youthemprende

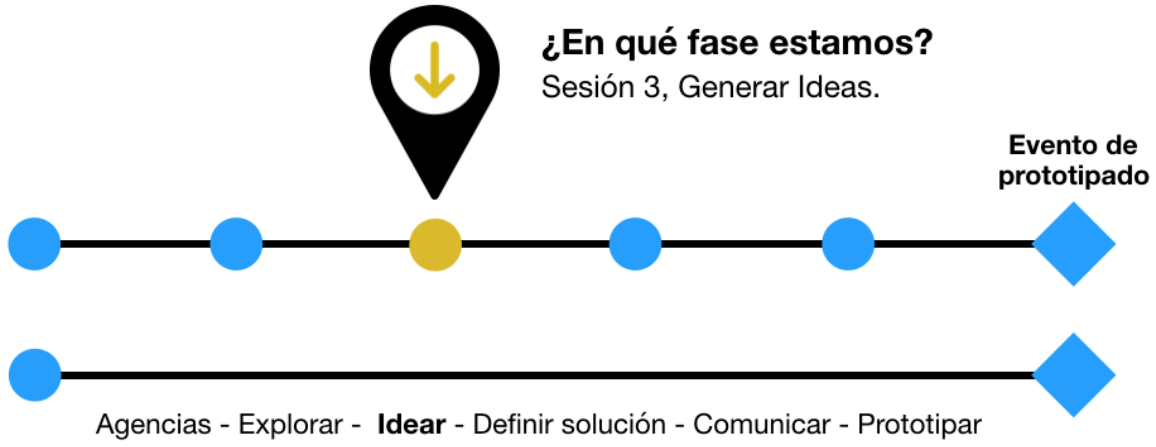
Sesión 3: Generar ideas.

Timeline de la sesión 3 Generar ideas	3
Contexto de la sesión	4
Dinámica de Activación: Usos diferentes.	6
Feedback del cliente, respuestas a las dudas claves.	8
Activación creativa: reinventar.	10
Generación de Ideas. Relaciones forzosas.	12
Cierre de la sesión.	14

Timeline de la sesión 3 Generar ideas

TIEMPO	CONTENIDO
5 min	Contexto: Centrar la sesión 3.
5 min	Dinámica de activación. Usos diferentes.
10 min	Feedback del cliente. Respuestas a las dudas claves.
20 min	Recuperar las tareas de la sesión anterior. Ampliamos el panel de insights.
10 min	DESCANSO
10 min	Activación creativa: Reinventar.
35 min	Generación de ideas.
5 min	Cierre de la sesión y conexión con la siguiente fase.
100 min	

Contexto de la sesión



Objetivos:

- Centrar la atención de los participantes en la generación de ideas que den forma, funcionalidades y defina características de la idea que presentarán en la fase de prototipado a las entidades que lideran los retos.

Duración: 5 minutos.

Pautas de trabajo:

1. El proceso está diseñado para que haya un periodo de tiempo entre las sesiones de la fase de Exploración y las sesiones de la fase de Ideación. Por este motivo debemos recuperar la atención y el foco de los participantes.
2. Construir equipos: El primer paso será reagrupar a los equipos. Necesitaremos tener previamente organizado el aula asignado para agilizar que cada equipo tenga su espacio de trabajo donde ubicar su material y el panel de insights.
3. En la primera etapa de esta sesión recuperaremos y compartiremos toda la información obtenida en las distintas entrevistas a los distintos actores intervinientes, usuarios, empresas, así como las respuestas de las entidades que lideran el reto a través de los videos. Registraremos en el panel de insights todos los datos, hechos, ideas que tomaron alrededor del reto seleccionado.
4. Centrar objetivo de la sesión: Dirigir la atención de los participantes en la generación de ideas bajo el criterio de la cantidad, que sirvan para identificar y

construir una solución en la siguiente sesión que posteriormente presentarán a las entidades.

Mensajes a reforzar:

Aunque estemos en un proceso continuo de ideación "latente", hay que saber separar fases con diferentes objetivos, sin perder de vista el reto, el usuario y los resultados finales. Tenemos que recordar el proceso en el que estamos inmersos/as y confiar en él.

Recursos:

- Presentación con imágenes o video de la sesión anterior.
- Material utilizado en la sesión explorar: panel de insights.

Dinámica de Activación: Usos diferentes.

