nuevas ideas? ¿Cómo alcanzar índices de productividad que atiendan la nueva línea de exigencia competitiva? Esta gama de cuestionamientos podrá ser respondida a través de la herramienta de la creatividad, pues ser creativo es exigencia permanente en cualquier ramo de la actividad. La creatividad está ligada a la edificación, estructura y explicación del conocimiento. Que es la materia prima de la sociedad actual. Es necesario tener conciencia de la creatividad como instrumento de conocimiento.

Comprender cómo los individuos se alinean y comparten el conocimiento dentro de un proceso distribuido, investigar cómo

los individuos organizados en grupos en una situación dada coordinan la tarea entre sí y aplicar estos supuestos en técnicas para estimular la creatividad, es un desafío permanente. Por esta razón, la contribución de Suchman (1987) es válida para colocar el análisis de estas herramientas en el enfoque descrito de planes y acciones. El autor propuso el estudio de cómo las personas usan las circunstancias para realizar acciones inteligentes y acuñó el término planes y acciones situadas, donde:

- **PLANES:** son secuencias de acciones proyectadas a lograr un objetivo predeterminado;
- **ACCIONES:** es una forma de resolución de problemas y son descritas en términos de condiciones previas y sus consecuencias;
- **OBJETIVO:** define la relación de los actores en la situación de acción;
- **SITUACIÓN DE LA ACCIÓN:** determina las condiciones que dificultan o facilitan el progreso de los actores para alcanzar su objetivo.

En esta perspectiva, las técnicas para el desarrollo de la creatividad encajan como acciones interactivas entre las personas, estableciendo un proceso claro de intercambio, caracterizado como la transferencia de conocimiento, ya sea espontáneo (informal) o estructurado (formal), entre individuos que cooperan entre sí en búsqueda de un objetivo (DAVENPORT Y PRUSAK, 1998)



Semana 11

4.4. Factores de ámbito externo que condicionan la creatividad del individuo

El modelo de Perspectiva sistémica de la creatividad considera el contexto cultural como una comunidad de personas que comparten diferentes formas de pensar y actuar, que aprenden unos de otros y replican sus acciones. Las culturas se entienden como sistemas de dominios interrelacionados, que difieren en sus procedimientos técnicos, tipos de conocimiento y creencias. El dominio en el que actúa el individuo trata con un cuerpo de conocimiento asociado con un área determinada, como, por ejemplo, las matemáticas o la música (ALENCAR, FLEITH, 2003). Por lo tanto, nuevamente se enfatiza el papel del conocimiento, para permitir al individuo promover intervenciones creativas en el área (CSIKSZENTMIHALYI, 2007). Sin embargo, para que una nueva idea se considere creativa, se valida dentro de una cultura determinada, representada por los campos, grupos de especialistas en un área determinada que tienen el papel de evaluar una nueva idea como creativa (ALENCAR, FLEITH, 2003 ; CSIKSZENTMIHALYI, 2007). Con el fin de comprender mejor la importancia del entorno para la creatividad, surgieron otros estudios y modelos desde la psicología y, sobre todo, desde la administración, explorando el contexto organizacional con el objetivo de mejorar las prácticas de gestión e impulsar la creatividad y la innovación en las empresas. El modelo inicial de Amabile (1983) fue refinado para la Teoría Componente de la Creatividad y la Innovación Organizacional.

Cabe analizar el hecho de que si bien la creatividad, como hemos dicho está en cada individuo el hecho de pertenecer a un cierto

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

grupo la debe fortalecer. Lo invito a fortalecer este estudio con la revisión del texto: [Factores impulsores de la creatividad y sus efectos en la innovación.](#)

Revisemos también los **Instrumentos de canalización de la creatividad individual: los sistemas de sugerencias**

Una vez estudiado estos instrumentos debemos entender en donde debemos colocarlo para que sirva en todos nuestros ámbitos, como debería ser entonces el **medio ambiente organizacional como fuente de creatividad** en el ámbito grupal.

