






The Open Faculty University of Murcia

## 12.1: INTRODUCCIÓN, ORGANIZACIÓN Y PRODUCCIÓN

Esta Unidad ofrece una mirada introductoria a la creación y diseño de proyectos culturales alternativos e innovadores. Exploraremos los conceptos de creatividad e innovación, enormemente asociados a los proyectos alternativos, así como los conceptos más relevantes en la organización y la planificación de los proyectos para permitir transformar las ideas en propuestas culturales viables, pertinentes y con impacto.

### 12.1 : INTRODUCCIÓN, ORGANIZACIÓN Y PRODUCCIÓN

---

-  1. Introducción, creatividad e innovación
-  2. Conceptos en la organización del proyecto
-  3. Conceptos en la planificación de un proyecto

# 1. Introducción, creatividad e innovación



The Open Faculty University of Murcia

Antes de comenzar cualquier desarrollo, debemos plantearnos una pregunta básica, relacionada estrechamente con lo que vamos a conocer, **la creatividad**. ¿Qué es? Según la R.A.E.;



De *creativo e -idad*.

1. f. Facultad de crear.

Sin.:

- ♦ inventiva, imaginación, ingenio, inspiración, magín.

2. f. Capacidad de creación.

Sin.:

- ♦ inventiva, imaginación, ingenio, inspiración, magín.

Sinónimos o afines de «*creatividad*»

inventiva, imaginación, ingenio, inspiración, magín.

## LA CREATIVIDAD

Los logros que hablan creativamente tienen un efecto muy profundo en nosotros como personas e individuos, estos se pueden dar en la teoría de las “3P”:

Procesos creativos

Hablamos de cómo se produce un trabajo de creatividad

**Personas creativas**

Nos referimos a sus características relacionadas con el aspecto psicológico

**Productos creativos**

El resultado de las otras dos, el resultado final, el producto revolucionario

El pensamiento que nos lleva a generar un producto es el pensamiento ordinario, este proceso se basa en la continuidad y la discontinuidad de este que surge del **feedback**, de la retroalimentación y del estímulo exterior al pensamiento.

CONTINUAR

## CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

La creatividad y la innovación son herramientas diferentes, pero que trabajan en conjunto para dar como resultado la generación de aquellos cambios dentro del proyecto o la organización que conlleven una mayor satisfacción a sus destinatarios/beneficiarios, de manera que den solución a problemas que se generan en los proyectos y favorecen el desarrollo de manera positiva del producto.

---

**Estos dos conceptos están estrechamente ligados, la creatividad está producida por ideas y conocimiento, y estos mismos, llevan a la innovación.**

Cuando elaboramos un proyecto o una propuesta es importante incluir elementos que fomenten ese mismo proceso, como:



Proponer retos individuales o colectivos, motivar, fomentar la participación de los miembros del equipo, dar mayor autonomía a cada uno de los diferentes elementos de la organización.

**CONTINUAR**

En cuanto a las **formas de fomento innovador:**

- Fomentar la creatividad es imprescindible, erradicar el miedo al fracaso y crear situaciones de realidades “**futuribles**” donde buscar soluciones a los mismos, estar siempre atentos a los cambios en el entorno (mercado de producto), para poder añadir elementos nuevos como servicios o cambios en los procesos que nos permitan evolucionar.

El **proceso creativo**, es una de las potencialidades más complejas y difíciles de definir y explicar de una manera científica del ser humano, implica habilidades de pensamiento que permiten integrar los procesos cognitivos menos complicados y vincularlos a los más complejos para llegar al logro una idea o pensamiento nuevo e innovador. La creatividad ha existido desde siempre y es una habilidad del ser humano vinculada a su naturaleza.

