

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE
MÉXICO.**

**FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA,
LIC. EN GASTRONOMÍA**

**LA CREATIVIDAD COMO PUNTO DE
PARTIDA DE LA AMBIENTACIÓN**

ANIMACIÓN Y AMBIENTACIÓN

E.A.E.T Sonia Edith Mejía Castillo

CONTENIDO

1. ¿Qué es la creatividad?
2. Personalidad Creativa
3. Creatividad: ¿Método o Técnica?
4. Las Técnicas creativas
5. Técnicas Creativas Individuales y Grupales
6. Conclusión



ENTENDIENDO LA CREATIVIDAD

Definición: Creatividad

La creatividad es una capacidad inherente al ser humano para crear ideas o cosas nuevas. Representa el acto de inventar cualquier cosa nueva y una cierta voluntad de re-inventar o transformar la realidad ya conocida.

Utilizamos las técnicas creativas como una parte del conjunto de métodos que nos ayudan a desarrollar el proceso de generación de ideas creativas.



<http://annsodesign.deviantart.com>

Concepto de creatividad

- Sistema de percepción o proceso global de ideas.
- Componente multiforme: se expresa de diferentes formas.
- Serendipia: son descubrimientos que se dan por casualidad
- Heurística: el arte o la ciencia del descubrimiento y de la invención.
- Dinámica combinada: la dinámica creativa produce más creatividad.
- Tiene una finalidad concreta para resolver una situación.
- No tiene límites y es infinita.

¿Qué papel juega el pensamiento en la creatividad?

Coordinación de los siguientes elementos:

- Estructuras: son representaciones internas del mundo exterior construidas sobre la base de estímulos recibidos.
- Procesos: consisten en exploración, organización, reconocimiento, asociación, interpretación y aplicación de la información procesada.
- Mecanismos de control: instrucciones que regulan la toma de decisiones, combinación de tácticas, evaluación de estrategias y la clase de estructuras que dirigen.

El pensamiento puede retraer o tender hacia la creatividad y esto está determinado por la combinación de los anteriores elementos que se manifestarán en la conducta del individuo.

Pensamiento y Creatividad

Pensamiento orientado a la creatividad

Pensamiento divergente
Orientado a amplia perspectiva, transformación o producción múltiple
Producción de variabilidad
Procesos básicos de pensamiento
Pensamiento complejo

Pensamiento no orientado a la creatividad

Pensamiento convergente
Orientado a la corrección, precisión y lo convencional.
Pensamiento ortodoxo
Procesos secundarios de pensamiento
Pensamiento lineal

Cualidades creativas



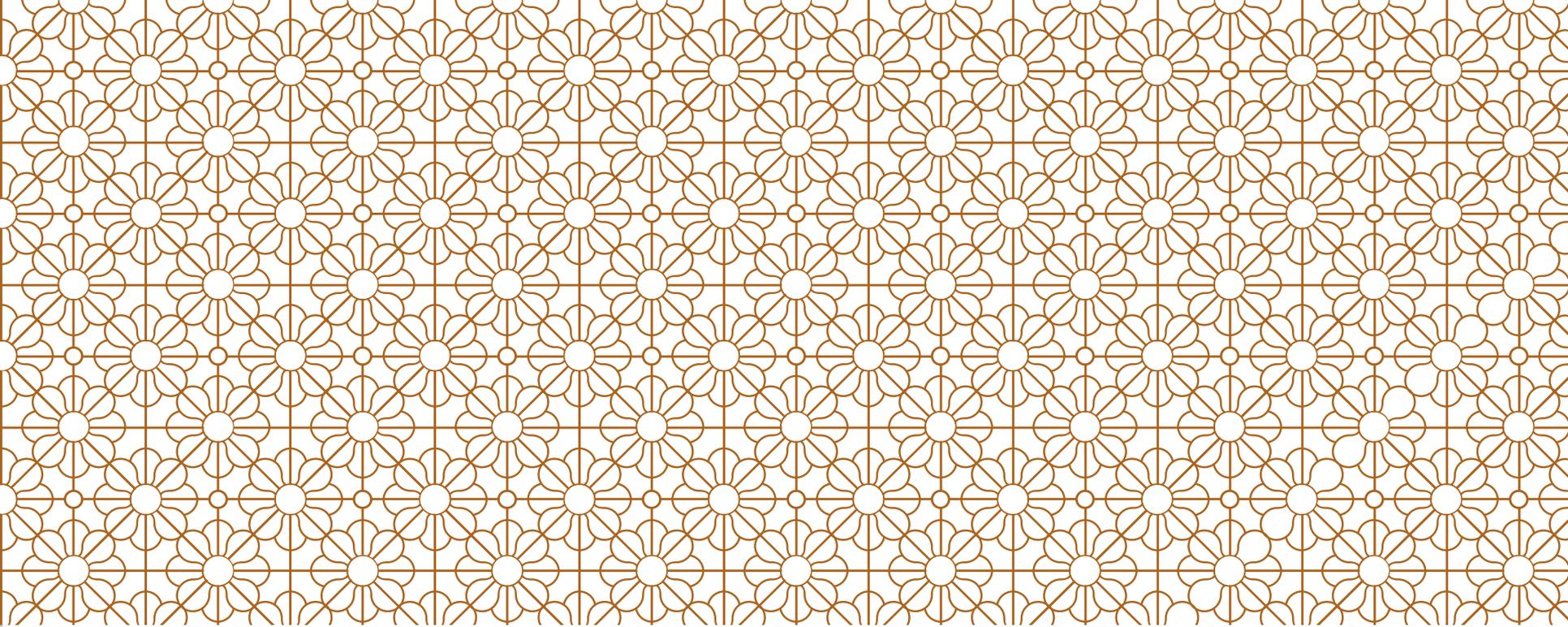
PERSONALIDAD CREATIVA



Creatividad: ¿método o técnica?

Ambos términos implican modos de hacer y caminos a seguir para conseguir un objetivo, la diferencia fundamental radica en que el método hace referencia a un planteamiento y meta general, mientras que la técnica lo hace referencia a un proceso con una aplicación precisa, concreta y más limitada.

- Un **método** es un procedimiento general orientado a un fin.
- Las **técnicas** son diferentes maneras de aplicar el método. Es decir, es un procedimiento más específico que un método.

