

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO
DE MÉXICO**

FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA

MATERIAL DIDÁCTICO

(Solo visión, proyectable en cañón)

**Tema: La Creatividad como punto de partida
de la Ambientación.**

(58 diapositivas)

PRESENTADO POR:

E.A.E.T. SONIA EDITH MEJÍA CASTILLO

PARA LA UNIDAD DE APRENDIZAJE DE:

Animación y ambientación

De la Licenciatura en Gastronomía.

Octubre 2017

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

DIRECTORIO

Dr. En Ed. Alfredo Barrera Baca
RECTOR

M. en S.P. María Estela Delgado Maya
SECRETARIA DE DOCENCIA

Dr. En C.I. Carlos Eduardo Barrera Díaz
SECRETARIO DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS AVANZADOS

Dr. En C.S. Luis Raúl Ortiz Ramírez
SECRETARIO DE RECTORIA

Dr. En A.V. Edgar Miranda Ortiz
SECRETARIO DE DIFUSION CULTURAL

M. en C. Jannet Valero Vilchis
SECRETARIA DE EXTENSIÓN Y VINCULACIÓN

M en E. Javier González Martínez
SECRETARIO DE ADMINISTRACION

M. en E.U R. Héctor Campos Alanís
SECRETARIO DE PLANEACIÓN Y DESARROLLO INSTITUCIONAL

M. en L.A María del Pilar Ampudia García
SECRETARIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Dra. En C.S. Gabriela Fuentes Reyes
ABOGADO GENERAL

Lic. En Com. Gastón Pedraza Muñoz
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN UIVERSITARIA

M. en R.I Jorge Bernáldez García
SECRETARIO TECNICO DE RECTORIA

M. en A.P. Guadalupe Santamaría González
**DIRECCION GENERAL DE CENTROS UNIVESITARIOS Y UNIDADES ACADÉMICAS
PROFESIONALES**

M. en A. Ignacio Gutiérrez Padilla
CONTRALOR UNIVERSITARIO

FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA, UAEM
DIRECTORIO

Dra. En C.A. Elva Esther Vargas Martínez
DIRECTORA

Dra. en E. T. Daniela Yanelli Palmas Castrejón
SUBDIRECTORA ACADÉMICA

M. en C. y T.E. Gloria Georgina Icaza Castro
SUBDIRECTOR ADMINISTRATIVO

Dr. En E.T. Enrique Guadarrama Tavira
COORDINADOR CIETUR

L. en T. Francisco Reynoso Patiño
COORDINADOR DE LA LICENCIATURA EN TURISMO

M. en E.T. María del Carmen Soto Carreño
COORDINADORA DE LA LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA

L. en Com. Raúl Adolfo López González
COORDINADOR DE DIFUSIÓN CULTURAL

M. en E.U.R Rebeca Sesmas Fragoso
COORDINADORA DE EXTENSIÓN Y VINCULACIÓN

L. en T. Norma Navas Issasi
DEPARTAMENTO DE APOYO A LA DOCENCIA

L. en Gast. Alejandro Delgado Cruz
UNIDAD DE PLANEACIÓN

Dra. en E. T. Arlen Sánchez Valdés
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE ACREDITACIÓN Y CERTIFICACIÓN

C.P. Martha Bejarano Rodríguez
JEFA DE CONTROL ESCOLAR

PRESENTACIÓN.

El presente material didáctico pretende apoyar el proceso enseñanza aprendizaje y la actuación del docente respecto a la Unidad de Aprendizaje de Animación y Ambientación impartida a estudiantes de la Licenciatura en Gastronomía, con la finalidad de proponer una enseñanza de calidad y un mejor aprendizaje que ayude a los alumnos a desarrollar habilidades, actitudes y valores respecto a la forma en que las empresas gastronómicas conforman sus conceptos y los plasman en los espacios destinados para atención al comensal, buscando integrar en su vida estudiantil y profesional habilidades y conocimientos que amplíen sus expectativas en el campo laboral.

A través del presente material también se pretende desarrollar en los alumnos creatividad e iniciativa para que ellos mismos construyan sus conocimientos significativos, lo cual les ayudará a planificar con mayor efectividad sus actividades dentro y fuera del aula para la construcción de elementos formativos y de esta manera adquirir y desarrollar habilidades que puedan ser enriquecidas siguiendo las pautas y estilo propios.

