

2 TÉCNICAS CREATIVAS

Caballero, Jimena. (2023). "Cómo emprender en las industrias culturales y creativas". Águila Ediciones.

CAJA DE ZWICKY

Es una técnica para la generación de ideas creada por el astrofísico Fritz Zwicky a finales de la década de 1960. El objetivo de esta herramienta es resolver problemas mediante el análisis de las partes que los componen.

Se trata de una matriz o cuadro con atributos que conforman un problema y sus variaciones, donde al combinarlos de diferente modo, forman soluciones distintas al mismo problema.

Para desarrollarlo se lleva adelante la siguiente secuencia de pasos:

1. Análisis

Especificar el problema, analizarlo para descomponerlo en parámetros o atributos, determinando si estos son suficientemente importante para añadirlos a la matriz. Para ello, debes preguntarte si al quitar este atributo el problema seguiría existiendo.

2. Combinación

Debajo de cada parámetro, en la matriz o cuadro, es necesario colocar tantas variaciones como se

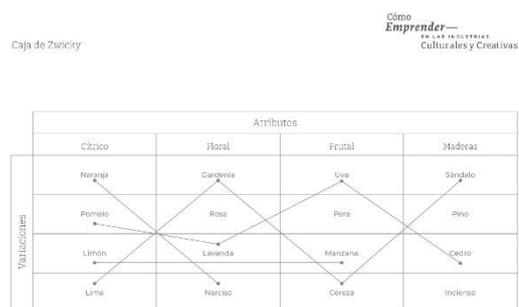
deseen para ese parámetro. El número total de parámetros y variaciones, determinará la complejidad de la matriz.

3. Búsqueda morfológica

Esta etapa consiste en identificar el «producto morfológico» analizando las combinaciones posibles, estas pueden ser al azar o en secuencia ordenada. No importa cómo, pero seguramente obtendrás nuevos resultados por cada combinación.

A continuación te muestro un ejemplo muy sencillo de su implementación.

Problema: Desarrollar un perfume para telas



Caja Zwicky

De este modo, según la combinatoria existen más de 300 combinaciones de variables, pero será necesario que analices cuáles serán las más viables.

Acá seleccioné algunas combinaciones posibles:

- Producto 1: Perfume para telas de naranja y narciso.
- Producto 2: Perfume para telas de pomelo, lavanda, uva y cedro.

- Producto 3: Perfume para telas de limón y manzana.
- Producto 4: Perfume para telas de lima, gardenia, cereza y sándalo.

Las proporciones serán luego inherentes al producto, pero con este sistema resulta más sencillo formar gran cantidad de ideas que te permitirán generar nuevos productos. Solo es cuestión de reconocer las partes del problema (atributos) e identificar las posibles variaciones de estas.



BRAINSTORMING

Una técnica de generación de ideas muy conocida, pero muy mal implementada.

Esta herramienta ideada a finales de 1930 por el publicista Alex Faickney Osborn es una técnica grupal, colaborativa, divergente y de mucha creatividad, que tiene por objetivo encontrar la mayor cantidad de «soluciones» a un «problema» específico. Trabajar con esta técnica de manera grupal permite obtener mayor cantidad de ideas y, mediante la sinergia que genera, surgen diversas y amplias soluciones.

Como toda técnica, está conformada por una serie de pasos, donde la regla principal es «evitar el juicio», dado que desde todo enfoque cualquier idea es válida y ninguna debe ser rechazada. Pensar libremente es una premisa muy importante, por lo que las ideas disparatadas son recursos esenciales para la implementación de esta herramienta creativa.

Sin importar lo imposible de las ideas, lo crucial es generar un gran número de ellas para pasar a revisión luego de terminar la sesión creativa. Esto ocurre porque al menos las primeras 30 ideas no serán altamente creativas, dado que el grupo puede encontrarse «tímido». Para algunas sesiones puede fijarse como objetivo generar más de cierta cantidad de ideas.

La interacción del grupo creativo incrementa la generación de ideas que el trabajo individual no permitiría; con esta técnica las ideas se retroalimentan y potencian en la dinámica grupal.

Para una buena sesión de Brainstorming es necesario:

- quien modere y guíe la sesión, resuelva dudas y dinamice la participación del grupo;
- quien se encargue de tomar nota de todas las ideas generadas y pueda o no participar de la sesión dependiendo de la cantidad de participantes;
- quienes participen proponiendo soluciones al problema planteado. (no más de 10, no menos de 3 participantes);
- espacio amplio, cómodo, y que permita la disposición de los participantes en ronda para fomentar la comunicación y visualización de cada persona con su par en el grupo;
- hidratación adecuada.

Para el desarrollo de la sesión de Brainstorming las fases son:

1. Planteo del problema

Explicando a los participantes el objetivo de la sesión, determinando el tiempo de duración, indicando el máximo de ideas a alcanzar y recordando las reglas básicas de la actividad.

2. Inicio de la sesión y generación de ideas

Dar comienzo con algún juego en el que los participantes deban enumerar objetos, características, etc. sirve para ir rompiendo el hielo. También se puede iniciar la sesión con una prueba cortita y disruptiva.

3. Análisis

Este constituye el último paso, donde se analizarán de forma objetiva y concreta las ideas, eligiendo las más adecuadas e interesantes para dar solución al problema original. Las ideas pueden agruparse según características comunes para facilitar su selección.

–Es importante considerar que como toda tarea grupal, para ser efectiva debe realizarse ordenadamente y que utilizar una pizarra para exponer las ideas del grupo es una manera de potenciar la retroalimentación.