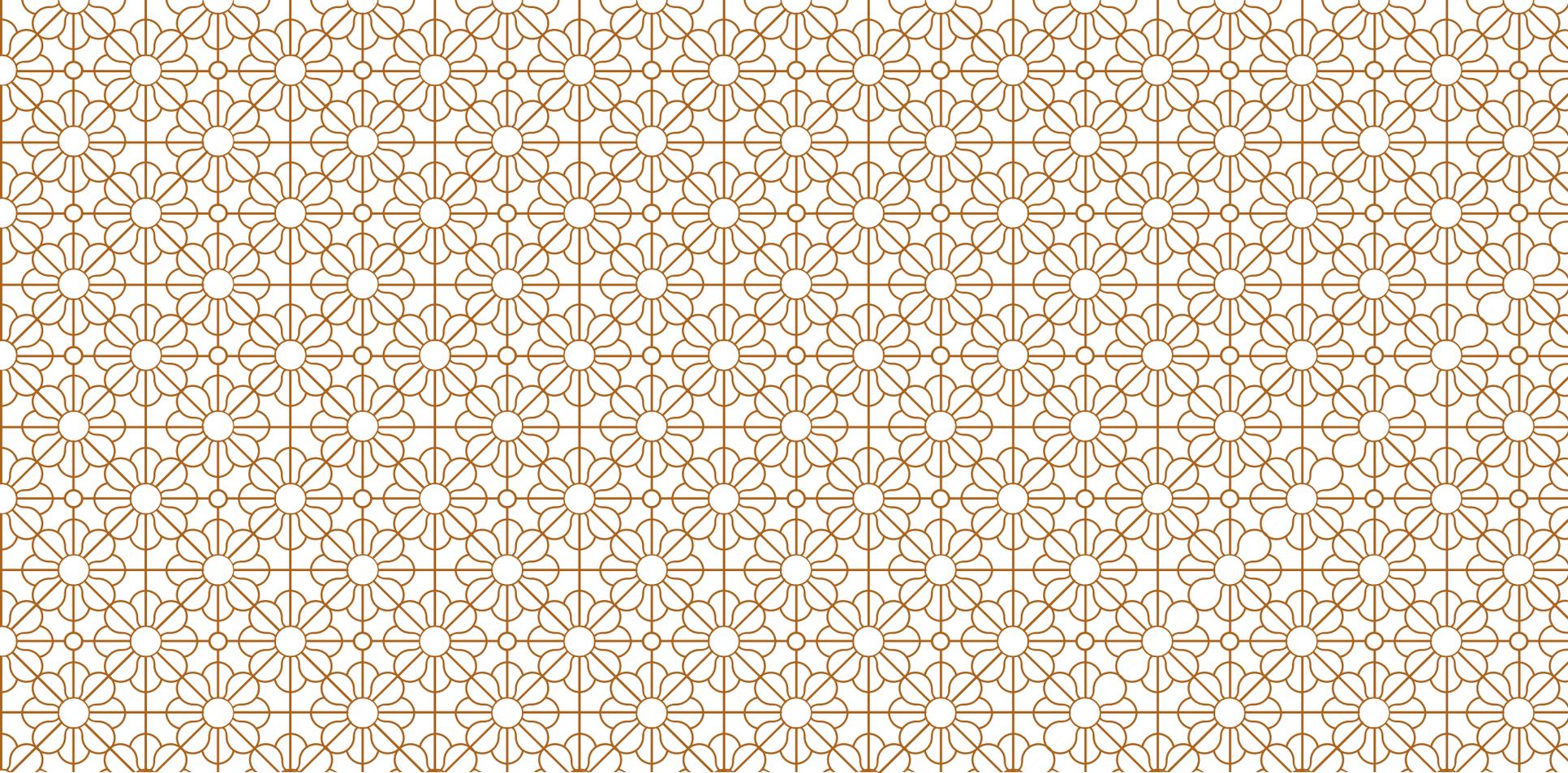


TECNICAS CREATIVAS



LAS TÉCNICAS CREATIVAS

- Son métodos que permiten el entrenamiento creativo. Implican determinadas acciones que en general, son más importantes que la técnica en sí misma, y que sirven como estímulo.
- La utilización de las técnicas sirven para llegar a ciertos objetivos que se suponen próximos a la creatividad.
- Permiten direccionar el pensamiento en etapas o procedimientos concretos. Es decir, por un lado, permiten seguir un orden establecido para lograr un objetivo deseado, y por el otro, ayudan a desarmar los caminos del pensamiento vertical habitual.
- Cuando elegimos una técnica o método creativo, aceptamos el cumplimiento de determinados pasos a seguir, entonces son precisamente estos pasos los que ordenan la desorganización en la que nos sumamos al pensar “creativamente”.



TECNICAS INDIVIDUALES



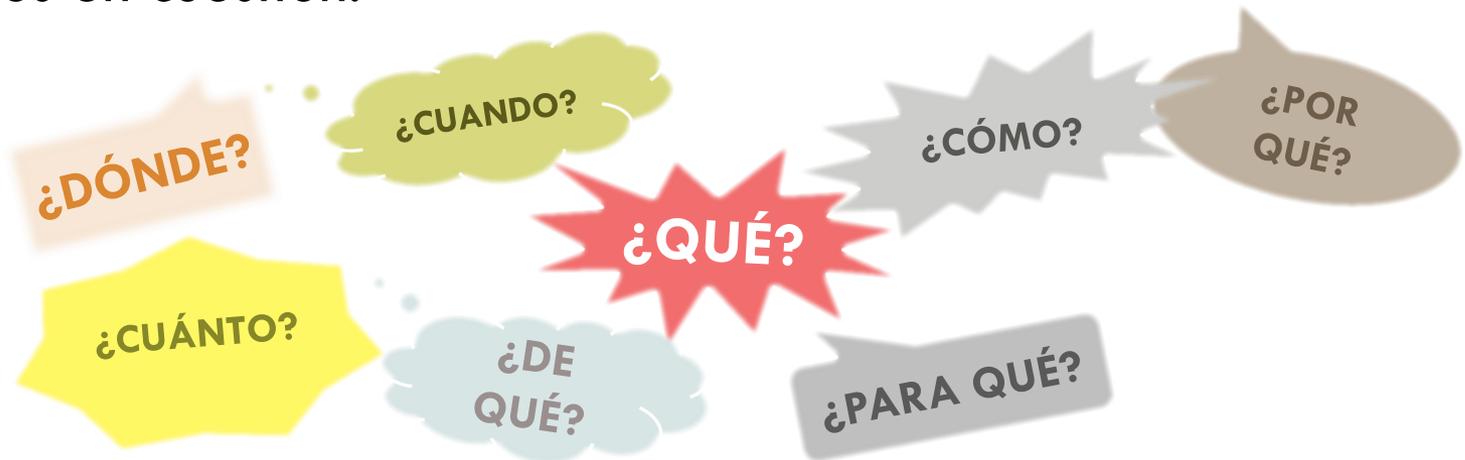
1. BRAINSTORMING (ALEX OSBORN, 1938)

- **La lluvia de ideas o tormenta de ideas** facilita la generación de **nuevas ideas** sobre un tema o problema determinado.
- Cada individuo aporta un sinfín de soluciones sobre el tema a tratar, sin ningún tipo de censura durante el proceso. Es importante **no cohibir la creatividad**
- Puede usarse un interlocutor que presente el tema y luego el grupo continúe lanzando soluciones o sugerencias creativas. En una fase final se analizarán y clasificarán todas las ideas aportadas.



2. CUESTIONAMIENTO O LISTADO DE PREGUNTAS (RUDYARD KIPLING, 1902)

- Sobre una lista de ideas o sobre un tema concreto formulamos diferentes preguntas.
- A raíz de las preguntas más básicas irán surgiendo otras que nos ayudarán a analizar el producto, los objetivos o servicios en cuestión.



¿Qué?

- ¿Qué estamos vendiendo u ofreciendo en realidad?
- ¿Qué piensan de la marca?
- ¿Qué problemas o necesidades tienen nuestros clientes?

¿Por qué?

- ¿Por qué alguien compraría la marca?
- ¿Por qué no compraría otra marca distinta?
- ¿Por qué deberían escuchar lo que tienes que decir?

¿Cuándo?

- ¿Cuándo es un buen momento para presentar el anuncio?
- ¿Cuándo deberíamos mostrar el uso de la marca?
- ¿Cuándo resultaría inesperado ver la marca?

