



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Tirocinio Formativo Attivo - Sostegno

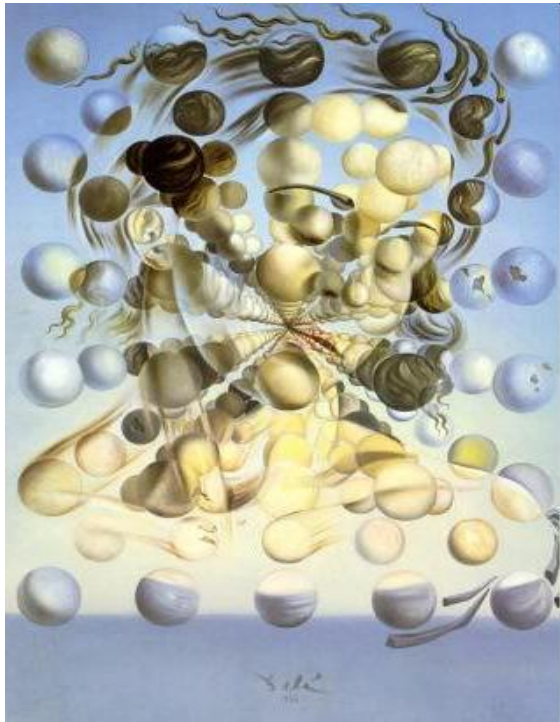
Prof Massimiliano Palmiero

- 1) Storia e Metodi della Psicologia
- 2) Psicologia Generale
- 3) **Creatività**
- 4) Attaccamento

Cos'è la Creatività?

Il problema della creatività è che siamo in grado di riconoscerla quando la vediamo, ma è difficile definirla

Bereshît **bara'** Elohîm....



Galatea delle Sfere – 1952 Salvador Dali



Architettura Creativa



Oggetto Creativo

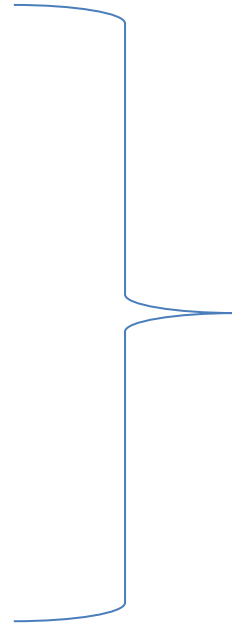
Non c'è una sola definizione di creatività

La creatività è definita come **un processo** mentale (sia conscio che inconscio),
che implica la scoperta di nuovi **prodotti** (tangibili, idee) in un **dominio** sulla
base di **conoscenze pregresse**, **abilità** e **competenze** generali e specifiche,
dipendendo altresì da caratteristiche della **persona** creativa, e dal
contesto/ambiente in cui l'atto creativo si realizza

La Creatività

Modello 4P: La Creatività può essere identificata come:

- **P**rocesso
- **P**rodotto
- **P**ersona
- **P**ress → Contesto

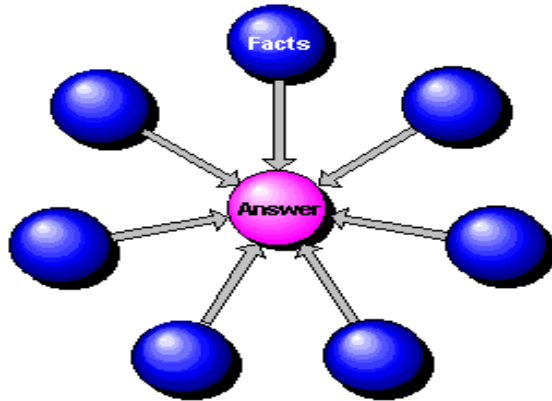


Dominio →
Conoscenze – Abilità - Competenze

La creatività come processo

Guilford (1950)

Pensiero Convergente

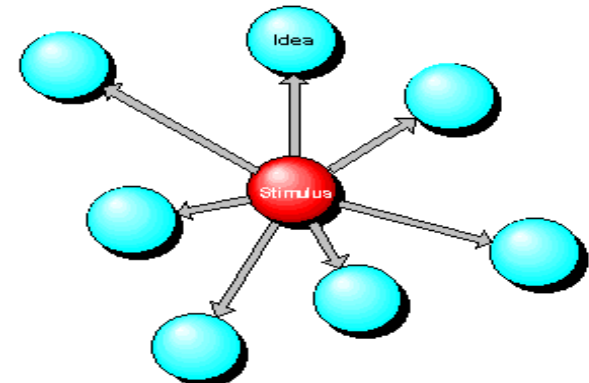


Riflette l'abilità a trovare l'unica soluzione al problema chiuso

E' un processo di selezione, che ha una fine ed è orientato allo scopo.

Riflette l'abilità a trovare molte possibili risposte ad un solo problema aperto

Pensiero Divergente

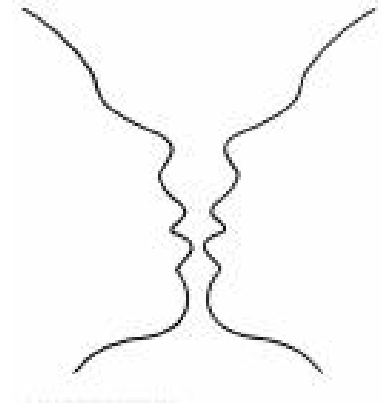


E' un processo di esplorazione di idee e delle loro relazioni.

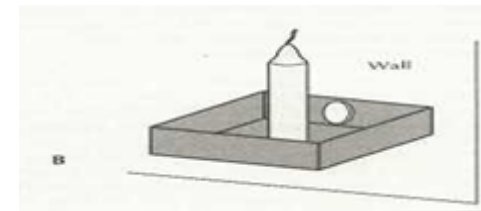
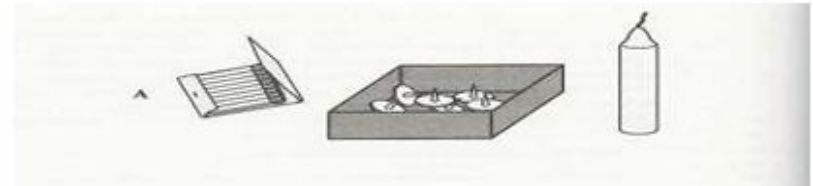
Il pensiero Produttivo-Convergente

Secondo la psicologia della Gestalt è necessario “vedere” una nuova struttura: “pensiero produttivo”.

