



PLANTILLA DE CONTENIDO DE LA LECCIÓN



Erasmus+

Project funded by: **Erasmus+ / Key Action 2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances.**

Lección 1. Creatividad y resolución de problemas

INTRODUCCIÓN

En esta lección, presentaremos la definición de creatividad y sus características clave: relevancia y novedad. A través de ejemplos mediante la lluvia de ideas y las herramientas de los seis sombreros, el alumno aprenderá a potenciar la cantidad y calidad de las ideas creativas.

OBJETIVOS

- Comprender el concepto de creatividad en función del nivel de relevancia y novedad.
- Explorar el uso de la herramienta de lluvia de ideas para hacer una lista de ideas y descubrir cómo surge la creatividad.
- Desarrollar los conceptos de novedad y relevancia y aprender a encontrar las ideas más creativas y valiosas.

¿QUÉ ES LA CREATIVIDAD?

¿Qué es la creatividad? La creatividad no es una fuerza mística que ilumina sólo a unos pocos.

La creatividad no es solo algo tangible y reconocible; también es aprendible. Es fundamental que potencies tus habilidades creativas porque es necesario para resolver problemas con dos características, relevancia y novedad.

- **La relevancia** es el grado en que una solución resuelve el problema por completo.
- **Novedad** es el grado de diferencia u originalidad que exhibe esa solución.

Practicar la resolución de problemas con mayor grado de relevancia y novedad nos capacitará para generar ideas en mayor cantidad y calidad, y eso es creatividad.

El arte a menudo se confunde con la creatividad, pero el **arte** es la habilidad de crear belleza, no la capacidad de resolver problemas. El hecho de que uno no pueda dibujar o pintar no significa que uno no sea creativo. Estos son dos conjuntos de habilidades separados.

CREANDO UNA LISTA DE IDEAS

El proceso creativo siempre comienza con la creación de un gran número de nuevas ideas.

En un ejercicio de lluvia de ideas en el que se crea una lista con ideas, por lo general, los primeros elementos de la lista son probablemente las ideas más obvias, y los últimos elementos de la lista suelen ser un poco más inusuales.

Esto se debe a que las primeras son fáciles, pero había que estirar más la imaginación para seguir generando ideas.

Como consejo, nunca abandones el proceso creativo demasiado pronto porque continuar el proceso conducirá a las ideas más potentes.

La generación de ideas tiene una forma que se puede graficar. El eje vertical es Q, la cantidad o calidad de las ideas que se generan. El eje horizontal es T, la cantidad de tiempo necesario para crear esas ideas.

En una sesión de lluvia de ideas, las primeras ideas surgen temprano y rápido. Esos son los que todos generan, pero se hizo más difícil generar ideas a medida que avanza el proceso. Hay una pausa en esa ideación hasta que alguien se encuentra con una idea divergente que provocó un segundo conjunto de ideas novedosas antes de tocar fondo.

Generación de ideas:

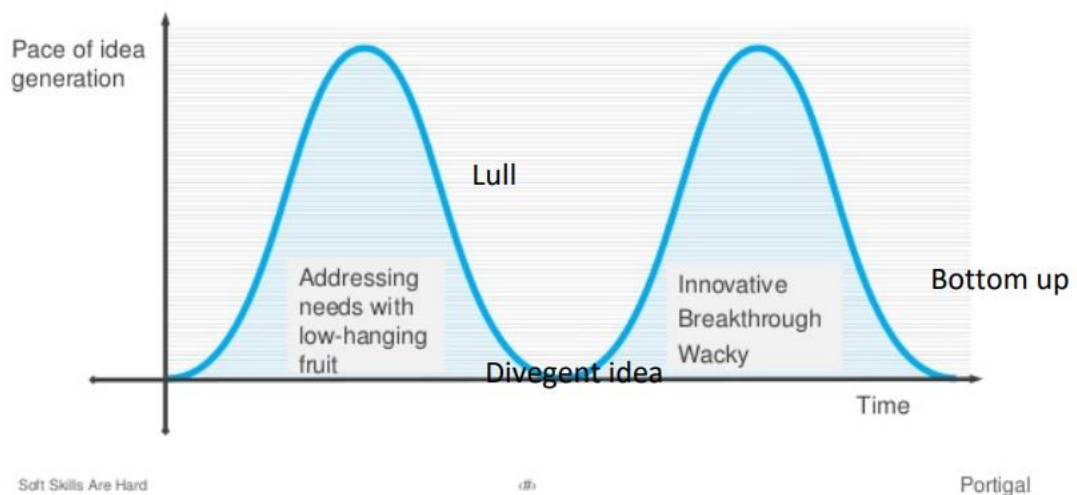


Imagen: Portugal, S. (2015) Soft skills are hard <https://www.slideshare.net/steveportugal/soft-skills-are-hard-45029654> . 23/02/2015 Slideshare slide 55/61 [13/06/2021].

