

Pensament creatiu

Dos hemisferis i una guia

Rafa Blasco Lázaro
Marçal Moliné Golovart
Sílvia Sivera Bello

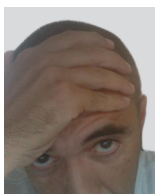
PID_00149872

Material docent de la UOC



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu


Rafa Blasco Lázaro

Ser llicenciat en Ciències de la Informació el va portar a ser redactor. Ser redactor el va portar a ser director creatiu. I ser director creatiu el va conduir a ser director creatiu executiu. Va començar a Tiempo/BBDO i ara treballa a Wonderland (pel camí, va ser en altres grans agències de publicitat com són Lorente, Vinizius Young & Rubicam, Delvico Bates, Springer & Jacoby, Atlético i Tapsa). Ser creatiu l'ha portat a aconseguir premis en grans festivals internacionals. I guanyar premis, a ser jurat de molts d'altres. Ser jurat li ha permès saber que sempre ens queda gairebé tot per aprendre.


Marçal Moliné Golovart

Creatiu, estrateg, escriptor, conferenciant i docent, està considerat un dels publicitaris més rellevants de la publicitat espanyola. Va ser soci fundador i ideòleg de l'agència MMLB, que va aportar una nova concepció de la creativitat i del servei a l'anunciant. Posteriorment es va associar amb Publicis i va ser director creatiu a Tàndem DDB Barcelona i a Bassat Ogilvy Madrid. Ha obtingut nombrosos premis i ha estat jurat de diversos festivals de publicitat, entre ells i en tres ocasions, del de Cannes. Ha publicat cinc llibres i centenars d'articles de divulgació sobre l'activitat professional i les tècniques publicitàries. Com a docent, ha dissenyat un màster i ha fet classes, seminaris i cursos sobre creativitat publicitària a la Universitat Abat Oliba de Barcelona i a la Universitat Cardenal Herrera de València.


Sílvia Sivera Bello

Llicenciada en Publicitat i Relacions Públiques i màster en Societat de la informació i el coneixement, va treballar, durant més de quinze anys, com a creativa en agències de publicitat multinacionals. Des de 2006, és professora de la Universitat Oberta de Catalunya, on es responsabilitza de les assignatures de l'àmbit de la creativitat a la llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques i en el grau de Comunicació. També fa classes de Creativitat publicitària i Publicitat alternativa a un màster de l'Istituto Europeo di Design i prepara la seva tesi doctoral entorn del màrqueting viral, tema sobre el qual ha publicat un llibre.

Primera edició: febrer 2010

© Rafa Blasco Lázaro, Marçal Moliné Golovart, Sílvia Sivera Bello

Tots els drets reservats

© d'aquesta edició, FUOC, 2010

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Disseny: Manel Andreu

Realització editorial: Eureka Media, SL

ISBN: 978-84-692-9477-2

Dipòsit legal: B-8.141.2010



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement (BY) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya). La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/legalcode.ca>

Introducció

De la mateixa manera que s'aprèn a caminar caminant, l'única manera vàlida d'aprendre a ser creatiu –en qualsevol àmbit de la nostra vida, personal, laboral o acadèmica– és pensant creativament. Aquest és l'objectiu de l'assignatura i l'abordarem amb la destil·lació dels coneixements que ens aportaran les lectures dels mestres De Bono, Blasco i Moliné. Però també, amb la guia pràctica i l'ampolla que t'adjuntem com a part dels materials didàctics (no, no és cap error de tramesa, ni una bogeria de la UOC: és una eina de treball). Tranquil·litat, ho descobrirem pas a pas, ja que com diu un antic proverbi hindú: "qualsevol camí comença amb un primer pas".

Doncs bé, el nostre primer pas serà la lectura del llibre d'Edward de Bono, a qui es reconeix com una autoritat mundial en tècniques de pensament creatiu i és el creador del concepte *pensament lateral*. El seu llibre *El pensamiento creativo* constitueix un dels referents més pràctics sobre el pensament divergent. Considera'l un llibre de capçalera.

