

# Proceso educativo para promover en el aula EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD

## objetivo

Despertar la creatividad de tu público.



## Premisas

sobre las que trabajar para lograrlo

### LEY DEL MÍNIMO ESFUERZO

El cerebro trabaja bajo la ley del mínimo esfuerzo, lo que ha generado una instalación de tu receptor en una zona de confort mental. (P1).

### SER ACEPTADO

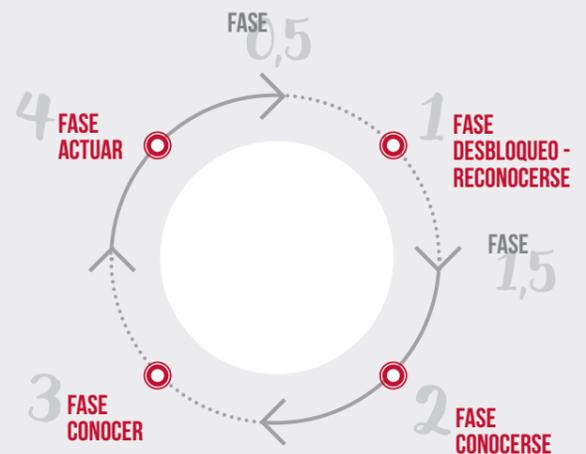
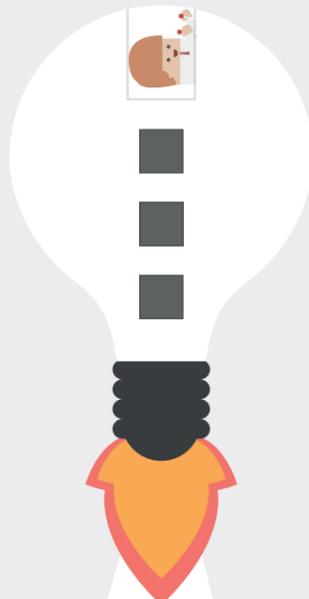
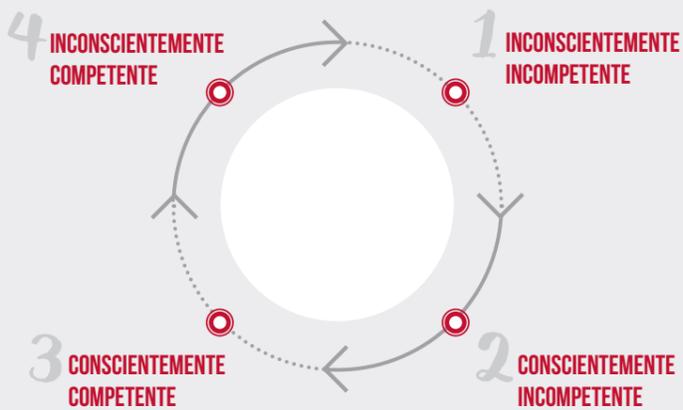
Deseo de ser aceptado por el entorno. (P2).

### CONTRA CREENCIAS INTERNAS

Deberemos trabajar contra una creencia interna: "No soy creativo". (P3).

## Proceso educativo

para el despertar creativo



# 0,5 fase PREVIA

## objetivo

Comenzar a **conectar con tu público** y a bajar " las defensas" que pueda tener el receptor:  
"Otro cursito más", "Con lo que tengo que hacer..."

## recuerda

Al público te lo ganas desde el primer instante, **desde la primera bienvenida.**

## start

### PRESENTACIONES

Comienza presentándote:

Ayuda a transmitir seguridad al otro, y hazlo de forma no convencional... por contenido y forma.

### BUENA IMPRESIÓN

"Nunca se tiene una segunda oportunidad para crear una buena primera impresión: sonrisa, mirada, energía positiva... generar el clima desde el primer instante es fundamental para que posibilite que posteriormente que se abran.