CONTINUAR

**Aquí revisamos algunas de las definiciones de pensadores del siglo XX y XXI:**

Weithermer (1945)	El <b>pensamiento productivo</b> consiste en observar y tener en cuenta rasgos y exigencias estructurales. Es la visión de verdad estructural, no fragmentada
----------------------	---

Fromm (1959)	La <b>creatividad</b> no es una cualidad de la que estén dotados particularmente los artistas y otros individuos, sino una actitud que puede poseer cada persona.
Getzals y Jackson (1962)	La creatividad es la <b>habilidad de producir</b> formas nuevas y reestructurar situaciones estereotipadas
Barron (1969)	La creatividad es la habilidad del ser humano de traer <b>algo nuevo</b> a su existencia
Marín (1980)	<b>Innovación</b> valiosa
Grinberg (1990)	Capacidad del cerebro para llegar a conclusiones nuevas y <b>resolver en una forma original</b> . Se relaciona con la efectiva integración de ambos hemisferios cerebrales
Goleman, Kaufman y Ray (2000)	...contacto con el espíritu creativo, esa musa esquiva de las buenas-y a veces geniales-ideas.
Gagñé	La creatividad es una cualidad atribuida al comportamiento siempre y éste o su producto presenten rasgos de originalidad

## CONTINUAR

**Guilford** (1950) y **Dedeboud** (1992), han sugerido 7 como las habilidades que componen a la creatividad: Guilford demostró, además, que la creatividad y la inteligencia son cualidades diferentes.

Estas habilidades son:

- 1 **Sensibilidad para los problemas** (referencia a ver cuál es “*el reto*”)
- 2 **Fluidez** (que tenga ritmo, continuo, no se estanque)
- 3 **Flexibilidad** (estar abierto a los cambios, ser maleable antes situaciones, adaptación)
- 4 **Originalidad**
- 5 **Redefinición** (se redefine o se rehace el producto con las fortalezas y las debilidades solucionadas)
- 6 **Análisis** (Perspectiva, este punto se realiza en varias ocasiones para mejorar)
- 7 **Síntesis** (es integrar los puntos 4 y 5 y entender el final del proceso)

CONTINUAR

## HACERES ESPECIALES

En este punto merece la pena reflexionar sobre los “haceres especiales”, o sea las prácticas, acciones o modos de creación que tienen un carácter distintivo dentro del ámbito artístico, poniendo el énfasis en una idea en la que las artes son agradables y desatan emociones positivas en los seres humano. Utilizando elementos que agradaban los sentidos humanos (sonidos, colores y formas brillantes y especiales...)

EL DESEO DE HACER  
ALGO “ESPECIAL”

EL ARTE COMO MODO DE  
CONOCIMIENTO

EL ESFUERZO

LA GENERALIDAD

Es una necesidad biológica, Más esencial que el resultado, es el comportamiento o la actividad, y más interesante aún es el ímpetu que anima la conducta o la actividad. Como modernos, tendemos a ver el arte como una compulsión privada (un deseo personal), pero más allá del individualismo creador el arte se origina como una actividad común.

EL DESEO DE HACER  
ALGO “ESPECIAL”

EL ARTE COMO MODO DE  
CONOCIMIENTO

EL ESFUERZO

LA GENERALIDAD

***Art as a mode of knowing*** (Jerome Bruner), reflexiona sobre 4 aspectos de la experiencia artística, que elevan al arte a ser un vehículo de conocimiento. (el proyecto interdisciplinar entendido como obra de arte).

El arte es capaz de conectar dos esferas de la vida separadas, uniéndolas en una suerte de nuevo objeto, la emoción del proceso creador- sensación de fluir, de placer intenso que supone aprender en una fusión entre el conocimiento de lo externo y el individuo-.

EL DESEO DE HACER  
ALGO "ESPECIAL"

EL ARTE COMO MODO DE  
CONOCIMIENTO

EL ESFUERZO

LA GENERALIDAD

Se contextualiza según Bruner como modo de realizar nuevas conexiones entre diferentes perspectivas (hablo de los proyectos, allegro café-histórico. Al Aire mistral-moda). El esfuerzo contextualizado se realiza por la recompensa de sensación de **completud**.

EL DESEO DE HACER  
ALGO "ESPECIAL"

