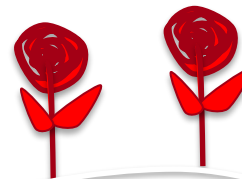




Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ilmiofuturo 

TEACHING WITH **CREATIVITY**



“FLI CREATE” project

FLipped CREative Awareness Teaching

(2019-1-IT02-KA201-063149)

First and second Learning Activity (C1-C2)

September 30th-October 1st - 2022

November 16th - 2022

*It is recommended to use this presentation with the Notebook & Guidelines
on practical creative session*



CREATIVIDAD

TÉCNICAS DE CREATIVIDAD - EL MÉTODO "PAPSA"

CALENTAMIENTO (Inicio - consulte el punto 1 de las directrices)

PERCEPCIÓN

"Recoger todos los datos e informaciones posibles tratando de explorar el" problema "desde todos los puntos de vista;"

ANÁLISIS

"Desestructurar el problema y determinar las direcciones de la investigación;"

PRODUCCIÓN DE IDEAS

"Encontrar el mayor número de ideas originales;"

SELECCIÓN DE IDEAS

"Elegir las mejores ideas en función de los criterios;"

APLICACIÓN DE LAS IDEAS

"Proceder a la realización práctica de las ideas elegidas".



CREATIVITY TECHNIQUES _ METHOD

"LOS TRES PILARES DE LA ENERGÍA CREATIVA

La multiplicidad de opciones

La escucha constructiva

La capacidad de convertir los problemas en oportunidades. "

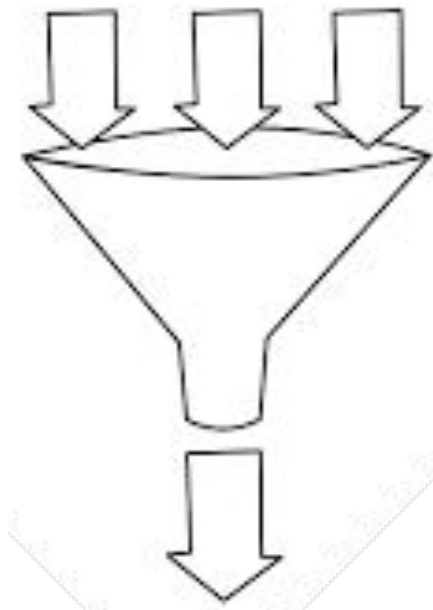
CÓMO MATAR UNA IDEA CREATIVA (algunos ejemplos):

- Es una gran idea pero...
- Está bien en teoría pero en la práctica...
- Cuesta demasiado
- Hay que profundizar
- Me parece que ya se ha hecho
- Vamos a pensar un poco más
- Nuestro plan es diferente
- Demasiado tarde
- Somos demasiado jóvenes para hacerlo
- Estamos fuera del camino



TÉCNICAS CREATIVAS

METHOD: THE STRATEGIC PRINCIPLE



**FASE
DIVERGENTE**

Las reglas:

- Se suprime la censura.
- La cantidad es lo primero.
- Bienvenida la extravagancia.
- Multiplicación sistémica.

**FASE
CONVERGENTE**
E

Las reglas:

- Ausencia de juicio.
- Análisis de viabilidad.
- Decisión.
- Acción.

TÉCNICAS CREATIVAS (METODO PAPSA)

- CALENTAMIENTO (INICIO- *refer to point 1 of guidelines*)
- PERCEPCIÓN
- ANALISIS
- PRODUCCIÓN DE IDEAS
- SELECCIÓN DE IDEAS
- APLICACIÓN DE IDEAS

CREATIVE THINKING **CREATIVITY**

TECHNIQUES

**PARA MI EL
PROBLEMA ES...**

PERCEPCIÓN: “**PARA MI EL PROBLEMA ES...**”*

Establecer las causas reales del "problema";

El "problema" debe ser siempre reformulado empezando por:
For me the problem is.... "

Ayudarle a sacar los parámetros de investigación más eficaces.

**Refer to point 2 of guidelines – Perception Phase*

CREATIVE THINKING **CREATIVITY**

TECHNIQUES

LIPOGRAMA

ANALISIS: “LIPOGRAMA”*

“Reformular el - problema - eliminando una letra del alfabeto de vez en cuando.

Nos permite descubrir cualquier dimensión latente del problema”

**Refer to point 3 of guidelines – Analysis Phase*

CREATIVE THINKING **CREATIVITY**

TECHNIQUES

BRAINWRITING

PRODUCCIÓN DE IDEAS: BRAINWRITING*

PROBLEM/ISSUE (THE QUESTION):		
		→
		↓
SUMMARY (Summary of the final idea or final ideas emerged)		

**Refer to point 4 of guidelines –
Production of Ideas Phase*

CREATIVE THINKING _ CREATIVITY

TECHNIQUES

LOS TRES CRITERIOS

SELECCIÓN DE IDEAS: LOS TRES CRITERIOS (FEC,

IDEA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ORIGINALIDAD									
VIABILIDAD									
EFICACIA									

**Refer to point 5 of guidelines – Selection of ideas Phase*

CREATIVE THINKING CREATIVITY

TECHNIQUES

HOJA DE IDEAS

“APLICACIÓN DE IDEAS: “HOJA DE IDEAS”

- Tema (tipo de macroproblema que vamos a resolver)
- Título de la idea
- Descripción detallada de la idea
- Puntos fuertes
- Obstáculos a superar (en las fases de aplicación)
- Puntos de acción (lista de pasos a seguir)
- Cifras que intervienen

**Refer to point 6 of guidelines – Application of ideas Phase*

CREATIVE THINKING **CREATIVITY**

TECHNIQUES



ENTORNO CREATIVO

LAS VARIABLES AMBIENTALES DE LA CREATIVIDAD

ATENCIÓN (empática y generativa)

COLEGIALIDAD (colaboración)

DIÁLOGO

sinceridad".