Objetivos:

- Favorecer la desinhibición y distensión, para crear el clima adecuado en el desarrollo creativo.
- Vivenciar las características del pensamiento creativo:
  - *Fluidez*: Aptitud de un sujeto para producir gran número de ideas.
  - *Flexibilidad*: Aptitud de un sujeto para producir respuestas muy variadas correspondientes a diferentes dominios.
  - *Originalidad*: Aptitud de un sujeto para producir ideas fuera de lo común.
  - *Elaboración*: Aptitud de un sujeto para desarrollar, ampliar y mejorar las ideas.

Duración: 5 minutos.

Pautas de trabajo:

5. Retomamos el rol de diseñadores/as desde el plano creativo, poniendo el foco en la importancia que tiene en el diseño, la transformación de los usos y características de los productos y servicios que ya existen.
6. Presentamos la tarea y damos las consignas que tienen que seguir como diseñadores/as: tienen que dar usos diferentes a un objeto común.

7. Nos ponemos todos.as en círculo y de pie. Les presentamos un objeto (turulo, clip o cuchara) y les indicamos que, tal y como hacen a veces los equipos de diseño, debemos imaginar una utilidad diferente para el objeto que les hemos presentado.
8. De uno/a en uno/a irán diciendo la nueva utilidad que han pensado y pasarán el objeto al compañero o compañera que tengan a su derecha. Se darán al menos dos vueltas.
9. Reflexión abierta en grupo. Solicitamos a los participantes que cuenten sus primeras impresiones de la actividad.
    - ¿Les ha parecido fácil o difícil?
    - ¿Existe diferencias en originalidad entre las propuestas iniciales y las finales?
    - ¿Qué hubiera pasado si se hubiesen quedado todos en la primera utilidad pensada?
    - ¿Se han puesto autolímites? (no desenrollar el papel, no pisarlo, no repetir)

Mensajes a reforzar:

- Todas las personas somos creativas.
- La creatividad se puede entrenar y desarrollar.
- Hay una conexión directa entre saber mirar desde una perspectiva distinta los objetos, las situaciones, las personas, etc. con la gestión de conflictos. Con una nueva perspectiva se generan nuevas soluciones a los problemas que se nos vayan planteando.
- El valor de las ideas que surgen del equipo enriquecen la visión de las que podamos proponer cada uno/a.
- Necesitamos ejercitar *los músculos,* y ponernos en actitud creativa para aportar valor a las ideas.

Recursos:

- Folio enrollado, clip o 1 cuchara.
- Presentación con las reglas del juego.

Feedback del cliente, respuestas a las dudas claves.

Objetivos:

- Obtener nueva información sobre el reto para utilizar en la conceptualización de la hipótesis.
- Mantener el contacto con las identidades que lideran los retos.

Duración: 30 minutos.

10 minutos visionado de videos y puesta en común de entrevistas

20 minutos, recogida de datos en *panel de insight.*

Pautas de trabajo:

Cada agencia visionará a través de un enlace que le facilitaremos el video referente al reto elegido. El video incluirá respuestas a todas las preguntas que se le hayan lanzado desde las distintas agencias que hayan elegido el reto correspondiente.

Según vamos escuchando las respuestas a las preguntas, vamos anotando las ideas claves que nos va dando la entidad para añadirlo al panel de *insight*.

Cada agencia necesitará de un dispositivo móvil u ordenador con conexión a internet.

Recuperamos y ponernos en común en la agencia las distintas entrevistas realizadas tras la sesión anterior.

Mensajes a reforzar:

- Toda información puede ser valiosa para nuestra idea. Todo depende del foco de interés que elijamos.
- El valor de las ideas que surgen del equipo, más allá de las que podamos proponer de nuestra parte.
- Utilizar el método del embudo, (ahora recogemos mucha información e ideas, todas valen, para luego filtrar con distintas cribas en función del foco que elijamos).

Recursos:

- Videos de las entidades
- Dispositivos móviles o equipos informáticos
- Entrevistas realizadas
- Panel de insights

Activación creativa: reinventar.

Objetivos:

- Favorecer la desinhibición y distensión, para crear el clima adecuado en el desarrollo creativo.
- Sensibilizar sobre la idea de trabajo cooperativo.

Duración: 10 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Retomamos el rol de diseñadores desde el plano creativo, poniendo el foco en la importancia que tiene en el diseño de productos o servicios, la transformación de los que ya existen.
2. Presentamos la tarea y pautas de trabajo que tienen que seguir como diseñadores/as: tienen que darle una vuelta de tuerca a la idea de bicicleta que se le presenta.
3. Nos sentamos en círculo.
4. Les repartimos la ficha con la imagen de la bicicleta y les invitamos a que piensen en un problema o necesidad que hayan vivido u observado en la experiencia de montar en bicicleta, y que la dibujen.
5. Después de 10 segundos, se pasará el folio a la persona de la izquierda (para romper la forma de rotación anterior).