Esta es la forma de la ideación, y se desarrolla de esta manera consistentemente.

La creatividad es una habilidad que puedes cultivar. Las respuestas más creativas en un ejercicio de lluvia de ideas se extraen de la experiencia, la perspectiva y los años de capacitación indirecta e involuntaria para resolver problemas rápidamente, no porque la creatividad sea un talento sobrenatural.

Sé dueño de tu habilidad creativa	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Perspectiva • Práctica
-----------------------------------	--

Esta es una habilidad entrenable y aprendible. Aquellos que sobresalen en ello lo hacen porque han estado practicando conscientemente la **resolución de problemas con relevancia y novedad**. Esta es la clave del entrenamiento creativo.

EL PAPEL DE LA RELEVANCIA

La **relevancia** es el grado en que un problema se resuelve completamente.

Todas las soluciones no son iguales. Algunas soluciones resuelven sólo una parte del problema.

Otros, incluso causan más problemas de los que solucionan.

Cada idea que generamos tiene un grado de relevancia. Si aprendemos a resolver problemas con un alto grado de relevancia, mejoramos la creatividad en la solución.

Los adultos suelen sobresalir en la relevancia. Mirando el siguiente gráfico, el primer torrente de ideas en cualquier sesión de lluvia de ideas suele ser de temas muy relevantes que resuelven el problema a fondo, pero estas ideas generalmente carecen de novedad.

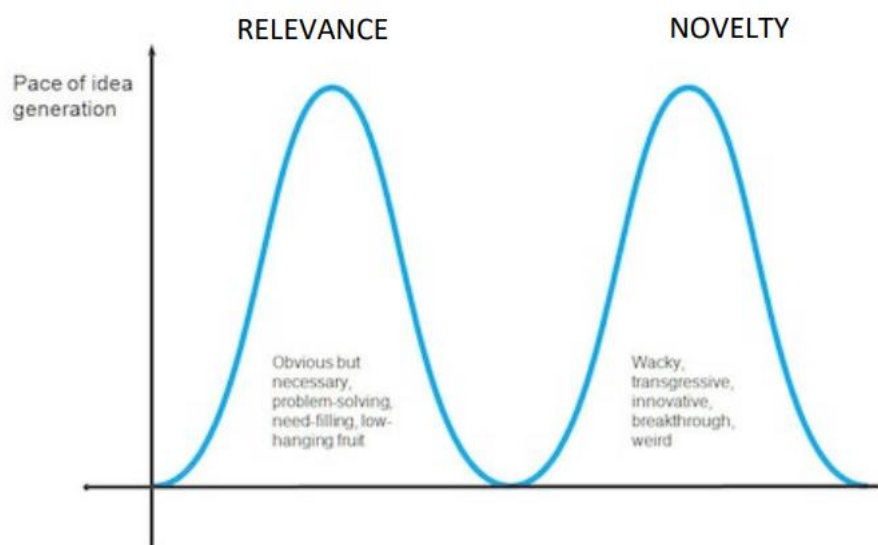


Imagen: Kempinski, N. (2012) The hump. In Who is Nock? 14/05/2012

<https://whoisnick.com/the-hump/> [13/06/2021]

Por lo general, las ideas que crees que son menos creativas son las que tienen más relevancia. Por otro lado, la novedad es lo que hace que una idea sea innovadora, pero, sin relevancia, esa idea no vale nada.

El objetivo es identificar cómo generar ideas que mantengan esa relevancia para que podamos comenzar a agregar novedades.

Generación de ideas	Identificar cómo mantener la relevancia mientras se aumenta la novedad.
---------------------	---

Si desea aprender a generar ideas rápidamente, debe determinar **el resultado mínimo para el éxito**. Este concepto representa lo que tiene que suceder, al menos, para que el problema se considere resuelto.

Generando Relevancia	Determinar el resultado mínimo para el éxito.
----------------------	---

Si tiene una idea que no presenta ese problema, es irrelevante cuán novedosa se vuelva la solución. Tanto la relevancia como la novedad son necesarias.