El gran diferencial de las empresas según Chiavenato (2005), son las personas que en ella trabajan, ellas producen, venden, motivan, comunican, toman decisiones y dirigen el negocio, son compañeras y responsables por la innovación en las organizaciones. Las nuevas innovaciones, así como casi todo lo que existe. Son creadas y desarrolladas en el medio organizacional, por eso la importancia de las personas creativas.

Para Predebon (2010), las organizaciones encuentran el entorno ideal para desarrollar y expresar su potencial creativo. Teniendo en cuenta que estamos viviendo en la era del conocimiento, la creatividad está en aumento debido a varios factores, entre ellos la apertura de los mercados y la competitividad, la apreciación del consumidor, las nuevas tecnologías, la valoración del diseño y el cambio de un control de gestión para facilitar la gestión. Sin embargo, en algunos lugares, todavía es posible encontrar factores restrictivos, como tecnologías obsoletas, organización inadecuada, falta de enfoque en el consumidor y la cultura organizacional inagotable.

Para evaluar si el clima organizacional es propicio para la creatividad, Isaken (2001 apud Aranda, 2009) presenta nueve dimensiones que deben observarse: desafío e implicación, libertad, confianza / apertura, tiempo de idea, juego / humor, conflicto, ideas de apoyo, debate y toma de riesgos, ver tabla

Tabla 2. La creatividad en el clima organizacional

La creatividad en el clima organizacional	
Desafío y desarrollo	Grado en el cual las personas se envuelven diariamente en operaciones, metas a largo plazo y visiones. El clima es dinámico, eléctrico e inspirador. Las personas encuentran diversión en el trabajo
Libertad	Independencia de comportamiento ejercido por la persona en la organización. En un clima de mucha libertad, las personas son dotadas de autonomía y recursos que definen mucho su trabajo. Los individuos son fortalecidos por oportunidades y tienen iniciativa para adquirir parte de la información sobre su trabajo.
Confianza y apertura	Seguridad emocional en las relaciones. Cuándo existe un alto grado de confianza los individuos se abren genuinamente y sinceramente con los otros.
Tiempo de idea	Tiempo de valor que las personas pueden utilizar para producir nuevas ideas. Flexibles líneas de tiempo que permiten a las personas explorar y desarrollar nuevas alternativas.
Juego/ humor	Juegos espontáneos y fáciles en el lugar de trabajo. El profesional relajado en una atmósfera de trabajo con juegos y risas es un indicador de esa dimensión
Conflictos	Presencia de tensiones emocionales en la organización. Cuando el nivel de conflicto es alto, grupos de personas no se agrandan entre sí. El clima puede ser caracterizado como "ambiente de guerra"

Fuente: Elaboración propia



Semana 12

4.5. La creatividad en grupo: características de los equipos creativos

Vamos a iniciar el estudio de este tema, teniendo como referencia la frase que dice: La Creatividad no es generada, es permitida. El líder no da creatividad al equipo, permite expresarla. La creatividad es un potencial que el equipo ya tiene. El líder es un facilitador de procesos creativos de su equipo, no es quien por un toque de magia provoca la creatividad.

Como vimos en el apartado anterior mucha gente asume a la creatividad como un talento nato, pero eso está lejos de ser real: tener aptitud ayuda, pero esa habilidad puede ser aprendida y desarrollada en el ambiente, ofrecer las condiciones adecuadas. Cuando esto no sucede, aún siendo el profesional más creativo, queda imposibilitado para usar su potencia.

Para estimular a los equipos para pensar de forma innovadora, es necesario crear medios para retribuir a la creatividad. Pueden ser usados diversos tipos de recompensas como bonos, viajes, cenas o hasta el reconocimiento público en eventos corporativos. Crear una cultura de innovación lleva tiempo, pero lo primero es tener líderes que asuman incluso las fallas como parte del proceso, vamos a ver algunas formas de trabajar la creatividad en equipo:

- Cree grupos de innovación
- Promueva la diversidad
- Lídere con humanidad
- Estímule la contribución de todos

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Vamos a revisar dos textos interesantes sobre el tema que estamos trabajando, mantenga su atención en el estudio de los siguientes textos: **COMO MATAR LA CREATIVIDAD** y **CREATIVIDAD: CARACTERÍSTICAS PERSONALES RELEVANTES. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE EQUIPOS CREATIVOS. APLICACIÓN EN EMPRESAS REGIONALES**



Actividades de aprendizaje recomendadas

Cómo actividad de aprendizaje vamos a trabajar sobre la creatividad en grupo, lea el texto Como matar la creatividad y trabajemos un documento que resalte características positivas de la creatividad en Grupo. 2 páginas.

