



Universidad de la República.  
Facultad de Información y Comunicación.  
Instituto de Comunicación.



# **Creatividad 2 2024**

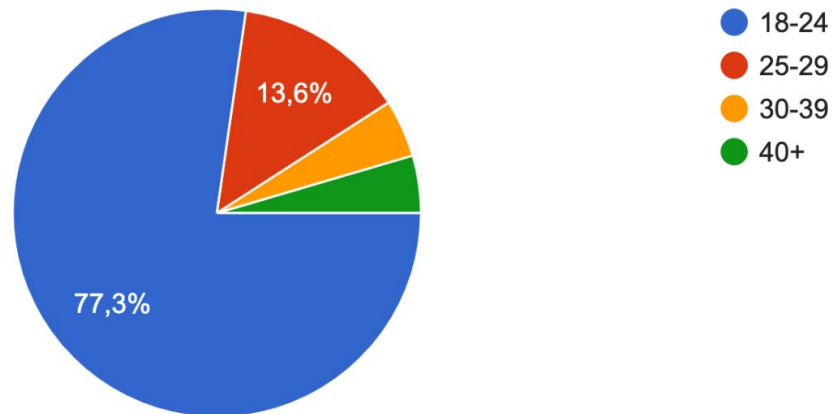
Gonzalo López Baliñas  
Marcelo Bonomi

# Perfil C2 2024

A verrrr

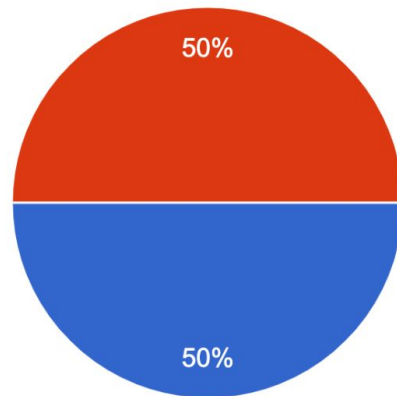
## Tu rango de edad

22 respuestas

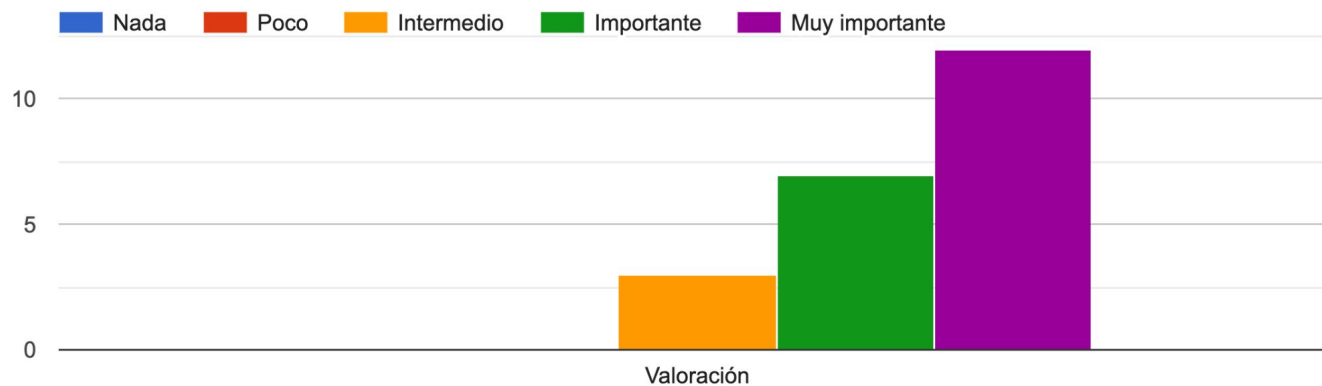


## ¿Cursaste Creatividad I previamente?

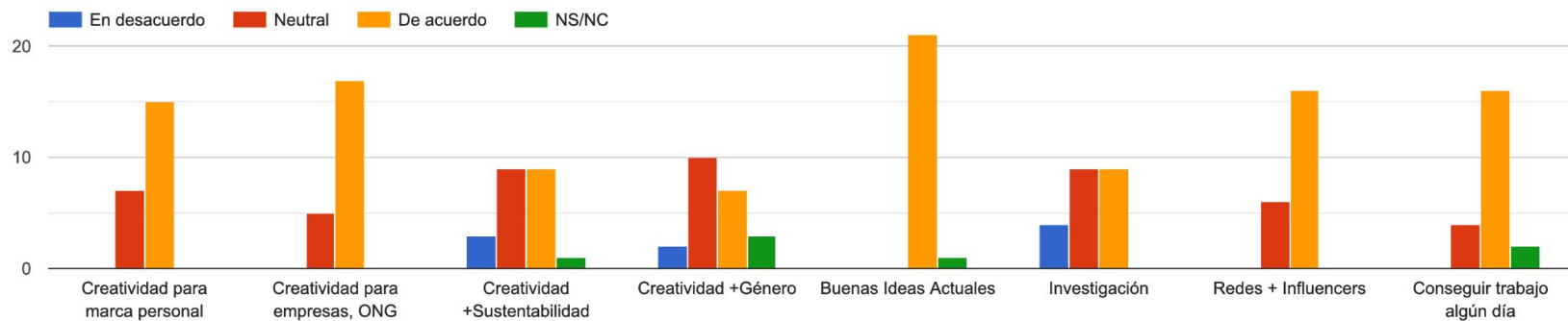
22 respuestas



Qué tan importante creés que es la creatividad para tu presente/futuro?