Dichas actividades podrán ser mejor encausadas por los docentes a través de estrategias didácticas como lo son las presentaciones con diapositivas, las cuales van a permitir mantener la atención del alumno para la adquisición de un aprendizaje significativo.

Este material está dirigido a estudiantes del 9° periodo de la Licenciatura en Gastronomía, su uso es dentro del aula con aplicación fuera de la misma en un ámbito real buscando promover el trabajo en equipo, el cumplimiento de evidencias en tiempo y forma y la formación de un hábito de responsabilidad y compromiso hacia con las actividades profesionales.

Cabe mencionar que, en esta Unidad de Aprendizaje, se le motiva al estudiante, a buscar un espacio de aplicación del conocimiento de manera práctica, ya sea en la creación de conceptos gastronómicos comerciales o eventos con la finalidad de que se enfrente a la realidad del sector y a su diaria operación. Este tipo de experiencias constituyen el complemento ideal para el presente material didáctico ya que éste, se ha realizado pensando en la aplicación de conocimientos en un ámbito real.

OBJETIVO

El propósito de este material didáctico se cuadra con la primera unidad de competencia de la Unidad de Aprendizaje “Animación y Ambientación” y tiene como finalidad la presentación de manera visual de las técnicas o maneras en cómo se puede llegar a crear ideas innovadoras y diferentes que sirvan para aplicar o crear elementos de ambientación en un espacio gastronómico.

TIEMPO DE TRABAJO.

Se recomienda que este material didáctico se pueda dosificar de tal manera que el estudiante comprenda completamente los contenidos proponiendo que se utilicen 4 horas para su explicación. El guion indicará como se irá abordando la presentación y que estrategias utilizar durante su proyección.

Es recomendable que se le explique al estudiante que en la práctica profesional podrá aplicar todos los conocimientos aquí adquiridos logrando una mejor competencia en la creación de conceptos gastronómicos únicos e innovadores que le den mayor ventaja competitiva en su sector profesional.

GUÓN DE LAS DIAPOSITIVAS

Núm. de Diapositiva	Explicación
1	Presentación del material: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO. FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA <p style="text-align: center;"><u>LA CREATIVIDAD COMO PUNTO DE PARTIDA</u></p> <p style="text-align: center;"><u>DE LA AMBIENTACIÓN</u></p> ANIMACIÓN Y AMBIENTACIÓN E.A.E.T. Sonia Edith Mejía Castillo
2	CONTENIDO <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Qué es la creatividad? ▪ Personalidad Creativa ▪ Creatividad: ¿Método o Técnica? ▪ Las Técnicas creativas ▪ Técnicas Creativas Individuales y Grupales ▪ Enfoques creativos: que técnica me sirve para que cosa. ▪ Conclusión <p>Esta diapositiva permitirá que el estudiante visualice la secuencia de la presentación y permite una preparación sugestiva hacia el tema.</p>
3	Diapositiva de cortinilla de presentación: <p style="text-align: center;">ENTENDIENDO LA CREATIVIDAD</p>
4	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. **El docente puede comentar que ya no cabe duda que estas técnicas deben ser usadas, pero, debido a la cantidad y variedad de métodos creativos existentes, habría que analizar la mejor manera para elegir el que más nos conviene según la situación que enfrentamos. La clasificación que intentamos abordar en este trabajo implica que quien la utilice deba definir cuál es su objetivo y con qué fin se va a usar una