Resultado de aprendizaje

4

Ejecuta proyectos de comunicación creativos.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 13

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Unidad 5. Herramientas para introducir la creatividad en los grupos de trabajo: principios y técnicas de creatividad

Hemos visto la teoría sobre la creatividad, la necesidad de la aplicación de cada uno de los procesos.

Recuerde: En el nivel más simple, ser creativo es traer a tono algo que no existía



Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Algunos ejemplos de creatividad



Otros ejemplos creativos



Normalmente vemos la creatividad como un talento, algo que sucede. En este sentido, hablar sobre técnicas de creatividad puede parecer extraño. Varios estudios y experimentos demuestran que el pensamiento creativo puede ser aprendido y entrenado.



Semana 14

5.1. La fuerza de la personalidad creativa.

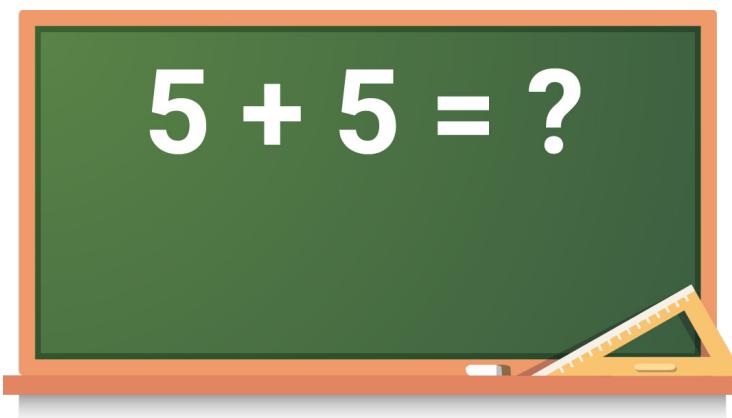
La naturaleza del pensamiento creativo trabaja en el sentido de generar alternativas

¿Cuál es el factor más importante para la creatividad?

¿Imaginación? Todos tenemos imaginación, pero no todos somos creativos. Cosa que requieren imaginación:

- Aprender a nadar
- Aprender a hablar
- Aprender a saltar
- Aprender a conducir bicicleta

Sobre la imaginación:



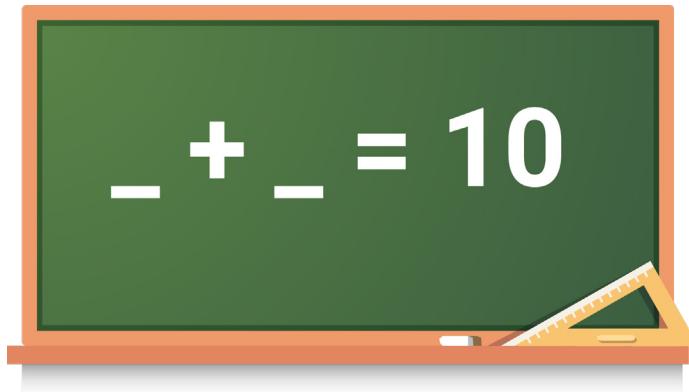
Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Lección Nro. 1: Para aumentar la imaginación es necesario hacer las preguntas correctas, replantear el problema.

Pregunta: ¿Cuál es el mejor puente para conexión y atravesar un río?:



Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Entonces... Sobre la imaginación:

La pregunta correcta sería:

¿Cómo consigo llegar al otro lado?



Fuente: FREEPIK

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Fuente: [FREEPIK](#)



Fuente: [FREEPIK](#)

¿Qué más podemos imaginar?

Sigamos. Hablemos de un tema interesante respecto a la creatividad, ya imaginamos y propusimos respuestas. Hablemos de la transgresión de la realidad.