Després, iniciarem una exploració metafòrica del nostre cervell a partir dels mòduls "Hemisferi dret" i "Hemisferi esquerre". Malgrat que se sol associar la creativitat al costat dret –que controla el processament visual, espacial i musical– i la lògica, a l'esquerre –especialitzat en activitats seqüencials, numerals, verbals i racionals–, el que sembla evident és que només quan els dos hemisferis funcionen alhora es produeix la *guspira* joiosa de les idees. Per tant, la frontera entre els dos mòduls no serà la línia que separa el creatiu del racional (perquè, entre altres coses, els dos autors que els firmen són creatius de pro), però sí que ens permet tenir primer una visió pràctica del pensament creador (amb l'"Hemisferi dret") per a, després, detenir-nos en profunditat a la reflexió (amb l'"Hemisferi esquerre").

Rafa Blasco és, en aquesta assignatura, la veu imprescindible de les trinxeres. El creatiu en actiu que ens aporta una visió polièdrica del pensament creatiu, a partir de la seva pròpia experiència i d'una selecció de professionals de diferents àmbits. Fora de l'assignatura és un creatiu publicitari reconegut, membre del Club de Creativos (c de c), l'única organització sense ànim de lucre al nostre país que treballa per a millorar la qualitat del treball creatiu i la unió dels professionals d'aquest sector en favor de l'educació i la formació. Des d'aquí, el nostre agraiement més sincer per la seva implicació personal i per la col·laboració inestimable del c de c.

Web recomanat

Web d'Edward de Bono
<http://www.edwarddebono.com/es/about.htm>

Web recomanat

Club de Creativos
<http://www.clubdecreativos.es>

Marçal Moliné, un dels millors creatius publicitaris que ha tingut el nostre país, va ser el primer que va portar De Bono a Espanya per fer una conferència en la dècada de 1970. Una ment preclara que segueix en actiu, en docència i consultoria, i que ha tingut l'amabilitat de compartir el seu coneixement sobre el pensament creatiu amb la UOC. Un luxe.

Web recomanat

Moliné Consulting
<http://www.moline-consulting.com>

L'últim pas serà la guia "Destapa la teva creativitat"!, amb la qual es pretén que posis en pràctica algunes de les tècniques que aconsellen les lectures anteriors, i també algunes altres que han indicat els autors més reconeguts de l'àmbit. Sobretot resultarà una eina essencial per a aquells que no segueixin l'avaluació contínua, encara que el més recomanable és aprofitar l'oportunitat d'un aprenentatge pautat per a aconseguir els millors resultats, treballar en equip i aprendre dels errors (que són grans mestres).

I l'ampolla? Aquest objecte tan quotidià vehicularà tot el treball pràctic del curs. Hem volgut que tots tingueu exactament el mateix element per a poder començar en igualtat de condicions. A les teves mans està treure el màxim partit creatiu a una cosa tan "corrent". Tots estareu treballant amb la mateixa "matèria primera", cosa que permetrà veure les transformacions que s'aniran produint al teu cap i que t'obrirà la ment davant de l'allau –esperem– de possibilitats creatives que tots els companys anireu ideant.

Sabem que explotem una proporció relativament petita de la capacitat del cervell en les nostres activitats diàries. I el mateix es pot dir de la nostra capacitat creativa. Però ha de quedar clar que, de la mateixa manera que assumim que hi ha diferents nivells d'intel·ligència (i intel·ligències múltiples), també hem d'assumir que tots som creatius, malgrat que sovint no ens donem l'oportunitat de demostrar-ho.

Els que creuen que no tenen el "do de la creativitat" simplement ignoren com s'ha d'activar el procés creatiu. Però també els que viuen i treballen diàriament en el món de les idees, de vegades no són conscients de la manera com treballa el seu cervell. Doncs bé, per a tots ells aquesta assignatura pot ser útil, perquè els donarà pistes sobre com funciona i s'activa el procés creatiu.

Hi ha tants mètodes i tècniques com gustos i colors. Aquí tractarem de les més comunes i aplicables perquè, després, cadascú expressi la seva creativitat de la manera que més li convingui (ja que també creiem que hi ha creativitats múltiples).

Connecta els teus hemisferis, que comencem.

Objectius

Els objectius generals de l'assignatura són els següents:

- 1.** Conèixer diferents maneres de pensar sobre el pensament creatiu.
- 2.** Assumir que la creativitat no és un do reservat a uns elegits, sinó que és una capacitat que tots tenim i hem de treballar.
- 3.** Familiaritzar-se amb les claus del pensament divergent i lateral.
- 4.** Aprendre a usar, deliberadament i sistemàticament, diferents tècniques creatives.
- 5.** Aplicar el pensament creatiu a diferents àmbits de la comunicació.