### ENTORNO

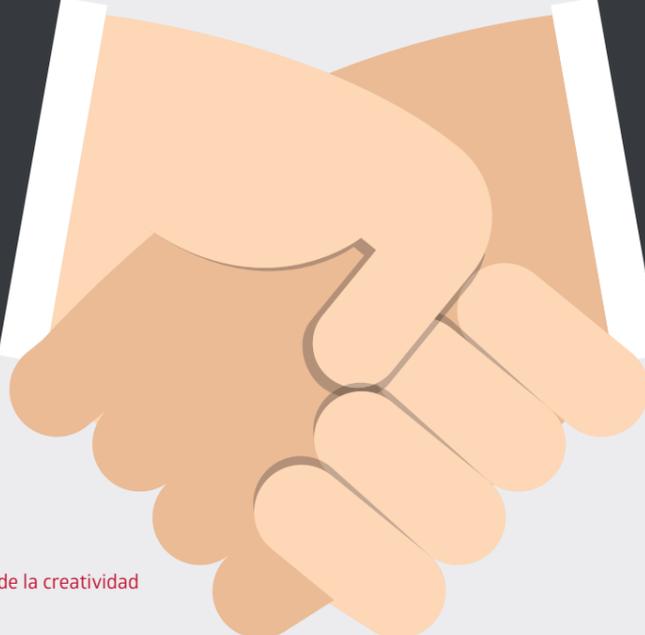
Recuerda **el continente facilita el contenido.**

La sala siempre abierta. Hay que sacarle de "su protección" de la fila.

Welcome!!



hello!!



# 1 fase DESBLOQUEO

## objetivo

El objetivo es **romper moldes mentales** y predisponer su estado mental a algo totalmente diferente... **vencer el miedo a la aceptación** (P2).

## recuerda

O juegas dentro de la creatividad o estás fuera... **no hay medias tintas...** Si te ven cortado ellos no se sueltan y seguirán cortados. Fuerza pero sin bloquear...

## start

### Aspectos a tener en cuenta

#### SUPERA SUS EXPECTATIVAS

Fundamental al inicio de la sesión.

Debe de **superar cualquier expectativa** que él tenga...



#### ROZA LO ABSURDO

Tu público puede que sepa más dinámicas que tú...**Deben experimentar la tontería**, lo no convencional. Apelar a la locura del niño. **Anima a jugar**, a que se entreguen al 100%!!

#### FELICITA

Agradece anima, y felicita ante cualquier pequeño salto creativo que manifiesten...



#### BUSCA TU ALIADO

Observa e identifica **quién puede ser tu aliado** en esta cruzada...:

**Al más proactivo**, abierto, cercano a la frontera del "mundo creativo"



### Keys for success

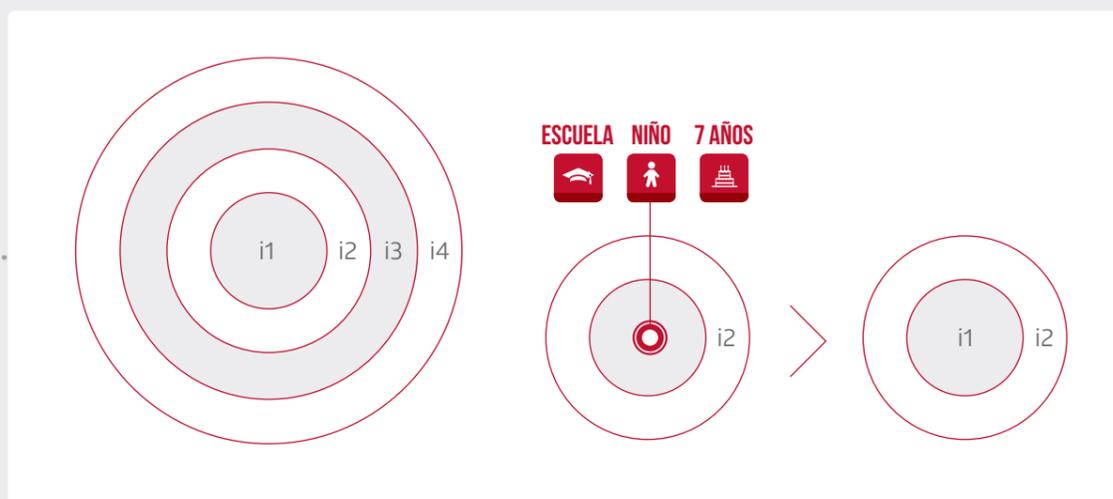
No pasar a la siguiente fase si percibes que no has cumplido el objetivo.

