

L A B O R A T O R I O
CREACTIVO

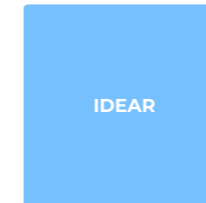
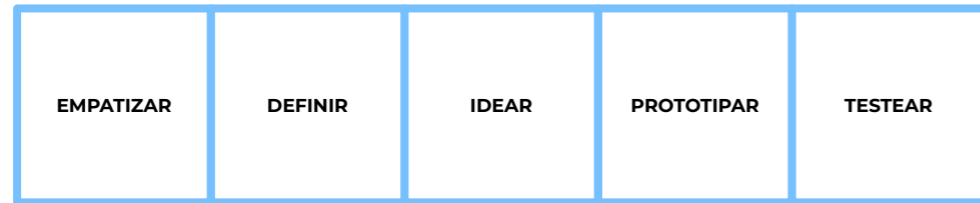
MARCELO CARRETTO + JESSICA STEBNIKI

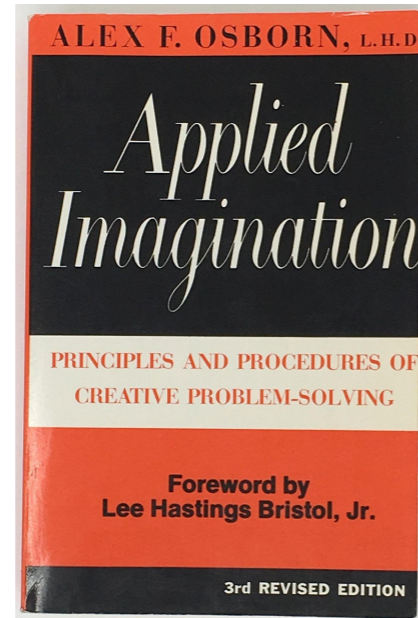
Taller 02

Aterrizaje

¿Cómo estás hoy?
¿Cuál es tu especialidad culinaria?

Diferencias entre Design Thinking y Laboratorio CreActivo





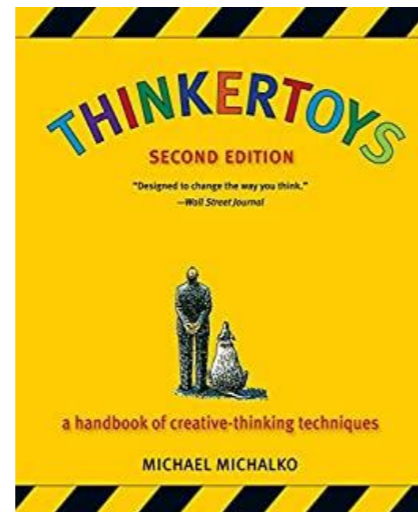
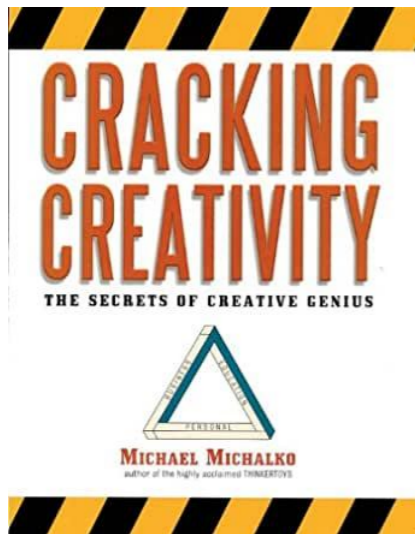
BIBLIOGRAFÍA

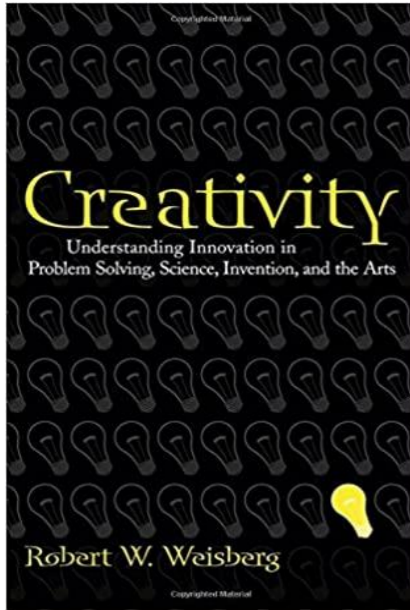
El pensamiento lateral - Edward de Bono - Paidós - ISBN 8449334098 - 1974