	técnica. Es decir, que se piense adónde se quiere llegar, porque de esta forma estaremos más cerca de la verdadera utilidad de la técnica en cuestión.
5	<p>Concepto de creatividad</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
6	<p>¿Qué papel juega el pensamiento en la creatividad?</p> <p>Coordinación de los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Estructuras</u>: son representaciones internas del mundo exterior construidas sobre la base de estímulos recibidos. • <u>Procesos</u>: consisten en exploración, organización, reconocimiento, asociación, interpretación y aplicación de la información procesada. • <u>Mecanismos de control</u>: instrucciones que regulan la toma de decisiones, combinación de tácticas, evaluación de estrategias y la clase de estructuras que dirigen. <p>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.</p>
7	<p>Pensamiento y Creatividad (Lectura 1)</p> <p>Imagen- Cuadros de pensamiento</p> <p>** Como parte importante de trabajo previo, el docente solicitará a los estudiantes que lean con anticipación la LECTURA 1 de los Anexos (Los usos del pensamiento creativo de Edward de Bono)</p> <p>ESTRATEGIA El docente puede solicitar que la lectura de estos textos previos sea en equipo y que cada equipo exponga su temática al grupo.</p>
8	<p>Cualidades creativas (Lectura 2)</p> <p>Imagen- Nube de palabras de cualidades</p> <p>** Como parte importante de trabajo previo, el docente solicitará a los estudiantes que lean con anticipación la LECTURA 2 de los Anexos (Naturaleza y cultura del talento creativo de Alain Beaudot)</p>
9	<p>Personalidad Creativa</p> <p>Imagen de esquema que aborda los principales aspectos a tomar en cuenta en una personalidad considerada creativa.</p>

10	<p>Creatividad: ¿método o técnica? (Lectura 3)</p> <p>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.</p> <p>Un método es un procedimiento general orientado a un fin.</p> <p>- Las técnicas son diferentes maneras de aplicar el método. Es decir, es un procedimiento más específico que un método.</p> <p>** Como parte importante de trabajo previo, el docente solicitará a los estudiantes que lean con anticipación la LECTURA 3 de los Anexos (Procesos y etapas de la creación de Mauro Rodríguez Estrada)</p>
11	<p>Diapositiva de cortinilla de presentación:</p> <p style="text-align: center;">TECNICAS CREATIVAS</p>
12	<p>LAS TÉCNICAS CREATIVAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 sumimos al pensar “creativamente”. <p>** Como parte importante de trabajo previo, el docente solicitará a los estudiantes que lean con anticipación la LECTURA 3 de los Anexos (Cómo desarrollar una idea de Enrique García García)</p>
13	<p>Diapositiva de cortinilla de presentación:</p> <p style="text-align: center;">TECNICAS INDIVIDUALES</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede prever ejercicios de cada técnica con el grupo o un número seleccionado de estudiantes para que se vea la aplicación práctica de los temas, con esto, se entiende también que esta presentación puede ocuparse para 2 o más sesiones de acuerdo al desarrollo de estos ejercicios.</p>
14	<p>1. Brainstorming (Alex Osborn,1938)</p> <p>La lluvia de ideas o tormenta de ideas facilita la generación de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado.</p>

	<p>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</p> <p>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.</p> <p>PARA EL DOCENTE</p> <p><u>Metodología:</u> El primer paso es la generación de ideas, en general por escrito, numeradas y clasificadas por el estricto orden cronológico en que han aparecido. Es imprescindible no indicar quién ha formulado cada una. Una vez que se cuenta con un número considerable de ideas o ha finalizado cierto tiempo programado, se pasa a una segunda etapa de evaluación. Una posibilidad para evaluar las ideas podría ser ponderarlas (mediante puntaje) según condiciones o requerimientos básicos previamente establecidos, que deben satisfacerse.</p> <p><u>Consignas fundamentales y aspectos distintivos:</u> Al momento de la generación: <ul style="list-style-type: none"> - generar la mayor cantidad de ideas posibles sin importar su calidad. - no criticar ideas. El juicio crítico está prohibido (incluyendo la autocrítica), ya sea negativo o positivo. - libre imaginación. Las ideas no tienen que ser obligatoriamente realistas. - se permite la utilización y transformación de las ideas de los demás. Al momento de la evaluación: <ul style="list-style-type: none"> - analizar los puntos fuertes de la idea y luego poner atención en los puntos débiles. - estar atentos a los aspectos novedosos de las opciones. - no perder la orientación al objetivo inicial. <u>Aspectos relacionados con su utilidad:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Permite la generación de gran cantidad de ideas, donde importa más la cantidad que la calidad. Permite romper bloqueos. Resulta útil para iniciar a grupos de trabajo en el uso de técnicas de creatividad</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar una lluvia de ideas que vaya anotando en el pizarrón. (alimentos transgénicos, tendencias de la gastronomía, cocina mexicana y su patrimonio, etc.)</p>
15	<p>2. Cuestionamiento o listado de preguntas (Rudyard Kipling, 1902)</p> <p>Sobre una lista de ideas o sobre un tema concreto formulamos diferentes preguntas.</p>