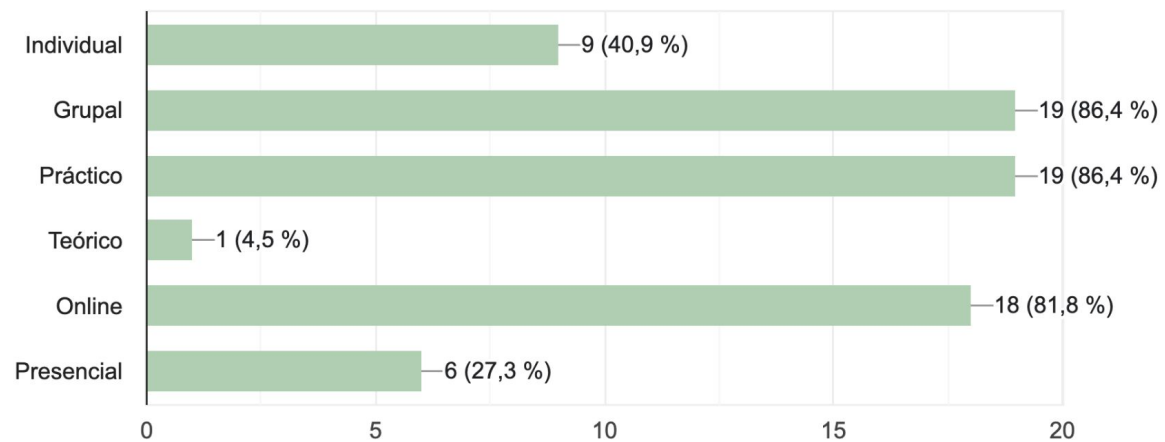


## Me interesa aprender....



## Preferencia sobre tipos de trabajos y entregas

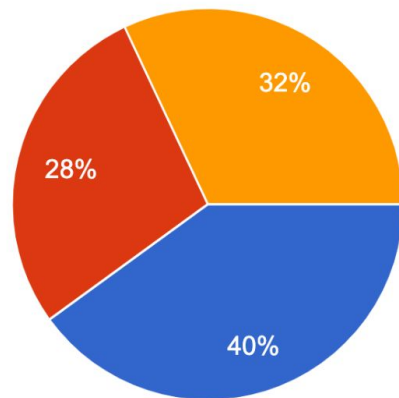
22 respuestas





## ¿Qué opinás de la IA?

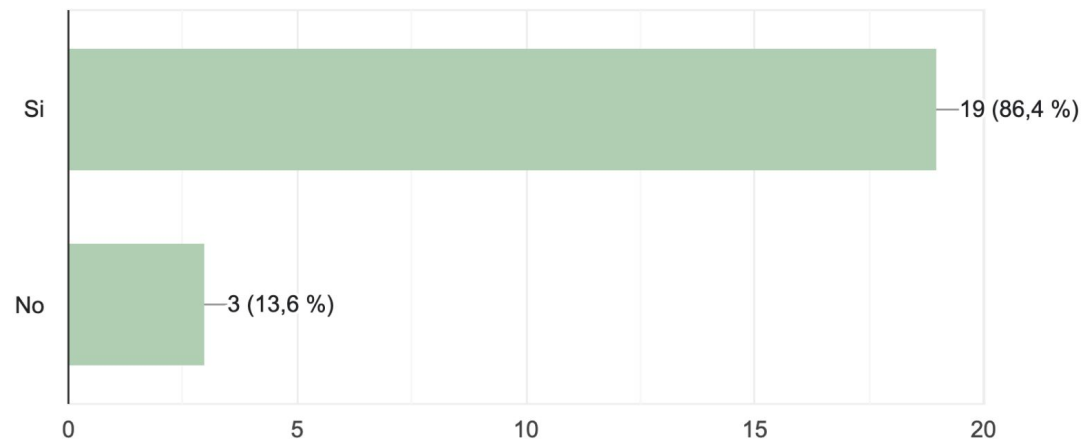
22 respuestas



- A favor
- En contra
- NS /NC

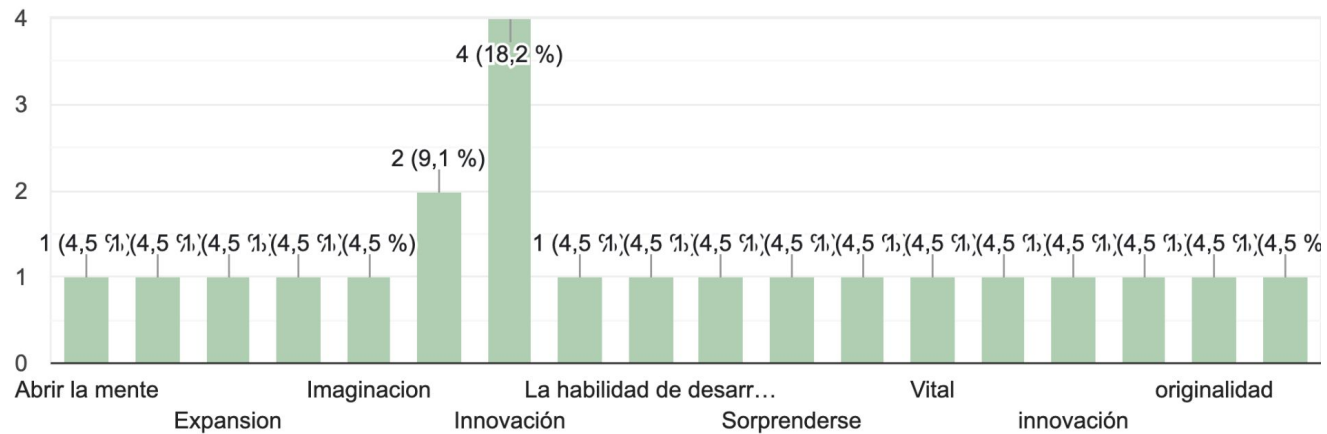
## ¿Te considerarás una persona creativa?

22 respuestas



## ¿En una palabra, qué es la creatividad para vos?

22 respuestas



# Juguemos Al Brief

(esto es lo que tienen que ver  
cuando ven publicidad o contenido)

- 1- público
- 2- concepto brief
- 3- qué quieren que haga el público?

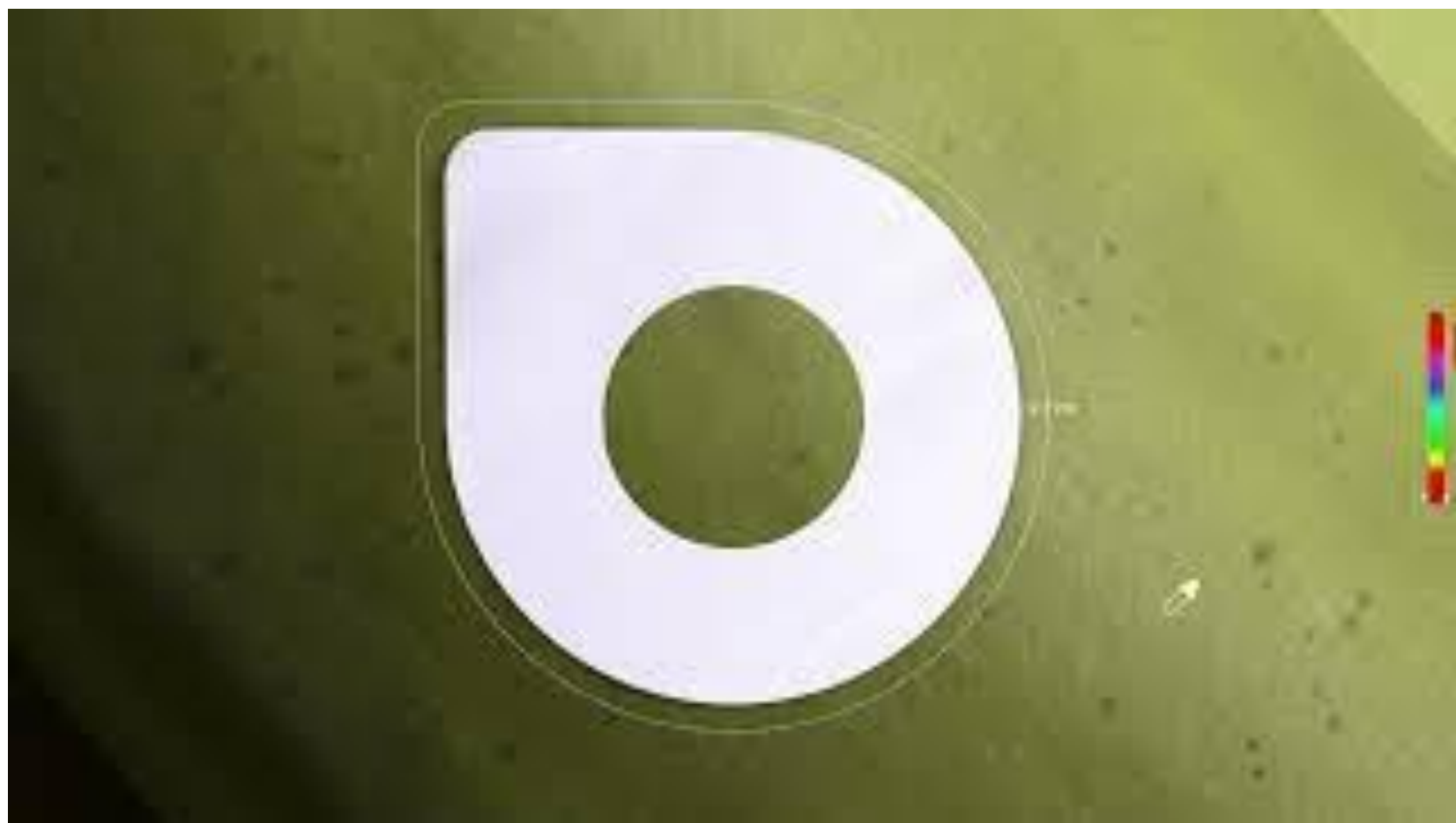




Tres años atrás, podías ver que estaba sonriendo.