Applied imagination. Principles and procedures of creative problem-solving. - OSBORN, A.F. - Charles Scribner's Sons - ISBN 0684162563 - 3rd Revised edición - 1979

Cracking Creativity: The Secrets of Creative Genius – Michael Michalko - Ten Speed Press - ISBN 1580083110 - 2001

Thinkertoys: A Handbook of Creative-Thinking Techniques (2nd Edition) by Michael Michalko - Ten Speed Press - ISBN-13 : 978-1580087735 - 2006





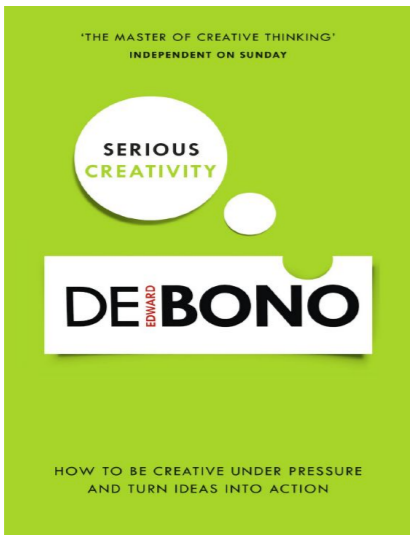
BIBLIOGRAFÍA

Creativity: Understanding Innovation in Problem Solving, Science, Invention, and the Arts - Robert W. Weisberg - Wiley - ISBN-10 : 0471739995 - 2006

Innovative Intelligence - David Weiss y Claude Legrand - Wiley - ISBN 9780470677674 - 2011

Serious Creativity: How to be creative under pressure and turn ideas into action by Edward de Bono - Ebury Digital - ASIN : B00RKX0QBS - 2015

Design Thinking para la innovación estratégica - Idris Mootee - Urbano - ISBN 9788492921065 - 2014



Herramientas creativas

Se pueden agrupar en:

- Mirar de otra forma
- Pensar visualmente
- Pensar fluidamente
- Buscar nuevas combinaciones

