

## FLI CREATE

### *FLipped CREative Awareness Teaching*

(2019-1-IT02-KA201-063149)

Erasmus+ Programme – KA2 – VET field Development of Innovation

#### First Learning Activity (C1)

# Notebook & Guidelines on practical creative session

## Module Creativity

September, 30<sup>th</sup> – October 1<sup>st</sup>, 2020

## Cuaderno y directrices sobre la sesión creativa práctica

(Las directrices se expondrán al comienzo de la sesión creativa del 30 de septiembre).

### LEGEND

- INDIVIDUAL WORK
- GROUP WORK

## 1. INICIO

**PROBLEMA:** "La participación de sus alumnos en clase es insatisfactoria"

EXAMPLE: Young people don't go to the theatre

- **ANTES DE COMENZAR LA SESIÓN CREATIVA (EN CASA)**
  - RECOGER INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA DEL PROBLEMA (SI ES POSIBLE).
  - ORGANIZAR MENTALMENTE TODA LA INFORMACIÓN QUE POSEE.
- **CALENTAR (INICIO A LAS 10.10 AM)**

## 2. PERCEPTION PHASE

1. Técnica creativa: PARA MÍ EL PROBLEMA ES... ; Establecer las causas reales de un "problema"; Ayudarle a sacar los parámetros de investigación más eficaces;

¿CÓMO FUNCIONA?

- REFORMULAR EL PROBLEMA A PARTIR DE: PARA MÍ EL PROBLEMA ES.... . DESGLOSE EL PROBLEMA EN UNA SERIE DE SUBPROBLEMAS - vea el ejemplo.
- HACER UNA LISTA DE SUBPROBLEMAS SEGÚN SU PRIORIDAD
- HACER UNA "LISTA DE GRUPO" DE SUBPROBLEMAS SEGÚN SU PRIORIDAD
- COMPARTIR Y ELEGIR EL SUBPROBLEMA A ABORDAR - ver ejemplo.
- TRANSFORMAR EL SUBPROBLEMA ELEGIDO EN UNA PREGUNTA - ver ejemplo.

EXAMPLE: **Point 1.** Example list of sub-problems (in this case we do not distinguish between group work and individual work):

*For me the problem is the price of the tickets*  
*For me the problem is the lack of theatres*  
*For me the problem is the lack of public transport*  
*For me the problem is the poor communication*  
*For me the problem is the use of social networks*

**Point 4.** Problem chosen: The price of the tickets too high for young people.

**Point 5.** How do we sell low cost theatre tickets?

**OUTPUT:**

*La lista de subproblemas según su prioridad para cada participante*

- .
- .
- .
- .
- .

*La lista de subproblemas según prioridad de grupo*

- .
- .
- .
- .
- .

### **3. FASE DE ANALISIS**

Técnica creativa: LIPOGRAMA? Permite descubrir las dimensiones latentes del problema. **¿CÓMO FUNCIONA?**

1. REFORMULAR EL “PROBLEMA” (TAL COMO SE DESCRIBE EN EL PUNTO 5 DE LA FASE DE PERCEPCIÓN) QUITANDO UNA LETRA DEL ALFABETO (de vez en cuando).
2. ANALIZAR EL SUBPROBLEMA SURGIDO HACIENDO QUE LA PREGUNTA INICIAL SEA LA MÁS ORIGINAL Y COMPLETA, TRATANDO DE BUSCAR NUEVOS ASPECTOS QUE PODRÍAN HABER ESCAPADO EN UNA PRIMERA LECTURA DEL PROBLEMA. ESTO GRACIAS AL USO DE NUEVOS TÉRMINOS (METÁFORAS, SINÓNIMOS, OPUESTOS);
3. RECOGER TODOS LOS ASPECTOS NUEVOS DEL PROBLEMA EMERGIDO, RECOGER TODAS LAS PALABRAS NUEVAS SURGIDAS de la técnica “Lipograma” que puedan representar aspectos nuevos del problema;
4. REANUDAR LA PREGUNTA INICIAL, LA QUE SUCEDIÓ A PARTIR DE “PARA MI EL PROBLEMA ES”, Y AMPLIARLA, SI ES EL CASO, DE TODOS LOS ASPECTOS NUEVOS QUE HAN SUCEDIDO (insertando las palabras correspondientes encontradas).

**EXAMPLE: Point 1.** “Cut the letter a”. The question must be reformulated without using words that contain the letter “a”.

*How do we sell low cost theatre tickets?* In this case we cannot use the word theatre. You must therefore find synonyms or descriptions that recall the theatre but do not contain the letter “a”.

*How do we sell low cost tickets for environment in which disguised people sing, recite?*

**Point 3.** Environment; Disguised; People; Recite; Sing (new words)

**Point 4.** New question: *How can we sell low cost recite ticket in all environment possible?*

**OUTPUT:**

***Reformulación individual del problema original***

***Reformulación grupal del problema original***

## **4. PRODUCCIÓN DE LA FASE DE IDEAS**

(AHORA) EL PROBLEMA ES (después de las FASES DE PERCEPCIÓN Y ANÁLISIS). Introduzca la pregunta que surgió en el punto 4 de la fase de análisis.