¿Cómo?

- ¿Cómo se siente el público objetivo sobre este tipo de producto?
- ¿Cómo se siente la competencia respecto a nosotros?
- ¿Cómo podemos mostrar el producto de una manera diferente?

¿Dónde?

- ¿Dónde podemos colocar el anuncio?
- ¿Dónde podemos demostrar el uso de la marca?
- ¿Dónde dará mejores resultados?

¿Quién?

- ¿Quién es el verdadero destinatario?
- ¿Quién es la competencia?
- ¿Quién adora la marca y quién la odia?

3. MÉTODO SCAMPER

(ALEX OSBORN –BOB EBERLE)

- Es una lista de preguntas específicas que potencian y estimulan la generación de ideas tomando como referencia las características intrínsecas del producto.

S : Sustituir elementos, cosas, procedimientos, lugares, personas, ideas, emociones.

C: Combinar temas, conceptos, ideas, emociones.

A: Adaptar ideas de otros contextos, tiempos, escuelas, personas.

M: Modificar, añadir algo a una idea, producto, servicio.

P: Poner en otros usos diferentes a las cosas.

E: Eliminar o minimizar conceptos, atributos, partes, elementos.

R: Reordenar o invertir posiciones, elementos, cambiar roles asignados, reorganizar procesos, acciones...

S

• **Sustituir**

C

• **Combinar**

A

• **Adaptar**

M

• **Modificar**

P

• **Poner en otros usos**

E

• **Eliminar o minimizar**

R

• **Reordenar o invertir**

4. IDENTIFICACIÓN O EMPATÍA

¿QUÉ ES?

Consiste en ponerse en el lugar de **otro ser**.

Ayuda a obtener otra percepción, **otro punto de vista** sobre un asunto.

¿PARA QUÉ SIRVE?

Tras la definición del objetivo creativo y de haber generado nuevas ideas buscamos una **nueva percepción que abra caminos diferentes**.

¿CÓMO ES?

Busco cómo reducir la contaminación en los ríos de los vertidos de una empresa e imagino que soy un pez.

EJEMPLO

5. ESTIMULACIÓN ALEATORIA, LIBRE ASOCIACIÓN Y CONEXIONES FORZADAS

- El concepto inicial se va asociando a otros, generalmente en bloques de dos palabras.
- Este proceso puede ser al azar o tomando, también aleatoriamente, **referencias de palabras**, revistas, libros o palabras del diccionario.
- Consiste en hacer una **lista de conceptos**, imágenes, objetos o cualquier cosa seleccionada al azar para establecer una conexión posterior con el problema.
- Esto nos ayudará a abordar el problema desde otra perspectiva poco convencional y a analizarlo desde otro punto de vista.



6. LISTA DE ATRIBUTOS (R.P. CRAWFORD)

- Es una técnica ideal para la generación de nuevos productos.
- También puede ser usada en la mejora de servicios o utilidades de productos ya existentes.
- Puede ser considerada como una variante de la técnica creativa previa (libre asociación).