Herramientas creativas

Del orden al caos y de vuelta al orden

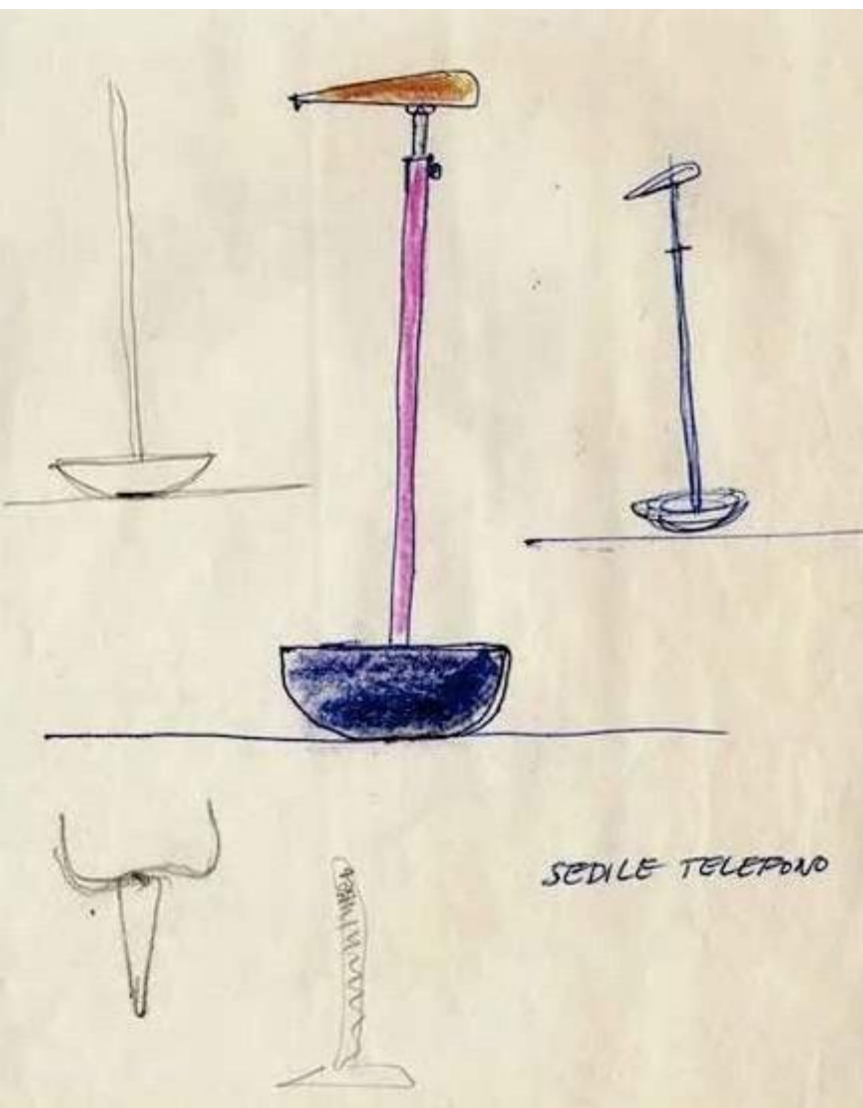


Herramientas creativas

Se basan en:

- Dejar ir tu pensamiento
- Asociación radiales: asociar alrededor de una idea
- Asociación en cadena: asociar una idea a otra
- Combinar
- Usar estímulos externos para agitar nuestras ideas

**NO TE CONFORMES CON LO FÁCIL,
BUSCA MÁS Y MÁS Y MÁS.**



Telephone Stool
Pier Giacomo and
Achille Castiglioni

Title: Sella Stool, Model 20

Designer: Achille Castiglioni (Italian,
1918–2002)

Designer: Pier Giacomo Castiglioni
(Italian, 1913–1968)

Date: 1957

Medium: Leather, copper, painted
wood, and steel

Home > (Re)issues > Seating > Designer Stool & Bench

"SELLA" STOOL BY ACHILLE & PIER GIACOMO CASTIGLIONI FOR ZANOTTA

Brand new Designer Furniture



869,00 €

include 0,20 € for green tax



AUTHENTIC (RE)ISSUE

zanotta:

A partnership with 

+ 59,00 € shipping fees from France to :

United Kingdom

Estimated shipping time : 8 weeks

1

ADD TO CART

ADD TO MY WISHLIST

ASK A QUESTION ABOUT THIS PRODUCT

OUR COMMITMENTS

- ✓ Authenticity 100% guaranteed
- ✓ Payment 100% secure
- ✓ Customized delivery
- ✓ Money back guarantee



Merdolino

Year: 1993

Company: Alessi

Designer: Stefano Giovannoni

Nato all'interno del metaprogetto F.F.F., operazione che nei primi anni '90 si è data l'obiettivo di scandagliare la struttura affettiva delle forme e degli oggetti, partendo dall'idea di riprodurre il processo di creazione dell'oggetto comune al mondo dei bambini e alle culture primitive, lo scopino per il wc nel progetto di Stefano Giovannoni si è trasformato da oggetto off limits in uno snello vasetto da cui spunta un lungo, allusivo, invitante arbusto. Scandalo per i benpensanti del design, ed enorme successo negli anni.



Scopino per WC in termoplastica ASG04

 in resina  da pavimento

Venduto da:

ALESSI S.P.A.  Italia

prezzo indicativo *

39 €



Vedi i dati di contatto

 [Aggiungi ai preferiti](#)

 [Confronta con altri prodotti](#)

¿Qué contribuye a un **clima creativo**?

La investigación de Goran Ekvall revela 10 dimensiones que parecen tener impacto en un entorno creativo.

Ser conscientes de estas dimensiones nos permite tomar medidas directas para mejorar el clima de creatividad.

9 Estimulantes

+

1 Obstáculo

1. **Desafío** - La implicación emocional de los miembros de la organización en sus operaciones y objetivos.
2. **Libertad** - La independencia en el comportamiento que ejercen las personas de la organización.
3. **Soporte de ideas** - Maneras en que se tratan las nuevas ideas
4. **Confianza y apertura** - La seguridad emocional en las relaciones
5. **Dinamismo y vivacidad** - La agitación en la vida de la organización
6. **Alegría y humor** - La espontaneidad y facilidad que se muestra
7. **Debate** - Encuentros y choques entre puntos de vista, ideas y experiencias y conocimientos diferentes.
8. **Toma de riesgos** - La tolerancia a la incertidumbre en la organización.
9. **Tiempo para idear** - La cantidad de tiempo que la gente puede y usa para elaborar nuevas ideas.