EL ARTE COMO MODO DE  
CONOCIMIENTO

EL ESFUERZO

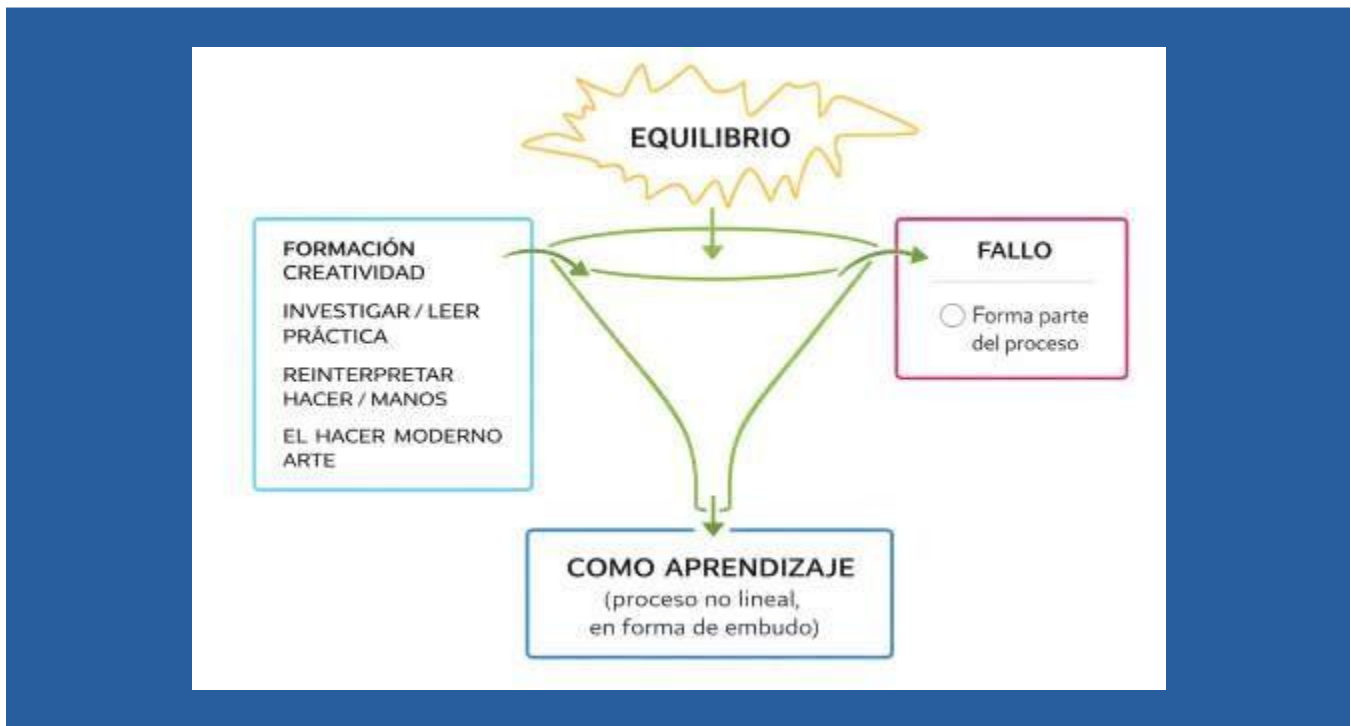
LA GENERALIDAD

Cualquier idea tiene la manera de acomodarse, crear experiencia. **Bruner** evidenció el papel del aprendizaje a través de interacciones interpersonales, a la exploración de la información, y al significado o a escaso conocimiento que se produce.

Bruner, al evocar lo que más deseaba, afirmó que era descubrir un principio de orden mayor basado en que el pensamiento humano enlaza las capacidades del lenguaje y las condiciones culturales más que contentarse con ser una ordinaria respuesta a estímulos). lo define como **Shock por el reconocimiento**, cuando sabemos y vemos que esa idea, producto u obra es el idóneo.

**Sartre**, (afirma que, para el ser humano, "la existencia precede a la esencia" y esto lo explica a través de un ejemplo claro: si un artista quiere realizar una

obra, la piensa (la construye en su mente) y justamente, esa idealización es la esencia de la obra final que luego tendrá existencia) plantea el proyecto como una serie de angustias y libertades mientras se crea y desarrolla (sentirse perdido en la falta de estructuras que luego generaremos y daremos forma).



Los primeros estudios sobre la creatividad se remontan a la **Psicología del pensamiento**, Graham Wallas, habla del pensamiento creativo y lo divide en 4 partes o fases:

Preparación —

La fase de preparación comprendería la percepción de un problema y la reunión de la información o la documentación del mismo artista

**Incubación** —

La fase de incubación es un tiempo de espera, esta es la parte que a veces suele difuminarse con la primera, dependiendo de la persona, en otras se buscas inconscientemente la solución al problema.

**Iluminación** —

Irrumpe la solución del problema

**Verificación** —

Tiene lugar la solución del problema.

