

# ✓ FINALISTA

## DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CREATIVO A TRAVÉS DE RETOS EN INSTAGRAM

### EQUIPO

José Leoncio González Martín.

### PALABRAS CLAVE

Redes sociales, pensamiento creativo, imagen, fotografía, retos, TIC.

### RESUMEN

El desarrollo del pensamiento creativo en alumnos de primero de Comunicación Publicitaria es una tarea a construir desde un punto de inicio poco desarrollado. Determinadas competencias, como el desarrollo de la creatividad y el pensamiento crítico aparecen limitadas en los primeros años universitarios, quizás debido a una estructuración demasiado cartesiana del proceso de aprendizaje que traen los estudiantes del bachillerato. Una vez introducidos en el concepto de pensamiento lateral, propuesto por Eduard de Bono, y atendiendo a una perspectiva *out of the box* se propone una serie de retos para que a partir de determinados conceptos trabajados en clase los estudiantes sean capaces de reproducir en imágenes fotográficas la aplicación de los mismos. Para ello, la herramienta con la que se trabaja es la red social Instagram, en la que los estudiantes deben replicar su trabajo atendiendo a algunas premi-

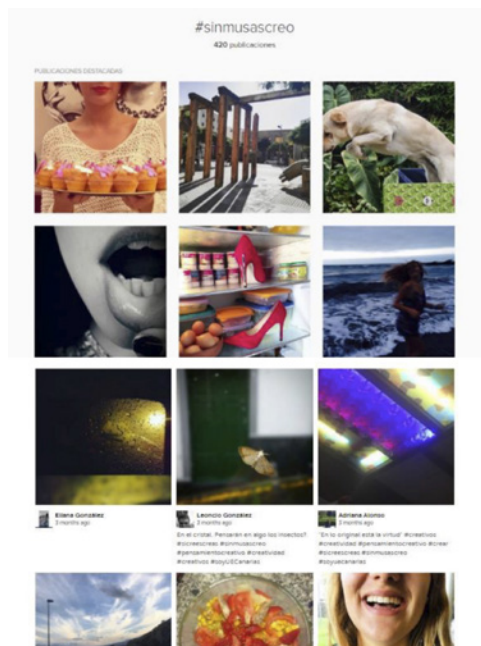
sas como no repetición, justificación del resultado, posible aplicación en una campaña publicitaria etc. El uso de Instagram permite difundir públicamente los resultados de estos trabajos y obtener evaluación endógena y exógena de los mismos.

### PRINCIPALES ELEMENTOS

En el proceso creativo intervienen una serie de factores que no siempre atienden a mecanismos lógicos. Es lo que propone Eduard de Bono en el planteamiento de su *lateral thinking*. Este concepto se trabaja en el aula intentando dar otra visión a conceptos tradicionales. La propuesta es sacar determinados conceptos y verlos de manera paralela, a través de fotografías y teniendo en cuenta el trabajo del resto del equipo. Estos son los "retos": palabras relacionadas con contenidos del temario que se deben explotar desde el punto de vista creativo (#manchas, #personas, #mover, #letras...).

No es posible repetir imágenes, en caso de hacerlo penalizaría. Para ello se usan dos herramientas: por un lado las etiquetas o *hashtags* usados en las fotografías (elemento indispensable para realizar el trabajo) y por otro lado un catálogo que realiza el profesor de las imágenes publicadas a través de

otra plataforma: storify. Los hastag son elegidos por los estudiantes en asamblea cloaborativa a través del método lluvia de ideas (#sinmusascreo #sicre-screas).



## CONCLUSIONES

Esta actividad concluye con unos excelentes resultados de participación y satisfacción del estudiante. Al usar plataformas de redes sociales los alumnos aumentan su implicación en la realización del trabajo, en parte, por el componente público que puede tener y también por la reputación on line que los alumnos actuales tienen. Por ello el resultado de la actividad es altamente positivo y se consiguen unos ratios de participación y éxito muy altos. Con posterioridad, cada semana se realiza un debate sobre las fotografías subidas y se comentan las mismas.



## BIBLIOGRAFÍA

**1.** De Bono, Edward (1992) *El pensamiento creativo*. Ediciones Paidós. Barcelona. **2.** Jenny, P. (2013). *La mirada creativa*. Barcelona: Gustavo Gili Editores. **3.** Ingledew, J. (2016). *Cómo tener ideas geniales*. Barcelona: Blume. **4.** De Haro, Juan (2010) *Redes sociales en educación*. Madrid. Anaya. **5.** García, A (2008) *Las redes sociales como herramientas para el aprendizaje colaborativo: una experiencia con Facebook*. Santiago de Chile. Revista Re Presentaciones.