1. **Conflicto** - La presencia de tensiones personales y emocionales (en contraste con las tensiones de ideas en la dimensión de debate).

Te alejas de la creatividad cuando:

- te las sabes todas
- vives criticando
- supones que todo está inventado
- no te juntas con lo distinto a vos
- solucionas todo con una sola idea
- tardas una eternidad en decidirte
- te burlas de quienes prueban

Te acercas a la creatividad cuando:

- preguntas
- aprendes
- descubres
- juegas
- combinas
- eliges
- pruebas

¡LOS ASESINOS DE IDEAS ESTÁN ESTRICTAMENTE PROHIBIDOS!

- Eso ya existe
- No está en nuestro estilo.
- Suena demasiado simple / complicado.
- ¿Alguien ha hecho algo así antes?
- ¡Qué asco!
- Eso no es coherente con la forma en que hacemos las cosas aquí.
- Gran idea, pero no para nosotros.
- La gente dirá que somos tontos.
- ¿De verdad crees que funcionará?
- Eso es muy interesante, pero...
- Eso es fantástico, pero...
- Sí, pero... ¿Quién lo va a hacer?

REGLAS DE ORO DE LA IDEACIÓN

- No hay malas ideas, prohibido criticar.
- Cantidad sobre calidad
- Documentar todo
- Utilizar y enriquezca los comentarios de los demás para obtener ideas más sólidas
- Mantener una mente abierta y una actitud sin prejuicios
- Combinar ideas.

REPASO:

**Declaración de desafíos
para identificar oportunidades**

Declaración de desafíos

La forma en que expresamos las cosas influye en cómo pensamos acerca de ellas.

En la resolución creativa de problemas, usamos un lenguaje específico.

¿Cómo podríamos ...?

¿Cómo podríamos nosotros ...?

¿De qué manera podríamos ...?

Declaración de desafíos

VERBO DE ACCIÓN + PARA QUIÉN + OBJETIVO

¿Cómo podríamos permitir que los internautas habituales den un consentimiento a más largo plazo para algunos contenidos en lugar de una solicitud continua que les resulta molesta?

¿Cómo podríamos hacer para los internautas que el consentimiento sea atractivo e informativo para invitar a una consideración más profunda?

¿Cómo podríamos nosotros facilitar el acceso a internet de calidad de forma gratuita para los estudiantes de Uruguay?

¿Cómo podríamos ayudar al cliente de nuestro restaurante a entender el valor del plato?

El problema de los problemas o el desafío de los desafíos


Algunas aclaraciones


- **¿Cómo podríamos crear una vacuna para la diabetes?**

Desafío de investigación científica = No son adecuadas las metodologías ágiles de forma exclusiva, pero se pueden combinar con metodologías tradicionales de Gestión de la Innovación (PMBOK)

- **¿Cómo podríamos crear una batería para el celular que dure el doble de horas?**
- **¿Cómo podemos duplicar la capacidad de generación de energía de las células fotovoltaicas?**

Desafíos técnicos cerrados = tienen una solución previsible o son Problemas de investigación

 *¿Cómo mejorar la señal de wifi?*
Tema técnico / cerrado

 *¿Cómo hacer que más personas accedan a wifi?*
Tema abierto

Compartir con
vecino de forma
segura y
temporal

Sumar señales
en la manzana

Poner plaza con
wifi gratis

Donar mis
saldos de wifi

- ¿Cómo podríamos mejorar el aprendizaje de matemáticas en las escuelas públicas de contextos críticos?
- ¿Cómo podríamos mejorar la adherencia al tratamiento de los pacientes con diabetes?
- ¿Cómo podríamos optimizar el uso de batería de los celulares?
- ¿Cómo podríamos facilitar el acceso a energía fotovoltaica de los hogares Montevideanos?

Desafíos técnicos abiertos = tenemos que hacer un equipo multidisciplinar vinculado al tema pero **son adecuados para este tipo de metodología.**

Contexto del Laboratorio

En este tipo de talleres funcionan mejor los problemas abiertos y poco técnicos dado que los saberes de los equipos son diversos y al azar.