5.2. Transgredir la realidad.

Es necesario entender que el camino inicial del acto creativo pasa por la agresividad y la destructividad. Para Winnicott (2005), el

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

comportamiento agresivo y la destructividad se originan en la vitalidad y actividad. La agresividad del individuo aparece con dos significados: el primero es directa o indirectamente una reacción a la frustración; la segunda es una de las principales fuentes de energía que tiene el hombre.

En las personas circulan varios grados de expresión de la creatividad, puede haber momentos de agradable expresión de creatividad, como también momentos de angustia, en que la persona no consigue expresar de forma adecuada lo que desea crear, esta se encuentra restringida al plano de su mundo interior. En este sentido hay una propuesta interesante que veremos en el siguiente diagrama, que muestra la forma de organización de los momentos que pasa la persona en su proceso de creatividad y que es necesario analizar en el este proceso de la transgresión de la realidad que nos llevará al momento creativo..

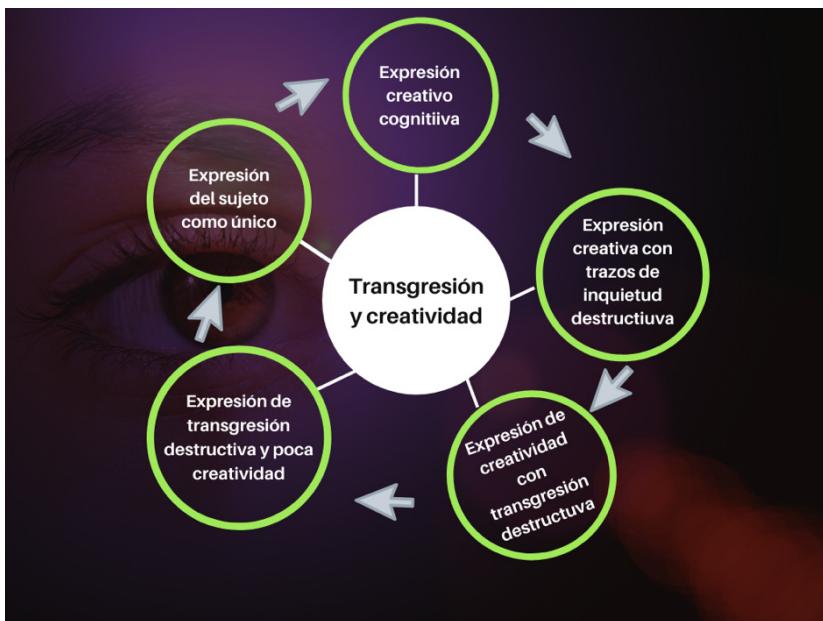


Figura 11. Transgresión de la creatividad

Fuente: Elaboración propia

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Una vez que conocemos todos los elementos, hemos estudiado todo lo que implica la creatividad, su proceso, vimos de forma rápida en el primer bimestre algunas técnicas, imaginamos juntos y hasta estudiamos algunos de los puntos positivos que en palabras parecen negativos como la misma transgresión analizada como un paso para desembocar en la creatividad. Vamos a las mismas formas de trabajar en un proyecto creativo. ¿Cuál se convertirá en su favorita?

5.3. Analizar el problema.

Mientras mayor es su conocimiento, mejores serán los resultados de su imaginación, es necesario entender que el conocimiento no necesita estar ligado directamente a los problemas que usted quiere resolver. Para ello imaginación y conocimiento no bastan, necesitamos actitud.

Para analizar el problema es necesitas unir 3 cosas: imaginación, conocimiento y actitud. El conocimiento es la caja de herramientas que alimenta la imaginación

¿Cómo alimentamos el conocimiento?: necesitamos buscar las fuentes del conocimiento como libros, clases, cursos, talleres, bibliotecas, internet, tv, observemos, miremos por ventana.

Su imaginación es lo que va a transformar su conocimiento en ideas creativas y su actitud es la chispa que coloca todo esto en movimiento. Pero claro, es necesario también que hablemos de los factores externos como: hábitat, cultura y recursos.



Semana 15

5.4. Técnicas para fomentar la creatividad.

¡Vamos a iniciar con la actitud de querer asumir un desafío !