MEET  
MARINA  
PRIETO







let's  
make  
it last



The new

 AirPods Pro



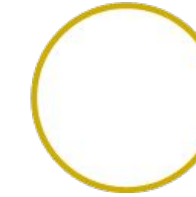
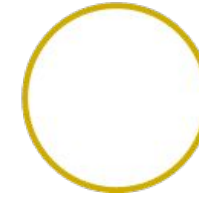
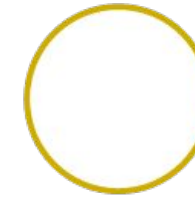
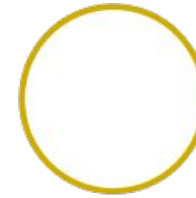
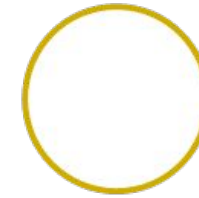
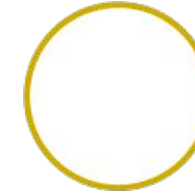
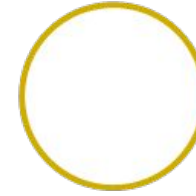
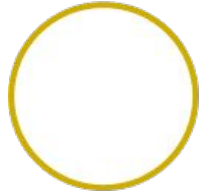
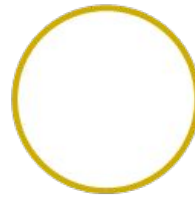
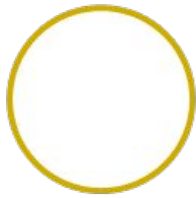
# Recordatorios

Formar grupos en EVA (4-5 personas)

Ya habilitado.

# Prepárense

Tomen una hoja y hagan lo siguiente:



# Cómo generar ideas

22

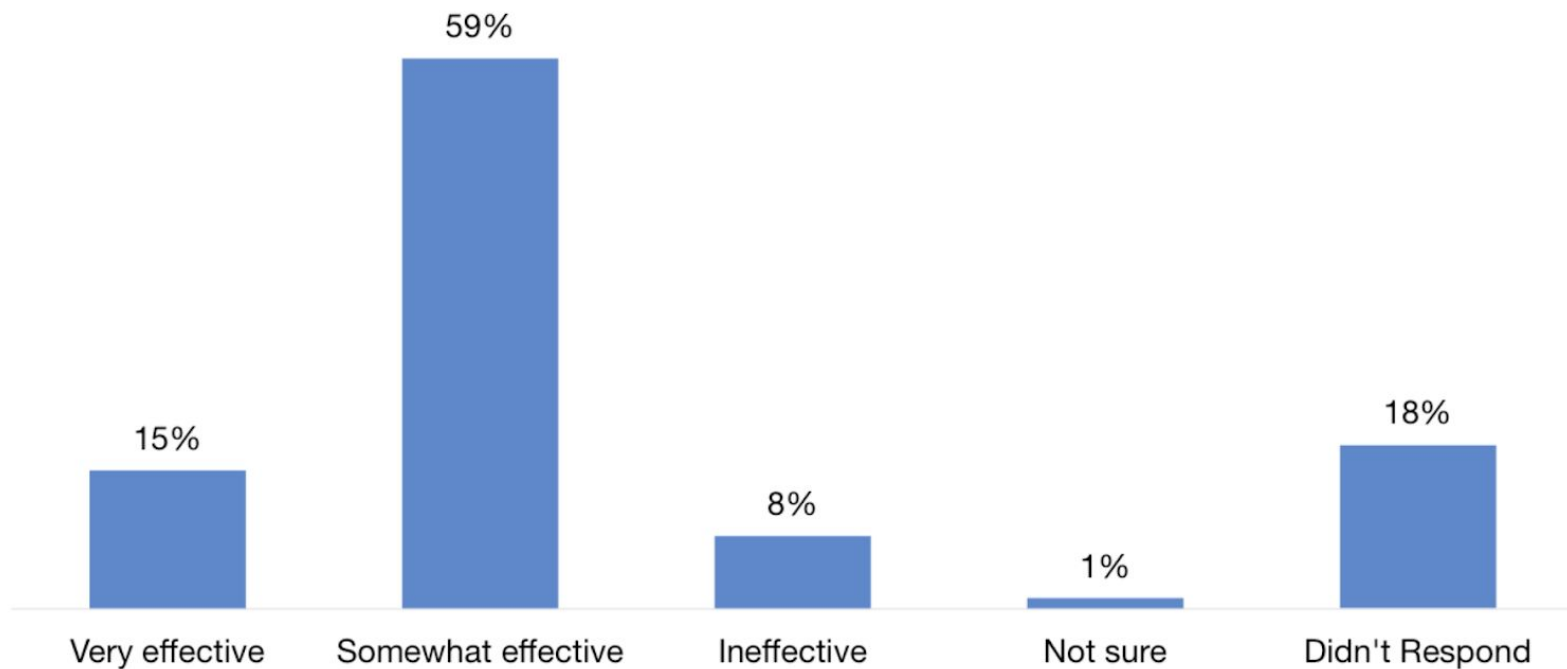
**Poniendo a las personas en  
el centro**

# ¿Qué es lo mejor para generar ideas?

Nielsen-Norman Group, la consultora líder en investigaciones de usuarios hizo en 2017 un estudio donde participaron 257 personas de áreas creativas y de estrategia de usuario para comprender cómo generaban las ideas.