- **¿Cómo podríamos mejorar el sistema de transporte público de la ciudad?**

Todos en mayor o menor medida somos usuarios o convivimos con el sistema de transporte por lo que tenemos para aportar, experimentar y validar.

Buscamos problemas para resolver

Hacer un curso de canto o Escribir un libro
son deseos NO problemas

X *Limpieza*

Así como está redactado, no es un problema

- Se puede referir a la limpieza del auto, de la casa, de la ciudad, de la oficina, etc
- ¿Quién tiene ese problema?
- ¿Qué consecuencias tiene?

Equipos de trabajo

EQUIPO 1

Pablo baratt
Florencia Ghio
Alejandro Ferreira

EQUIPO 2

Leandro Cabrera
Valeria Valez
Romina Lacoste

- 1. Vamos a poner en común nuestras declaraciones de desafíos y elegir 3 por equipo**
- 2. Completar un *Lienzo de hipótesis* para cada desafío elegido**
- 3. Analizar los tres desafíos con el equipo docente para elegir uno.**

Lienzo de hipótesis

DESAFÍO:

¿Por qué es necesario solucionar el problema?

¿Quién tiene ese problema?

¿Qué beneficios obtendrá al resolver el problema?

¿Cómo se soluciona actualmente?

Nota: hacer una por desafío.

[EJEMPLO] Lienzo de hipótesis

DESAFÍO: Cómo podríamos nosotros hacer que más estudiantes accedan a internet de calidad de forma gratuita para facilitar sus estudios a distancia.

¿Por qué es necesario solucionar el problema?
La pandemia cambió la forma de dar clases y no todos pueden acceder a una conexión estable y gratuita para estudiar.

¿Quién tiene ese problema?
Personas del interior y personas de bajos recursos en las ciudades sin una conexión wifi sin límite.

¿Qué beneficios obtendrá al resolver el problema?

Mejorar la calidad de la educación en épocas de pandemia y post pandemia.

¿Cómo se soluciona actualmente?

- Cupones de Antel
- Bibliotecas y centros de estudio con wifi gratis.



AHORA

- 1. Vamos a poner en común nuestras declaraciones de desafíos y elegir 3 por equipo**
- 2. Completar un *Lienzo de hipótesis* para cada desafío elegido**
- 3. Analizar los desafíos con el tutor y elegir uno.**



VOLVEMOS 19.55

Idear

ADVERTENCIA

SOLUCIONES = PRODUCTOS O SERVICIOS

Buscamos soluciones dentro del ámbito de los productos o servicios.

NO BUSCAMOS CAMPAÑAS

Casi todas las propuestas ameritan una campaña de comunicación.

Las técnicas usadas en publicidad y comunicación creativa difieren de las utilizadas para productos o servicios y no son el foco del curso.

• **CREATIVIDAD** •

• **CREATIVIDAD** •

**Todas las personas
somos creativas**

Es una cuestión de: actitudes, procesos y permisos.

• CREATIVIDAD •

Es un proceso mediante el cual se soluciona de forma original un problema.

• CREATIVIDAD •

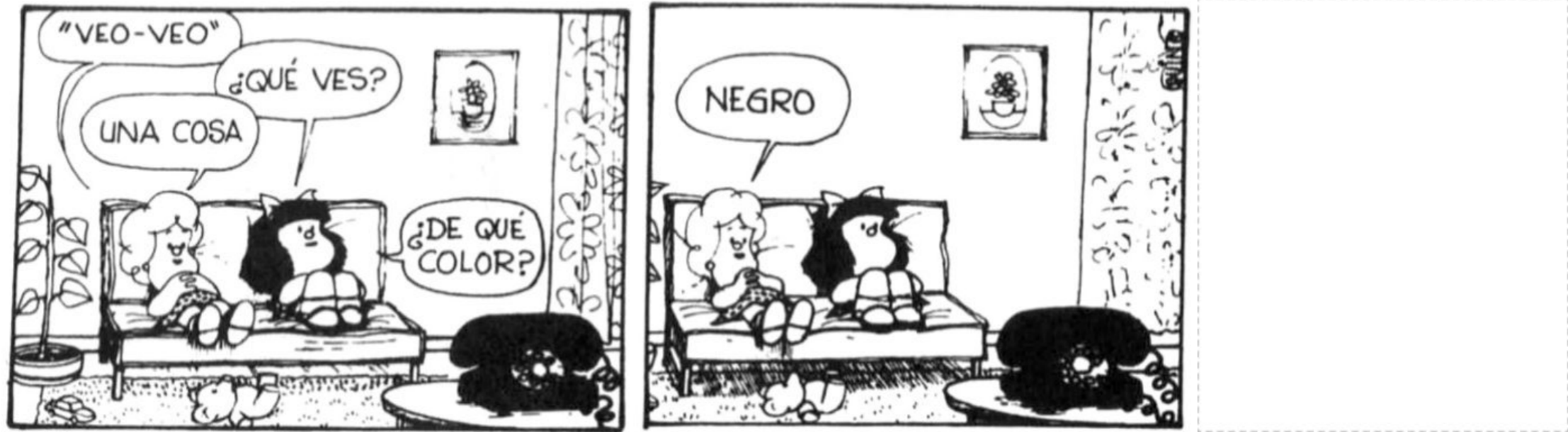
es una habilidad
y como tal, es algo
que podemos practicar
y aprender.