Continguts

Mòdul didàctic 1

Hemisferi dret

Rafa Blasco Lázaro

1. Coneix els problemes. Evita les frustracions
2. Una definició de *creativitat*
3. La metodologia sense mètode
4. Hi ha límits en la creativitat?
5. Jo, jo i jo, o nosaltres, nosaltres, nosaltres
6. La formació del criteri
7. Jo crec, tu crees, ell crea. Nosaltres creem, vosaltres creeu... ells reben
8. Busca't la vida. D'altres ho fan i els va bé
9. Escoltem els creadores
10. El negoci del pensament, un negoci emocional

Mòdul didàctic 2

Hemisferi esquerre

Marçal Moliné Golovart

1. Del World Wide Web a la magdalena de Proust
2. Els mapes mentals
3. La pluja d'idees (*brainstorming*)
4. La lògica i la retòrica
5. Com crear amb eficàcia elements de comunicació
6. La creativitat per a la innovació
7. Com treure suc de la intel·ligència per a crear

Mòdul didàctic 3

Destapa la teva creativitat

Sílvia Sivera Bello

1. El missatge és l'ampolla
2. Sang, suor, llàgrimes i...
3. Els sentits de la creativitat
4. La lògica de la creativitat
5. Guilford i l'ampolla
6. Toca posar-se el barret!
7. De ventalls i mapes
8. Organització, organització
9. Per què l'anomenen *ampolla*...?
10. Deixa-la reposar
11. Ja ets el geni de la teva ampolla

Bibliografia

Bibliografia bàsica

Barlow, N. M. (2007). *Re-think. Piensa diferente*. Barcelona: Alienta Editorial.

Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona: Paidós.

Michalko, M. (2002). *Los secretos de los genios de la creatividad (Cracking Creativity)*. Barcelona: Gestión 2000.

Puente Ferreras, A. (1999). *El cerebro creador*. Madrid: Alianza Editorial.

Bibliografia complementària

Ackerman, D. (2005). *Magia y misterio de la mente*. Buenos Aires: El Ateneo.

Adrià, F. (1997). *Los secretos de El Bulli*. Barcelona: Planeta.

Alcázar, P. (2009). *Entre singles, dinkis, bobos y otras tribus*. Barcelona: Planeta Empresa.

Alonso-Fernández, F. (1996). *El talento creador. Rasgos y perfiles del genio*. Madrid: Temas de hoy. Ensayo.

Amabile, T. M. (1983). *The social psychology of creativity*. Nova York: Springer-Verlag.

Arden, P. (2005). *Usted puede ser lo bueno que quiera ser*. Barcelona: Phaidon.

Arden, P. (2008). *Pienses lo que pienses piensa lo contrario*. Madrid: Maeva.

Aristóteles (1998). *Retórica*. Madrid: Alianza.

Barron, F. (1969). *Creative person and personal freedom*. Princeton, N. J.: Van Nostrand.

Bono, E. de (1988). *Seis sombreros para pensar*. Buenos Aires: Granica.

Bono, E. de (1992). *Seis pares de zapatos para la acción*. Barcelona: Paidós.

Bono, E. de (1997). *Aprende a pensar por ti mismo*. Barcelona: Paidós.

Bransford, J. D.; Stein, B. S. (1987). *Solución ideal de problemas*. Barcelona: Labor.

Bruner, J. S. (1961). "The act of discovery". *Harvard Educational Review*, (núm. 31, pàg. 21-32).

Carter, R. (2002). *El nuevo mapa del cerebro*. Barcelona: RBA.

Csikszentmihalyi, M. (1988). *Optimal experience*. Nova York: Cambridge University Press.