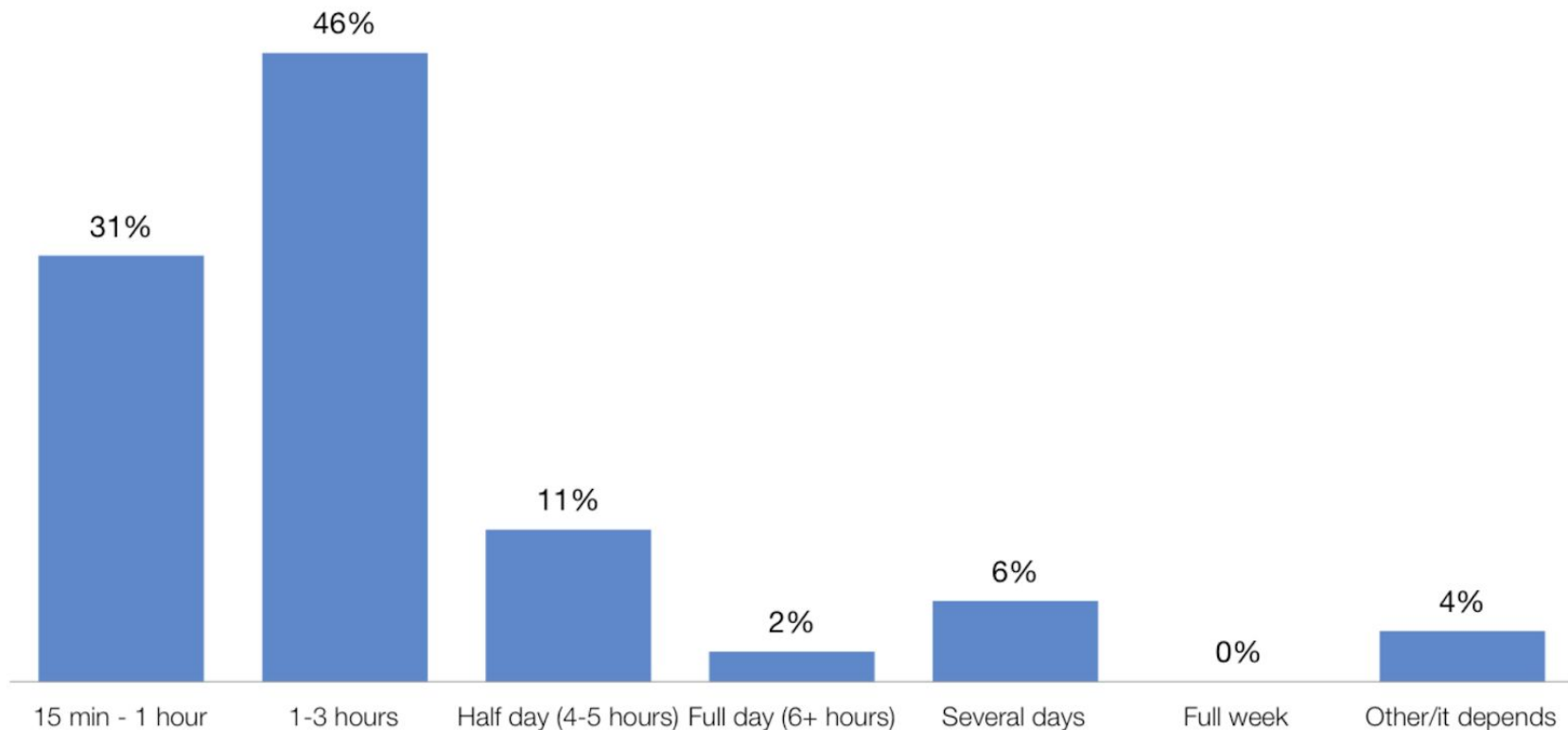
23

## How effective is your ideation process at generating useful design ideas?

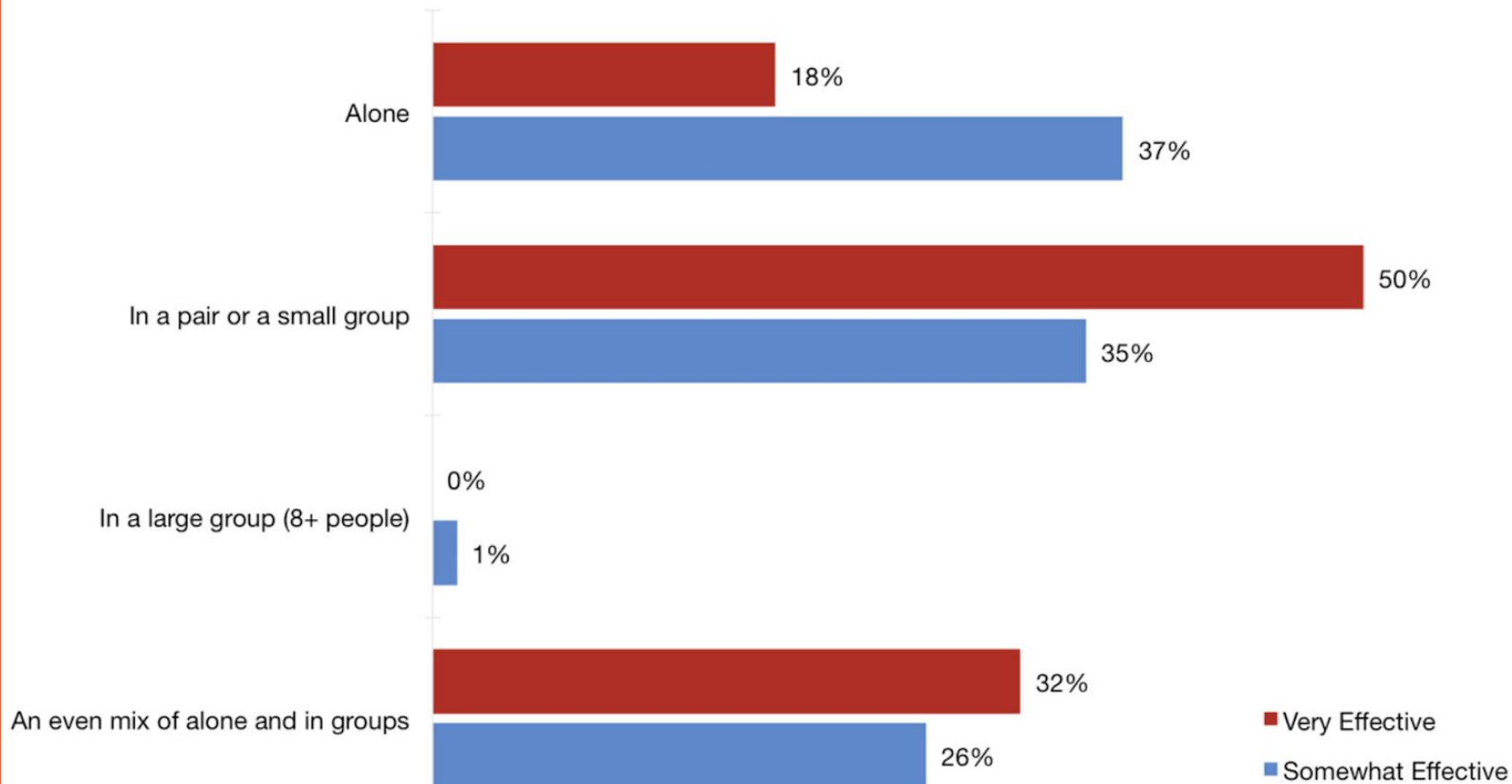




## When you spend time working on design ideas in a group, how long are your ideation sessions typically?

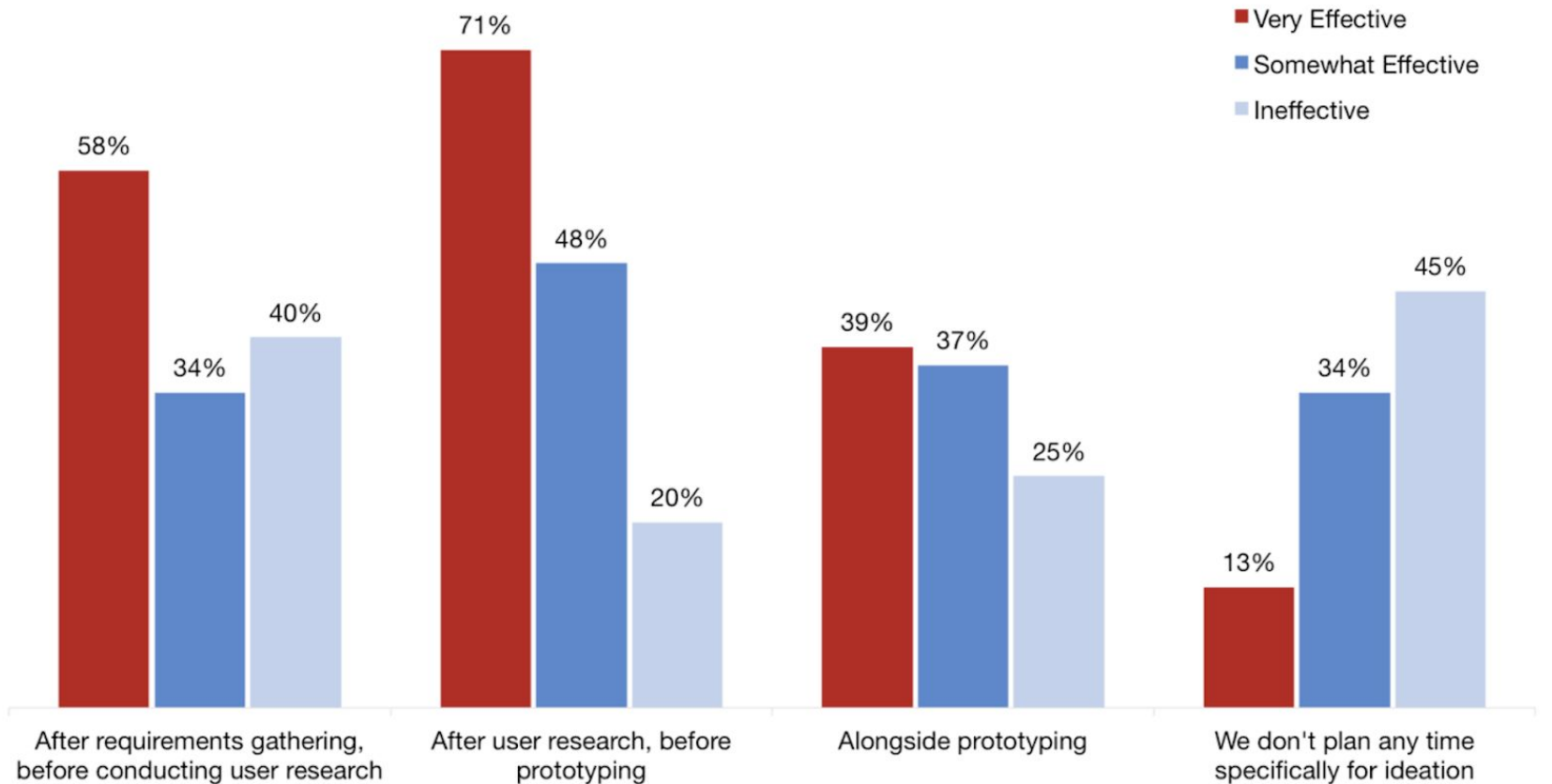


## Do you typically spend more time coming up with design ideas on your own, or in a pair or group?



# When does ideation typically occur in your team's design process?

(Select all that apply.)