En cada problema que encuentre, lo primero que debe observar es identificar el resultado mínimo. Con eso, tienes la base de la idea necesaria y, luego, eres libre de agregar novedades a la ecuación.

EL PAPEL DE LA NOVEDAD

La relevancia es la intensidad y efectividad con la que se resuelve un problema. La novedad es el grado de originalidad y unicidad de la solución.

Novedad	El grado de originalidad dentro de una solución.
---------	--

La novedad se ve a menudo como la característica más crítica de la calidad de una idea. Valoramos las ideas que son nuevas, especiales, desconocidas y que

atravesan la normalidad de una experiencia. Por otro lado, la Relevancia a menudo se asume en una solución. Para dar por resuelto un problema, se da por supuesta la relevancia.

El primer bulto en el gráfico anterior representa las ideas relevantes, aquellas que surgieron fácilmente. El segundo golpe hace referencia a ideas que son más novedosas y fue después de que se agotaron las relevantes. Las ideas en el segundo golpe podrían describirse con la analogía de la fruta madura¹ y, por lo general, son menos relevantes que las primeras.

¿Cómo podríamos generar ideas que sean a la vez relevantes y novedosas?

Como adultos, estamos acostumbrados a definir soluciones a los problemas, pero luchamos con el absurdo porque pensamos que eso no resuelve el problema. Entonces comenzamos con la relevancia.

Los niños piensan al revés, luchan con la relevancia y sobresalen en la novedad.

Los niños podrían ayudarnos a pensar de manera más creativa.

Si queremos practicar la novedad con eficacia, tenemos que ir al extremo y jugar en un espacio absurdo. Obtener ideas novedosas es más fácil, para empezar, una idea ridícula y luego volver a ponerlas en relevancia que otras formas.

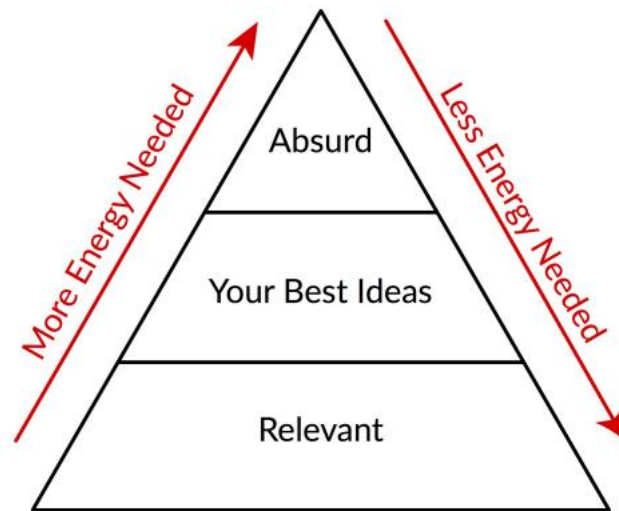
Practicando la novedad	<ul style="list-style-type: none"> • Piensa como un niño • Abraza el absurdo • Jugar
------------------------	---

¿Qué tendrías que hacer para que eso sea realmente edificable?

Por ejemplo, si una de sus características fuera, digamos, una pista de carreras con golosinas. Retirar eso puede parecer una cinta de correr con un fondo de desplazamiento detrás. Puede ser necesario mantener el concepto detrás de la solución pero reestructurar la ejecución para que sea más relevante. La novedad se ha convertido en la garantía de la calidad creativa, pero la relevancia sigue siendo necesaria para que el problema sea resuelto por esa idea.

Si piensas en las ideas que generas con frecuencia, ¿dirías que estas ideas son una locura, o necesitarías un empujón para definir las como novedosas?

La verdad es que **la mayoría de las ideas que producimos tienen que impulsarse hacia el territorio creativo.**



FUENTE: Collins, B. (2017) Esto es lo que dice Hans Zimmer sobre la vergonzosa agonía de la creatividad. En Mission.org 31/08/2017 de <https://medium.com/themission/heres-what-hans-zimmer-says-about-the-shameful-agony-of-creativityeb28e00940e4> [13/06/2021]

Como ves en la figura, las ideas más ordinarias están más alejadas de la “zona de tu mejor idea” que las absurdas. Entonces, sería más fácil sacar ideas del absurdo que impulsarlas desde lo ordinario. Para nosotros es más fácil añadir relevancia a una idea absurda que añadir novedad a una relevante.

El problema que nos impide comenzar con ideas locas es que, con demasiada frecuencia, nuestro objetivo es la aprobación en lugar de la innovación.