ANÁLISIS Y RESUMEN, PRIORIDADES

CURIOSIDAD Y ASOMBRO

OPTIMISMO Y SENTIDO DEL HUMOR

CONFIANZA

"Un contexto común en el que el conocimiento se COMPARTE, SE CREA y SE UTILIZA a través de la Interacción".



CREATIVE ENVIRONMENT

- HOWARD GARDNER** - *“Multiple Intelligences: New Horizons in Theory and Practice”* – BASIC BOOKS 2008
- DANIEL GOLEMAN, MICHAEL RAY, PAUL KAUFMAN** - *«Lo Spirito Creativo, imparare a liberare le idee»* – BEST BI
- DANIEL GOLEMAN** – *«Essere Leader, guidare gli altri grazie all’intelligenza emotiva»* – BEST BUR 2018
- EDWARD DE BONO** - *“Creatività e Pensiero Laterale, Manuale di pratica della fantasia”* – BUR R.C.S LIBRI 1998
- EDWARD DE BONO** - *“Essere creativi. Come far nascere nuove idee”* – IL SOLE 24 ORE 2011
- PHILIP KOTLER, FERNANDO TRIAS DE BES** - *“Marketing Laterale, tecniche nuove per trovare idee rivoluzionarie”* IL SOLE 24 Ore 2004
- MICHAEL MICHALCO** - *“Strumenti per la creatività”* Alessio Roberti Editore 2009
- HUBERT JAQUI, ISABELLA DELL’AQUILA** - *“66 tecniche creative per formatori e animatori”* – Franco Angeli 2013
- HUBERT JAQUI** - *«Siamo tutti creativi, liberare l’immaginazione e vivere meglio»* – BUR Rizzoli 2011
- HUBERT JAQUI** - *«L’estro creativo, creio dunque sono»* – ERMES EDIZIONI 2009
- ROY WATSON-DAVIS** - *«Creative Teaching Pocketbook»* -Teachers’ Pocketbooks 2010
- IRENE BALDRIGA (Prof.)** - *“Le competenze del XXI secolo: idee e strategie per la scuola della complessità.»*– Mondadori Education 18.01.18
- ISABELLA MILANI** - *“L’arte di insegnare”*– VALLARDI 2013
- TONY BUZAN** - *“Come realizzare le mappe mentali”* – FRASSINELLI 2006
- BENJAMIN S.BLOOM** – *“Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals”* – LONGMANS 1969
- DAVID BOHM** - *“On Dialogue”* – ROUTLEDGE 1996
- DAVID BOHM** - *“On Creativity”* – ROUTLEDGE 1996
- BETTY EDWARDS** - *“Drawing on the Right Side of the Brain”* – PENGUIN BOOKS LTD 2012
- OSBORN ALEX F.** - *«L’arte della creativity»* - FRANCO ANGELI 2010
- CARTER P. - RUSSELL K.** – *«Esercizi per un cervello bilanciato»* IL CASTELLO 2003
- CHALVIN DOMINIQUE – RUBAUD CHRISTINE** – *«Utilisez toutes les capacités de votre cerveau»* - FRANCOANGELI 1990
- SLOANE P.** *«Enigmi del pensiero laterale»* - RIZZOLI 2001
- MAURIZIO MUSSUPAPPA (PROF.)** *“L’approccio creativo alla progettazione”* UNIVERSITA’ DELLA CALABRIA
- ALESSANDRO GAROFALO** *“Innovazione e creatività”* www.garofalo.it
- DONALD NORMAN** *“La caffettiera del masochista”* GIUNTI, Milano, 1990
- BRUNO MUNARI** *“Viaggio nella fantasia”* CORRAINI, 1998
- BRUNO MUNARI** *“Disegnare un albero”* CORRAINI, 2004
- TERESA M. AMABILE** *“The social psychology of creativity.”* New York: Springer- Verlag 1983
- PIERO BOSCOLO:** *“Psicologia dell’apprendimento scolastico. Aspetti cognitivi e motivazionali”* UTET 2006
- F. CARTA:** *“Stili di apprendimento, stili cognitivi e stili di insegnamento. Per una scuola inclusiva”* Liceo G.M. Dettori Cagliari

"Todas las diapositivas citadas son el resultado de la extrapolación de frases, citas y/o conceptos de las fuentes citadas, traducidas (en este caso en inglés), a menudo readaptadas para hacer la presentación más fluida y comprensible. Las diapositivas no citadas son, sin embargo, el resultado de la elaboración de las fuentes que figuran en la bibliografía."

ESTE DOCUMENTO ES PARA USO ESTRICTAMENTE PERSONAL DEL PARTICIPANTE EN EL CURSO "ENSEÑAR CON CREATIVIDAD". NO PUEDE SER ENVIADO A OTRAS PERSONAS DE NINGUNA MANERA, PUBLICADO Y DIFUNDIDO EN SU FORMATO PAPEL Y/O DIGITAL.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ilmiofuturo

TEACHING WITH **CREATIVITY**



“FLI CREATE” project

FLipped CREative Awareness Teaching

(2019-1-IT02-KA201-063149)

First and second Learning Activity (C1-C2)

September 30th-October 1st - 2022

November 16th - 2022

*It is recommended to use this presentation with the Notebook & Guidelines
on practical creative session*