5.4.1. Pensamiento lateral

Para trabajar con pensamiento lateral, este puede ser estimulado por diversas técnicas, hablemos un poco de ellas:

1. ENTRENAMIENTO DE ENFOQUE;

Iniciemos por definir enfoque: entendida como disciplina de ser muy claro y conciso sobre el objetivo o sobre donde desea tener ideas creativas.

ENFOQUE DE ÁREA
(dónde)

ENFOQUE DE PROPÓSITO
(por qué)

En el **enfoque de área** definimos el lugar donde queremos tener ideas creativas, permite pensar sobre cualquier cosa, no solo en problemas. En este caso el pensamiento tiende a ser más abierto.

Por ejemplo: quiero tener ideas creativas para:



Podemos estrechar también nuestro enfoque



¡Quiero tener ideas creativas en los servicios del hotel !

Hablando del **enfoque de propósito**, aquí definimos el enfoque para un objetivo específico que puede ser:

- Resolver un problema.
- Cumplir una meta.
- Mejorar.
- Etc.

Por ejemplo:

- Quiero ideas para reducir el número de cirugías innecesarias:
- Quiero ideas para reducir los costos hospitalarios
- Quiero ideas para vender más cerveza
- Quiero ideas para pagar menores costos en inmuebles.

Definiciones alternativas de enfoque

Puede haber definiciones alternativas para el enfoque de un problema:

- El estacionamiento es muy pequeño
- Mucha gente quiere usar el estacionamiento
- Las personas se quejan del tamaño del estacionamiento.

En ocasiones una definición es más adecuada, redefinir el propósito puede generar una nueva dirección para solucionar un problema, no existe una definición verdadera o errada.

5.5. Técnica de desafío

La técnica consiste en observar características de un objetivo o proceso y desafiarlo, el desafío tiene por objetivo buscar alternativas, no es una crítica o un ataque, él está siempre basado en una cosa ya existente: ¿Por qué es de esa forma?; ¿Por qué tiene que ser hecho de esa forma?; ¿Por qué pensamos de esa forma sobre eso?

Por ejemplo: ¿Por qué el aza de una taza de café es vertical? ¿Por qué se necesita un papel para ingresar al avión?

En ésta técnica el desafío puede ser volcada a un objetivo, a un proceso, a un pensamiento.

Esta técnica tiene algunas etapas:

1. Enlistar las características del objeto de desafío;
2. Preguntarse si estas características son necesarias;
3. Entender la razón de las características como son;
4. Buscar alternativas para esas características.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Podemos desafiar cada parte del objetivo separado:

Ejemplo:



Observe una taza de café. Enlistaré 5 aspectos que se podrían desafiar, usted acrecenté 5 más:

1. Tamaño
2. Material
3. Color
4. Inclinación de los lados
5. Forma
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

Analicemos tres tipos de desafío:

1. Necesidad.
2. Razones
3. Particularidad.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

5.6. Herramientas para el trabajo creativo

5.6.1. Scamper: Técnica para generación de ideas

Con esta herramienta, es posible crear nuevas versiones de un producto o servicio, o crear una idea totalmente diferente, que puede cambiar la dirección del proyecto. Se utiliza para realizar sesiones de lluvia de ideas para crear e innovar productos y servicios.

Parte de la premisa de que no es necesario ser una persona creativa para imaginar nuevos productos y servicios. Cualquiera puede ayudar y es importante que todos los involucrados utilicen la herramienta. Consiste en:

- S - Sustituir
- C - Combinar
- A - Adaptar
- M - Modificar
- P - Proponer nuevos usos
- E - Eliminar
- R - Reorganizar