# Conclusiones 1

**Más del 80% pueden:** Consiguen generar ideas con técnicas.

**Entre 15 minutos y varios días:** el tiempo que lleva “idear”. El promedio está en las 3 horas.

**En grupos grandes “no”:** En pares o grupos pequeños, en mix o en soledad, funciona mejor.

**Siempre pueden aparecer:** El mejor momento es luego de entender el brief y la información, aunque al principio también funciona.

## Conclusiones 2

Los métodos que mejor funcionan (de mayor a menor)

**Hablar del problema**  
**Brainstorming**

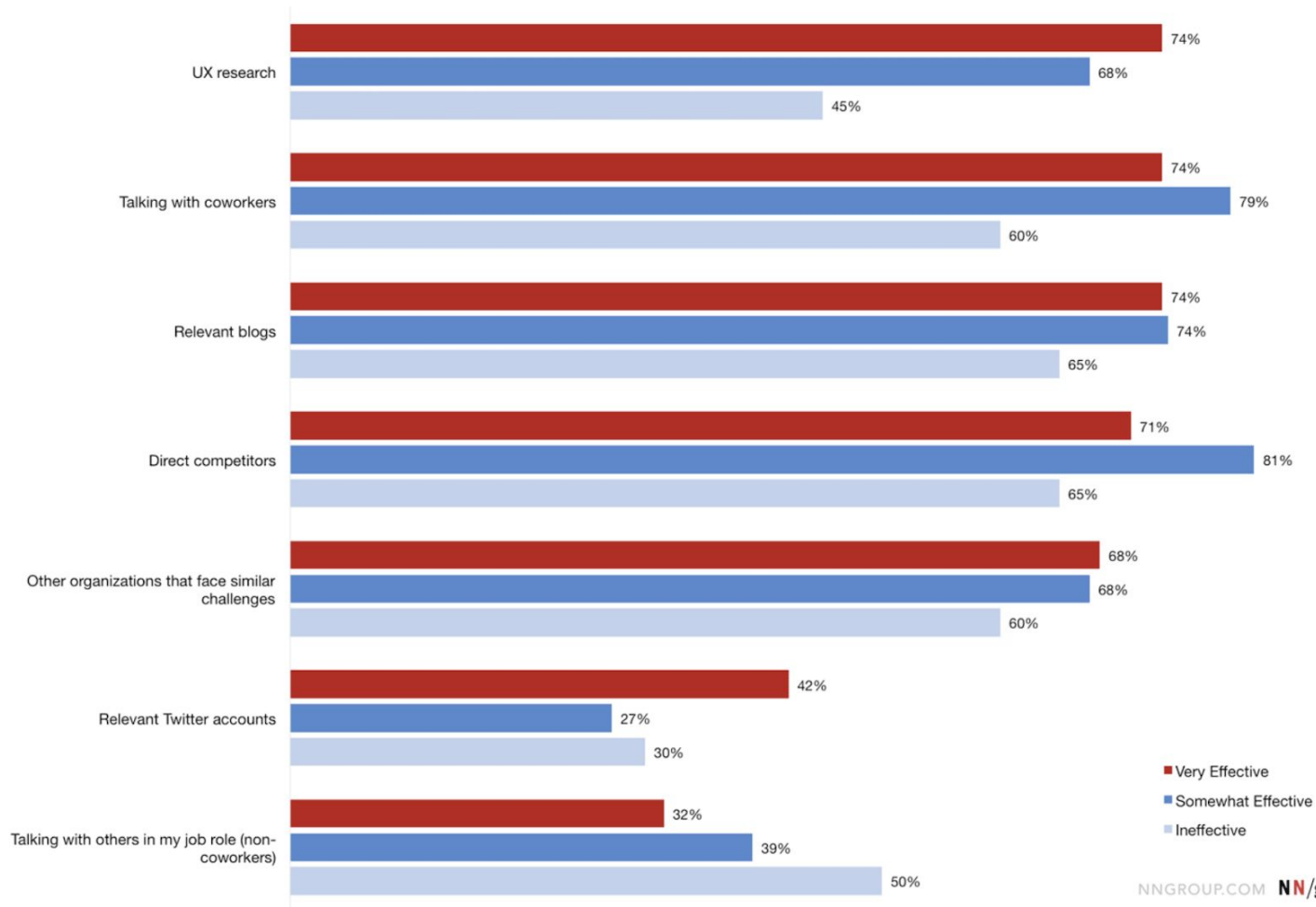
-

**Mapear**  
**Escribir**

-

**Métodos de IDEO, jugar o experimentar.**

## Where do you find inspiration for your design ideas? (Select all that apply.)



## Conclusiones 3

¿De dónde viene la inspiración? (de mayor a menor)

**De entender/investigar a las personas**

**De hablar con el equipo**

**De blogs**

**De la competencia directa**

**De otros problemas similares**

**De redes sociales**

**De hablar con gente externa**

# Recordatorios

Formar grupos en EVA (4-5 personas)

Próxima clase: sentarse en grupos que vemos el brief y estructura para primer parcial.



# Cómo generar ideas

33

**Poniendo a las personas en  
el centro**

# Diseñando pensamientos

Design Thinking & Creatividad

34

# ¿Qué es el Pensamiento de Diseño (Design Thinking)?

Es una metodología popularizada por Tim Brown de IDEO utilizada para maximizar la creatividad colectiva. Los dos centros referentes en DT son Stanford (USA) y Postdam (Alemania).

Lo que hace es dividir roles y fases para lograr soluciones centradas en las personas / consumidores.

Inicialmente conocida como Product Design o Service Design principalmente en el mundo del software hoy en día <sup>35</sup>evolucionó hacia el conjunto de saberes que permite diseñar soluciones a problemas relacionados a las personas y la comunicación.

# Etapas del Design Thinking

**Empatizar (Observar, Comprender):** Implica todo el trabajo necesario para comprender a las personas en el contexto del problema.

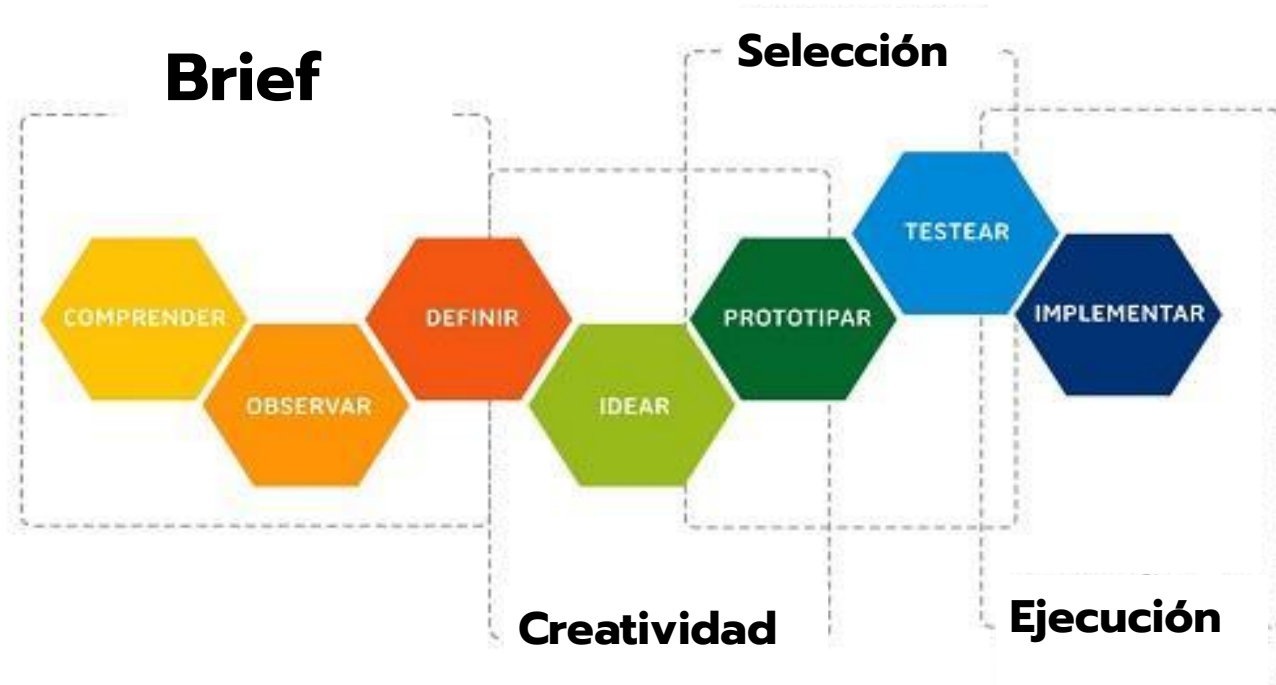
**Definir:** Filtrar la información y establecer claramente un punto de vista que inspire, basado en las personas, la necesidad y la información.