Otros autores como Catherine Patrick, Eindhoven y Vinacke, llevaron a cabo el estudio de las fases de Wallas con diferentes artistas y, sí se daban las fases, pero estaban estrechamente ligadas a cada individuo, y llegaron a la conclusión de que artistas y científicos realizaban el mismo proceso, estando la diferencia únicamente en el ataque del **problema**.

El problema aparece, cuando el individuo quiere alcanzar una meta determinada, pero no sabe cómo llegar a la misma. Cuando no podemos reclamar procedimientos específicos bien conocidos y familiares para su resolución.

Todo proceso creativo es análogo al proceso de solución de un problema; se trabaja con la información que se tiene a mano, se pone en juego las experiencias anteriores, se las combina y traslada a las nuevas estructuras, que en su nueva configuración resuelven el problema, el cual satisface alguna necesidad del individuo. (Arnold 1964).



Complete the content above before moving on.

## 2. Conceptos en la organización del proyecto



The Open Faculty University of Murcia

La organización de un proyecto no es algo que se haga de una manera exacta o predeterminada, pero sí que debemos de tener en cuenta algunos puntos que nos pueden facilitar el trabajo y dar claridad. Lo principal es preguntarnos, ¿cuál es el mensaje que queremos transmitir? ¿Cuál es el **target** social, generacional...? Con estas simples preguntas podemos dirigir nuestro proyecto a una dirección mucho más clara.



Una vez que sabemos a dónde va a ir, es el momento de investigar, nutrirse, pensar, buscar, buscar y buscar... cada persona tiene su técnica hasta llegar al momento del “**EUREKA**”, no hay reglas.



Después es muy importante una planificación lo mas detallada posible, en todos los ámbitos del proyecto:

- Comunicación
- Producción
- Arte
- Cuentas

CONTINUAR

Cada uno de estos apartados debe de estar consecuentemente ensamblados en un cronograma general y de secciones, con estrategias de difusión que no deben de pasarse por alto. Después de todo esto, la evaluación continua tiene y no digo debe de estar siempre presente en los procesos, recoger el **feedback**, estar más que abierto a cambios y ajustes que redirijan el proyecto en el caso de que sea necesario.

<p>INVESTIGACIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN</p>	<p>Análisis del contexto cultural del proyecto (necesidades, demandas, viabilidad, relevancia, aportaciones), “aprender”, esto te ayudará a tomar decisiones informadas y a enriqueces tu trabajo.</p>
<p>ACOTAR OBJETIVOS</p>	<p>Estableces los objetivos de la propuesta y definir muy bien al público o el estrato social que va dirigido.</p>
<p>PLANIFICAR</p>	<p>Plan detallado al máximo del proyecto, valorando los recursos y ocupándolos, ya sean materiales, humanos, económicos...  Organiza tu trabajo de manera lógica y establece metas alcanzables y reales,</p>

	que permitan tener un mejor control sobre el proyecto.
DISEÑO	Toda la parte técnica, logística, presupuestaria y de comunicación
PUESTA EN MARCHA	Es importante supervisar las actividades de este, cumplir los objetivos previstos, mantener comunicación con los diferentes departamentos de manera fluida.

**CONTINUAR**

Por último, la evaluación debe de estar presente después de la puesta en marcha, aunque lo que debería de ser es que estuviera presente durante las jornadas y actividades.

**Un proyecto cultural es una propuesta organizadora que tiene como objetivo desarrollar actividades relacionadas con el arte, la cultura y la educación.**

El objetivo es promocionar y fomentar la cultura, la participación de la comunidad o el entorno social y enriquecer el patrimonio cultural, a continuación en el punto 1 y 2 de la **ley 4/2007 de patrimonio cultural de la Región de Murcia** podéis ver ejemplos de lo que lo constituye : [BOE-A-2008-12526 Ley 4/2007, de 16 de marzo, de Patrimonio Cultural de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia](#). (Es muy interesante en la primera parte del proyecto leer e informarse para ayudar a fluir).

Como hemos visto, tenemos diferentes formas de hacerlo, dentro de esto, cada uno debe de hacer lo que mejor le convenga, si bien es cierto que no hay una fórmula mágica para hacer las cosas y que siempre salgan bien, si es probable que cuanto más organizado tengas mejores resultados o por lo menos más fácil sea gestionarlo.