No juzgar: cualquier acto es válido... (si lo haces otros se cortarán).

No dar protagonismo al alumno "terrorista" para que no contagie al resto de su mundo "no creativo"

Genera fluidez, rapidez y dinamismo.

### Busca que salgan de su mundo (i1)



# 1,5 fase IMPLICACIÓN

## objetivo

El objetivo es **despertar mayor interés por lo que venga** a continuación en la sesión.

## recuerda

No debe ser mucho tiempo.

## start

### PERSONALIZAR LA SESIÓN

Después de llamarle la atención con la fase 1, necesitamos que toda la sesión la **personalice de forma racional** en un motivo personal.

**"Dame un para qué y podré soportar cualquier cómo".**

### ¿PARA QUÉ SER CREATIVOS?

Preguntar en abierto **"para qué les puede ayudar en su vida ser más creativos"**.

## ¡Ojo!

### TU CAJA DE HERRAMIENTAS

Conviene mantenerlas escritas y visibles durante toda la sesión, para poder usarla como nuestra caja de herramientas cuando necesitemos captar la atención del grupo o de alguien en especial o buscar una aplicación de alguna técnica.

### TIENEN QUE PERSONALIZAR

No vale respuestas teóricas de "porque es bueno ser creativo". Pueden ser respuestas muy concretas: "Necesito resolver X problemática de mi clase", "me puede ayudar a devolverme la alegría"...

### NO SE JUZGAN

Pero sí se profundiza con el objetivo de **personalizar**... "¿en qué sentido?, ¿a qué te refieres? Sí! Qué bueno, ¿por qué?..." puede ayudar a otros a encontrar sus porqués o satisfacer el deseo de ser aceptado por los otros (P2) al ver que tienen la misma inquietud.



# 2 fase CONOCERSE

## objetivo

- 1 El objetivo es mediante la experiencia, caer en la cuenta de las "trampas" sobre las que está instalado nuestro cerebro que nos impiden ser más creativos.
- 2 Ir profundizando sobre el concepto de creatividad.

## recuerda

Antes de comenzar con la siguiente fase, pide feedback "estratégicamente" al principio de la sesión a alguien que veas que ha disfrutado y que puede influir positivamente en el grupo.

## Aspectos a tener en cuenta

### 1º ACCIÓN - 2º REFLEXIÓN - ACCIÓN-REFLEXIÓN

Caer en la cuenta, para fomentar el aprendizaje por el descubrimiento.

No es una clase teórica.

Esta fase busca en el receptor su: "voilà, wau! ahora comprendo!!, claro!!, lo veo".



## start

### ESCOGE TU FORMA DE LLEVARLO A CABO

Puedes hacerlo de forma estructurada o más fluida, enlazando directamente desde la fase 1.



### BUSCA AGILIDAD ENTRE LOS EJERCICIOS

Mantén un orden lógico en los mismos: Comienza desde el más básico y general al más concreto y particular.



# 3

VEGES

# 3

FORMAS DIFERENTES

# 1

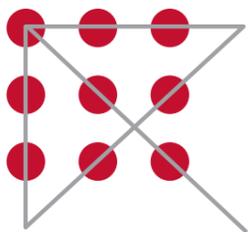
MISMO CONCEPTO

Redescubrirle cómo ser creativo mediante la praxis y la eliminación de creencias.