1. Analizamos el concepto original

2. Se escriben sus principales atributos para ser cuestionado individualmente

3. Finalmente se selecciona para evaluar las mejores ideas obtenidas.

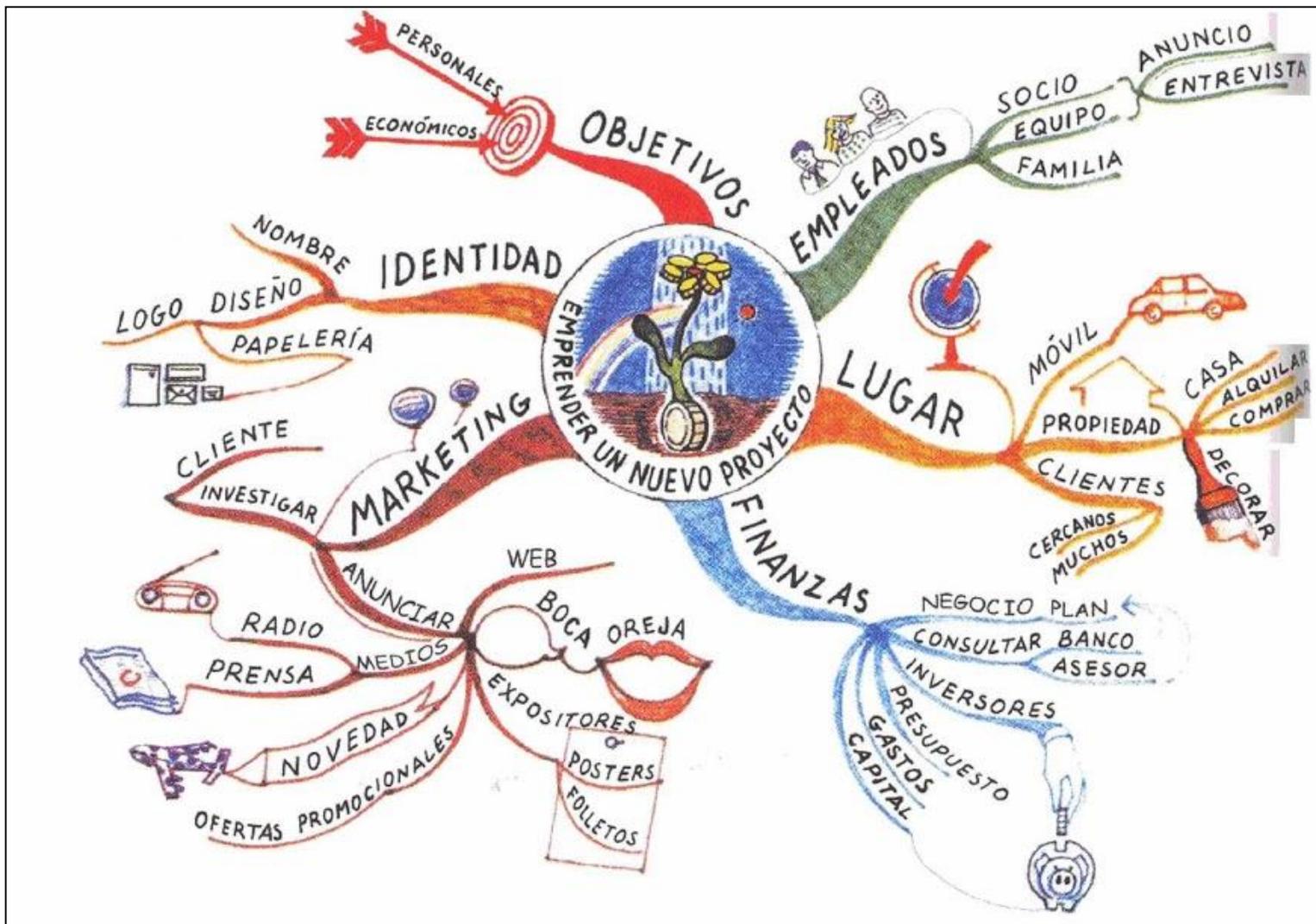
7. OJOS LIMPIOS /TÉCNICA DE MOLIÈRE O LLAMADA AL PROFANO

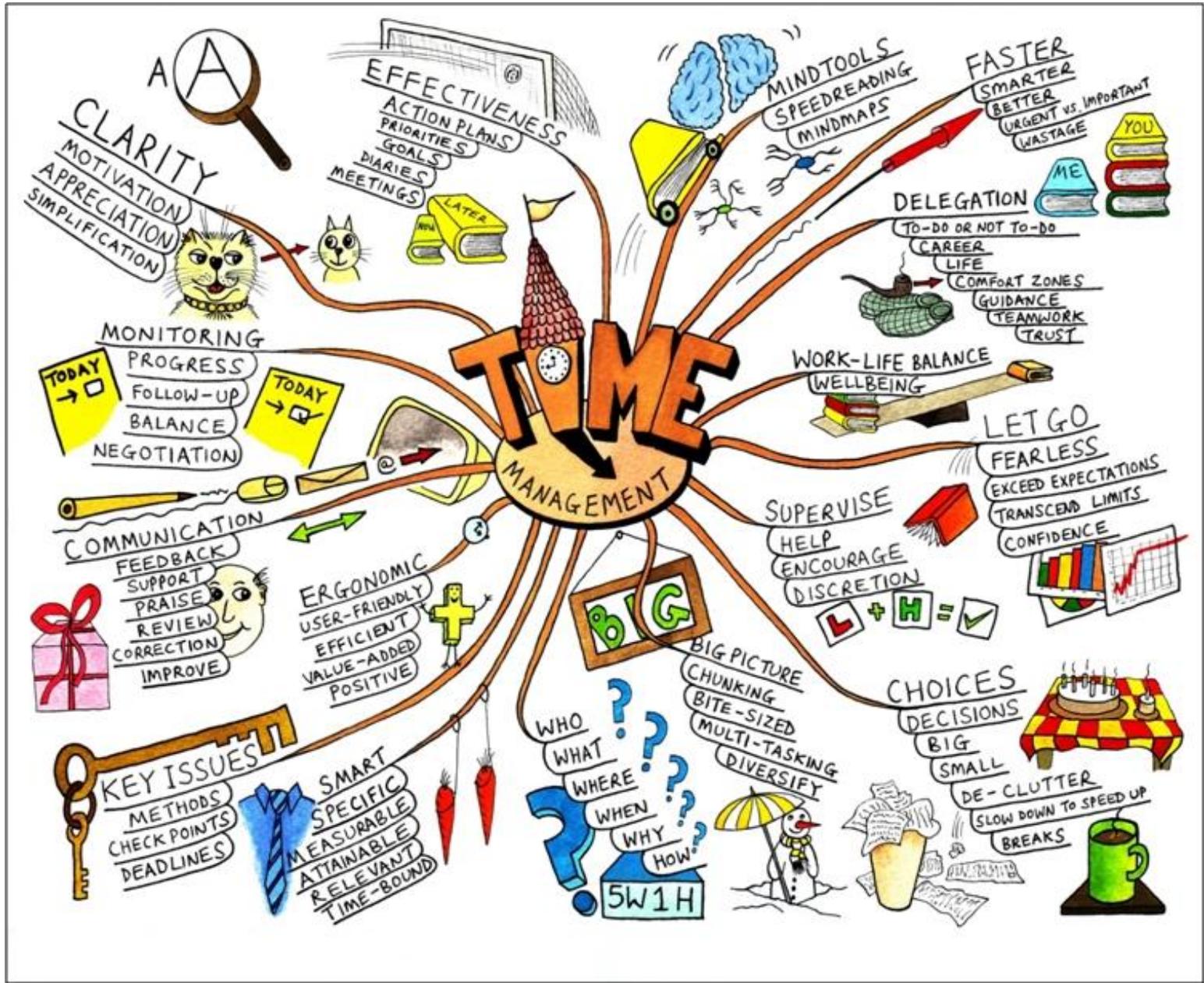
- La idea es buscar el consejo de otras personas que no tengan nada que ver con el tema que estamos trabajando.
- Las personas ajenas al proceso nos aportan una mirada desinteresada y fresca, sin condicionamientos por el proceso creativo.
- Se debe procurar que el grupo de personas elegido sea heterogéneo para tener mayor cantidad y calidad de ideas.



8. MAPAS MENTALES (TONY BUZAN, 1970)

- El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro mediante el pensamiento irradiante.
- Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas.
- Partimos de nuestra idea o proyecto original que queda reflejado en el centro de nuestra página en blanco.
- A continuación los temas relacionados parten de la idea original en forma de ramas de árbol, con imágenes o palabras clave.
- Resulta muy útil para presentaciones colectivas o individuales.



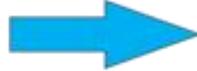


9. SEIS SOMBREROS PARA PENSAR

(EDWARD DE BONO, 1983)

- Se establecen 6 colores base que simbolizan 6 direcciones diferentes del pensamiento.
- Para poder implementar la técnica se requieren por lo menos estar otros cinco compañeros
- Cada participante se pone un sombrero de color (imaginándolo) y debe realizar aportaciones sobre el tema a analizar, asociando sus ideas con el tipo de pensamiento de su sombrero que le ha tocado.
- Esta técnica nos permite analizar problemas complejos mediante puntos de vista diferentes siguiendo un orden de turnos.

CONTROL
Encontramos la solución que brinda un beneficio esperado.



EMOCIONAL
La solución podría discriminar a ciertas personas que no utilicen esta tecnología dañándolas emocionalmente.



NEUTRAL
La solución podría ser efectiva, sin embargo se deben ensayar posibles replanteamientos



POSITIVO
La idea es genial y será imitada por otras empresas del sector.



NEGATIVO
La solución generaría otras problemáticas como un alto costo por equipos, vulnerabilidad a robos y alto grado de daño debido a la delicadesa de los mismos.



CREATIVO
La idea es innovadora y creativa. No se ha visto antes en restaurantes.



10. TÉCNICAS DE RELAJACIÓN

- Cuando estás relajado tu consciente intuitivo utiliza con mayor libertad las imágenes y los símbolos.
- La relajación incrementa la fuerza de voluntad, disminuye la agresividad y aumenta la seguridad, el control emocional, el bienestar y el agrado físico.
- La mente por la noche desarma y asimila lo aprendido a lo largo del día.



11. INVERSIÓN DE SUPOSICIONES (EDWARD DE BONO Y MICHAEL MICHALKO)

Consiste en "darle la vuelta" al objetivo creativo. Cambiar la dirección habitual de un planteamiento nos estimula nuevas posibilidades.

¿CÓMO HACERLO?

- 1. Definimos el objetivo creativo
- 2. Invertimos el objetivo o una asunción del nos desplazamos en la dirección opuesta a la secuencia "normal"
- 3. Generamos ideas estimuladas por la provocación que nos produce ese planteamiento absurdo.

EJEMPLO

1. Quiero vender más detergente.
2. Que yo de dinero y los clientes me den el detergente.
3. Los cupones descuento que aparecen en los detergentes.

HELP KEEP JAMES READY A BUCK.
**SHARE OUR
BILLBOARD.**

MAKE US AN OFFER AT JAMESREADY.COM

2390

'92 s10 FOR SALE \$2000
Runs good. Sweet ride.
email me at ssquared80@hotmail.com

THANKS STAN FOR KEEPING J.R. A BUCK.