Técnica creativa: BRAINWRITING?\* ¿CÓMO FUNCIONA?

CÓMO RELLENAR LA PLANTILLA DE BRAINWRITING \*?

1. ANTES DE EMPEZAR EL BRAINWRITING, TODOS LOS PARTICIPANTES escribirán al principio de la plantilla el problema;
2. INICIO DEL BRAINWRITING “TOUR”. CADA PARTICIPANTE escribirá sus ideas de solución en el centro de la plantilla (espacio gris). Una vez que la idea está escrita, esperará a todos los demás participantes del grupo para continuar. Solo cuando todo el mundo haya escrito su idea se puede continuar.
3. EL PAPEL CON LA IDEA será entregado al participante de la izquierda. Este último tendrá que escribir una idea asociada con la anterior.
4. ASÍ QUE HASTA QUE LOS PAPELES NO SE DEVUELVAN a quienes escribieron la idea de la solución en el centro del modelo de BRAINWRITING. Este último tendrá que resumir en una o más ideas un set de ideas para la solución que surgieron en el Brainwriting. LEER LAS IDEAS Y ABRIR UN DIALÓGO EN EL GRUPO SOBRE LA CALIDAD DE LOS MISMOS. INTENTA ESCRIBIRLAS EN UNA LISTA DE PRIORIDADES.

### **OUTPUT:**

*El marco del brainwriting completo por cada participante*

*Lista de todas las ideas finales que surgieron y recogidas por orden de prioridad*

<ul style="list-style-type: none"> <li>• .</li> <li>• .</li> <li>• .</li> <li>• .</li> <li>• .</li> </ul>
---

## **5. FASE DE SELECCIÓN DE IDEAS**

Técnica creativa: FEO? ¿CÓMO FUNCIONA?

1. Para dibujar una matriz que enseñe los parametros de evaluación ((Viabilidad; Economico; Originalidad) vertical, las diferentes ideas horizontalmente (Idea 1; Idea 2; Idea 3; ...).

PARAMETERS/IDEAS	IDEA 1	IDEA 2	IDEA 3
<b>FEASIBILITY</b> considering the factors of the context			
ECONOMICAL			
ORIGINALITY			
TOTAL			

2. Crear una lista como máximo de cinco elementos que caractericen tu contexto (fortalezas y debilidades).
3. Evaluar cada idea, con una puntuación del 1 al 5, con respecto a la viabilidad de la idea, la originalidad de la idea, y el coste-efectivo de la idea.

PARAMETERS/IDEAS	IDEA 1	IDEA 2	IDEA 3
<b>FEASIBILITY</b> considering the factors of the context	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
ECONOMICAL	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
ORIGINALITY	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

TOTAL	8	7	11
-------	---	---	----

4. Reflexión sobre el plato hasta llegar a una definición compartida de la idea a llevar a cabo entre todos. La que dado ese contexto particular se considera la idea a perseguir absolutamente.

**OUTPUT:**

*Lista de un máximo de 5 elementos de contexto*

<ul style="list-style-type: none"><li>• .</li><li>• .</li><li>• .</li><li>• .</li><li>• .</li></ul>
---

*La matriz completa*

--

*La matriz completa*

--

**La lista de ideas a complementar por prioridad.**

- .
- .
- .
- .
- .

## **1. APLICACIÓN DE LA FASE DE IDEAS**

Técnica creativa: PAPEL DE IDEAS? ¿CÓMO FUNCIONA?

1. Para la idea escogida, cada participante describe individualmente lo que está apuntado:
  - o *Tema (tipo de macro problema que vamos a resolver)*
  - o *Título de la idea*
  - o *Descripción detallada de la idea*
  - o *Fortalezas*
  - o *Obstáculos para superar (en las fases de la aplicación)*
  - o *Puntos de acción (lista de pasos a seguir)*
  - o *Figuras involucradas*
  
2. Intentar llenar un papel de ideas grupalmente.

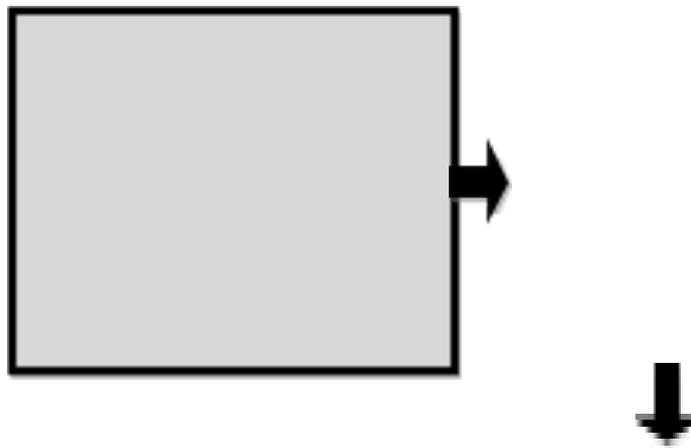
**OUTPUT:**

*El form de ideas completo en todas sus partes*

*El form de ideas completo en todas sus partes*

ANEXO \* Imprimir el form adjunto. FORM DE BRAINWRITING

**PROBLEMA (LA CUESTIÓN):**



**RESUMEN (Resumen de la idea final o las ideas finales surgidas)**