6. En función del número de participantes, se podrán dar intercambiar al menos hasta 10 veces las plantillas de las bicis, cuantas más mejor. Reflexión abierta en grupo.
7. Solicitamos a los participantes que cuenten sus impresiones de la actividad.
    - ¿Qué les ha resultado más fácil, comenzar o mantener la generación de ideas?
    - ¿Hay alguien que quiera aportar alguna idea más sobre una bicicleta?

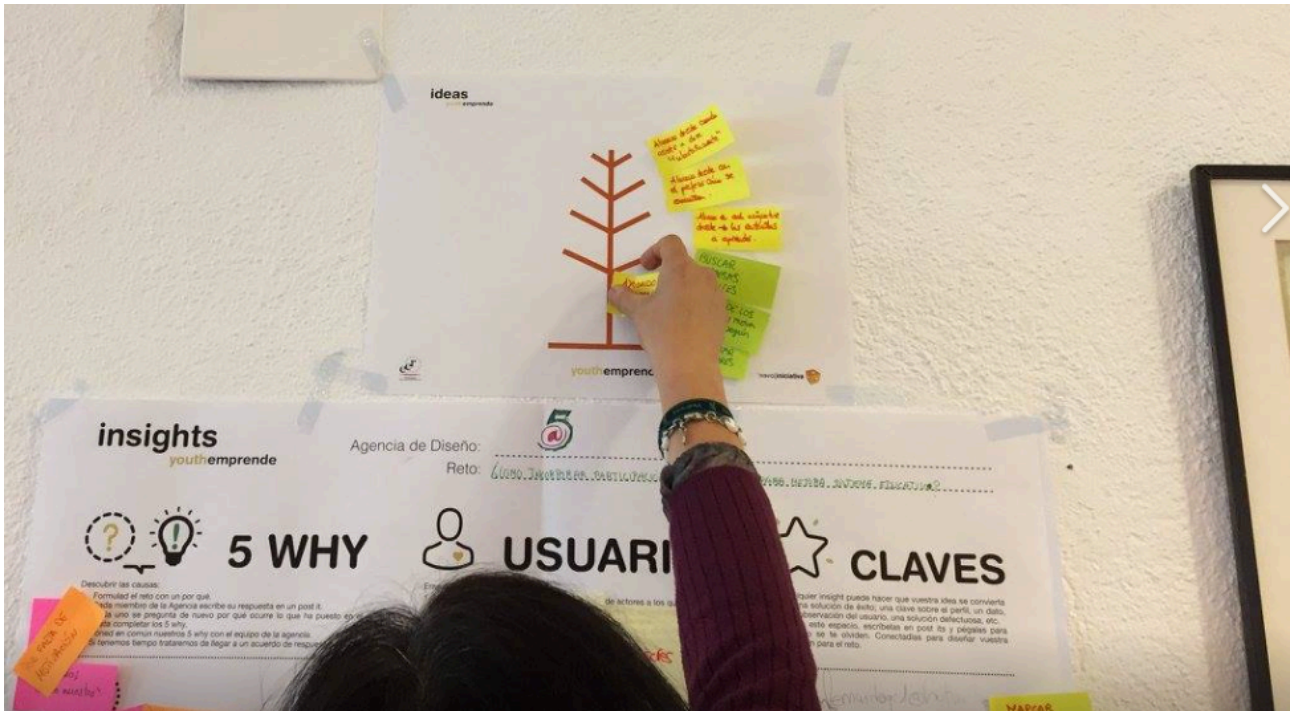
Mensajes a reforzar:

- Todas somos personas creativas.
- La creatividad se puede entrenar y desarrollar.
- Hay una conexión directa entre saber mirar desde una perspectiva distinta a los objetos, las situaciones, las personas, etc., con la gestión de conflictos generando nuevas soluciones a los problemas que se nos vayan planteando.
- El valor de las ideas que surgen del equipo, más allá de las que podamos proponer de nuestra parte.

Recursos:

- Folios A4. Ficha de la bicicleta o folio en blanco.
- Presentación con las reglas del juego
- Reloj para controlar el tiempo de trabajo. Puede ser en presentación o a través del teléfono.

Generación de Ideas. Relaciones forzosas.



Objetivos:

- Entrenar y estimular las habilidades del pensamiento divergente de los participante:
  - *Fluidez*: Aptitud para producir gran número de ideas.
  - *Flexibilidad*: Aptitud para producir respuestas muy variadas correspondientes a diferentes dominios.
  - *Originalidad*: Aptitud de un sujeto para producir ideas fuera de lo común.
  - *Elaboración*: Aptitud de un sujeto para desarrollar, ampliar y mejorar las ideas.
- Generar ideas centradas en la solución, que avancen el soporte, funcionalidades, características que ayuden a resolver el problema detectado.