12. REFORMULACIÓN

(ARTHUR B. VAN GUNDY, 1988)

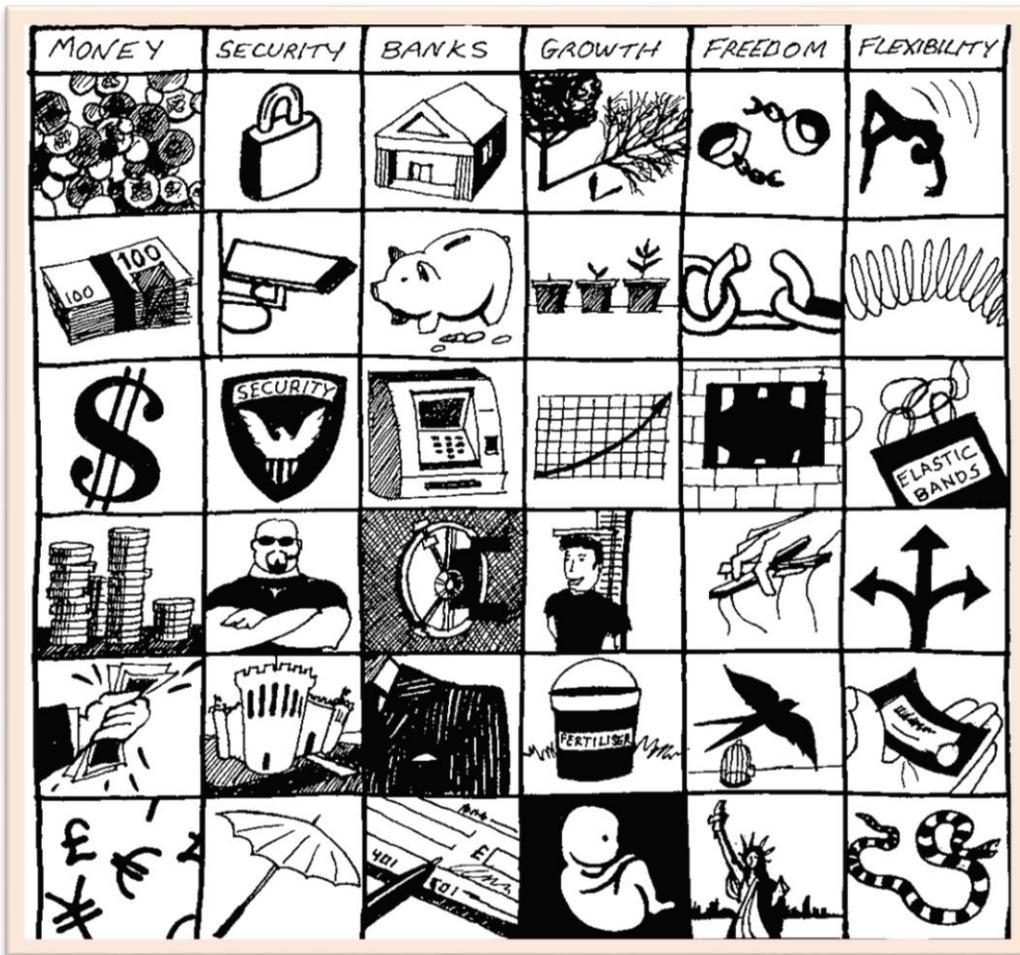
- Libro “Techniques of Structured Problem Solbing” con la técnica de las dos palabras
- Se trata de explicar la misma idea pero con palabras diferentes.
- Buscar palabras alternativas nos hará ver diferentes parentescos y fórmulas finales que estimularán la asociación de ideas, con gran imaginación.



13. ANÁLISIS MORFOLÓGICO

(FRITZ ZWICKY, 1969)

- Es una técnica combinatoria de ideación creativa consistente en descomponer un concepto, problema en sus elementos esenciales o estructuras básicas. Con sus rasgos o atributos se construye una matriz que nos permitirá multiplicar las relaciones entre tales partes.
- Lo primero es crear una matriz morfológica: Dibuja una cuadrícula por ejemplo de 10x10. Después, sobre cada columna escribe el nombre de un elemento que se corresponda con alguna solución al briefing creativo.
- Rellena los cuadros de cada columna con imágenes o pensamientos relacionados que se te ocurran. Cuando hayas completado las columnas con las ideas ya puedes empezar a combinar las imágenes para que den lugar a una idea.



Free up your savings
with a Flex Account.

International Bank
IB

14. ANTICIPACIÓN

- Primero piensa cada uno individualmente, después se presentan sus ideas parcialmente. De esta manera, le corresponde al compañero el terminar nuestra idea incompleta y veremos hasta donde puede llevarla. Así podemos conocer diferentes finales o soluciones de nuestra propia idea, que en un principio no habíamos pensado.

Creativity



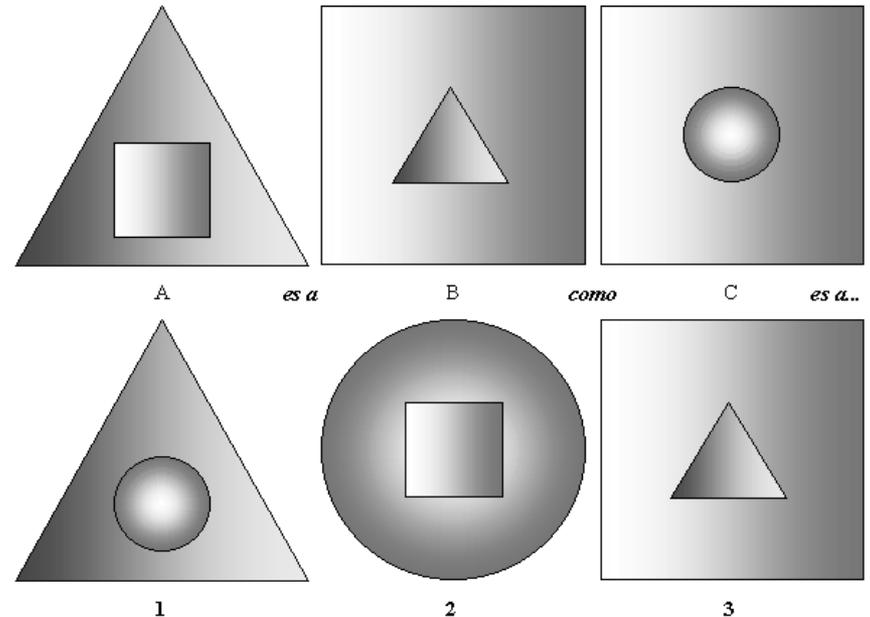
15. IDEOGRAMACIÓN

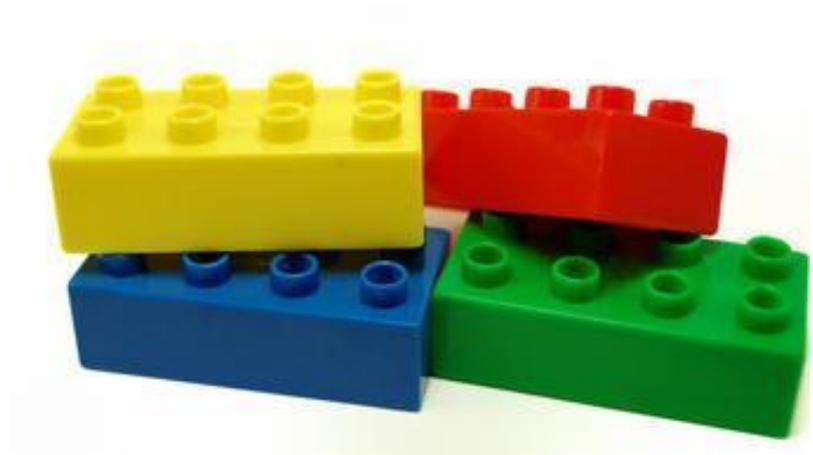
- Esta técnica se considera estructuradamente y transformadora de los códigos verbales en ideogramas.
- Consiste en representar gráficamente las ideas relevantes de un texto u obra.
- Tiene gran utilidad como técnica de estudio para fomentar aptitudes creativa. Promueve la educación y su expresión original.
- Sus aplicaciones son especialmente útiles en los entornos educativos y en los desarrollos de los trabajos comunicativos.