	<p>A raíz de las preguntas más básicas irán surgiendo otras que nos ayudarán a analizar el producto, los objetivos o servicios en cuestión.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar el uso de esta técnica. Se puede apoyar en la diapositiva 16 para la construcción de esos cuestionamientos.</p>
16	<p>IMAGEN</p> <p>Ejemplos de cuestionamientos utilizados en la técnica mencionada. El docente puede llevar un listado de cuestionamientos previos de acuerdo a temáticas de interés al grupo.</p>
17	<p>3. Método SCAMPER (Alex Osborn –Bob Eberle)</p> <p>Es una lista de preguntas específicas que potencian y estimulan la generación de ideas tomando como referencia las características intrínsecas del producto.</p> <p>S : Sustituir elementos, cosas, procedimientos, lugares, personas, ideas, emociones.</p> <p>C: Combinar temas, conceptos, ideas, emociones.</p> <p>A: Adaptar ideas de otros contextos, tiempos, escuelas, personas.</p> <p>M: Modificar, añadir algo a una idea, producto, servicio.</p> <p>P: Poner en otros usos diferentes a las cosas.</p> <p>E: Eliminar o minimizar conceptos, atributos, partes, elementos.</p> <p>R: Reordenar o invertir posiciones, elementos, cambiar roles asignados, reorganizar procesos, acciones...</p>
18	<p>IMAGEN</p> <p>Diagrama del método SCAMPER para utilizar con ejemplos previamente convenidos. El docente puede solicitar la aplicación de la técnica sobre la temática de interés.</p>
19	<p>4. Identificación o empatía</p> <p>¿QUÉ ES? Consiste en ponerse en el lugar de otro ser.</p> <p>¿PARA QUÉ SIRVE? Ayuda a obtener otra percepción, otro punto de vista sobre un asunto.</p> <p>¿CÓMO ES? Tras la definición del objetivo creativo y de haber generado nuevas ideas buscamos una nueva percepción que abra caminos diferentes.</p> <p>EJEMPLO Busco cómo reducir la contaminación en los ríos de los vertidos de una empresa e imagino que soy un pez.</p>

	<p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar el uso de esta técnica. Se puede llevar algún objeto que pueda desatar la aplicación de la técnica.</p>						
20	<p>5. Estimulación aleatoria, libre asociación y conexiones forzadas</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>PARA EL DOCENTE</p> <p><u>Metodología:</u> El primer paso para la utilización de esta técnica consiste en elegir una palabra que represente nuestro problema. Una vez elegida, debemos armar una matriz de tres columnas. El título de la columna de la izquierda será: "Conceptos y elementos estímulos", y su contenido serán esas palabras-estímulo elegidas al azar. La columna del medio, será la de "Características", donde se encontrarán las cualidades de los conceptos de la columna anterior. Finalmente, en la columna de la derecha, se ubican las nuevas ideas surgidas de relacionar las características anteriores con nuestro problema o tema principal.</p> <table border="1" data-bbox="496 1243 1321 1469"> <thead> <tr> <th data-bbox="496 1243 770 1346">Conceptos y elementos estímulo</th> <th data-bbox="770 1243 1050 1346">Características</th> <th data-bbox="1050 1243 1321 1346">Nuevas ideas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="496 1346 770 1469"></td> <td data-bbox="770 1346 1050 1469"></td> <td data-bbox="1050 1346 1321 1469"></td> </tr> </tbody> </table> <p>La metodología a seguir sería:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Completar la columna de estímulos con cosas elegidas al azar. Se pueden elegir la cantidad de palabras que se deseen. 2- Enunciar las cualidades o rasgos característicos de cada estímulo. Habrá que encontrar descripciones que no sean solo palabras, sino frases representativas. 3- Completar la columna de ideas, mediante asociaciones o conexiones, tomando cada una de la característica por separado y relacionándolas con la palabra clave (la que representa nuestro problema). 	Conceptos y elementos estímulo	Características	Nuevas ideas			
Conceptos y elementos estímulo	Características	Nuevas ideas					

4- Por último, deberemos elegir aquellas ideas más interesantes y mejorarlas, trabajando sobre ellas.