Si trabajamos en cualquier forma del entorno empresarial, dedicamos la mayor parte de nuestro tiempo profesional a generar ideas para aprobaciones en lugar de soluciones innovadoras.

Desde la aprobación de nuestro jefe hasta la aprobación del cliente, la mayoría de las ideas que generamos están destinadas a pasar algún tipo de proceso de aprobación.

Aquí está un ejemplo, en un artículo de Hans Zimmer, donde habla sobre la creatividad y cómo este compositor busca ideas absurdas cuando se trata de crear una nueva película musical: <https://medium.com/the-mission/heres-lo-que-hans-zimmer-dice-sobre-la-vergonzosa-agonía-de-la-creatividad-eb28e00940e4>

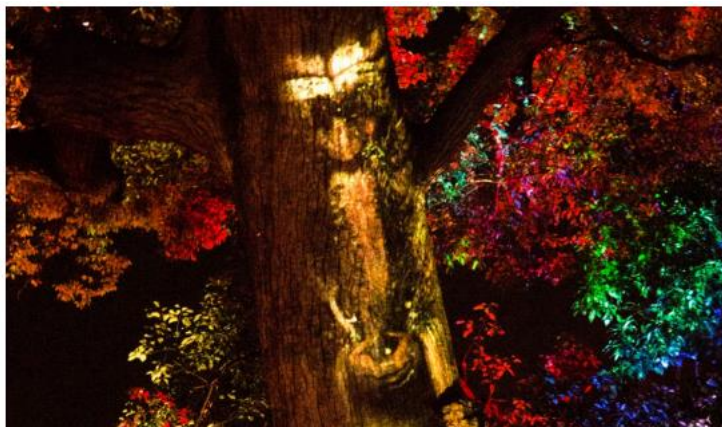
Hans Zimmer recomienda: “La próxima vez que esté luchando con un proyecto creativo, trate de pensar en tantas ideas absurdas como sea posible... luego

busque lo que sea relevante”.2

Otro ejemplo de abrazar el absurdo es el diseño de una mesa de billar innovadora y divertida como ejercicio para impulsar el pensamiento creativo:



Fuente: Fast Company, 3 de julio de 2016. 10 ejercicios para impulsar el pensamiento creativo <https://www.fastcompany.com/3057486/10-exercises-to-fuel-creative-thinking>
[13/06/2021]



Fuente: Marek Hilge, H. (2021) Espectáculo Mystic Tree. Dando vida al patrimonio cultural de China aprovechando la magia de los multimedia en <https://www.henryhilge.com/8359125/mystic-tree-show> [13/06/2021]

Conclusión

La creatividad es la resolución de un problema con un alto grado tanto de relevancia como de novedad.

Al elaborar nuevas ideas, la generación de ideas se puede graficar en una figura de doble golpe. El primer bache describe el primer grupo de ideas que suelen surgir pronto y rápido y que son relevantes para resolver el problema, pero que por lo general carecen de novedad. El segundo bache corresponde a una segunda etapa más dura que se desencadena en torno a una nueva idea divergente que se pone sobre la mesa cuando las primeras se agotan. Este segundo torrente de ideas es más creativo.

Para obtener ideas creativas, es más fácil derribar una idea absurda que impulsa una relevante. Se han compartido varios ejemplos de ideas innovadoras en la lección como ejemplo.

Bibliografía

Collins, B. (2017) Here's what Hans Zimmer says about the shameful agony of creativity. In Mission.org 31/08/2017 from <https://medium.com/the-mission/hereswhat-hans-zimmer-says-about-the-shameful-agony-of-creativity-eb28e00940e4> [13/06/2021]

Courseware (2019) Creativity: Thinking out of the box. Courseware.com

Fast Company, 3 July 2016. 10 Exercises to fuel creative thinking <https://www.fastcompany.com/3057486/10-exercises-to-fuel-creative-thinking> [13/06/2021]

Gray, D.; Brown, S.; Macanuso, J. (2010) Gamesorming. A playbook for innovators, Rulebreakers, and changemakers. O'Reilly Media Eds.

Marek Hilge, H. (2021) Mystic Tree show. Bringing China's Cultural Heritage to life by leveraging the magic of multimedia in <https://www.henryhilge.com/8359125/mystic-tree-show> [13/06/2021]

Mumaw, S. (2020) Creativity. Generate Ideas in Greater Quantity and Quality. LinkedIn Learning. Seelig, T. (2017) Creativity Rules. Get Ideas Out of your head and into the world. HarperOne Eds.