16. ANALOGÍAS (GORDON)

- Consiste en comparar o relacionar dos o más objetos o experiencias, apreciando y señalando características generales y particulares, generando razonamientos y conductas basándose en la existencia de las semejanzas entre unos y otros.
- Permite creer en que si dos o más entidades son semejantes en uno o más aspectos, entonces es probable que existan entre ellos más semejanza en otras caras.

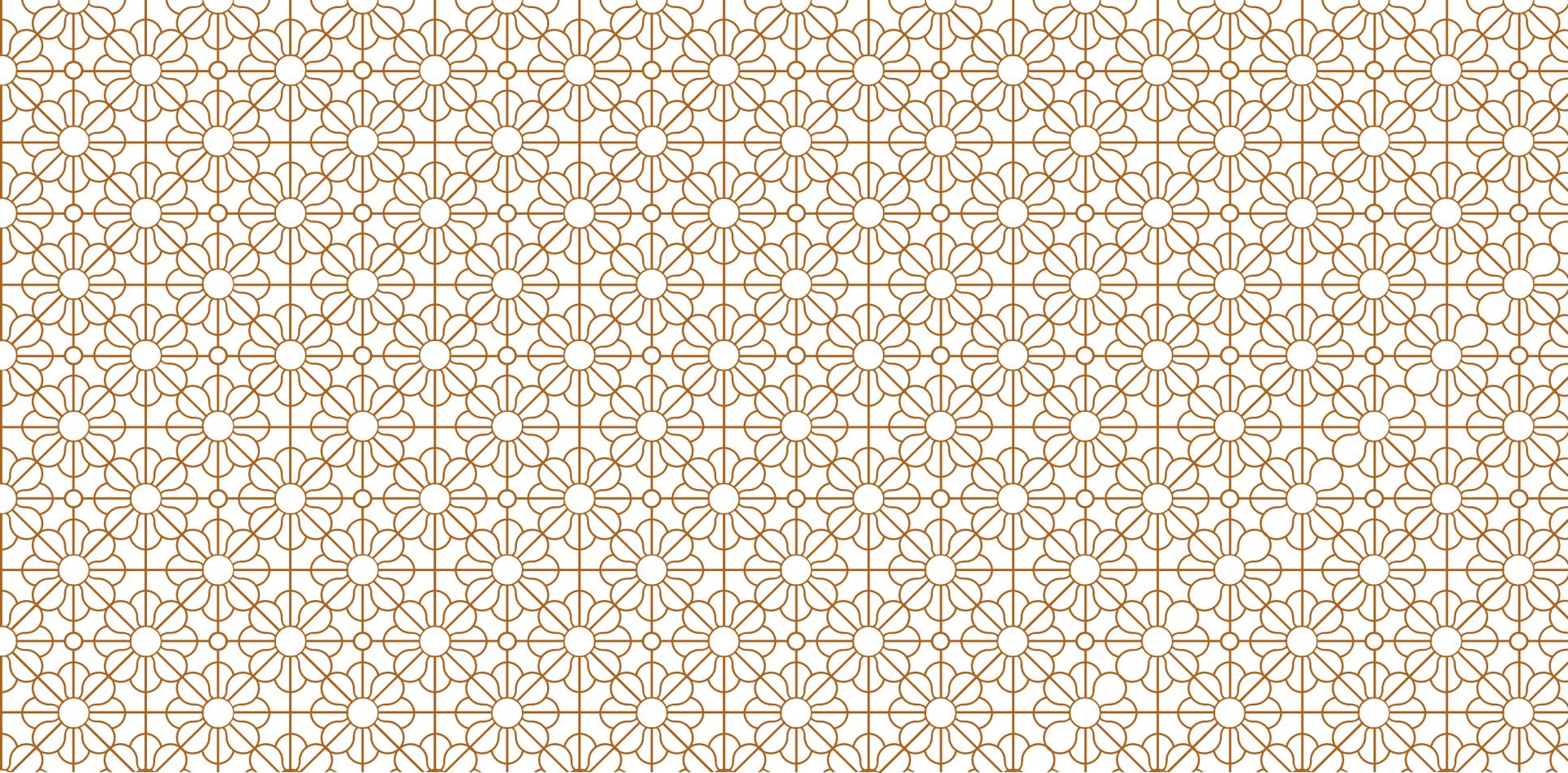




ANALOGÍA = BIÓNICA

Biónica.- un procedimiento utilizado en el campo tecnológico para descubrir nuevos aparatos inspirándose en la naturaleza y en el mundo animal. con objeto de descubrir las soluciones del mundo vivo y ser capaz de trasladarlas a nuevos aparatos.





TECNICAS GRUPALES



17. TÉCNICA 635 (WARFIELD)



- 6 personas, 3 ideas, 5 minutos.
 - 1. Se reúnen 6 personas para escribir 3 ideas cada uno en 5 minutos.
 - 2. Transcurrido ese tiempo, cada persona debe pasar su hoja de papel a la persona de su derecha.
 - 3. Al recibir esa hoja, cada persona revisa las ideas de sus compañeros y las aprovecha para inspirarse en ellas.
- La hoja tiene que pasar por todas las personas, la cuestión es añadir ideas. Al final, el grupo tendrá 90 ideas ($6 \times 3 \times 5$) en sólo 25 minutos.

18. TÉCNICA 4X4X4



- El grupo produce ideas, primero individualmente y después en grupo.
- Cada participante escribe individualmente en un papel las cuatro ideas esenciales acerca del foco.
- El grupo se coloca por parejas. Cada pareja llega a un acuerdo y escribe las cuatro ideas más importantes.
- Se colocan en grupos de cuatro, y así sucesivamente hasta ponerse de acuerdo el grupo entero y decidir cuáles son las cuatro ideas esenciales.
- Las cuatro ideas finales son el relieve cualitativo de toda la producción anterior.

19. GRUPOS NOMINALES O DE DISCUSIÓN

- Es una técnica de creatividad que sirve para generar ideas y evaluarlas.
- Se trata de una combinación entre la fase de aire (generación de ideas y por lo tanto sin juicio) y la parte de agua (evaluación de ideas).

Se plantea el objetivo creativo y se dice en voz alta al grupo.

Escriben sus ideas en silencio durante 5-10 min

Cada uno dice sus ideas en voz alta y se apunta en una pizarra

Se abre un coloquio de evaluación y se seleccionan entre 5 y 9 ideas finales

Se hace votación mediante una tarjeta con números de 1-5 y el recuento.

20. PHILLIPS 6/6 (J.DONALD PHILLIPS)

6 personas que discuten un tema durante 6 minutos.

¿Cómo?