**Idear:** Con el problema identificado, se desarrollan posibles oportunidades.

**Prototipar (Graficar, Maquetar):** Con la selección de las soluciones posibles, se desarrollan de modo “rápido” las opciones para afinar el<sup>36</sup> proceso.

**Testear (Implementar, Ejecutar):** Se pone al potencial usuario o cliente frente a la posible solución o ejecución. Se optimiza el proceso.

# Design Thinking en nuestro proceso



# Métodos a lo largo del proceso



# Empatizar: Entrevista Cualitativa

# Entrevista Cualitativa



Entrevistar a potenciales usuarios o consumidores target en profundidad para conocer en profundidad sus motivaciones, expectativas o relación en torno a un producto o marca.

Qué se necesita:

- Una persona que entreviste, una que tome nota y una persona entrevistada.
- Preguntas estructuradas por temas.
- Empatía.



# Preparación

Para realizar la entrevista a un usuario o consumidor es importante estructurar de modo que se establezca empatía, confianza y transparencia entre las partes. Para lograrlo es importante el orden y asumir que nada deberá ser obvio. Será de utilidad dividirla en 3 momentos clave:

- **Introducción: Establecer confianza y expectativas.**

Nos presentaremos, seremos amables y abiertos prestando atención siempre a lo que nos dicen y los detalles. Se establecerá qué se va a discutir, para qué queremos la información, y realizaremos algunas preguntas para entrar en confianza y establecer el vínculo. Además se hará explícito el acuerdo de grabar, de qué modo y si hay más participantes.

- **Desarrollo: Investigar y ahondar.**

A esta altura de la entrevista se realizarán preguntas concretas haciendo hincapié en seguir la conversación cubriendo los temas que nos interesan y manteniendo el foco en eso. Si hay preguntas respondidas a medias, buscaremos completarlas.

- **Cierre: Recapitulación, resumen y próximos pasos.**

Debemos asegurarnos de cerrar la instancia de modo que ellos sientan que han sido valiosos, les preguntaremos si quieren agregar algo más, se le recordará para qué eran las preguntas y se les agradecerá.



# Ejemplo Guion y Datos

## Entrevista

### 1. Objetivos

Conocer la rutina y el estilo de vida de un teletrabajador.

### 2. Descripción del tema a tratar

La relación entre las pausas activas y el trabajo a lo largo del día. Realizar pausas activas ayuda a mejorar la productividad y reducir el estrés, la ansiedad y las molestias físicas de estar sentado trabajando.

### 3. Preguntas a realizar

¿Qué actividades físicas realiza?

¿Cómo organiza su día?

¿Qué dispositivos y herramientas usa?

¿Qué siente respecto a mejorar y mantener su salud?

¿Cómo cuida su salud durante la jornada?

¿Cómo gestiona su día a día?  
¿Pone límites?

¿Utilizó alguna app para ejercicio?

¿Qué aspectos podría mejorar de su rutina?

## Usuario

1. Nombre/edad/profesión
2. Nivel Cultural
3. ¿Cuál es su relación con el tema a tratar?

XX  
30 años  
Desarrollador y  
Streamer

Usuario  
final

Nivel cultural  
medio-alto

Estudios  
terciarios

# Ejemplo Anotaciones

## Observaciones

¿Qué has descubierto que no supieras?

Usar un reloj inteligente facilita la dinámica de ejercicio

La técnica pomodoro de productividad

Prefiere estar solo

¿Qué te ha impactado?

A diferencia de la mayoría de la gente invierte en equipamiento

Organiza su espacio de trabajo generando focos de atención según su utilidad.

La organización del espacio de trabajo

Era menos sedentario de lo que aparentaba ser

¿Qué crees que te faltó por descubrir?

Más de su rutina a la hora de almorzar

El por qué no considera al ejercicio como algo a realizar en la jornada laboral

Si había pensado en adquirir más equipamiento adecuado

De qué forma compartía el espacio con su pareja

Después de la entrevista ¿dónde te gustaría profundizar? ¿qué dudas te han quedado?

Lista las aplicaciones que lo motivan a hacer cosas nuevas.

Si se animaría a sincronizar su actividad diaria a una actividad física como las pausas activas

¿Está dispuesto a recibir ejercicios simples mediante el *browser*?

# Ejemplo Observaciones

Considera que está preparado para el teletrabajo. Tiene una habitación exclusiva para trabajar y define su equipamiento como una "inversión en salud". Sin dudas, su espacio desborda personalidad.

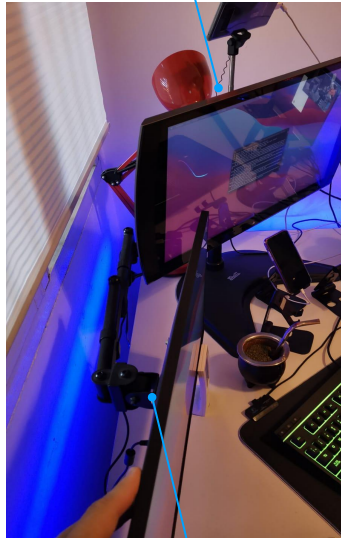
Lámpara que proyecta luz indirecta evitando encandilamientos

Cortina que regula el ingreso de luz

Trípode para celular que utiliza como cámara

Base de altura regulable para ajustar el monitor

Soportes para posicionar celulares



Brazo móvil para regular la posición y la altura del monitor



Silla ergonómica con almohadilla cervical y lumbar

Leds decorativas pero que también son fuente de luz indirecta



teclado retroiluminado para mejorar la visión de las teclas

# Empatizar: Mapa de Empatía

# Mapa de empatía



Un Mapa de Empatía es una visualización colectiva, usada para articular lo que conocemos de un particular tipo de usuario o consumidor.

El mismo externaliza el conocimiento de los usuarios en función de crear una comprensión compartida sobre las necesidades del usuario y ayudar en la toma de decisiones.

Además de lo escrito previamente, también ayuda a detectar posibles fallas en la información, y a priorizar.

Materiales:

- Modelo o Diagrama
- Información

Copia cada uno de las etiquetas las veces que necesites.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

## Mapa de empatía

Nombre del usuario:

Equipo:

Quiere tener control de sus horarios.

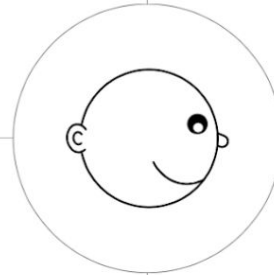
¿Qué **PIENSA Y SIENTE?**

Las cosas que le importan  
Las cosas que le preocupan  
¿Cuáles son sus expectativas?

No encontrar productos saludables en el supermercado

¿Qué lo **FRUSTRA?**

¿Qué dificultades tiene?  
¿Qué obstáculos encuentra?  
¿Qué miedos tiene?



Come alimentos saludables

¿Qué **DICE Y HACE?**

¿Cómo se comporta normalmente?  
¿Qué actividades lleva a cabo?  
¿Con quién habla y que le dice?

Productos saludables que se cocinen rápidamente.

¿Qué lo **MOTIVA?**

¿Qué quiere conseguir?  
¿Qué es el éxito para él?  
¿Qué cosas le gustan?

# Ejemplo

# Mapa de empatía





# Definir: Mapa de Afinidad

# Mapa de afinidad



Un mapa de afinidad es un tipo de diagrama que se utiliza en prácticas colectivas con el fin de identificar patrones, ver si estos se repiten y detectar cómo se comportan con el conjunto.