***Insight* e Ristrutturazione.**



<https://www.youtube.com/watch?v=cOHk8xNxAtI>



ES. Un uomo in una certa cittadina degli Stati Uniti sposò venti donne dalla stessa città. Tutte le donne sono ancora in vita, nessuna si è divorziata, l'uomo non è un Mormone, eppure l'uomo non ha infranto nessuna legge. Come è possibile?

Mednick (1962)

La Creatività riflette l'abilità ad associare idee che sono remotamente interconnesse tra di loro

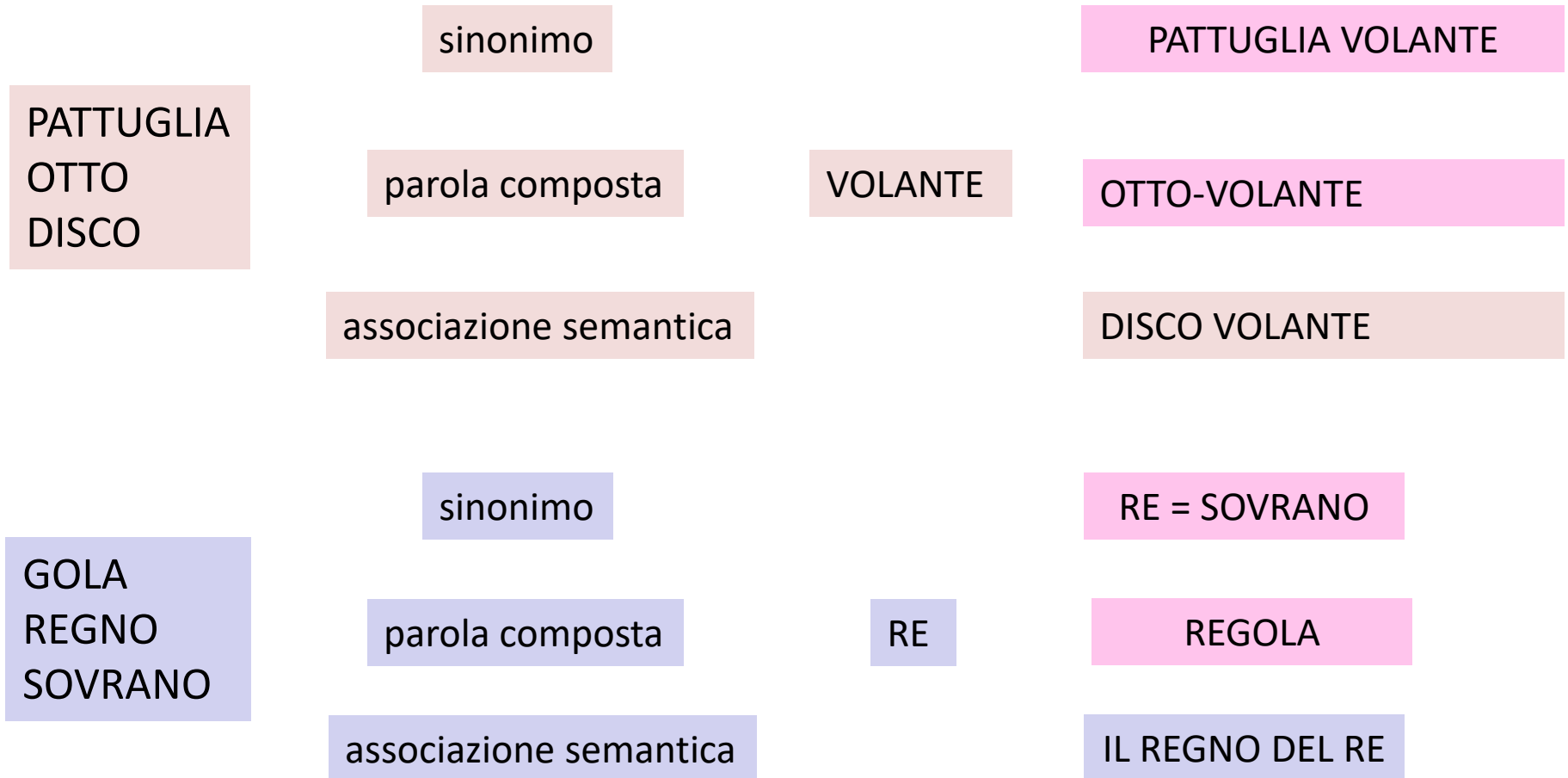
Serendipità: Due idee sono associate a causa di due oggetti, che possono evocarle, che sono casualmente posizionati nello stesso ambiente

Similarità: Due idee sono associate a causa delle similarità delle loro proprietà o stimoli che evocano

Mediazione: Due idee sono associate a causa della mediazione di un'altra idea che connessa con entrambe

Compito di Associazioni Remote (RAT)

Ogni item consiste di tre parole che possono essere associate con una parola soluzione in tre modi diversi



Il pensiero divergente - Il Test degli Usi Alternativi

Trova tutti gli usi possibili per MATTONE:

1	{	1) Fermacarte	0
		2) Fermaporta	0
2	{	3) Finta bara al funerale di Barbie	2
3	{	4) Per lanciare attraverso la finestra	1
4	{	5) Usare come un'arma	0
		6) Per colpire mia sorella alla testa	3

Metodo di Correzione/Valutazione

Fluenza	– Numero di idee rilevanti in un dato lasso di tempo	6
Originalità	– Qualità delle idee/numero idee	1
Flessibilità	– Varietà di idee; differenti categorie di idee	4
Persistenza	– Varietà di idee appartenenti alla stessa categoria	2
Elaborazione	– Quantità di dettagli forniti	6

La forma verbale del Torrance Test of Creative Thinking (TTCT) richiede ai partecipanti di eseguire **7 attività di pensiero divergente verbale** in cui ciascuno deve immaginare le seguenti situazioni richieste :



1. *Fa domande e indovina cosa sta succedendo*
2. *Indovina le possibili cause*
3. *Indovina le possibili conseguenze*