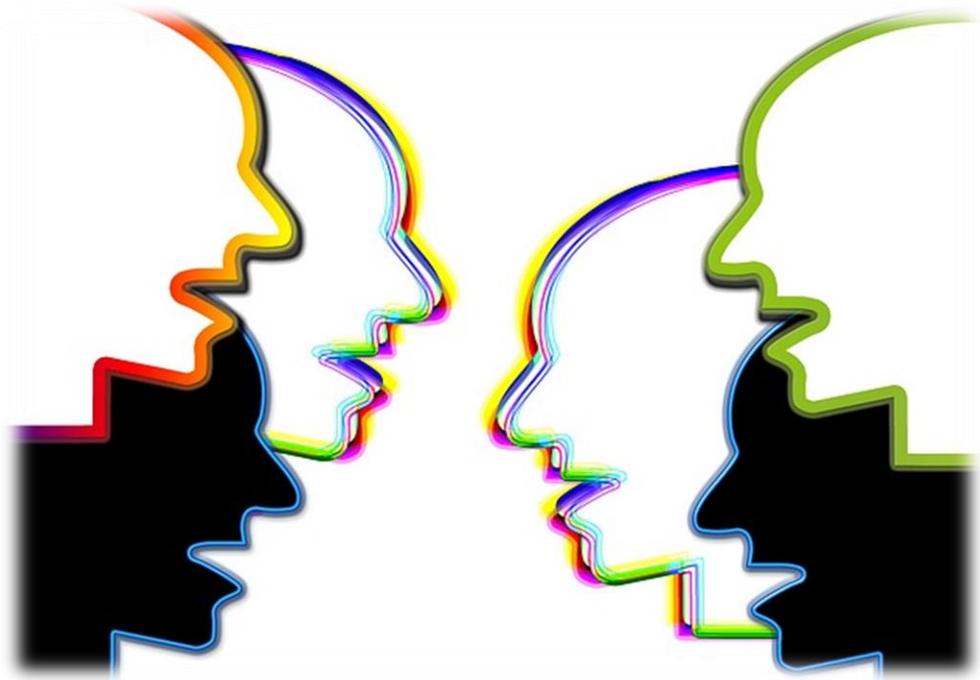
1. Se forman grupos de 6 personas
2. Se informa sobre la manera de exponer sus opiniones.
3. Empieza la cuenta atrás de 6 min.
4. Los secretarios escriben un informe.
5. Leen el informe, sacan conclusiones y el moderador las sintetiza.

Objetivos

1. Permitir y promover la participación activa de todos los miembros de un grupo, por grande que éste sea.
2. Obtener las opiniones de todos los miembros en un tiempo muy breve.
3. Llegar a la toma de decisiones, obtener información o puntos de vista de gran número de personas acerca de un problema o cuestión.

21. DEBATE

1. Dos o más grupos de personas argumentan sobre el mismo tema aunque con distintos puntos de vista.
2. Ayuda a ganar en perspectiva. Se utiliza para empezar a pensar, no para generar ideas.



22. ENTREVISTA

- Forma de comunicación interpersonal con un objetivo determinado y con la finalidad de obtener información relevante
- Puede ser una entrevista estructurada o dirigida o bien una entrevista no estructurada o libre
- Se hacen las preguntas pero también se puede observar a los participantes para conocer sus preocupaciones y sus pasiones.
- Estas conversaciones ayudarán a generar ideas con base en lo que los participantes respondieron o como reaccionaron.



23. MÉTODO DELPHI O PANEL

(RAND CORPORATION)

- Es una técnica que permite llegar a opiniones en un grupo, sobre cierto asunto específico. Consiste en una lista o serie de preguntas repetidas, utilizando encuestas o cuestionarios, sobre el tema que se investiga a personas que se considera que conocen el tema.
- 1. Exploración del tema en discusión. Cada participante usa la información que considera adecuada.
- 2. El grupo logra una comprensión del tema. Salen a la luz los acuerdos y desacuerdos.
- 3. Examinan los desacuerdos. Se extraen las razones de los desacuerdos y se hace una evaluación de ellos.
- 4. Evaluación final: la información ha sido analizada y los resultados se envían como retroalimentación para nuevas consideraciones.