A modo de ejemplo, desarrollamos a continuación una matriz cuyo tema principal es “lanzamiento de un nuevo shampoo”.

Conceptos y elementos estímulo	Características	Nuevas ideas
Café instantáneo	-Granulado -Se mezcla con agua -Se puede preparar más fuerte o más suave, dependiendo de la cantidad que se ponga.	-Shampoo en polvo -Shampoo que se prepara mezclando con un líquido -Para niños o uso frecuente, se diluye más

Consignas fundamentales y aspectos distintivos:

En la elección de las palabras-estímulo, se recomienda seleccionar por lo menos cinco, para alcanzar un número considerable de ideas.

Esta técnica busca romper el patrón perceptivo y extender el horizonte creativo, a través de relacionar conceptos que no tienen conexión aparente.

Aspectos relacionados con su utilidad:

- Creación de nuevos productos o servicios.
- Creación de nuevas líneas de un mismo producto.
- Impulsa la originalidad, porque permite obtener características distintivas o productos diferenciados.

21

IMAGEN

ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar el uso de esta técnica. Se puede llevar algún objeto que pueda desatar la aplicación de la técnica. El uso de pelotas con palabras que promuevan esas conexiones de libre asociación ayudan a ejemplificar la técnica.

22

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).

Esquema. - pasos de aplicación de la técnica

	<p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar el uso de esta técnica. Se puede llevar algún objeto que pueda desatar la aplicación de la técnica.</p>
23	<p>7. Ojos Limpios /Técnica de moliere 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.</p> <p>Se debe procurar que el grupo de personas elegido sea heterogéneo para tener mayor cantidad y calidad de ideas.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar el uso de esta técnica invitando a algún otro docente que no imparta temáticas similares o incluso a algún estudiante de otra licenciatura.</p>
24	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar el uso de esta técnica invitando a algún compañero a desarrollar un mapa mental en el pizarrón.</p>
25	<p>IMAGEN Ejemplo de mapa mental de la temática: Emprender un nuevo proyecto</p>
26	<p>IMAGEN Ejemplo de mapa mental de la temática: Administración del tiempo</p>
27	<p>9. Seis sombreros para pensar (Edward De Bono,1983) Se establecen 6 colores base que simbolizan 6 direcciones diferentes del pensamiento.</p> <p>Para poder implementar la técnica se requieren por lo menos estar otros cinco compañeros</p> <p>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.</p>

	<p>Esta técnica nos permite analizar problemas complejos mediante puntos de vista diferentes siguiendo un orden de turnos.</p> <p>PARA EL DOCENTE</p> <p><u>Metodología:</u> El método puede usarse tanto en forma individual como grupal, aunque en nuestra opinión, su utilización resulta más provechosa en el segundo caso. En el terreno grupal, cada miembro del grupo podría “ponerse” un sombrero en particular y pensar sobre el problema o situación planteado, según las reglas establecidas para el color de ese sombrero.</p> <p><u>Consignas fundamentales y aspectos distintivos:</u> En la práctica, es necesario referirse a los sombreros por su color y nunca por su función. El matiz distintivo de esta técnica se basa en diferenciar los aspectos emocionales, optimistas, lógicos, pesimistas, etc., modificando el estilo tradicional de pensamiento que aborda las situaciones sin diferenciar los puntos de vista.</p> <p><u>Aspectos relacionados con su utilidad:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Permite decodificar. Las ideas se analizan desde distintos puntos de vista, tipos de pensamiento y roles. - El pensar se transforma en un juego en vez de ser una situación de presión y condicionamiento. - Permite estudiar una idea, desmenuzarla y analizarla a fondo, lo que implica identificar puntos fuertes, débiles y grado de viabilidad de la misma.
28	<p>IMAGEN Significado de los 6 sombreros</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar el uso de esta técnica , puede llevar sombreros como tal y aplicar la técnica o bien entregar papelitos con cada sombrero a un grupo de estudiantes.</p>
29	<p>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.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede aplicar una VISUALIZACIÓN para ejemplificar la técnica. Se requiere que los estudiantes estén cómodos y música relajante. Se puede consultar el siguiente link: http://www.lareljacion.com/lareljacion/47bosqueymar.php</p>
30	<p>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.</p>

