

FLI CREATE

FLipped CREative Awareness Teaching

(2019-1-IT02-KA201-063149)

Erasmus+ Programme – KA2 – VET field Development of Innovation

Prima attività di apprendimento (C1)

Notebook e linee guida sulla sessione creativa pratica

Modulo Creatività

30 Settembre – 1 Ottobre, 2020

Notebook e linee guida sulla sessione creativa pratica

(Le linee guida saranno illustrate all'inizio della sessione creativa del 30 settembre)

LEGENDA


 LAVORO INDIVIDUALE

 LAVORO DI GRUPPO

1. AVVIO

PROBLEMA: "Il coinvolgimento degli studenti della vostra classe è insoddisfacente"







ESEMPIO: I giovani non vanno a teatro

- **PRIMA DI INIZIARE LA SESSIONE CREATIVA (A CASA)** 
 - RACCOGLIERE INFORMAZIONI SULL'OGGETTO DEL PROBLEMA (SE POSSIBILE).
 - ORGANIZZARE MENTALMENTE TUTTE LE INFORMAZIONI IN POSSESSO.
- **WARM UP (INIZIO ORE 10.10 AM)**

2. FASE DI PERCEZIONE

Tecnica creativa: PER ME IL PROBLEMA È... ; Stabilire le vere cause di un "problema"; Aiutare a far emergere i parametri di ricerca più efficaci;

COME FUNZIONA?

1. RIFORMULARE IL PROBLEMA A PARTIRE DA: **per me il problema è...**  SCOMPOSIZIONE DEL PROBLEMA IN UNA SERIE DI SOTTOPROBLEMI - vedi esempio. 
2. FARE UN ELENCO DI SOTTOPROBLEMI IN BASE ALLA LORO PRIORITÀ 
3. FARE UNA "LISTA DI GRUPPO" DEI SOTTOPROBLEMI IN BASE ALLA LORO PRIORITÀ 
4. CONDIVIDERE E SCEGLIERE IL SOTTOPROBLEMA DA AFFRONTARE - vedi esempio. 
5. TRASFORMARE IL SOTTOPROBLEMA SCELTO IN UNA DOMANDA - vedi esempio.. 

ESEMPIO: Punto 1. Esempio di elenco di sottoproblemi (in questo caso non si distingue tra lavoro di gruppo e lavoro individuale):

Per me il problema è il prezzo dei biglietti
 Per me il problema è la mancanza di teatri
 Per me il problema è la mancanza di trasporti pubblici
 Per me il problema è la scarsa comunicazione
 Per me il problema è l'uso dei social network

Punto 4. Problema scelto: Il prezzo dei biglietti troppo alto per i giovani.

Punto 5. Come possiamo vendere biglietti teatrali a basso costo?

OUTPUT:

L'elenco dei sottoproblemi in base alla loro priorità per ogni partecipante

- .
- .
- .
- .
- .

L'elenco dei sottoproblemi per priorità di gruppo.

- .
- .
- .
- .
- .

3. FASE DI ANALISI

Tecnica creativa: LIPOGRAMMA? Permette di scoprire le dimensioni latenti del problema. **COME FUNZIONA?**

1. RIFORMULARE IL "PROBLEMA" (COME DESCRITTO AL PUNTO 5 DELLA FASE DI PERCEZIONE) RIMUOVENDO UNA LETTERA DELL'ALFABETO (di volta in volta).
2. ANALIZZARE IL SOTTOPROBLEMA EMERSO RENDENDO PIÙ ORIGINALE E COMPLETA LA DOMANDA INIZIALE, CERCANDO DI RICERCARE NUOVI ASPETTI CHE POTEVANO SFUGGIRE A UNA PRIMA LETTURA DEL PROBLEMA. QUESTO GRAZIE ALL'UTILIZZO DI NUOVI TERMINI (METAFORE, SINONIMI, CONTRARI);
3. RACCOLTA DI TUTTI I NUOVI ASPETTI DEL PROBLEMA EMERSO RACCOGLIERE TUTTE LE NUOVE PAROLE EMERSE dalla tecnica del "lipogramma" che potrebbero rappresentare nuovi aspetti del problema;
4. RIPRENDERE LA DOMANDA INIZIALE, QUELLA CHE È NATA DA "PER ME IL PROBLEMA È", E AGGIUNGERLA, SE È IL CASO, DI TUTTI I NUOVI ASPETTI CHE SONO EMERSI (inserendo le parole corrispondenti che si trovano).

ESEMPIO: **Punto 1.** "Tagliare la lettera a". La domanda deve essere riformulata senza utilizzare parole che contengono la lettera "a".

Come possiamo vendere biglietti teatrali a basso costo? In questo caso non possiamo usare la parola teatro. Bisogna quindi trovare sinonimi o descrizioni che richiamino il teatro ma che non contengano la lettera "a".