• CREATIVIDAD Y CHISTES •

Un chiste se compone de elementos conocidos unidos de una manera novedosa.

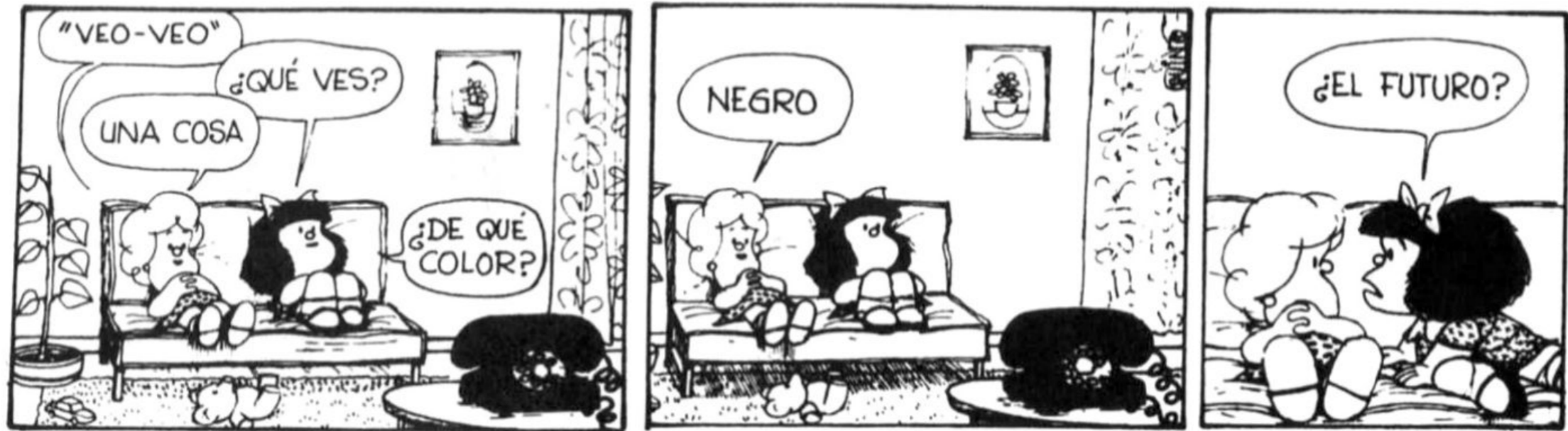
Algo choca dentro nuestro, lo conocido con lo imprevisto, y aparece la risa.

• CREATIVIDAD Y CHISTES •



Mafalda / Quino

• CREATIVIDAD Y CHISTES •



Mafalda / Quino

• NUEVOS USOS •

La idea de este ejercicio es encontrarle otros usos, además de los que ya conocemos, a un objeto.

Por ejemplo un JABÓN sirve para la higiene personal pero también lo podemos usar como pisapapeles, material para tallar, molde para llaves, y otros...