	<p>¿CÓMO HACERLO?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definimos el objetivo creativo 2. 2. Invertimos el objetivo o una asunción del nos desplazamos en la dirección opuesta a la secuencia "normal" 3. 3. Generamos ideas estimuladas por la provocación que nos produce ese planteamiento absurdo. <p>EJEMPLO</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
31	<p>IMAGEN VALLA PUBLICITARIA</p> <p>Comparte nuestra valla publicitaria. - La marca de cerveza James Ready convocó a su fiel clientela para participar en una buena causa: “ayúdanos a mantener esta cerveza a un dólar”.</p> <p>Una de las cosas que hicieron fue reducir los gastos en publicidad, pidiendo a su público objetivo que compartiera sus vallas publicitarias, desafiando así las formas convencionales en las que se compran y utilizan las vallas publicitarias.</p>
32	<p>12. Reformulación (Arthur B. Van Gundy, 1988)</p> <p>Libro “Techniques of Structured Problem Solbing” con la técnica de las dos palabras</p> <p>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.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar el uso de esta técnica. Se pueden utilizar palabras muy sencillas como zapato, maceta, mesa, etc.</p>
33	<p>13. Análisis Morfológico (Fritz Zwicky, 1969)</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Rellena los cuadros de cada columna con imágenes o pensamientos relacionados que se te ocurran. Cuando hayas completado las columnas</p>

	con las ideas ya puedes empezar a combinar las imágenes para que den lugar a una idea.
34	<p>IMAGEN Matriz de análisis morfológico y resultado</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar el uso de esta técnica llevando rejillas o matrices pre elaboradas y aplicar la técnica para evaluar resultados.</p>
35	<p>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.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés al grupo para ejemplificar el uso de esta técnica iniciando una cuento o historia que los alumnos vayan complementado conforme avanza.</p>
36	<p>15. Ideogramación Esta técnica se considera estructuradamente y transformadora de los códigos verbales en ideogramas.</p> <p>Consiste en representar gráficamente las ideas relevantes de un texto u obra. Tiene gran utilidad como técnica de estudio para fomentar aptitudes creativas. Promueve la educación y su expresión original.</p> <p>Sus aplicaciones son especialmente útiles en los entornos educativos y en los desarrollos de los trabajos comunicativos.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente llevará un cartel con ideogramación y los alumnos deberán interpretar algún mensaje con el uso del código</p>
37	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>PARA EL DOCENTE</p> <p><u>Metodología:</u> El proceso de la sinéctica incluye dos aspectos básicos: volver conocido lo extraño, y volver extraño lo conocido. Esto se logra mediante cuatro mecanismos analógicos, que se describen a continuación.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Analogías directas</u>: se comparan directamente dos hechos, productos o situaciones (por ej., comparar shampoo con café instantáneo). - <u>Analogías personales</u>: se describe el hecho o problema en primera persona, identificándose o cumpliendo el rol de los integrantes y componentes del problema (por ej., si queremos mejorar el envase de un producto, nos ponemos en el lugar del cliente y nos preguntamos ¿cómo lo abro? ¿cómo lo tomo?). - <u>Analogías simbólicas</u>: se intenta describir el problema con una imagen global que, partiendo de la estética, lo muestre desde otro punto de vista (por ej., si nos proponemos mejorar el flujo de información desde la cúspide de la organización alcanzando todos los niveles, podríamos compararlo con las hojas de un árbol que, en otoño, caen desde las ramas hasta el suelo...) - <u>Analogías fantásticas</u>: se traslada el problema a un mundo ideal, donde no hay condiciones restrictivas, para luego devolverlo al mundo concreto con nuevas ideas (por ej., nos podemos preguntar qué pasaría si la información en nuestra organización se trasladara telepáticamente...) <p><u>Consignas fundamentales y aspectos distintivos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hacer familiar lo extraño. - Hacer extraño lo familiar. - Relaciona las lógicas de dos objetos, conceptos o situaciones totalmente distintos. <p><u>Aspectos relacionados con su utilidad:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Reuniones y discusiones de resolución de problemas. - Se usa preferentemente en grupos entrenados, por su grado de dificultad. - Mejorar la calidad de procesos dentro de las organizaciones, adaptando las características distintivas de un mercado u organización a otros que aparentemente no tendrían mucho que ver. - Permite entender algo que no conocemos mediante otra cosa que conocemos mejor.
38	<p>IMAGEN</p> <p>Cartel publicitario. - El leopardo es un animal muy veloz por lo tanto hay una semejanza entre velocidad y el animal. Esta imagen fue utilizada para un anuncio publicitario de una empresa de fabricación de bicicletas, utiliza el leopardo como sinónimo de velocidad durante la persecución de la gacela.</p> <p>Fichas LEGO.- Las piezas de LEGO son objetos de aprendizaje que pueden ser conectados fácilmente con otras piezas idénticas que permiten la construcción de una estructura o de una idea más compleja.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede llevar un par de objetos o imágenes y solicitar a los estudiantes que hagan una analogía entre ese par de objetos</p>
39	<p>Analogía = Biónica</p> <p>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.</p>