Come vendere biglietti a basso costo per ambienti in cui persone mascherate cantano, recitano?

Punto 3. Ambiente; Travestimento; Persone; Recitare; Cantare (nuove parole)

Punto 4. Nuova domanda: Come possiamo vendere biglietti recitati a basso costo in tutti gli ambienti possibili?

OUTPUT:

Riformulazione individuale del problema originale

Riformulazione di gruppo del problema originale

4.4. FASE DI PRODUZIONE DI IDEE

(ORA) IL PROBLEMA È (dopo le FASI DI PERCEZIONE E ANALISI). Inserite la domanda emersa al punto 4 della fase di analisi.

Tecnica creativa: BRAINWRITING? * **COME FUNZIONA?**

COME SI RIEMPIE IL MODELLO DI BRAINWRITING*? ●

1. PRIMA DI INIZIARE IL BRAINWRITING, TUTTI I PARTECIPANTI scriveranno sulla parte superiore del modulo/template il problema;
2. INIZIO DEL "TOUR" DI BRAINWRITING. OGNI PARTECIPANTE scriverà la propria IDEA DI SOLUZIONE AL CENTRO del foglio/template (spazio grigio). Una volta scritta l'idea, aspetterà che tutti gli altri partecipanti del gruppo procedano. Solo quando tutti avranno scritto la propria idea si potrà procedere.
3. Il foglio con l'idea verrà consegnato al partecipante seduto a sinistra. Quest'ultimo dovrà scrivere un'idea associata alla precedente. E così via.
4. COSÌ FINO A CHE IL FOGLIO NON RITORNA a chi ha scritto l'idea della soluzione al centro del MODELLO DI BRAINWRITING. Quest'ultimo dovrà riassumere in una o più idee l'insieme di idee di soluzione emerse dal Brainwriting.
5. LEGGERE LE IDEE E APRIRE UN DIALOGO NEL GRUPPO SULLA QUALITÀ DELLE STESSE. PROVARE A SCRIVERLE IN UN ELENCO DI PRIORITÀ.

OUTPUT:

La cornice del Brainwriting compilata da ogni partecipante ●

Elenco di tutte le idee finali emerse e raccolte per priorità

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

5.5. FASE DI SELEZIONE DELLE IDEE

Tecnica creativa: **FEO? COME FUNZIONA**

1. Disegnare una matrice che riporti i parametri di valutazione (Fattibilità; Economicità; Originalità) in verticale, le diverse idee in orizzontale (Idea 1; Idea 2; Idea 3; ...)

PARAMETRI/IDEE	IDEA 1	IDEA 2	IDEA 3
FATTIBILITA' considerando i fattori di contesto			
ECONOMICI			
ORIGINALITA'			
TOTALE			

2. Fate un elenco di un massimo di cinque elementi che caratterizzano il vostro contesto (punti di forza e di debolezza).
3. Valutare ogni idea, con un punteggio da 1 a 5, rispetto alla fattibilità dell'idea, all'originalità dell'idea, all'economicità dell'idea.

PARAMETRI/IDEE	IDEA 1	IDEA 2	IDEA 3
FATTIBILITA' considerando i fattori di contesto	2	5	5
ECONOMICI	5	1	4
ORIGINALITA'	1	1	2
TOTALE	8	7	11

4. Riflessione sul piatto fino a raggiungere una definizione condivisa tra tutti dell'idea da portare avanti. Quella che, in quel particolare contesto, viene considerata l'idea da perseguire in assoluto.

OUTPUT:

Elenco di (massimo cinque elementi) elementi del contesto

- .
- .
- .
- .
- .

La Matrice completata ●

La Matrice completata ●

L'elenco delle idee da realizzare per priorità.

- .
- .
- .
- .
- .

5. FASE DI APPLICAZIONE DELLE IDEE

Tecnica creativa: **FOGLIO DI IDEE? COME FUNZIONA?**

1. Per l'idea selezionata, ogni partecipante deve descrivere individualmente ciò che è elencato. ●

- *Tema (tipo di macro problema che si intende risolvere)*
- *Titolo dell'idea*
- *Descrizione dettagliata dell'idea*
- *Punti di forza*
- *Ostacoli da superare (nelle fasi di candidatura)*
- *Punti di azione (elenco dei passi da seguire)*
- *Figure coinvolte*



2. Cercate di riempire un foglio di idee come gruppo.

OUTPUT:

La scheda idea compilata in tutte le sue parti ●

La scheda idea compilata in tutte le sue parti ●

ALLEGATO * Stampate il modulo allegato. MODULO DI SCRITTURA DEL CERVELLO

<u>PROBLEMA (LA DOMANDA):</u>		
		
		

SOMMARIO (Sintesi dell'idea o delle idee finali emerse)