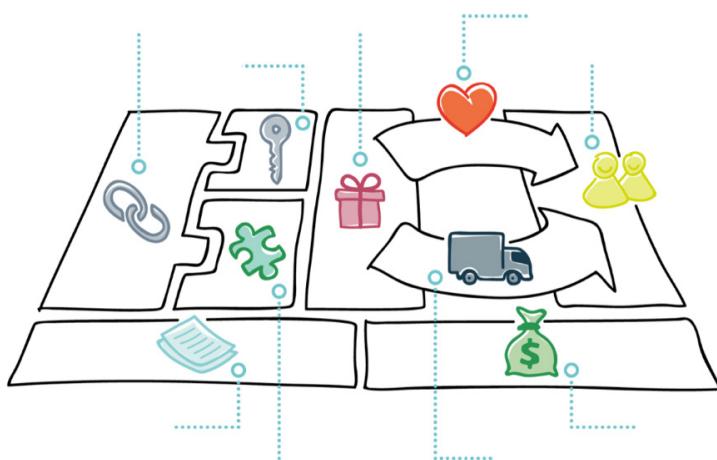
El objetivo es la generación de ideas y no la valoración individual e inmediata de cada propuesta. Aún las ideas que parecen absurdas deben ser incluidas en la lista.

5.6.2. Mapa Mental

Hemos visto sobre el poder de los mapas mentales. Ellos pueden ayudar en la rutina diaria, en la identificación de oportunidades en las planificaciones de tareas y proyectos.

A partir de la información central surgen una serie de otras formas de organizar el pensamiento. Sirve para organizar pensamientos e ideas de forma ordenada, relacionada, argumentada y principalmente visual.

5.6.3. Business Model Canvas



Fuente: Elaboración propia

Business Model Canvas ayuda a definir el modelo de negocio, así como a relacionar la información de manera sistemática, integrada y rápida. Se adapta a organizaciones de todos los tamaños. Es un marco visual para desarrollar y esbozar modelos comerciales preformateados y contienen nueve bloques. A medida que se llenan los bloques, es posible descubrir nuevas ideas sobre el producto o servicio.

Es útil porque ayuda a discutir e integrar las percepciones sobre la forma en que la empresa debe operar, los elementos de cada parte y cómo interactúan para componer el negocio

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

5.6.4. BRAINWRITING



Fuente: [Semrush](#)

Es una técnica realizar en grupo, con mínimo de 6 personas. Los participantes deben reunirse en un círculo, tenemos en las manos una hoja o formulario en divisiones.

En los primeros minutos, los participantes deben registrar 3 ideas en los primeros espacios de papel. Después deben intercambiar las hojas con quien estuviera a su derecha y registrar 3 ideas nuevas o relacionadas con las anteriores.

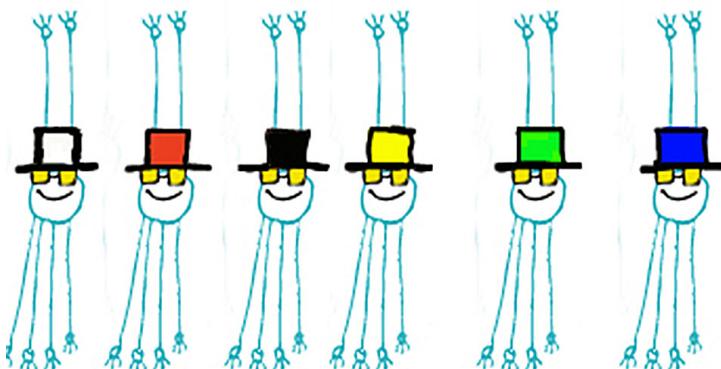
Esta acción es repetida hasta que la hoja se llene. Y por fin las ideas son analizadas y debatidas en grupo. Es muy utilizada como metodología para la creación de campañas o nuevos productos.

5.6.5. Buzz Sesión

Creada por J. Donald Phillips, esta técnica tiene como objetivo resolver problemas complejos o mal definidos. Debe hacerse con un gran grupo de personas, que se dividirán en subgrupos de 3 a 8 personas para discutir el problema en poco tiempo, a fin de generar

presión para estimular el pensamiento rápido e intenso. Cada subgrupo debe elegir un mediador para dirigir la discusión y registrar ideas. Después de eso, los subgrupos se unen y los mediadores informan las ideas. Nuevamente, los subgrupos se distribuyen (pueden estar con diferentes personas) y discuten nuevas ideas basadas en las del grupo. Este proceso se repite hasta encontrar una o más soluciones concretas al problema.

5.6.6. Thinking hats



Fuente: [NEURONILLA](#)

Esta herramienta creativa fue desarrollada por Edward de Bono, un estudiante de pensamiento creativo e innovación.