	<p>Sobre las imágenes se comentará. - Innovación de la mejora de tren por la analogía de mundo animal. “El frente de los trenes de alta velocidad reproduce la forma de los picos de algunas aves que se desenvuelven con similar soltura en el aire y en el agua.”</p> <p>Análisis del comportamiento de las aves para su aplicación en las alas de los aviones. “Cuando un pájaro va a posarse en tierra (aterrizaje de un avión) las plumas del ala se van abriendo y así, reduciendo la velocidad se acercan al suelo planeando.</p> <p>En los aviones el aterrizaje, despliegan los <i>flaps</i> de las alas, logrando un aterrizaje a velocidad reducida con un descenso suave denominado efecto de planeo.”</p>
40	<p>Diapositiva de cortinilla de presentación:</p> <p style="text-align: center;">TECNICAS GRUPALES</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede prever ejercicios de cada técnica con el grupo organizándolo previamente por equipos para que se vea la aplicación práctica de los temas, con esto, se entiende también que esta presentación puede ocuparse para 2 o más sesiones de acuerdo al desarrollo de estos ejercicios.</p>
41	<p style="text-align: center;">17. Técnica 635 (Warfield)</p> <p>6 personas, 3 ideas, 5 minutos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>La hoja tiene que pasar por todas las personas, la cuestión es añadir ideas. Al final, el grupo tendrá 90 ideas (6x3x5) en sólo 25 minutos.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés y los equipos previamente organizados, aplicarán la técnica.</p>
42	<p style="text-align: center;">18. Técnica 4x4x4</p> <p>El grupo produce ideas, primero individualmente y después en grupo.</p> <p>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.</p>

	<p>Las cuatro ideas finales son el relieve cualitativo de toda la producción anterior.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés y los equipos previamente organizados, aplicarán la técnica.</p>
43	<p>19. Grupos nominales o de discusión</p> <p>Es una técnica de creatividad que sirve para generar ideas y evaluarlas.</p> <p>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).</p> <p>ESQUEMA. - secuencia de aplicación de la técnica</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés y los equipos previamente organizados, aplicarán la técnica</p>
44	<p>20. Phillips 6/6 (J.Donald Phillips)</p> <p>6 personas que discuten un tema durante 6 minutos</p> <p>¿Cómo?</p> <p>Se forman grupos de 6 personas, Se informa sobre la manera de exponer sus opiniones. Empieza la cuenta atrás de 6 min. Los secretarios escriben un informe. Leen el informe, sacan conclusiones y el moderador las sintetiza.</p> <p>Objetivos</p> <p>Permitir y promover la participación activa de todos los miembros de un grupo, por grande que éste sea. Obtener las opiniones de todos los miembros en un tiempo muy breve. Llegar a la toma de decisiones, obtener información o puntos de vista de gran número de personas acerca de un problema o cuestión.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés y los equipos previamente organizados, aplicarán la técnica</p>
45	<p>21. Debate</p> <p>Dos o más grupos de personas argumentan sobre el mismo tema, aunque con distintos puntos de vista. Ayuda a ganar en perspectiva. Se utiliza para empezar a pensar, no para generar ideas.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés y los equipos previamente organizados, aplicarán la técnica. Se debe llevar en papel la postura que cada equipo tomará para que realmente se aplique esta técnica.</p>
46	<p>22. Entrevista</p> <p>Forma de comunicación interpersonal con un objetivo determinado y con la finalidad de obtener información relevante</p>