Se utiliza cuando hay varias fuentes de información y queremos ordenarla.

Por ejemplo, luego de un brainstorming o luego de varias entrevistas.

Materiales:

- Varias personas (no se realiza en soledad)
- Muchas fuentes de información (inputs)

# Ejemplo Agrupación

## Trabajo

Trabaja 100% remoto

Horario flexible

Mantiene rutina

Sabe separar el horario de trabajo con el de estar en casa

Se siente orgulloso de su espacio

Tiene en su casa un espacio dedicado exclusivo al trabajo

Afirma que la tecnología mejoró su relación con el ejercicio

Anteriormente trabajar tanto tiempo sentado lo llevó a la obesidad

Cree que lo mental influye en el cansancio físico

A veces se siente un poco claustrofóbico

## Actitud hacia el ejercicio

Actitud sedentaria dentro del horario laboral

No le cuesta incorporar una nueva rutina

Lo motiva compartir actividades con su pareja como ser el ejercicio

No conoce la "Pausa Activa" por nombre, pero la reconoce por las actividades

El cierre de los gimnasios le causó frustración y buscó alternativas

Motivación y metas accesibles

Hace pausas para comer, ir al baño, prepararse un mate

Busco ejercicios para hacer en casa que no requieran equipamiento

Destaca que la app hace un conteo para saber cuando iniciar o detener un ejercicio

No le preocupa el sedentarismo laboral, hace ejercicio fuera de ese horario

Se compro pesas para hacer ejercicio en casa

# Ejemplo Agrupación

## Tecnología y apps

Laptop con Windows uso personal y mac para trabajar

Curioso con la tecnología

Destaca que la app hace un conteo para saber cuando iniciar o detener un ejercicio

Tiene muchas apps de juegos

Le entretiene la gamification de la app y que muestre logros personales

No le gustan las app que requieran mucho ingreso manual de información

Celular de gama alta

Reloj inteligente

Hoy no hay algo que lo motive en particular para realizar pausas

Cree que las pausas son necesarias para aliviar el estrés

Destaca que la app hace un conteo para saber cuando iniciar o detener un ejercicio

## Estilo de vida

Su pareja es inquieta y lo distrae cuando trabaja

Tiene en su casa un espacio dedicado exclusivo al trabajo

Se siente orgulloso de su espacio

Disfruta del hecho de estar solo

Usa una app que le muestra rutinas y conteo de calorías

Sabe que importa la postura al estar sentado y la altura del monitor

Considera una inversión en salud gastar dinero en equipamiento

Considera una inversión en salud gastar dinero en equipamiento

## Motivaciones

Afirma que la tecnología mejoró su relación con el ejercicio

Tiene en su casa un espacio dedicado exclusivo al trabajo

# Definir: Personas

# Usuarios Personas (Arquetipos)



Es una de las técnicas más utilizadas porque ayuda a que el equipo de creación entienda para quién está diseñado el producto en cuestión, y también en la toma de decisiones. Asimismo, permite mantener el foco en los objetivos del proyecto y las necesidades de los usuarios.

**La técnica de creación de personas fue ideada por Alan Cooper**

Alan Cooper define a la *persona* como el arquetipo de usuario, que representa tres tipos principales de elementos en relación a este último:

- Patrones de conducta.
- Objetivos.
- Necesidades.

**La “persona” no es más que un individuo ficticio, creado para describir un usuario específico.**



## PRÍNCIPE CARLOS

Nació en 1948.  
Creció en Inglaterra.  
Se casó dos veces.  
Tiene 2 hijos.  
Millonario.  
Le gustan los perros.



## OZZY OSBOURNE

Nació en 1948.  
Creció en Inglaterra.  
Se casó dos veces.  
Tiene 2 hijos.  
Millonario.  
Le gustan los perros.

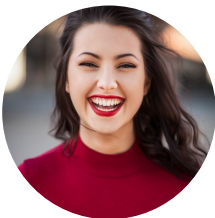


**PRÍ** Aunque los datos demográficos sean iguales, son dos personas (usuarios) muy distintos. **E**

Se casó dos veces.  
Tiene 2 hijos.  
Millonario.  
Le gustan los perros.

Se casó dos veces.  
Tiene 2 hijos.  
Millonario.  
Le gustan los perros.





## Juana

Arquitecta

### Tipo de Usuario:

Necesita un lugar más grande.

*"Tengo un hijo chico que mantengo sola, poco tiempo y necesito una solución para ordenarme en medio del caos"*

### Género:

Femenino

### Estado Civil:

Divorciada

### Edad:

32 años

### Ciudad:

Montevideo

*Es una usuaria que busca realizar un proceso paso a paso a su tiempo para poder avanzar con el proyecto de mudarse a su tiempo y sin dejar de disfrutar el proceso.*

## Sobre Juana

**Bio:** Como toda persona con hijos, tiene poco tiempo y una vida que acomoda en función de lo que puede. No quiere hacer esfuerzo, pero precisa una guía para mudarse paso a paso y a su ritmo a un lugar que acompañe el crecimiento de su hijo, sin dejar su profesión de lado.

## Objetivos y Metas

- Quiere mantener las cosas catalogadas mientras busca el hogar ideal.
- Quiere hacerlo disfrutando su profesión y su maternidad.
- Quiere tener ordenado todo para que cuando surja no tenga que sacrificar tiempo ni dinero imprevistamente.

## Motivaciones y Frustraciones

### Frustraciones

- El poco tiempo libre que tiene y la carga mental que implica todo lo que tiene que hacer.
- Saber que su hijo crece, necesita un poco más de espacio y además seguir con su vida.
- Está en un lugar que es el que se puede pagar, pero cada vez con más cosas.

### Motivaciones

- Poner su estudio en su casa nueva.
- Tener un patio y un espacio aprovechable
- Poder tomarse tiempo para lograrlo.

### Habilidades

**Tecnológicas (3):** la tecnología debe ser una aliada para acompañarla. Sabe usarla pero prefiere apps simples.



## Andrés

Estudiante de  
Informática

### Tipo de Usuario:

Necesita alquilar solo.

*"Avancé en mi carrera. Conviví con  
compañeros y ahora quiero tener  
un poco de privacidad pero nunca  
me mudé solo. ¡Ayuda!"*

### Género:

Masculino

### Estado Civil:

Muy soltero

### Edad:

25 años

### Ciudad:

Punta del Este

*Es un usuario que busca una opción ordenada,  
automatizable y amigable para ordenar sus  
pertenencias de la forma más eficiente y práctica  
posible.*

## Sobre Andrés

**Bio:** Andrés es un joven ordenado, maduro y que gracias a su esfuerzo pudo conseguir un trabajo que le permite compatibilizar estudio y trabajo. Ahora siente la necesidad de independizarse. Es autosuficiente pero quiere poder organizar todo sin sobresaltos y con máxima eficiencia. La misma que usa para trazar sus objetivos.

## Objetivos y Metas

- Quiere vivir solo con las cosas que necesita y nada más
- No quiere desatender sus obligaciones (trabajo y estudio)
- Se imagina una independencia efectiva y práctica.

## Motivaciones y Frustraciones

### Frustraciones

- Seguramente busque un lugar chico y quiere determinar si en el espacio de guardado que tiene las cosas entran.
- Como nunca se encargó del proceso, no entiende mucho por dónde empezar.
- Quiere tener todo ordenado aún luego de mudarse.