Alienta a los participantes a utilizar el “pensamiento lateral” para abordar un problema: mirarlo desde todos los ángulos y perspectivas posibles.

Consiste en distribuir “6 sombreros de pensamiento”, uno para cada participante. Cada sombrero tiene un color, que define la personalidad que el usuario debe adoptar para analizar el objeto de interés.

1. Blanco: neutral y objetivo, basado en hechos y cifras,
2. Rojo: visión emocional e intuitiva,

3. Negro: cuidado y precaución (negativo),
4. Amarillo: optimismo, pensamiento positivo,
5. Verde: creatividad y nuevas ideas,
6. Azul: calma, organización

5.6.7. Ws



Fuente: ©ChristianChan|Shutterstock.com

La técnica de “cinco Ws” se considera un proceso básico para reunir información o resolver problemas. Es una fórmula para obtener la historia completa sobre un tema, que se puede utilizar en informes, investigación, construcción de textos o para comprender por qué algún proceso no funciona.

Qué: ¿Qué pasó?

Quién: ¿Quién hizo esto?

Cuándo: ¿Cuándo sucedió esto?

Dónde: ¿Dónde sucedió?

Por qué: ¿Por qué sucedió esto?

Algunos autores también agregan a la lista como 6 “W” Cómo:
¿Cómo sucedió esto?

5.6.8. Storytelling



Fuente: ©buffaloboy|Shutterstock.com

La narración de historias puede ser una poderosa herramienta de creatividad, porque a través del uso de la trama, el universo y los personajes, se crea un imaginario alrededor del objeto de estudio.

Esta técnica debe usarse como una herramienta creativa, reuniendo historias y características del foco del problema (producto, proceso o marca, por ejemplo) y organizando esta información en una narración.

Cree personajes, situaciones, metáforas, analogías y tareas para enfocarse siempre en su problema y el contexto en el que se inserta.

Practique la empatía con su público objetivo: insértese en el lugar de las personas para crear una narración de cuentos, analizando cuáles son sus necesidades reales: esta práctica ayudará a comprender cómo conectar emocionalmente al público con una marca o empresa.

5.6.9. Design Thinking

Design Thinking es una forma de resolver problemas, desarrollando productos y proyectos basados en el pensamiento de los diseñadores.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Son parte del paquete: investigación, lluvia de ideas, selección de ideas, creación de prototipos.

Es un enfoque que nos ayuda a cambiar nuestro estado mental y nos anima a resolver problemas con nuevas perspectivas, encontrar soluciones y proporcionar respuestas, siempre colocando a las personas en el centro de las decisiones e involucrándolas en todo el proceso, desde la comprensión hasta la entrega. Soluciones



Unidad 6. Creatividad en innovación en el Ecuador.

Es evidente que Ecuador el tema de la Innovación está despuntando, la creatividad entonces se convierte en un factor esencial para lograrlo. Para ahondar en este tema los invito a revisar el siguiente link: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN CLAVEA PARA LA COMPETITIVIDAD - [Historia de los proyectos más innovadores en el Ecuador](#)



Semana 16

Prueba presencial del segundo bimestre

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Actividades de aprendizaje recomendadas

Aplique lo revisado, leído en cada uno de los capítulos.

- Lecturas
- Casos
- Videos
- Artículos



Autoevaluación 2

1. () Atributo es una característica o propiedad de un objeto, sistema, proyecto
2. () Cuando se quiere crear o mejorar un producto, servicio, sistema, proceso o proyecto, o solucionar un problema complejo a través de sus componentes, se refiere al mapa de atributos.
3. () Atributo es el detalle que sirve para identificar, clasificar o expresar el estado del mismo, el único diferenciador. Siempre existe un solo atributo
4. () La construcción de la escala de la personalidad creativa pretende validar a la persona creativa.
5. () Las habilidades del pensamiento creativo dependen de la voluntad del individuo.
6. () La forma de resolución de problemas descritas en términos de condiciones previas y sus consecuencias, se las denomina acciones
7. () El modelo de Perspectiva sistémica de la creatividad considera el contexto cultural como una comunidad de personas que comparten diferentes formas de pensar y actuar, que aprenden unos de otros y replican sus acciones.
8. () Tiempo de idea se refiere al tiempo de valor que las personas pueden utilizar para producir nuevas ideas.