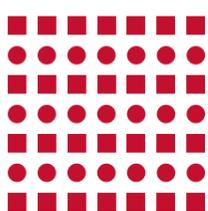
## Metodología

## Conceptos a trabajar

### CAJA MENTAL-LÍMITES



### PERCEPCIÓN: ¿QUÉ VES?



1. Un cuadrado compuesto de cuadrados o círculos más pequeños.
2. Filas alternas de cuadrados o círculos.
3. ¿Por qué no columnas de cuadrados y círculos alternos?

### PENSAMIENTO INMEDIATO VS PENSAMIENTO CREATIVO

Pensamiento inmediato



Pensamiento creativo



**creatividad**

¿De cuántas maneras diferentes puedo considerar el problema?

**creatividad**

¿De cuántas maneras diferentes puedo volver a plantearlo?

**creatividad**

¿De cuántas maneras diferentes puedo solucionarlo?



## Cómo pensamos y qué es la creatividad

Pensamos de forma reproductiva sin darnos cuenta.

El cerebro busca la solución utilizando ideas pasadas y lo hace siempre de forma selectiva buscando el mínimo esfuerzo.

El pensamiento creativo es pensar de forma productiva.

# modelo RCS

## objetivo

Generar un **gran volumen de ideas** mediante un nuevo replanteamiento del problema.

## recuerda

Definir el **foco creativo** lo más sencillo y general posible.

## start

### PENSAMIENTO INMEDIATO

**R**

No hay plazas de parking



**S**

Aumentemos plazas de parking

### PENSAMIENTO CREATIVO

**R**

No hay plazas de parking

Creatividad para mirar "no plaza parking"



**C**

¿De cuantas maneras diferentes puedo **considerar el problema?**

Creatividad sobre como "disminuir"



**S**

¿De cuantas maneras diferentes puedo **solucionarlo?**

- > Sobran coches
- > Sobran trabajadores
- > ...



**¡Ojo!**

Trabaja con **preguntas disyuntivas** para que no se "cuelen" en esta columna soluciones : ¿No hay plazas o es que sobran coches?

- > Hay que disminuir coches
- > Hay que disminuir trabajadores
- > ...

**¡Ojo!**

Los conceptos se redactan de **forma amplia y en términos globales**.  
Por ejemplo: Si la R es "Sobran trabajadores", la C sería "hay que disminuir los trabajadores" no "Hay que despedir trabajadores", el despido sería una de las muchas soluciones para resolver el nuevo reto de disminuir.

## recuerda

Redactar los conceptos en **términos de Reto**: "Hay que..."

- > Coches más pequeños.
- > Motocicletas
- > Autobuses gratis
- > Premiar coches más llenos
- > Coches sin estacionamiento (tipo taxis)
- > ...

## recuerda

**¡Cualquier idea es válida!**  
Buscamos Cantidad y no calidad.  
Mínimo 4-5 por cada Concepto.

# 3 fase CONOCER

## objetivo

Conocer las **distintas técnicas que existen** para la producción de ideas.  
Ejercitar su capacidad de **conectar conceptos**.

## recuerda

La clave es que tu público experimente el paso del **pensamiento reproductivo al "productivo"**.

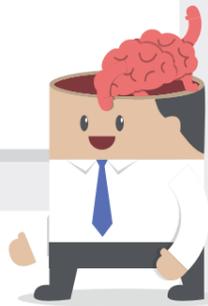


## Técnicas de pensamiento relacional

## Técnicas de pensamiento grupal

### EJERCITAR EL CEREBRO

Conviene hacerlas antes porque **ayudará a ejercitar el cerebro** para las técnicas grupales.



### FLUIDO Y ÁGIL

Pero ojo! debe hacerse de forma **fluida** y ágil si no se hará muy **soso...y siempre de forma lúdica**.

### COMIENZO CON CONCEPTOS ABSTRACTOS

Comenzar con **conceptos abstractos** y terminar una vez adquirida la técnica con una **aplicación real de su entorno educativo**.  
Puede ser elegida por ellos (comprobar que sea fácil de realizar) o sugerida por el formador.



## Keys for success

### GENERAR ESTÍMULOS

Es fundamental para sacarle de su esquema mental de "Clase convencional" (música, pensamiento fluido, imágenes, objetos...) pero ojo! todo orientado al objetivo de esta fase.