- Damasio, A. R.** (1994). *Descartes's error: emotion, reason, and the human brain*. Nova York: G. P. Putnam's Sons. [Edició en castellà: *El error de Descartes* (2006). Barcelona: Crítica.]
- Davis, G. A.; Scott, J. A.** (1975). *Estrategias para la creatividad*. Barcelona: Paidós.
- Dóriga, E. L.** (1986). *Metodología del pensamiento*. Barcelona: Herder.
- Eysenck, H.** (1995). *Genius. The natural history of creativity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Feuerstein, R.** (1994). *Programa de enriquecimiento instrumental*. Barcelona: Paidós.
- García Uceda, M.** (2008). *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC.
- Gardner, H.** (1995). *Mentes creativas*. Barcelona: Paidós.
- Getzels, J. W.; Jackson, P. W.** (1962). *Creativity and intelligence*. Nova York: Wiley.
- Ghiselin, B.** (1952). *The creative process*. Nova York: Mentor.
- Gil, V.** (2008). *Crossumer*. Barcelona: Gestión 2000.
- Gil, V.** (2009). *Coolhunting*. Barcelona: Empresa Activa.
- Gladwell, M.** (2005). *Inteligencia intuitiva: ¿Por qué sabemos la verdad en dos segundos?* Madrid: Taurus.
- Glover, J. A.; Ronning, R. R.; Reynolds, C. R.** (1989). *Handbook of creativity*. Nova York: Plenum Press.
- Gobé, M.** (2005). *Branding emocional*. Madrid: Divine Egg Publicaciones.
- Gordon, W.** (1961). *Synectic: the development of creative capacity*. Nova York: Harper and Row.
- Guilford, J. P.** (1950). "Creativity". A: *American Psychologist* (núm. 5, pàg. 444-454).
- Guilford, J. P.** (1959). "Traits of creativity". A: H. H. Anderson (ed.). *Creativity and its cultivation*. Nova York: Harper.
- Guilford, J. P.** (1976). "La capacidad creativa: factores que favorecen y entorpecen la creatividad". A: J. Curtis; J. G. Demos; E. Torrance (eds.). *Implicaciones educativas de la creatividad*. Madrid: Anaya.
- Guilford, J. P.** (1986). *Creative talents; their nature, uses and development*. Buffalo, N. Y.: Bearly Limited.
- Guix, X.** (2009). *Pensar no es gratis*. Barcelona: Granica.

- Hassan, P.; Butcher, H. J.** (1966). "Creativity and intelligence: a partial replication with Scottish children of Getzel's and Jackson's study". *British Journal Psychology* (núm. 57, pàg. 129-135).
- Herrmann, N.** (1991). "The creative brain". *Journal of Creative Behaviour* (núm. 4, pàg. 275-295).
- Holt, J.** (1964). *How children fail*. Nova York: Dell.
- Jiménez, M.; Huidobro, A.** (2003). *Cómo funciona mi cerebro*. Madrid: Acen-to.
- Johnson-Laird, P. N.** (2000). *El ordenador y la mente*. Barcelona: Paidós.
- Keil, J. M.** (1988). *Creatividad, cómo manejarla, incrementarla y hacer que funcione*. Mèxic: McGraw-Hill.
- Koestler, A.** (1964). *The act of creation*. Londres: Hutchinson.
- Lamata, R.** (2005). *La actitud creativa. Ejercicios para trabajar en grupo la Creatividad*. Madrid: Narcea.
- Larrea, J.** (1977). *Guernica, Pablo Picasso*. Madrid: Cuadernos para el Diálogo.
- Law, A.** (2004). *Open Minds*. Ed. Thomson.
- Lehrer, J.** (2007). *Proust was a neuroscientist*. Nueva York: Houghton Mifflin Company.
- Lorente, J.** (2009). *Piensa, es gratis*. Barcelona: Planeta.
- Luchins, A. S.** (1959). "Mechanization in problema solving". *Psychological monographs* (núm. 54, vol. 6, pàg. 248).
- Marina, J. A.** (1993). *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona: Anagrama.
- Marina, J. A.** (2004). *Elogio y refutación del ingenio*. Barcelona: Anagrama.
- Masgrau, M.; Cros, S.; Forasté, A.** (2009). *¡Buena idea! Recursos para estimular la creatividad*. Barcelona: Integral ESADE Alumni.
- Matussek, P.** (1984). *La creatividad desde una perspectiva psicodinámica*. Barcelona: Herder.
- Meyers, W.** (1986). *Los creadores de imagen*. Barcelona: Planeta.
- Michalko, M.** (2001). *ThinkerToys. Cómo desarrollar la creatividad en la empresa*. Barcelona: Gestión 2000.
- Miller, B.; Gerard, D.** (1979). "Family influence on the development of creativity in children: an integrative review". *Family Coordinator* (núm. 28, pàg. 295-312).