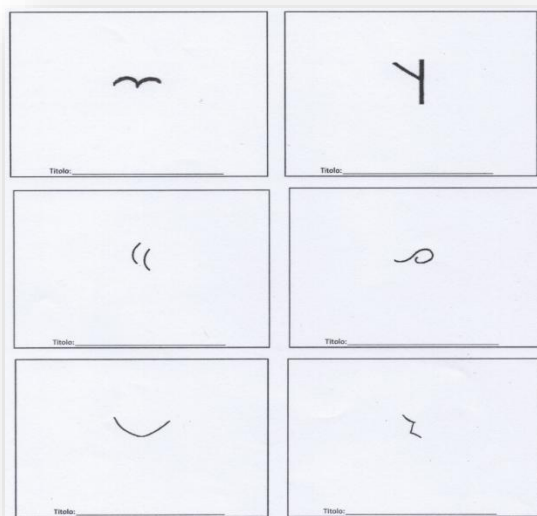
4. *Miglioramento del giocattolo*



5. *Usi insoliti scatole di cartone*
 6. *Domande insolite sulle scatole*
-

7. *Prova a supporre che..*

La forma visiva del Torrance Test of Creative Thinking (TTCT) richiede ai partecipanti di eseguire **3 attività di pensiero divergente visivo** in cui bisogna produrre dei disegni completando le seguenti 3 prove di figura incomplete :



*Attività 2 :
Completamento di
figure*



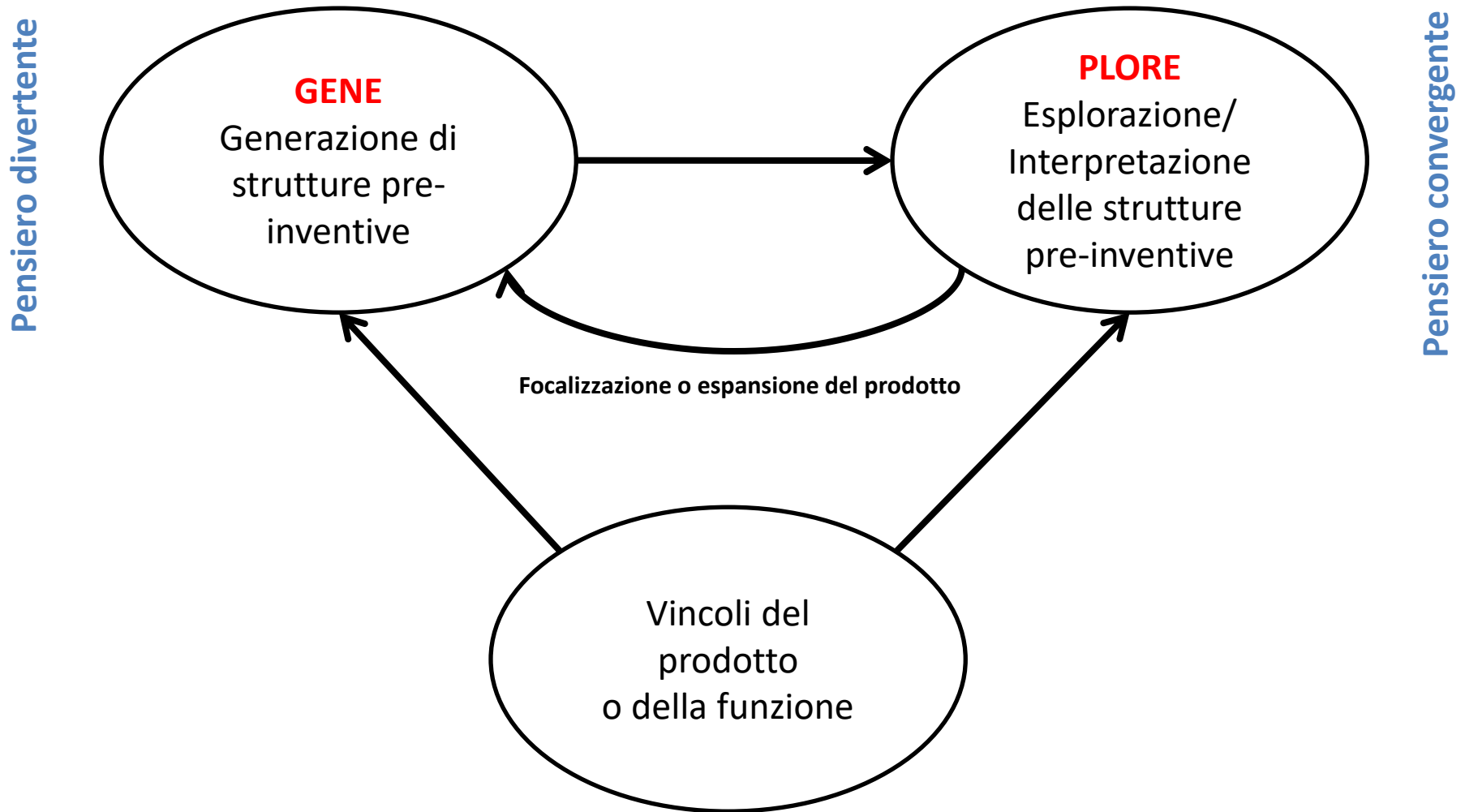
*Attività 1: Costruzione
di un disegno.*



Attività 3 : Linee

La creatività come prodotto

Il Modello Geneplore (Finke, Smith & Word, 1992)



Il pensiero creativo dà luogo a un ciclo '**geneplore**' in cui le forme pre-inventive sono continuamente generate, rigenerate e modificate

Processi Generativi

Recupero dalla memoria

Associazione

Sintesi mentale

Trasformazione mentale

Formazione di nuovi Concetti

Trasferimento di conoscenza

Riduzione categoriale (rosa come generatore di fragranza)

