

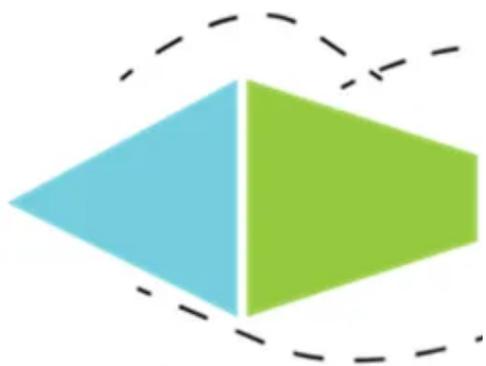
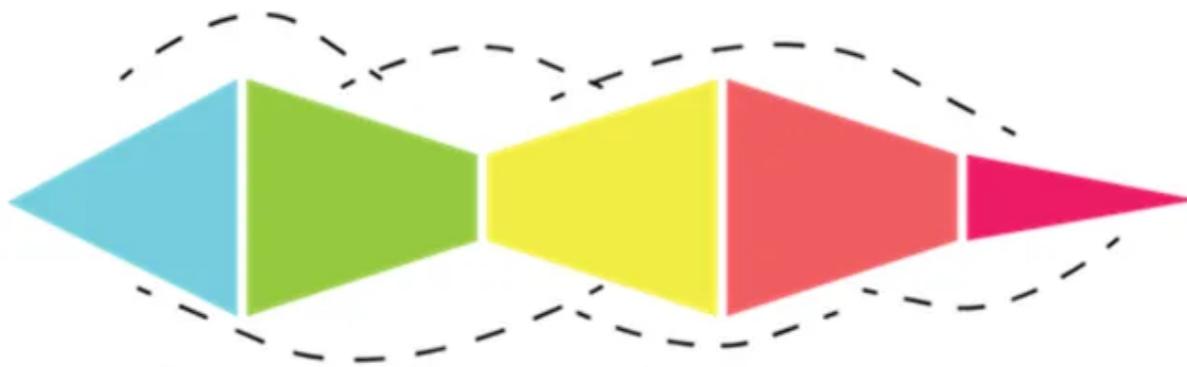
Workshops Creativos

Co Creando soluciones frente a los desafíos de transformación digital de la Municipalidad de Córdoba

Estrategia de trabajo utilizada durante el desarrollo de los talleres

Proceso Base “El Design Thinking”

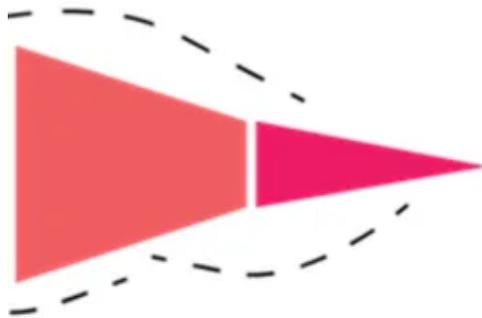
Durante el desarrollo de ambos talleres se fueron aplicando extractos de técnicas o metodologías propias de cualquier proceso creativo de ideación y elaboración de ideas grupales. Design Thinking es un proceso ultimamente muy frecuente para este tipo de actividades de manera que utilizamos varios conceptos de este marco de trabajo para la elaboración y ejecución de los talleres.



De esta manera fuimos haciendo pasar a los equipos por instancias o “momentos” de entender y por instancias o momentos de “crear”.

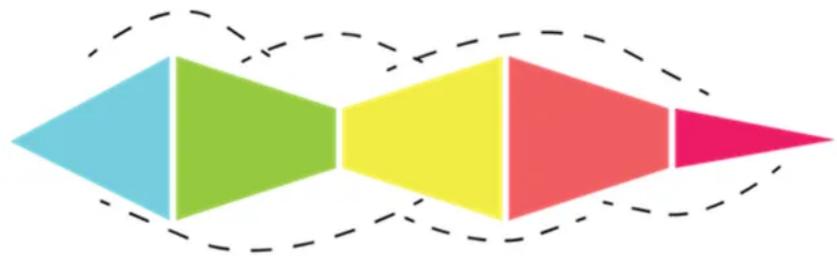
Los talleres comenzaron típicamente sobre una instancia de entender y decantar el objetivo, la problemática planteada. Así en cada caso fue posible comprender y aterrizar concretamente el desafío planteado.

Posterior a haber entendido el desafío, comenzamos a trabajar sobre una nueva instancia o fase de “divergencia”. Durante esta fase se generaron las ideas. Para guiar el trabajo de esta instancia aplicamos diferentes dinámicas y técnicas de ideación / brainstorming que ayudaron al proceso de creación grupal creativa.



