

# Técnicas para lograr la creatividad

Las ideas creativas se desarrollan al abrir nuevos caminos en el cerebro con la finalidad de volver a configurar los pensamientos existentes y al generar acercamientos creativos ante un determinado desafío. Se ha desarrollado una variedad de métodos para fomentar este proceso. Los más importantes para la producción de la televisión infantil están delineados a continuación.

## Apertura y toma de conciencia

La creatividad es ante todo un asunto de actitud interna. A fin de pensar diferente se requieren la apertura y la curiosidad (la de la mente de un principiante) y una buena toma de conciencia, entrenada lo más posible. Cuanto más limitado se encuentre el horizonte de la toma de conciencia, menos ideas nuevas se generarán y menos accesibles serán para la conciencia. Ejercicios diseñados para entrenar la conciencia incluyen, por ej., la percepción focalizada en el empleo de todos los sentidos o la percepción al azar de ruidos con ojos cerrados- sin analizarlos y sin involucrarse en procesos racionales. La "BrainGym" (Gimansia mental) (Hyatt, 2007) puede ayudar a activar ambas mitades del cerebro. Ejercicios típicos de este estilo podrían ser seguir una ilustración imaginaria de 8 con los ojos o describir una gran figura de 8 con los brazos extendidos. (Noack, 2012).

## Técnicas creativas

**Escribir muchas ideas**, p. ej., "lluvia de Eskimo"

Todas las asociaciones relacionadas con un tema se anotan por escrito dentro del marco de tiempo de 1 minuto. Cualquier brecha mental se supera insertando la palabra de relleno "Eskimo" (Thomas, 2014).

**635:** Este método incluye a 6 participantes cada uno de los cuales escribe 3 ideas sobre una hoja de papel en 5 minutos y luego se rotan las hojas.

**Preguntas variadas:** Con un objetivo claramente formulado en mente, se realizan una variedad de preguntas que se responden considerando el punto: "Sin utilizar palabras, ¿cómo podemos expresar lo que este producto produce en la mente del usuario? Esto estimula la producción de una gran cantidad de ideas creativas (Pricken, 2010).

**Analogías:** Al utilizar procesos de pensamiento que inicialmente son irrelevantes se pueden inspirar nuevas líneas de pensamiento (Sintéticos). Una palabra estímulo, por ej., árbol, es tomada como punto de partida para el análisis y el problema se resuelve a través de analogías. ¿Cuáles son las características de un árbol y qué nos dicen a nosotros sobre la naturaleza del problema que estamos intentando resolver?

Se utilizan ilustraciones como estímulo y luego, por ej., las características de la ilustración se usan para inspirar el subsiguiente trabajo creativo relacionado con el problema que se está tratando. "Abrir la Biblia al azar": Este método implica insertar un cuchillo en una biblia u otro libro- entre sus páginas. El pasaje o frase encontrada al azar en el libro es entonces utilizada como estímulo para analizar el problema (Thomas, 2014).

**Matriz morfológica:** Un problema se divide en diferentes unidades pequeñas. Se le encuentra una solución parcial a cada una de estas unidades y esas soluciones parciales luego se combinan dentro de una solución total. (Ritchey, 2013).

## "Pensar diferente"

Walt Disney tiene fama de haber

alentado específicamente procesos del pensamiento creativo al estimular las perspectivas de soñadores, críticos y realistas.

Un espacio equipado adecuadamente lo ayudaba a sentir empatía con cada uno de sus puntos de vista. Este **método Disney** puede ser fácilmente aplicado utilizando diferentes sillas o asignando diferentes papeles a los miembros del grupo (por ej., Dilts, 1994). Como una extensión de esto se halla el principio de los **6 sombreros pensantes** por medio del cual los miembros del grupo reciben sombreros (O tarjetas) de diferentes colores con la finalidad de inspirar patrones de pensamiento. Blanco = pensamiento analítico, que se focaliza en los hechos; rojo = pensamiento emocional, se focaliza en los sentimientos; negro = pensamiento crítico que se focaliza en problemas y riesgos; amarillo = pensamiento optimista que se focaliza en los beneficios y oportunidades; verde = pensamiento creativo focalizado en ideas inusuales; azul = Pensamiento organizativo, que se focaliza en la agrupación y estructuración (de Bono, 2015).

**Pensamiento de Jano:** Se trata de la combinación de opuestos y de ver el "otro lado" realizando combinaciones ridículas y oposiciones imposibles (Rothenberg, 2011).

Para facilitar los procesos del pensamiento creativo es útil ver los problemas desde una perspectiva diferente. Para comprender al grupo meta de la televisión infantil a menudo es muy útil incorporar su perspectiva.

Las experiencias táctiles, por ej., con juguetes de los niños, el típico gusto, por ej. de dulces o el perfume de una niña pueden ser experiencias sensoriales que generan ideas creativas que están más cerca y a tono con el grupo meta.

Dra. Maya Götz (IZI)

## REFERENCIAS

de Bono, Edward (n.y.). Six Thinking Hats. Disponible en: [http://www.debonogroup.com/six\\_thinking\\_hats.php](http://www.debonogroup.com/six_thinking_hats.php) [13.04.15]

Dilts, Robert (1994). Strategies of Genius. Vol. I: Aristotle, Sherlock Holmes, Walt Disney, Wolfgang Amadeus Mozart. Capicola: Meta Publications.

Hyatt, Keith (2007). Brain Gym: Building Stronger Brains or Wishful Thinking? Remedial and Special Education, 3/4(28), 117-124.

Noack, Karsten (2012). Pocket Business. Kreativitätstechniken: Schöpferisches Potenzial erkennen und nutzen. Mannheim: Cornelsen Scriptor.

Pricken, Mario (2010). Creative Strategies. Idea Management for Marketing, Advertising, Media and Design. London: Thames & Hudson.

Ritchey, Tom (2013). General Morphological Analysis, paper presentado en la 16th EURO Conference on Operational Analysis, Brussels, 1998. Disponible en: <http://www.swemorph.com/pdf/gma.pdf> [05.04.15]

Rothenberg, Albert (2011). Janusian, Homospatial and Sepconic Articulation Processes. In Mark Runco & Steven Pritzker, Encyclopedia of Creativity (pp. 1-9). San Diego: Academic Press.

Thomas, Carmen (2014). Lösungen erzeugen durch-Kreativität mit Methode. Televizlon, 27(1), 38-42

## Traducción

María Elena Rey