CONTINUAR

## 3. Conceptos en la planificación de un proyecto



The Open Faculty University of Murcia

Nos encontramos en la parte más difícil del proyecto, ya que de esta va a depender que podamos o no llevarlo a cabo de una manera exitosa. La planificación nos enfrenta directamente con “el monstruo”, nos invita a organizar sin llevar a cabo, a planificar un futuro que es presente, por lo tanto, es un ensayo final, una prueba de sonido, un pase antes de...



**CONTINUAR**

Vamos a hacer un esquema fácil y abierto a, pero que nos deje cada parte clara.

## Definir el objetivo

¿Qué tipo de proyecto quieres organizar? Benéfico, cultural, deportivo, con o sin ánimo de lucro...

- Cultural
- Deportivo
- Benéfico
- Musical

## Recursos y necesidades

Lo que vas a necesitar desglosado en 4 partes:

Recursos humanos —

Personal que hace falta, voluntarios, técnicos para montaje de rider, limpieza, seguridad, taquillas... un largo etc.



#### Recursos técnicos —

Tenemos que planificar la maquinaria que hará falta para realizarlo (aseos portátiles, elementos de arquitectura efímera que necesitamos, en el caso de que colaboremos con alguna entidad, ayuntamiento etc., debemos de pasarlo a ellos y hacerlo con sus departamentos y en sus tiempos) **logística**.

#### Recursos de patrocinio —

Aquí podemos tenerlo de manera tangible, mediante dinero que va a la empresa gestora, mediante el pago de gastos desde ellos mismo o colaborando de alguna manera. El departamento que corresponda deberá de hacerse cargo de la gestión.



Recursos económicos —

Aquí entrarían los presupuestos, el total, aunque yo recomiendo ya hacerlo por secciones para saber lo que costaría cada una **grosso** modo.

CONTINUAR

## Elaboración del presupuesto

Es el momento de calcular de manera concienzuda todos los gastos del proyecto, depende del modelo que hayas escogido la labor de cálculo será más o menos fácil. Es vital tener las cuentas al día y saber si hay recursos financieros para poder llevar a cabo el proyecto y todas las partes de este sin problemas, aunque surgirán, te lo aseguro.



## Ejecutar el presupuesto

Previamente, hemos realizado por departamentos o como hayas querido organizar todas las partes de este, ahora es el momento de llevarlo a cabo según el plan. Supervisa el progreso y si es necesario haz ajustes, el control de las partes involucradas es primordial; la responsabilidad individual de cada miembro debe de ser cumplida por cada uno. **COMPROMISO**

CONTINUAR

## Evaluación

Después de realizar el proyecto, el evento, el festival... hay que pararse a evaluar los procesos, el éxito o no del mismo, la evaluación debe de

venir de todas las partes y de forma gradual; todos los departamentos tienen que autoevaluarse, los patrocinadores os evaluarán también, los **mass media**, los ayuntamientos, las entidades para ver si les resulta productivo invertir, organizar, ayudar, sea lo que sea. Es un momento para crecer e identificar debilidades para futuros proyectos, realizar una memoria de este es algo no imprescindible, pero sí recomendable si quieres mejorar. **COMUNICACIÓN**

Algunas de la herramienta que podemos utilizar para evaluar son las siguientes:

EL DEBATE

LAS ENCUESTAS

OPINIONES

Entre los miembros del equipo, emplearlo de una manera constructiva; al final la comunicación es la herramienta que más te va a ayudar en tu emprendimiento.



EL DEBATE

LAS ENCUESTAS

OPINIONES

Pueden ser utilizadas para cualquiera de las partes implicadas y hay de multitud de tipos: descriptivas, satisfacción... además podemos realizarlas a través de cualquier plataforma.



EL DEBATE

LAS ENCUESTAS

OPINIONES

Puestas en las redes del festival, o del evento, mediante cualquier tipo de elemento que pueda reflejar la opinión del cliente sin la presión de estar observado.



Pero cualquier herramienta o método que refleje la identidad del producto es perfecta, evaluarnos a través de nuestro criterio y de las partes implicadas es básico e importantísimo para crecer. La gran problemática es el estancamiento del producto que se vuelve aburrido y no se rediseña continuamente.



Complete the content above before moving on.