Processi Esplorativi

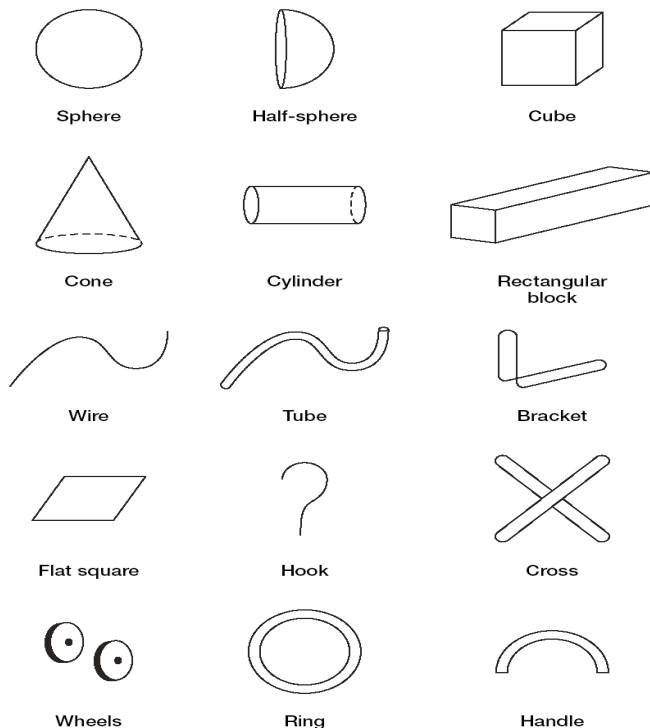
Modifica delle strutture pre-inventive

Inferenza funzionale

Interpretazione

Il compito di Sintesi Creativa

- Presentazione di 3 componenti casualmente selezionati da un gruppo di 15
- 2 minuti di tempo per assemblare mentalmente gli elementi in un oggetto
- La produzione deve essere interpretata in relazione ad una specifica categoria

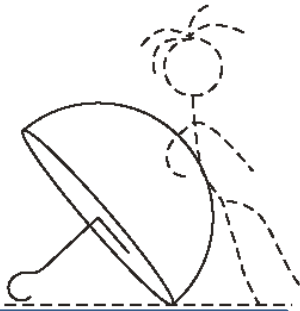


Da Finke (1990)

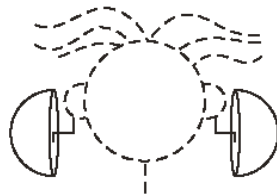
CATEGORIA	ESEMPI
Mobili	Sedie, Tavoli
Oggetti personali	Gioielleria, occhiali
Transporto	Macchine, Barche
Strumenti Scientifici	Telescopi, strumenti di misura
Elettrodomestici	Frigorifero
Utensili	Cacciavite, Cucchiaio
Armi	Fucili, Coltelli
Giocattoli e Giochi	Mazza da Baseball, Bambola

Da Finke (1995)

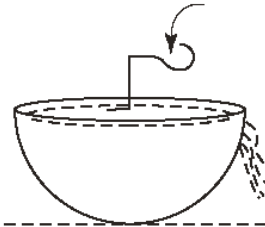
Forme Pre-inventive e Interpretazione



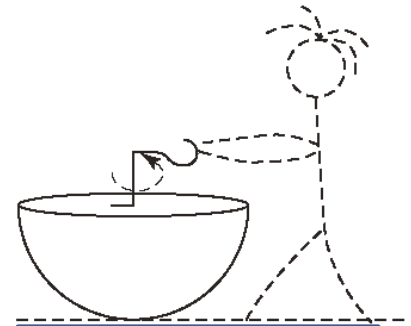
Lettino da giardino



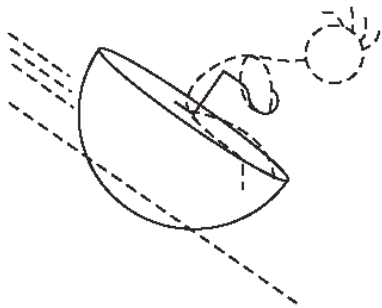
Orecchini globali



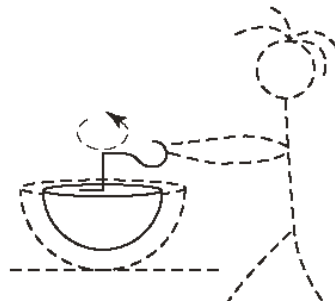
Pesatore acqua



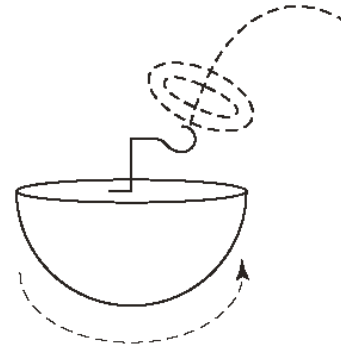
Agitatore portatile



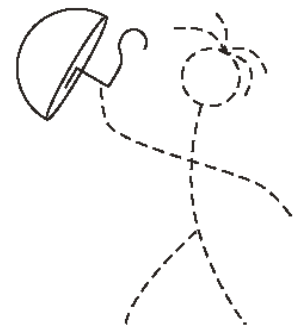
Slitta



Schiacciatrice
ruotante



Filatore ad anello



Colpitore violento

Come una forma pre-inventiva, costruita assemblando una mezza sfera, un filo e una maniglia, possa essere interpretata sulla base di ciascuna di otto categorie concettuali (Finke, 1995)

L'ARTE

Estetica

Giudizio di bellezza

Emozione

Azione

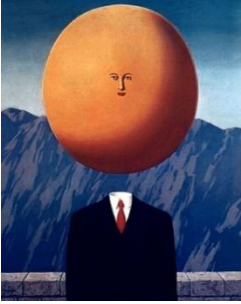
Trascendenza

Auto-adattamento

Contesto sociale

Salute

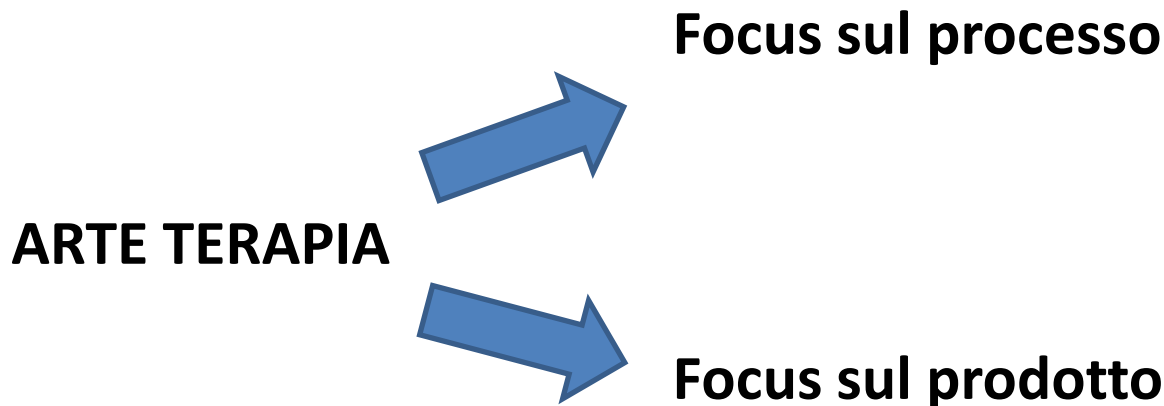
**Cognizione
incarnata**



Funzioni del fare arte

Fare arte coinvolge l'individuo nella sua totalità mente-corpo.