9. () La Creatividad no es generada, es permitida.
10. () Para estimular a los equipos para pensar de forma innovadora, es necesario crear medios para retribuir a la creatividad.
11. () Para Winnicott, el comportamiento agresivo y la destructividad se originan en la vitalidad y actividad

[Ir al solucionario](#)

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



4. Solucionario

Autoevaluación 1		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	v	La importancia del pensamiento creativo se fundamenta en el aporte que significa en la vida personal y profesional
2	f	La creatividad es necesaria en cualquier organización pues ayuda a revelar su potencialidad.
3	v	Toda idea tiene un inicio débil, que debe madurarse para convertirse en útil
4	v	Piaget se refiere a la creatividad desde su orígenes hasta cuándo se tangibiliza
5	f	La mente serena provoca un gran espacio para generar pensamientos creativos.
6	f	Para entender el pensamiento creativo es necesario salir de las caja negra.
7.	f	Las personas creativas son difíciles de definir.
8	v	La gestión del conocimiento es una ciencia reciente que tiene base en varias disciplinas.
9	v	Las preguntas Por qué, Para qué tienen su esencia en la curiosidad.
10	v	Es necesario ir más allá de las ideas, hay que saber de donde vienen.

Ir a la
autoevaluación

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 2		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	v	El atributo se resume en característica
2	v	Solo se puede trabajar un proyecto si es que se puede identificar las características
3	f	Un proyecto o producto tiene varios atributos siempre, todo es cuestión de creatividad.
4	v	Existe una escala de personalidad creativa que valida la persona sobre la cual se quiere revelar la creatividad.
5	f	Las habilidades creativas se encuentran en el individuo no dependen de la voluntad.
6	v	Las acciones se definen como formas de resolución de problemas.
7	v	La perspectiva sistémica de la creatividad considera el contexto cultural.
8	v	Para producir nuevas ideas en términos creativos se denomina tiempo de idea.
9	v	La creatividad se genera.
10	v	En una organización los medios para motivar la creatividad se deben crear.
11	v	Winnicott, justifica el comportamiento agresivo y la destructividad se originan en la vitalidad y actividad

Ir a la
autoevaluación



5. Referencias bibliográficas

Amabile, T. (1992) Growing Up Creative: Nurturing a Lifetime of Creativity Buffalo, NY: Creative Education Foundation.

Alencar, Eunice; FLEITH, Denise. Criatividade: múltiplas perspectivas. 3. ed. Brasília: UNB, 2009

De Bono, E. (1994). El Pensamiento Creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas, México: Paidós.

Ferreiro R. (2008) La Creatividad un bien cultural de la humanidad. México: Trillas. Gardner, H. (1983) La Teoría de las Múltiples Inteligencias, Basic Books, Nueva York.

Goleman, D. (1998) Inteligencia Emocional. Buenos Aires: Vergara Editor.

Guilford, J.P. (1978) Creatividad y Educación. Buenos Aires: Paidós.

Taylor, J. (1979) Mecanismos mentales de hoy y mañana. México. Manual Moderno.

Torrance, E. P. (1977) Educación y Capacidad Educativa. Madrid: Marova.

Von Oech, R. (1986) A Pick in The Seat the Pants. U.S.A. Harper & Row, Publishers Benedic Books.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Waisburd, G. & Sefchovich, G. (1985) Hacia una Pedagogía de la Creatividad. México. Trillas.

Waisburd, G. & Sefchovich, G. (1992) Expresión Corporal y Creatividad. México. Trillas

Waisburd, G. & Sefchovich, G. (1993) Expresión Plástica y Creatividad. México Trillas.

Waisburd, G. (1992). Creatividad y Transformación. Teoría y Técnicas. México. Trillas.

Waisburd, G. (2004) El Poder de tu Creatividad. Manual para Desarrollar la Creatividad, México. American Books.

Waisburd, G. & Erdmenger, E. (2006) El Poder de la Música en el Aprendizaje, México. Trillas

Wallas, G. (1926) The Art of Thought, New York. Harcourt-Brace.