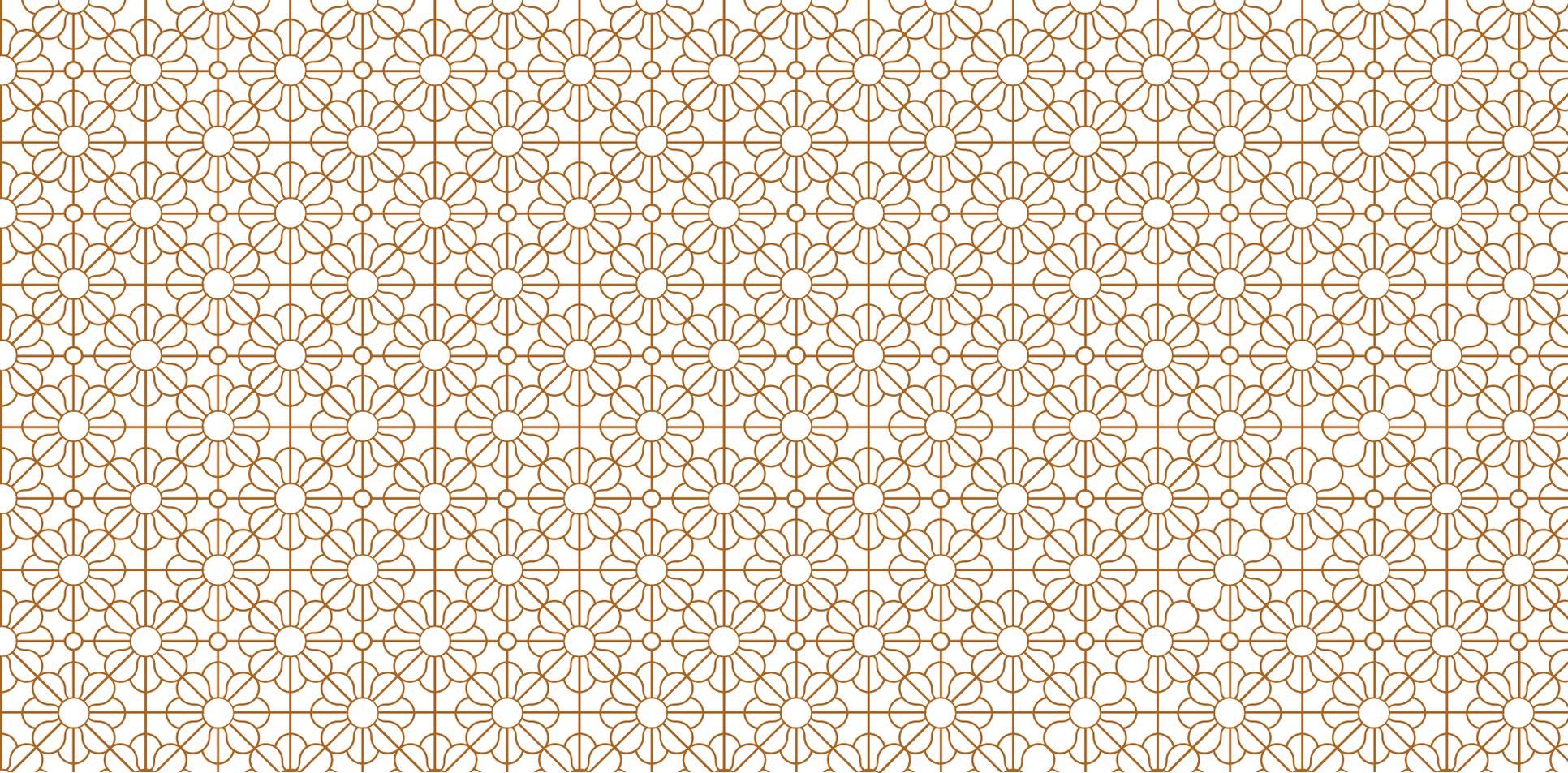
24. PSICODRAMA O ROLE-PLAYING

- Técnica creativa que examina el problema de un grupo o un problema social mediante la representación escénica o de roles.
 1. Definición del problema.
 2. Plantear una situación o conflicto.
 3. Reparto de papeles a los protagonistas.
 4. Instrucciones finales y puesta en situación a los actores y espectadores.
 5. Desarrollo de la situación dramática.
 6. Interrupción de la acción si conviene.
 7. Discusión y análisis de la situación dramatizada.



25. ASPECTOS PNI

- Se trata de examinar con cada idea o proyecto todos los aspectos positivos, los negativos y los interesantes, que no tienen por qué ser positivos o negativos.
- Se utiliza cuando nos quedamos con pocas ideas. Se analiza cada idea:
- Aspectos Positivos (“P”), sus potenciales y aquellas razones por las que consideramos que la idea puede funcionar con éxito.
- Aspectos Negativos (“N”), su debilidades y aquellas razones por las que consideramos que la idea puede no funcionar o que nos llevan a la precaución y la cautela.
- Aspectos Interesantes (“I”), aquellas cuestiones que son importantes a tener en cuenta, pero que no son ni positivas ni negativas o que pueden tener ambos efectos.



ENFOQUES CREATIVOS



- Tomando como base las variables más conocidas para la medición de la creatividad y lo que Kastika, E. (2001) llama “enfoque creativos”, que son los elementos que se buscan en las organizaciones cuando hace falta innovar, se seleccionan algunos de estos elementos para poder asociar las técnicas presentadas anteriormente, de acuerdo a la mayor utilidad que nos brindan para desarrollar:



Flexibilidad
Fluidez
Originalidad
Elaboración



DESARROLLAR FLUIDEZ

- La fluidez, en el campo de la creatividad, implica generar muchas ideas, no quedarse con una única respuesta e intentar desarrollar más.
- Creemos que, por sus características, las técnicas más apropiadas para desarrollar fluidez son:
 - I Brainstorming y las que consideramos adaptaciones y derivadas de éste: Brainsailing, Phillips 66, Gordon, Fish Pool y Análisis de Categorías.
- Son las pautas y requerimientos que se fijan para la realización de las técnicas agrupadas en esta categoría, las que impulsan el clima de fluidez.

SER FLEXIBLE

- Implica poder analizar un contexto tratando de encontrar aspectos distintos y que antes no habían sido tenidos en cuenta. Significa tener la capacidad de aceptar nuevos y diferentes puntos de vista.
- Este es el requerimiento básico de técnicas como:
 - de Matrices Combinatorias, el Uso de Analogías, el Método del Profano y los Verbos Manipulativos, porque implican la generación de ideas que pertenezcan a categorías distintas.

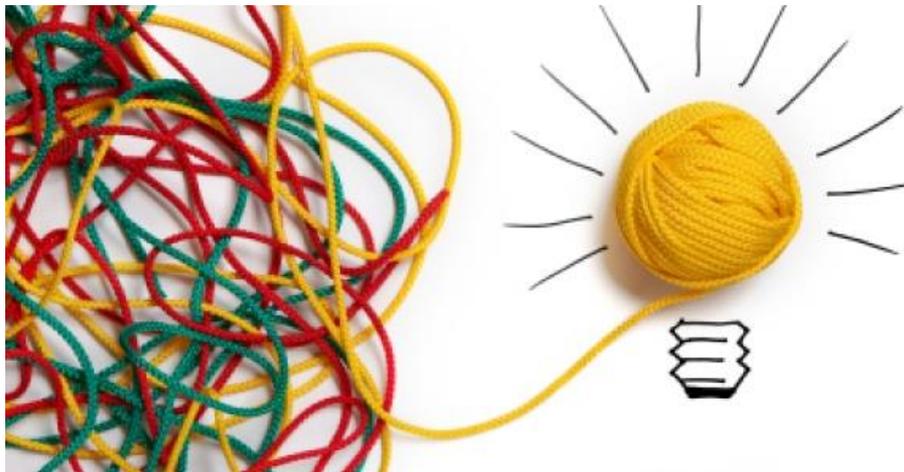


SER ORIGINAL

Cuando se pretende ser original, se debe encontrar la aplicación de un concepto en un universo o contexto distinto al que pertenece.

Las técnicas que trasladan conceptos desde un contexto dado a otro son las que ayudan a encontrar ideas más originales, es el caso de:

- Relaciones Forzadas, el Uso de Analogías, el Método del Profano y la Biónica.

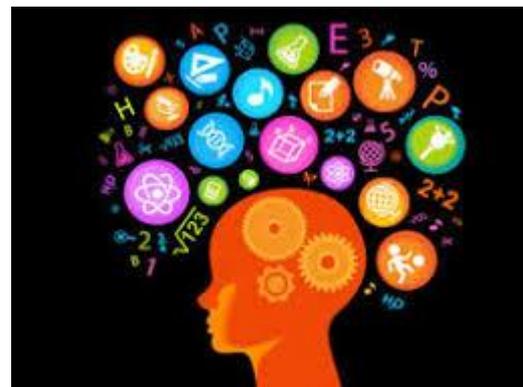


ELABORACIÓN

En determinadas circunstancias, es necesario profundizar el análisis desarrollando cuidadosa y minuciosamente las ideas, para obtener una visión elaborada sobre el tema en cuestión.

Esta elaboración está ligada a técnicas como:

- Los Seis Sombreros para Pensar y la Prospectiva, donde se necesitan niveles de conocimiento y experiencias específicos que participen activamente en la producción y el desarrollo de las ideas.





- BRAINSTORMING
- BRAINSAILING
- PHILLIPS 66
- GORDON
- FISH POOL
- ANALISIS DE CATEGORIAS

FLUIDEZ

- MATRICES COMBINATORIAS
- USO DE ANALOGIAS
- METODO DEL PROFANO
- VERBOS MANIPULATIVOS

FLEXIBILIDAD

- RELACIONES FORZADAS
- USO DE ANALOGIAS
- METODO DEL PROFANO
- BIONICA

ORIGINALIDAD

- SEIS SOMBREROS
- PROSPECTIVA

ELABORACION

CONCLUSIÓN

- Las técnicas creativas organizan nuestro pensamiento creativo y dirigen las dinámicas de generación de ideas.
- La creatividad, se experimenta por medio de las técnicas y del conocimiento.
- La innovación no reside en la técnica elegida en sí misma, sino más bien en el proceso de la búsqueda continua que desarrollan las personas involucradas.
- La técnica es parte de la solución porque nos ayuda a reflexionar sobre el problema.

“La creatividad
PRODUCE **RESPUESTAS**
ORIGINALES
a cualquier PROBLEMA”
by Concoma

!GRACIAS! |