### Motivaciones

- Progresar
- Independizarse
- Mantener el orden

## Habilidades

**Tecnológicas (5):** está acostumbrado a muchas apps en su android. Es su caja de herramientas para la vida.

# Ejercicio Precalentamiento

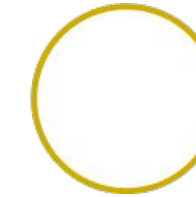
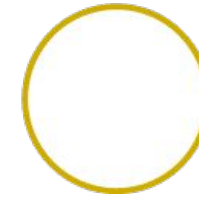
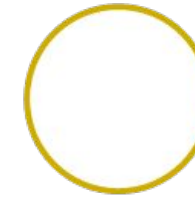
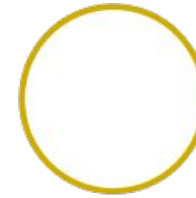
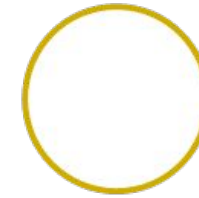
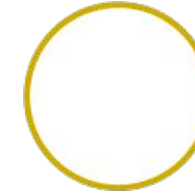
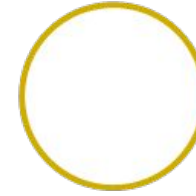
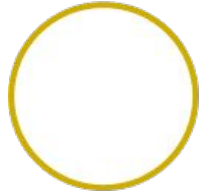
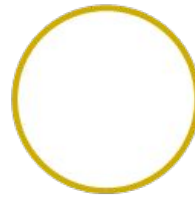
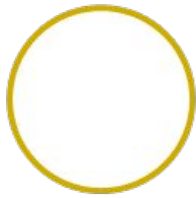
**Precalentamiento**

**5  
minutos**



**Carrera de velocidad**

Realiza la mayor cantidad de dibujos en el menor tiempo posible, utilizando 1 círculo por dibujo.



# Variables de la creatividad

**Fluidez:** capacidad para producir ideas y asociaciones de ideas.

**Flexibilidad:** capacidad para saltar de un universo a otro.

**Originalidad:** capacidad de generar combinaciones únicas y diferentes.

**Elaboración:** grado de acabado.

**Sensibilidad:** capacidad de captar los problemas, la apertura al entorno y enfocarse hacia personas, cosas o situaciones externas al individuo.

# Variables de la creatividad

**Re-definición:** entender ideas, conceptos u objetos de manera diferente y aprovecharlos para fines completamente nuevos.

**Abstracción:** capacidad de analizar los componentes de un proyecto, comprender las relaciones entre ellos y extraer los detalles de dicho todo.

**Síntesis:** capacidad de combinar varios componentes para llegar a un todo creativo.

# Idear: Brainstorming



# Brainstorming



Es una técnica creada por Alex Osborn en 1939 y sirve para generar un gran número de opciones. Es clave en la generación del grueso de ideas sobre las que se trabajará durante el proceso.

Plantear bien las preguntas es clave para el éxito de la sesión. Un ejemplo es generar las respuestas a las preguntas «¿Cómo podríamos...?».

Se debe buscar la cantidad. Para ello, suele ayudar ponerse objetivos. Por ejemplo: dedicar 5 minutos a cada pregunta, y alcanzar un objetivo de 10 ideas.

Materiales:

Un moderador.

Un lugar para que cada persona pueda anotar y poner en común.

# Brainstorming



Establecer un tiempo para dedicar. Usualmente entre 30 y 60 minutos

## Reglas

No juzgar a nadie ni emitir juicios de valor.

Se conversa por turnos.

Se busca la cantidad

Se construye sobre las ideas de los demás.

Vale dibujar.

Mantener el foco en el disparador.

Variaciones: Brainwriting, Brainwalking.

# Moderación de Brainstorming

## Preguntas Osborn

El moderador no debe opinar, juzgar y debe establecer un clima de colaboración. Antes de la sesión, Osborn sugiere un listado de preguntas para elegir y asociar al problema, producto o campaña a resolver.

¿Cuándo? // ¿Qué clase de...? // ¿Con qué? // ¿Por qué?

¿Por qué causa? // ¿Para qué? // ¿Cuáles? // ¿En qué? //

¿Qué? // ¿Para qué? // ¿Para cuál? // ¿Acerca de qué? //

¿Quién? / ¿Con quién? / ¿A quién? / ¿Para quién?

¿De qué? // ¿Qué clase de...?

¿Dónde? / ¿De dónde? / ¿Hacia dónde? / ¿En qué otro lugar?

¿Por cuánto tiempo? // ¿Más? / ¿Más a menudo?

¿Cómo? ¿Menos? // ¿Todos? / ¿Nadie?

¿Cuánto? / ¿Cuántas veces?


¿A qué distancia?

¿Otra vez?

¿Más difícil? / ¿Más fácil?

# Ejercicio 2

**10  
minutos**



**Brainstorming.  
Se juntan de a 5.  
29 usos de un ladrillo.**

# Ejercicio 3

**5  
minutos**



**Eligen las  
5 mejores.**

**Si otra persona la cuenta,  
eligen otra.**

**Idear:  
La Peor  
Idea  
Posible**



# La Peor idea Posible

Es una técnica contraintuitiva que sirve para relajar a un equipo.

En grupo y con un tiempo determinado hay que inventar todas las ideas malas que podamos.

Se listan las peores ideas.

Se seleccionan lo peor de lo peor.

Se combinan.

Luego se trata de arreglar, cambiando lo peor y ver cómo se lo podría aplicar a la realidad.

# Ejercicio 4

**15  
minutos**



**Se acuerdan las primeras 29  
ideas?**

**Sumen 1 más, la peor de todas.**

# Idear: SCAMPER

# Scamper



Esta técnica se desarrolla sobre las ideas generadas durante un Brainstorming. Consiste en aplicar diferentes hipótesis a cada una de ellas para generar otras nuevas y seguir ampliando el abanico de ideas.

Las letras del acrónimo S.C.A.M.P.E.R. significan:

**Sustituir:** cosas, lugares, gente, procedimientos.

**Combinar:** temas, conceptos, ideas, partes, emociones.

**Adaptar:** aplicar de otro modo (contextos, tiempos, usos, personas, etc..)

**Modificar:** añadir, cambiar cosas de lugar, ampliar, reducir, transformar.

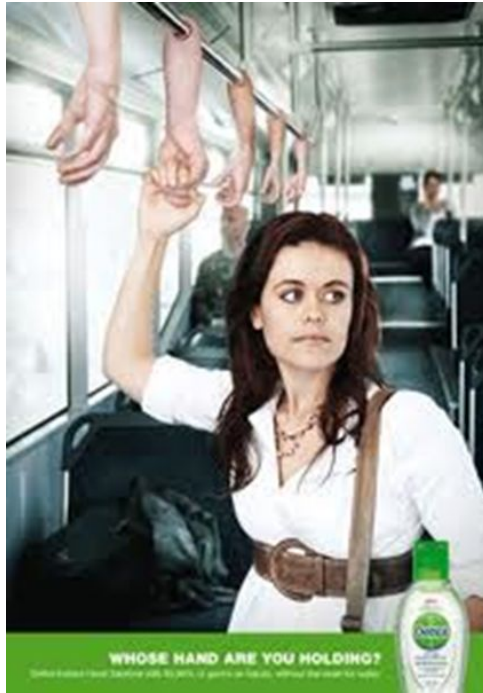
**Poner:** utilizar en otros usos.

**Eliminar:** sustraer elementos, partes o todo, quitar.

**Reorganizar:** invertir, re-ordenar, cambiar la forma.

# Algunos ejemplos

## Sustituir



## Combinar



# Adaptar (contexto)





# Adaptar (usos)



# Modificar



# Modificar (reducir)



## Poner en otros usos



# Poner en otros usos



## Poner en otros usos



# Eliminar



## Reorganizar (invertir)





## Reorganizar (invertir)



# Resumiendo

# Herramientas, métodos o técnicas creativas de diseño

**No lineales:** constantemente va a tocar revisitar los pasos anteriores para desafiar lo que pensamos.

**Dinámicos:** muchas veces toca descartar, mejorar y crear de nuevo.

**Acumulativos:** No hay tiempo perdido. Aún en la confusión, es una inversión.

**Empáticos:** No funcionan con datos. Necesitamos entender al sujeto/consumidor/persona.

# Libretita y lapicera

# Libretita y lapicera

Esto no es una técnica, es más bien una costumbre.

Las personas no nos podemos concentrar intensamente por mucho tiempo. La atención decae y aparece la distracción.

La distracción no es mala porque permite que el cerebro “afloje” tensión y siga trabajando.

Si la naturaleza de las ideas está en hallar conexiones nuevas y poco obvias entre un problema, un insight o una observación para generar una nueva posibilidad.

Por eso siempre conviene anotar y alternar períodos de atención y distracción.

**Gracias.**