- Moliné, M.** (2003). *La comunicación activa*. Barcelona: Deusto.
- Moliné, M.** (2000). *La fuerza de la publicidad*. Madrid: McGraw-Hill.
- Muñoz Adánez, A.** (1994). *Métodos creativos para empresas y organizaciones*. Madrid: Eudema.
- Nickerson, R. S.; Perkins, D. N.; Smith, E. E.** (1985). *The teaching of thinking*. Hillsdale, NJ: LEA.
- Ocaña, F.** (2003). *20 claves para hacer equipo*. Barcelona: Ediciones B.
- Ornstein, R.** (1977). *The psychology of consciousness*. Nova York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Osborn, A.** (1953). *Applied imagination*. Nova York: Charles Scriber's Sons.
- Papert, S.** (1985). *Desafío a la mente*. Buenos Aires: Galápagos.
- Pausch, R.** (2008). *The last lecture*. Nova York: Hyperion.
- Perkins, D. N.** (1981). *The mind's best work*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Perkins, D. N.** (1989). *The nature and nurture of creativity: a review of research*. Hillsdale, NJ: LEA.
- Rand, A.** (1975). *El manantial*. Barcelona: Planeta.
- Rapp, M. A.** (1976). "La actitud del brainstorming". A: J. Curtis; J. G. Demos; E. Torrance (eds.). *Implicaciones educativas de la creatividad*. Madrid: Anaya.
- Ratey, J. J.** (2002). *El cerebro: manual de instrucciones*. Barcelona: Mondadori.
- Reeves, R.** (1997). *La realidad en publicidad*. Barcelona: Delvico Bates (disponible en anglès: *Reality in Advertising*. Nova York: Alfred A. Knopf).
- Rickards, T.** (1974). *La creatividad*. Bilbao: Deusto.
- Romo, M.** (1997). *Psicología de la creatividad*. Barcelona: Paidós.
- Rubia, F. J.** (2007). *El cerebro nos engaña*. Màlaga: Editorial Temas de Hoy.
- Rubinstein, M. F.** (1975). *Patterns of problems solving*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sánchez-Escalonilla, A.** (2003). *Diccionario de creación cinematográfica*. Barcelona: Ariel.
- Sanguinetti, J. J.** (2002). *Lógica*. Pamplona: Eunsa.

Schank, R. C. (1988). "Creativity as a mechanical process". A: R. J. Sternberg (ed.) (1988). *The nature of creativity, contemporary psychological perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.

Spang, K. (2005). *Fundamentos de retórica*. Pamplona: Eunsa.

Stein, M. G. (1969). "Creativity". A: E. F. Borgatta; W. W. Lambert (eds.). *Handbook of personality, theory and research*. Chicago: Rand McNally.

Sternberg, R. J. (ed.) (1988). *The nature of creativity, contemporary psychological perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.

Simon, H. A. (1976). "La comprensión de la creatividad". A: J. Curtis; J. G. Demos; E. Torrance (eds.). *Implicaciones educativas de la creatividad*. Madrid: Anaya.

Simonton, D. K. (1980). "Intuition and analysis: a predictive and exploratory model". *Genetic Psychology Monographs* (núm. 102, pàg. 3-60).

Toffler, A. (1980). *The third wave*. Bantam Books.

Torrance, P. (1988). "The nature of creativity as manifest in its testing". A: R. Sternberg (ed.) (1988). *The nature of creativity, contemporary psychological perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.

Villalonga, M. (coord.) (2003). *Coaching directivo: desarrollando el liderazgo*. Barcelona: Ariel Empresa.

Wallach, M. A.; Kogan, N. (1965). *Modes of thinking in young children*. Nova York: Holt, Rinehart and Winston.

Weinstein, C. E.; Mayer, R. E. (1985). "The teaching of learning strategies". A: M. C. Witrock (ed.). *Handbook of research on teaching*. Nova York: McMillan.

Weisber, R. W. (1987). *Creatividad. El genio y otros mitos*. Barcelona: Labor.

Webgrafia

Web d'Edward de Bono
www.edwarddebono.com

Moliné Consulting
www.moline-consulting.com

Club de Creativos
www.clubdecreativos.com

Innovaforum
www.innovaforum.com

Crear Creativos
www.crearcreativos.com