Duración: 35 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Presentamos las reglas de la dinámica. 3 minutos.
2. Hacemos un **calentamiento previo** (grupal o en parejas). En pareja de pie una frente a otra, imaginamos que tenemos el **bolso de *Mary Poppins*** del que vamos

sacando objetos continuamente, sin limitaciones, teniendo un turno para cada persona. 2 minuto.

Tras pasar los dos minutos, volvemos a sacar objetos del mismo modo, esta vez de textura blanda o suave. 2 minutos.

3. Reflexión grupal de la dinámica. 3 minutos.

   Reforzamos ideas como: todas las personas somos creativas, solo tenemos que descubrirlo y permitírnoslo.

   Enemigos de la creatividad: unifórmicus, vergonzolium, criticoides.

4. Tras el calentamiento, haremos un **trabajo individual de generación**. 5 minutos.

   Cada uno coge un post it con alguna de las ideas aportadas en el panel de insight. Con ella genera **5 ideas** que aúnen esa entrada con un personaje que se le dará al azar, y que representa un arquetipo universal. Este elemento funciona a modo de inspiración, bien podría ser un objeto cotidiano, una foto con una situación o paisaje, un recorte de una revista que previamente se ha elegido individualmente. En definitiva se trata de generar ideas a raíz de forzar la relación entre dos conceptos, en principio no relacionados. Anotan cada una de las ideas en un pos-it.

Arquetipos universales:

Inocente: Hacer lo correcto, búsqueda de la felicidad, optimismo, utopía.
(Mafalda/Don Quijote)

Sabio/Sabia: Empoderar, dar conocimiento, entender el mundo, búsqueda de la verdad.
(Albert Einstein/Marie Curie)

Mago/maga: Hacer que los sueños se hagan realidad, hacer que las cosas sucedan.
(Merlín/Minerva McGonagall)

Héroe/heroína: Superación, mejorar el mundo con sus actos. Querer es poder, ser fuerte. Hacer cosas por los demás y proteger.
Robin Hood/Jyn Erso)

Creador/a: Crear cosas que duren en el tiempo, visión, imaginación, creatividad.
(Picasso/Frida Kahlo)

Lideresa/Líder: Fijar las reglas, poder, tener una comunidad próspera, responsabilidad, liderazgo.
(Khaleesi/Gandhi)

Explorador/a: Descubrir, experimentar, desafiar, viajar, escapar de lo monótono.
(Indiana Jones/Salima Ikram)

5. **Tras las primeras ideas.** 5 minutos.

   Tras generar las primeras cinco ideas han de intercambiar con algún compañero o compañera su personaje arquetípico y generar nuevamente **cinco ideas más**.

6. **Generar en grupo**. 5 minutos.

   Compartir las ideas generadas por cada miembro del equipo y buscar relaciones entre ellas. Generar en grupo **al menos 5 ideas nuevas** asociadas a las soluciones posibles al reto, características, funcionalidades, etc.

7. **Conectar las ideas con el usuario**. 10 minutos.

   Se leen todas las ideas aportadas por toda la agencia y se intenta poner en el centro de nuevo al usuario. Sin limitar en este momento la generación ni aludiendo al sentido o el valor las ideas, intentamos **completar de forma libre cada una de las ideas** aportadas con características y/o especificaciones teniendo en cuenta al usuario de nuestro reto. El trabajo se hace por agencia completa. A modo de bosque de las ideas, el grupo se pasea por las ideas compartidas en Pos-it intentando aportar estas mejoras sobre las que quiera de forma libre. A ser posible se aportarán las ideas con otro color.

Mensajes a reforzar:

- Necesidad de poner foco en el proceso de trabajo y producir ideas orientadas a la solución, creatividad aplicada.
- El valor que aportan las técnicas para facilitar el flujo de generación de ideas.
- Crear procesos que ayuden a generar una gran cantidad de ideas, para poder llegar mediante el filtrado y mejora a la calidad.

Recursos:

- Imágenes arquetípicas para entregar a los/as participantes. En descarga para el equipo de docentes.
- Panel de insights.
- Paquetes de Pos-it.

Cierre de la sesión.

Recordamos que la siguiente sesión será la próxima semana, a la que cada Agencia tendrá que llevar las ideas generadas en la sesión de hoy. No se propone ninguna tarea específica entre sesiones.