- impegno cognitivo, legato all'ideazione del prodotto artistico
- impegno senso-motorio, legato alla produzione artistica in senso stretto

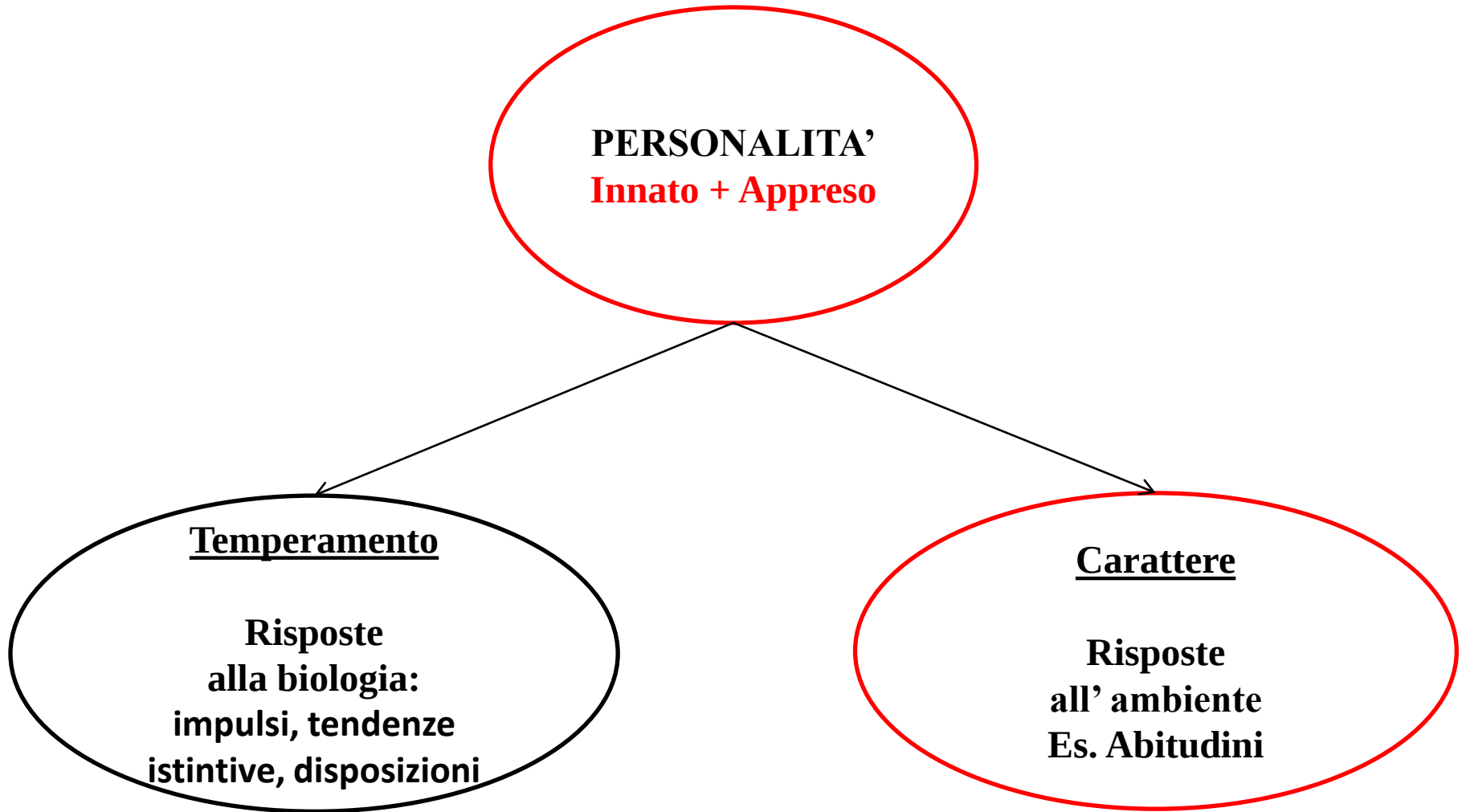


Il processo creativo, al di là del contenuto e del risultato finale, è già terapeutico in sé; quando una persona è immersa in un'attività creativa riceve una serie di sollecitazioni a livello fisico, intellettuale ed emozionale che portano a mutamenti organici e psicologici che favoriscono i processi di miglioramento.

Anche i prodotti finali sono importanti: rappresentano la testimonianza della propria auto-affermazione e il ricordo delle esperienze vissute durante la sua produzione, e dunque un punto di partenza per ulteriori riflessioni.