Una vez resuelto el espacio de crear colaborativamente nuevamente retomamos o activamos una nueva instancia “convergente”. Para guiar el proceso lógico de mejora, selección y priorización de las ideas se utilizaron distintas dinámicas

De esta manera, combinando momentos de convergencia / divergencia y atravesando las distintas instancias guionadas se fue logrando paso a paso el objetivo siempre sobre un clima o atmósfera de trabajo muy activa y entretenida para participantes y guías.



Detalle de las técnicas / métodos aplicados:

→ 6 sombreros

Cada ser humano tiene su historia, sus creencias, opiniones, dudas, certezas, sentimientos y pensamientos diversos. A raíz de ello, cada individuo dice lo que dice parado siempre desde lo que conoce o experimentó. La dinámica propuesta tenía como objetivo poner a pensar a los asistentes desde otras perspectivas, a través de la experiencia de otros, desde la mirada de otras personas o desde otras culturas y países. Para ello implementamos el guionado de ideas mediante la técnica de 6 sombreros para pensar (De Bono) en una versión adaptada.

La dinámica tiene por finalidad facilitar la resolución o el análisis de problemas desde distintos puntos de vista o perspectivas; en este caso desde personajes reconocidos en distintos ámbitos como el deporte, espectáculo, ciencia, artístico, etc y desde la perspectiva de distintas culturas y costumbres. Se trata de un marco de referencia para el pensamiento para fomentar el pensamiento lateral y de esta manera fomentar la generación de ideas que de otra manera no hubiesen surgido.

Se consideró para el desafío propuesto ya que al poner el foco en la comunicación consideramos que atravesando por distintas personas, países y su forma de comunicarse con la sociedad se podían tomar las fortalezas para trasladarlo al ámbito en cuestión desde la disrupción y creatividad.

→ PNI

PNI es una técnica Edward de Bono, siendo un acrónimo de Positivo, Negativo e Interesante; la metodología permite analizar ideas desde la óptica de descubrir el potencial que pueden llegar a tener cada una, evitando obviar posibles efectos contrarios o no deseados de las mismas.

La dinámica propuesta se utilizó en uno de los equipos a los fines de analizar las ideas que habían pasado por un proceso de filtrado y selección. La técnica se aplicó a los fines de identificar las potencialidades y visualizar los componentes positivos en lo negativo y viceversa; además de detectar esos matices interesantes que a corto, medio o largo plazo se pudiesen decantar por lo positivo o lo negativo.

→ Ideación Heurística

La Ideación Heurística, tiene por finalidad acompañar al proceso creativo, de encuentro con nuevas ideas, con la disrupción y la inventiva. El objetivo es comparar características o atributos de productos o servicios que aparentemente no se relacionan entre sí para a partir de ello desarrollar y generar nuevas ideas.

La dinámica propone comprender qué servicios o productos ya resuelven de manera positiva la problemática planteada, para luego unir el atributo de uno de ellos con otro producto o servicio (que tiene un atributo distinto). En este sentido es importante siempre apuntar a seleccionar productos o servicios totalmente distintos entre sí, que no tengan una relación directa, para de esta manera obtener ideas más disruptivas e innovadoras a la hora de cruzar el producto/servicio con el atributo de otro de ellos.

Para el desafío planteado se utilizó la Ideación Heurística ya que la misma invita a producir una gran cantidad de ideas en un periodo de tiempo acotado y con un alto grado de disrupción. Además de brindar la oportunidad de aprendizaje para los asistentes, diferenciándose del ya conocido y clásico brainstorming.

→ Impacto vs Factibilidad

Para el filtrado de ideas se aplicó la matriz Impacto vs Factibilidad. Para ello cada participante asignó un puntaje del 1 al 5 (siendo 1 poco y 5 mucho) para cada variable, luego se procedió a multiplicar ambos valores a los fines de obtener un valor único y final. En función de las ideas que tuvieron el puntaje más alto fueron las ideas que pasaron el proceso de filtrado para luego finalizar en un proceso de votación para de este modo seleccionar las 3 ideas que mejor resolvían el desafío planteado.

→ Analogías

Una de las destrezas esenciales para utilizar las técnicas de creatividad es la de establecer analogías, relacionar dos elementos que parecen no tener relación entre sí. La creatividad, y muchas de las estrategias que dan lugar a la innovación, se alimentan enormemente de las analogías.

Las analogías tienen por finalidad encontrar la semejanza entre dos elementos aunque tengan muchos puntos diferenciados, inspira a imaginar de forma conjunta dos elementos supuestamente incompatibles y a asociar el objetivo creativo a elementos que provienen de otros campos o disciplinas.

Mediante este fundamento, aplicamos para uno de los equipos, guionando las ideas mediante dicha técnica, inspirando a los participantes a la generación de ideas forzadas de valor.

Consideramos que dado el desafío planteado, aplicar un proceso de analogías podía aportar a la disrupción de ideas, identificando ámbitos totalmente diferentes pero que se relacionaban al hecho de generar satisfacción, para a partir de ello tomar los beneficios y brindar soluciones al desafío inicial.