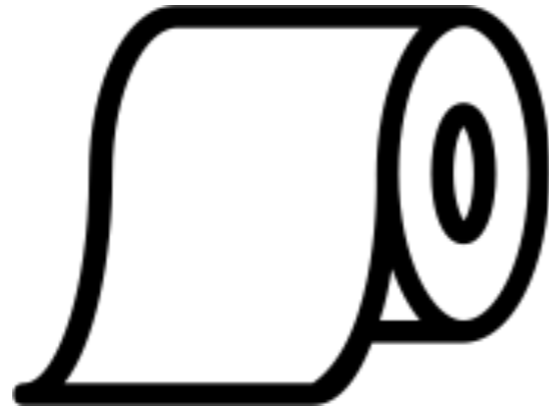
AHORA

IMPORTANTE

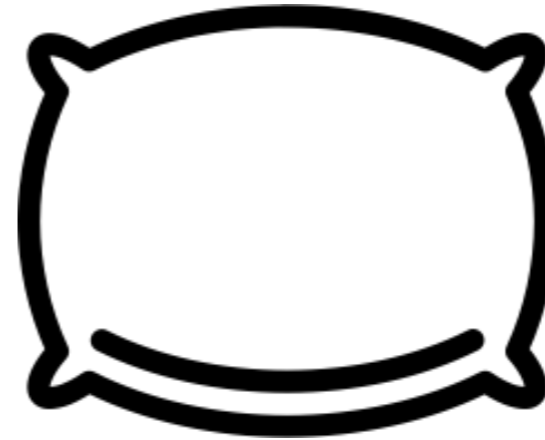
No se trata de tener la idea correcta,
sino de crear la mayor cantidad de
posibilidades.

• NUEVOS USOS •

Tienen 3 minutos para encontrar seis nuevos usos para



PAPEL HIGIÉNICO



ALMOHADA

**CON ESTE EJERCICIO APLICAMOS
EL PENSAMIENTO DIVERGENTE**

• PENSAMIENTO DIVERGENTE •

$$5 + 5 = 10$$

$$5 + 5 = 5 \times 2$$

$$5 + 5 = 5 + 5$$

$$5 + 5 = \text{.....}$$

$$5 + 5 = \text{DIEZ}$$

$$5 + 5 = X$$

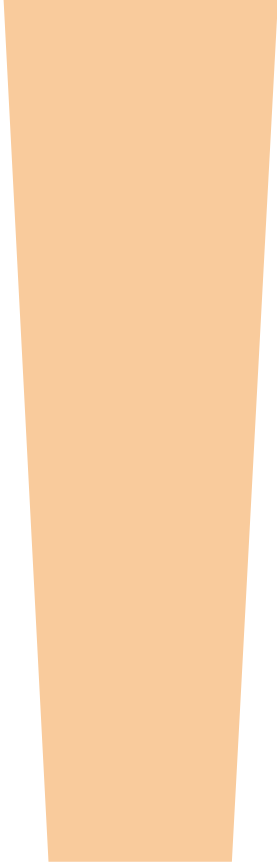
• PENSAMIENTO CONVERGENTE •

$$5 + 5 = 10$$

Para generar ideas es necesario tener un pensamiento divergente (muchas soluciones).

No es tener la idea correcta,
**se trata de crear la mayor
cantidad de posibilidades...**
dado que las primeras ideas
en general son las más obvias.

Brainstorming Silencioso



Vamos a aplicar una técnica
de creatividad llamada
Brainstorming Silencioso
al problema que tiene definido
cada equipo



AHORA



Instrucciones

Se deben escribir soluciones en el lienzo para que el resto del equipo pueda verla e inspirarse para generar nuevas propuestas.

No pueden ser palabras,
deben escribir ideas que se entiendan.

Intentar no generar listas.
Ubicarlas en el lienzo alrededor del problema.

Cada integrante del equipo debe esforzarse por
escribir 10 soluciones.



AHORA

Reglas

7 minutos de concentración

La generación de ideas debe ser constante y sin interrupciones.
No se pueden quedar mucho rato leyendo o sin escribir.

Suspender el juicio.

Eliminar toda crítica o apoyo a una idea en particular.
La evaluación se reserva para después.

Pensar libremente.

Las ideas locas son las mejores en este momento.

El efecto multiplicador.

Utilizar las ideas de los demás como estímulo para escribir otra idea.

AHORA

**Potenciador
de ideas**



POTENCIADOR DE IDEAS

¿Qué pasaría si el dinero no fuera un obstáculo?

¿Qué haría Superman para cambiar la situación?

¿Cómo resolvería este problema una persona del futuro?

¿Qué pasa si la solución no puede ser digital?



AHORA

3 minutos

escribir