La creatività come persona

**La personalità unifica gli aspetti biologici del temperamento
e quelli psichici del carattere**



Teoria dei Big Five – Tratto come costrutto bidimensionale

Fattore	Caratteristiche
Coscienziosità Scrupolosità/ Perseveranza	Valuta il grado di organizzazione degli individui , di perseveranza e impulso a un comportamento che va diritto allo scopo. Contrappone le persone sicure ed esigenti a quelle trasandate e indolenti, volubili e disorganizzate
Estroversione Energia/ Dinamismo	Valuta la qualità e l'intensità dei rapporti interpersonali, il livello di attività, il bisogno di stimoli, la capacità di provare gioia: Socievolezza e lavoro di gruppo vs lavoro individuale
Stabilità emotiva Controllo dell'emozione Controllo degli impulsi	Valuta l'adattamento dell'individuo in relazione all'intensità emotiva. Identifica individui predisposti a stress psicologici, idee non realistiche, desideri o impulsi eccessivi e risposte di disadattamento. Emozioni positive vs emozioni negative, come ansia, imbarazzo, colpa, etc...
Apertura Mentale Apertura alla cultura/ Apertura all'esperienza	Valuta la ricerca proattiva e apprezza l'esperienza spontanea, la tolleranza e il piacere di esplorare ciò che non è familiare. Curiosità, creatività e capacità immaginativa vs convenzionalità. Altruismo vs egoismo.
Amabilità Cordialità/ Cooperatività	Valuta la qualità degli orientamenti interpersonali in una serie ininterrotta di pensieri, sentimenti, azioni che vanno dalla compassione all'antagonismo

+

Fattore	Caratteristiche
Onestà/Umiltà	Valuta il grado di benevolenza nei confronti altrui, l'evitamento della manipolazione a fini personali, la tendenza a non esporsi
Proattiva	Abili nell'identificare le opportunità prima degli altri, grande iniziativa per modificare le cose, grande perseveranza, pianificazione
Ricercatori di sensazioni	Dipendenza dal rischio, sperimentano spesso noia e inquietudine, eccitazione rispetto alla novità
Intelligenza emotionale	Autocontrollo, socialità, emozionalità, benessere

Gli stili cognitivi

Riflettono le modalità di elaborazione dell'informazione, sono legati alla scelta delle strategie cognitive utilizzate per risolvere un compito. Si fondano su predisposizioni di base ma possono essere modificati.

Stile	Caratteristiche
Globale	Si occupa di questioni vaste e astratte, del quadro generale
Analitico	Si occupa dei dettagli, degli aspetti pragmatici delle situazioni
Intuitivo	Cerca la soluzione del problema prendendo spunto da una sua idea
Sistematico	Preferisce procedere passo per passo, considerando tutte le possibilità, le ipotesi
Visualizzatore	Preferisce analizzare stimoli visivi ed esprimersi attraverso modalità grafiche
Verbalizzatore	Preferisce analizzare contenuti verbali ed esprimersi a parole
Dipendente dal campo	E' influenzata dal contesto nell'interpretazione del mondo e nell'azione
Indipendente dal campo	Ignora i condizionamenti del contesto
Impulsivo	Reagisce immediatamente ad una stimolazione ambientale
Riflessivo	Preferisce pensare prima di emettere la risposta
Bisogno chiusura	Non sopporta l'incertezza e deve avere sempre una spiegazione conclusa, definita
Bisogno evitare chiusura	Sopporta l'ambiguità ed è aperto a differenti possibilità

Caratteristiche di personalità implicate nella creatività

Apertura mentale

Narcisismo e Machiavellismo (self-report soprattutto)

Dipendenza indipendenza dal campo

Indipendenza dai Giudizi Esterni

Auto-motivazione

Auto-efficacia

Auto-Stima

Attrazione per la complessità

Approccio estetico alla vita

Capacità di prendere rischi

La creatività in relazione all'ambiente

Dalla creatività individuale alla creatività di gruppo

Il modello di Csikszentmihalyi (1996 – 1999)

Il processo creativo origina da tre forze interagenti



Gli aspetti sociali della creatività

Collaborare consente di scomporre problemi complessi in compiti più semplici, che sono distribuiti in base alle competenze dei partecipanti

La collaborazione promuove il pensiero divergente



Anche un determinato grado di conflitto legato al compito, aumenti il pensiero divergente in modo tale da ridurre il consenso prematuro e incrementare la creatività

Un livello ottimale di conflitto e solo se esso si presenta nelle fasi iniziali del ciclo di vita del progetto

Blocchi alla creatività di gruppo

Il groupthink: tendenza a raggiungere l'unanimità nella decisione prevale sulla motivazione a valutare realisticamente decorsi alternativi d'azione

ANTECEDENTI

- **Elevata coesione**
- **Fattori strutturali**
 - Gruppo isolato
 - Leadership di parte
 - Assenza di protocolli procedurali
 - Omogeneità ideologica
- **Fattori contestuali**
 - Pressione esterna
 - Membri sotto stress
 - Mancanza di ottimismo
 - Bassa autostima

GROUPTHINK

**Comportamento
eccessivo di ricerca di
consenso**

SINTOMI

Sovrastima del valore del gruppo

- Illusione di invulnerabilità
- Credenza della moralità gruppale

Mentalità chiusa

- Razionalizzazione collettiva
- Concezioni stereotipiche degli outgroup

Pressioni all'uniformità

- Autocensura
- Illusione dell'unanimità
- Pressioni esercitate sui devianti
- Filtraggio delle informazioni

CARATTERISTICHE DEL PROCESSO DECISIONALE

- **Limitata considerazione delle opzioni**
- **Limitata considerazione degli obiettivi**
- **Limitata valutazione dei costi/benefici**
- **Uso limitato di conoscenza esperta**
- **Attenzione indebita ai fatti che sostengono la scelta**
- **Sscarsa rivalutazione delle opzioni**
- **Assenza di piani d'emergenza**

INTERVENTI CORETTIVI

Incoraggiare la valutazione critica
L'alta amministrazione assume una posizione politica imparziale
Nominare gruppi e consulenti indipendenti
I membri del gruppo cercano feedback dai loro referenti esterni
Nominare un avvocato del diavolo
Valutazione attenta degli avvertimenti dell'outgroup
Divisione periodica in sottogruppi
Tenere riunioni di seconda opportunità

Differenze di base da Ovest e Est: Approccio Analitico vs Olistico

OVEST

Individualistico
Estroversione
Pensiero divergente
Approccio analitico:
Decomposizione
Intensa interazione a scuola
Enfasi sulle attività verbali
Astrazione

EST

Collettivistico
Introversione
Pensiero convergente
Approccio olistico:
Sintesi
Scarsa interazione a scuola
Enfasi sulle attività visuo-spaziali
Memorizzazione

Definizioni di creatività in base alla cultura

OVEST

Nuovo e appropriato

La creatività di un prodotto è in larga misura frutto di un giudizio sociale



Focus sul prodotto:
Movimento lineare verso un nuovo punto

EST

Stato di compimento personale, una connessione a uno stato primordiale, espressione di una realtà interiore

Un'espressione religiosa e spirituale



Focus sul processo:
Reinterpretazione del tradizionale
Movimento circolare attraverso successive riconfigurazioni di una totalità iniziale

OVEST

Creare prodotti nuovi

Tour Eiffel, Parigi



One World Trade Center, New York



EST

Aggiornare il concetto di base

Tour Eiffel, Parigi



Tokyo Tower



Fattori che condizionano lo sviluppo della creatività nel contesto educativo

Perché gli insegnanti non riescono a promuovere l'atteggiamento creativo a scuola?