### EJEMPLOS ALEJADOS

Las técnicas se hacen primero con ejemplos que no tienen nada que ver con su área porque el objetivo es que aprendan la técnica y se descubran como seres creativos.

### APLICACIÓN REAL POSTERIOR

Si lo haces de su campo... Están demasiado contaminados y encerrados en sus 9 puntos. Pero siempre explicarles cómo pueden cambiar una palabra por otra de su área y lo tendrían resuelto.

### TÉCNICAS

Analogías, Listado de atributos, Conector, Collage creativo...

### CONOCER LA TÉCNICA

Explicar que **la clave es conocer la técnica** y que luego ellos se lleven para aplicarla.

### SENCILLAS A COMPLEJAS

Empieza por **las más sencillas** para que **vayan inyectando creatividad** y después continúa con las más complejas.

### PASOS

- Ejercicio de **Desbloqueo - entrenamiento pensamiento fluido**. ( cuerpo- mente)
- Recordar que **toda idea es válida**: Cantidad y no calidad.
- **Animar** a que opinen todos
- **Escribir el Foco creativo**: Asegurarse que todo el mundo lo comprende y sabe lo que se espera de él.
- **Cerrar la técnica**: cuando se perciba una caída de la producción de ideas, sin

### RELATIVIZAR EL RESULTADO

Hoy es nuestra primera vez, **y puede que salga mejor o peor**.

### LO JUSTO

Introducir la técnica "**lo justo**". Hay que dar información para que se concentren pero no demasiada para no perder "la frescura". Para qué sirve: resolución de conflictos, generación de ideas...

alargarla mucho, recuerda que el objetivo es que **vivan en primera persona su capacidad como seres creativos**.

- **Felicita, agradece** y potencia para hacer aún mejor la siguiente.
- Preguntar sobre la **existencia de asesinos internos** de la creatividad.
- **Recoger frutos**: análisis de lo sucedido y explicación de las claves para poderla realizar en su entorno de trabajo

# 4 fase ACTUAR

## objetivo

Es desarrollar un plan de acción para el público que le permita permanecer cada vez más tiempo en su "mundo creativo"

## Ponlo en práctica

start

### APLICA EL R-C-S

Piensa en una problemática que tengas y aplica el modelo R-C-S. Genera un mínimo de 5 realidades y 5 conceptos.

### CAMBIA DE HÁBITO

Durante un mes cambia un hábito que tengas: ¿Misma secuencia de cosas cuando te levantas? ¿Mismo trayecto?...

### PRACTICA LAS HABILIDADES CONDUCTUALES DE DESCUBRIMIENTO

Desafiar el Status quo

→ cuestionar

→ observar

Capacidad de asumir riesgos

→ conectar

→ experimentar

<C, O, C>E = IDEA!!

### OBSERVA CUALES SON TUS ASESINOS INTERNOS

Objetivo: Sacar un patrón del tipo de asesino que tienes y las situaciones en las que suele salir.

asesinos

situaciones



## Cuadrante actividades 4-A

### CRUZAR LAS BARRERAS FÍSICAS

Cambia de lugar: "¿Qué copiaría para un aula?"

### CRUZAR LAS BARRERAS INTELLECTUALES

Un nuevo libro, revista, videojuego, película...

### DESARROLLAR UNA NUEVA HABILIDAD

Un nuevo hobby, deporte,...



### DESMONTAR UN PROCESO/HÁBITO PRODUCTO

Imagina, cómo fueron diseñados, planificados, fabricados, describe los para qué y los porqué, qué preguntas lleva implícita cada pieza o parte por la que fueron creados.

### SALIR EN BUSCA DE TENDENCIAS

Tratar de mirar tendencias emergentes. Mirar hacia el futuro... Investiga durante un mes tendencias en la sociedad y que pueden inspirar nuevos aportes en la educación.



*Proceso educativo  
para promover en el aula*  
**EL DESARROLLO DE  
LA CREATIVIDAD**