	<p>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.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés y los equipos previamente organizados, aplicarán la técnica. Se debe llevar o solicitar que se genere una entrevista estructurada de preferencia para que se aplique de manera más ordenada la técnica.</p>
47	<p>23. Método Delphi o panel (Rand Corporation)</p> <p>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.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés y los equipos previamente organizados, aplicarán la técnica. Se debe llevar o solicitar el estudio previo de un tema para tener “expertos” a quienes el resto del grupo escucharán y cuestionarán.</p>
48	<p>24. Psicodrama o role-playing</p> <p>Técnica creativa que examina el problema de un grupo o un problema social mediante la representación escénica o de roles.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés y los equipos previamente organizados, aplicarán la técnica. Se debe preparar en papelitos los diferentes roles que se caracterizarán en la</p>

	dramatización y entregar a algunos estudiantes quienes ejecutarán la “obra de teatro”
49	<p>25. Aspectos PNI</p> <p>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:</p> <p>Aspectos Positivos (“P”), sus potenciales y aquellas razones por las que consideramos que la idea puede funcionar con éxito.</p> <p>Aspectos Negativos (“N”), sus debilidades y aquellas razones por las que consideramos que la idea puede no funcionar o que nos llevan a la precaución y la cautela.</p> <p>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.</p> <p>ESTRATEGIA: El docente puede sugerir algún tema de interés y los equipos previamente organizados, aplicarán la técnica.</p>
50	<p>Diapositiva de cortinilla de presentación:</p> <p style="text-align: center;">ENFOQUES CREATIVOS</p>
51	<p>Tomando como base las variables más conocidas para la medición de la creatividad y lo que Kastika, E. (2001) llama “enfoques 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:</p> <p style="text-align: center;">Flexibilidad</p> <p style="text-align: center;">Fluidez</p> <p style="text-align: center;">Originalidad</p> <p style="text-align: center;">Elaboración</p>
52	<p>Desarrollar fluidez</p> <p>La fluidez, en el campo de la creatividad, implica generar muchas ideas, no quedarse con una única respuesta e intentar desarrollar más.</p> <p>Creemos que, por sus características, las técnicas más apropiadas para desarrollar fluidez son:</p> <p>Brainstorming y las que consideramos adaptaciones y derivadas de éste: Brainsailing, Phillips 66, Gordon, Fish Pool y Análisis de Categorías.</p>

	<p>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.</p>
53	<p>Ser flexible</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
54	<p>Ser original</p> <p>Cuando se pretende ser original, se debe encontrar la aplicación de un concepto en un universo o contexto distinto al que pertenece.</p> <p>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.</p>
55	<p>Elaboración</p> <p>En determinadas circunstancias, es necesario profundizar el análisis desarrollando cuidadosa y minuciosamente las ideas, para obtener una visión elaborada sobre el tema en cuestión.</p> <p>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.</p>
56	<p>IMAGEN</p> <p>Esquema de resumen de los enfoques creativos señalando que técnica es más propicia para el desarrollo de que enfoque.</p>
57	<p>Conclusión</p> <p>Las técnicas creativas organizan nuestro pensamiento creativo y dirigen las dinámicas de generación de ideas.</p> <p>La creatividad, se experimenta por medio de las técnicas y del conocimiento.</p> <p>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.</p> <p>La técnica es parte de la solución porque nos ayuda a reflexionar sobre el problema.</p>
58	<p>CORTINILLA DE AGRADECIMIENTO Y CIERRE</p>

BIBLIOGRAFÍA

- FISHER, William P. (1989). *Marketing creativo para el servicio de comidas*. México: Ed. Trillas.
- RODRIGUEZ, Mauro, (1998). *Manual de creatividad "los procesos psicos y el desarrollo"*. México: Ed. Trillas, México.
- RODRIGUEZ, Mauro, (1995). *Psicología de la creatividad*. México: Ed. Pax.
- RODRÍGUEZ, Mauro. *El pensamiento creativo integral*. Ed. McGraw Hill. México. 1999. 99 pp
- KEIL, John M. *Creatividad*. Ed. McGraw Hill. México. 1990. 188pp.
- KASTIKA, Eduardo. *Desorganización creativa. Organización innovadora*.2001. Macchi.