- giocano un ruolo importante le attitudini
- è importante lodare un buon lavoro indipendentemente dalla creatività
- l'autovalutazione è inutile (perdita di tempo e passaggio di potere alla classe)
 - Metacognizione implicata nell'ampliamento del campo mentale, sebbene possa avere effetti controproducenti sulla riorganizzazione (vedi insight)
 - Controllo delle strategie creative
- scarsa accortezza nel giudicare la creatività (problema di definizione della creatività?)
- concezione stereotipata della creatività (ruolo delle teorie implicite)
- ruolo del rendimento scolastico, delle abilità di cooperazione e della fiducia in se stessi
- classi chiuse, improntate a uno stile autoritario e rigido da parte dell'insegnante
 - Fondamentale stile educativo aperto; 2 insegnanti con atteggiamenti educativi opposti favoriscono la creatività, soprattutto pensiero divergente
 - Flessibilità nello stile educativo risulta più adatta

Quindi, qualora l'insegnante tenda a reprimere le idee, la divergenza:

Il bambino può sviluppare:

- Incapacità di aprirsi o chiusura psichica (eccessiva autodisciplina)
- Schemi cognitivi (un processo di pensiero di successo viene applicato altre volte)
- Paura della propria fantasia per evitare punizioni
- Iper-accentualizzazione del pensiero analitico
- Tendenza a troncare anzitempo i ragionamenti (euristiche)
- Incapacità di maneggiare le proprie idee
- Predisposizione all'angoscia legata al rendimento
- Sopravvalutazione dell'espressione verbale

Pertanto, la scuola deve promuovere flessibilità, innovazione e rinnovamento

Perché educare alla creatività?

- La creatività è collegata a molti altri aspetti della mente (cognizione, emozioni, motivazione): ciò significa che sviluppare la creatività può avere un effetto a cascata anche su tutti gli altri aspetti mentali ad essa collegati
- La creatività è libertà di pensiero e azione: l'individuo può definire un suo laboratorio interno attraverso il quale sperimentare nuove prospettive, esprimere la propria soggettività, evitando la mera reazione agli stimoli esterni
- La creatività è una strategia di problem solving: è possibile risolvere i più disparati problemi attraverso la creatività e conseguentemente migliorare le condizioni di vita
- La creatività implica resilienza: è possibile affrontare situazioni problematiche da prospettive diverse, trasformando qualcosa di negativo in positivo, superando ostacoli ed eventi traumatici
- La creatività è terapeutica ed è implicata nel benessere psicologico, offrendo occasioni di crescita personale, soluzioni di conflitti socio-emozionali, sperimentazione di sé alternativi

Per cercare di capire come funziona la fantasia, o la creatività o l'invenzione, dovremmo vedere se è possibile individuare le operazioni che vengono fatte nella memoria mettendo in relazione i dati noti (non si può associare ciò che non si conosce)

- 1) Il più elementare atto di fantasia sia quello di rovesciare una situazione, pensare al contrario, all'opposto, come si dice: il mondo alla rovescia
- 2) Pensare alla ripetizione, senza mutazioni di qualcosa. Tanti invece di uno. Tutti uguali o con variazioni
- 3) Sviluppare affinità visive o funzionali (es., gamba del tavolo = gamba di animale)
- 4) Cambio o sostituzione di qualcosa:
 - Cambio di funzione
 - Cambio di colore
 - Cambio di peso
 - Cambio di dimensione
 - Cambio di materia
 - Cambio di movimento
- 5) Mettere insieme più cose diverse, formando una cosa unica (es., i mostri)
- 6) La relazione tra le relazioni (una cosa che è il contrario di un'altra ma è in un posto non suo cambiando di materia e di colore)

- 1) Il mondo alla rovescia (es., l'Empire de Lumieres, Magritte, 1950): il giorno e la notte simultanei in un paesaggio



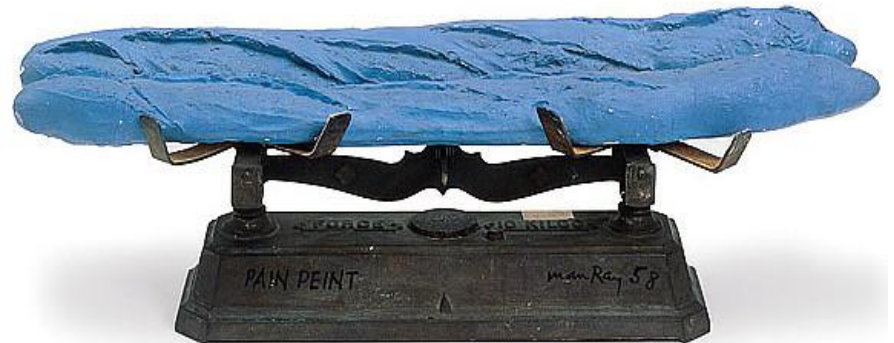
- 2) Ripetizione di elementi (es., statua di Asura; colonne senza fine di Costantino Brancusi, 1946)



- 3) Sviluppare affinità visive o funzionali (Arcimboldo)



- 4) Cambiare qualcosa: il colore (es., Pane blu cobalto di Man Ray, 1960; le parrucche dei pagliacci)



5) Cambiare qualcosa: la materia (es., Tazzina da caffè di Meret Oppenheim, 1936: surrealismo; Souvenir de voyage, Magritte, 1951)



6) Cambiare qualcosa: il luogo (es., Milano con il mare)



7) Cambiare qualcosa: la funzione (es., bicchiere usato come portafiori)



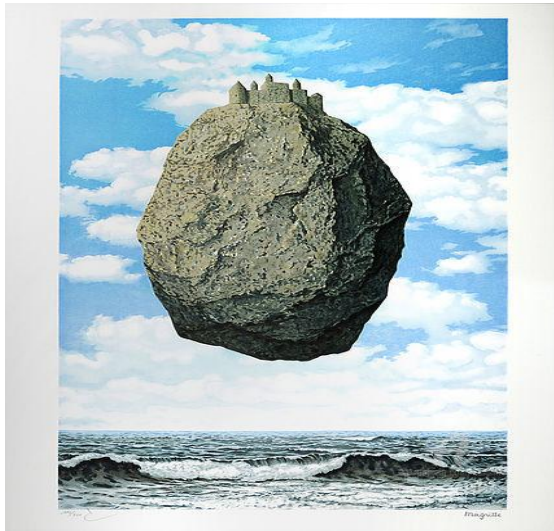
8) Cambiare qualcosa: il moto (es., Film Tempo nel Tempo, 3000 fotogrammi al secondo)



9) Cambiare qualcosa: la dimensione (es., King Kong, 1933)



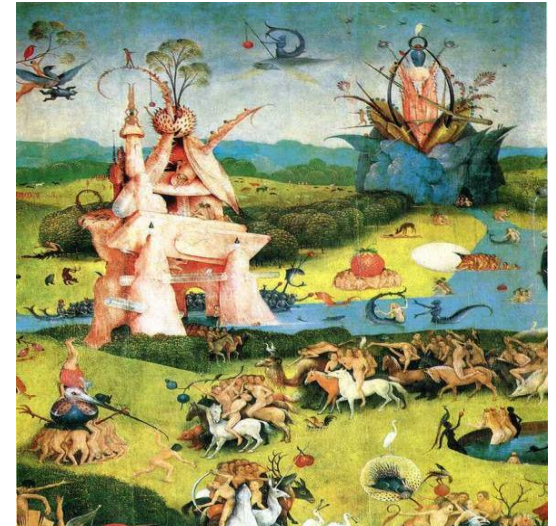
10) Cambiare qualcosa: il peso
(es., Le chateau des Pyrenees,
Magritte)



11) Fondere elementi diversi nello stesso
corpo (es., il Dio sole RA; l'invention
collective Magritte, 1935)



12) Le relazioni tra relazioni:
combinare tutte le trasformazioni
possibili creando nuove relazioni
(es., il Trittico delle delizie,
Hieronymus Bosch, Museo del
Prado, Madrid)



Il metodo SCAMPER

A 7 verbi/parole, corrispondono 7 **domande creative**, che inducono il pensiero a guardare da prospettive diverse un prodotto o servizio (ma anche altre cose).

Poniamo il caso del prodotto X, come potrebbe essere migliorato?

1. Substitute: Sostituire qualche dettaglio o caratteristica.

E' possibile cambiare il materiale, il colore, le dimensioni del prodotto?

2. Combine: Combinare più caratteristiche insieme.

Si possono combinare più funzioni insieme e soddisfare più bisogni contemporaneamente?

Cosa accadrebbe se unissi questa bicicletta con un'altra per creare qualcosa di nuovo ?

3. Adapt: Adattare il prodotto/servizio a diversi tipi di utilizzo.

C'è un prodotto che da cui prendere spunto? Farsi ispirare da altri prodotti

4. Modify: Modificare alcune caratteristiche.

Cosa posso cambiare il mio prodotto (enfaticizzare, ridurre, ingrandire, etc...?)

Cosa potresti aggiungere per modificare il prodotto?

5. Put to other use: Pensare ad un'altra modalità d'uso.

Usi alternativi? Chi altro potrebbe usare questo prodotto? E' possibile proporre questo prodotto in un altro settore o da un'altra parte?

6. Eliminate: Eliminare parti del prodotto/servizio.

Come può essere semplificato? Come potresti renderla più leggero, più piccolo, più divertente o più veloce?

7. Reverse: Invertire il funzionamento del prodotto/servizio.

Posso capovolgerla e farla diventare altro? E se provassi a fare l'esatto contrario di quello che stai facendo ora? Quali componenti potresti sostituire per cambiare l'ordine di questo prodotto?

IL BRAINSTROMING

Con Brainstorming, letteralmente “tempesta di cervelli, si intende:

- una sessione creative slegata da regole predefinite, ottenuta attraverso l’uso di tecniche appropriate.

Ideato negli Stati Uniti negli anni '30 da Alex Osborn, fondatore dell'Agenzia Pubblicitaria Batten.



Alex Osborn, inventore
del brainstorming



Una sessione di brainstorming a New York alla fine degli anni '50. Affisse sul muro a destra le regole fondamentali, e in basso la stenotipista che registra le idee prodotte

IL BRAINSTROMING: La fase divergente

Viene stimolata la produzione di idee a ruota libera.

Una volta messo a fuoco il problema e fissato un tempo limite per la sessione (solitamente massimo 1 ora), ciascuno esprimerà idee liberamente

I membri del gruppo (solitamente 5-12) sono invitati a non esprimere giudizi di valore o critiche - Differimento del giudizio

QUATTRO REGOLE PER GESTIRE LA FASE DIVERGENTE:

1. **GIOCO:** Modalità ‘spensierata’ di relazione che permette di liberare la creatività
2. **TANTE IDEE:** Produrre tantissime idee, anche a discapito della qualità delle stesse: più alto è il numero delle idee prodotte, più alta sarà la probabilità che qualcuna di esse sia una buona idea.
3. **ASCOLTO:** Ascoltarsi reciprocamente e cercare dei punti di incontro per produrre le proposte.

IL BRAINSTROMING: La fase convergente

SELEZIONE, VALUTAZIONE, RIELABORAZIONE, SCELTA

Le idee vengono raccolte in gruppi tematici e selezionate al fine di individuare e condividere quelle più interessanti.

Sottoponendo le proposte emerse ad un processo sempre più affinato di rielaborazione, di approfondimento e di revisione da parte dello stesso gruppo o da un gruppo diverso

E' possibile stabilire criteri per la valutazione, es., economicità, eleganza, etc...

LE DOMANDE DA PORSI PER GESTIRE LA FASE CONVERGENTE:

PUNTI DI FORZA

- Quali sono I punti di forza dell'idea?
- Di quali competenze disponiamo per svilupparla?
- Siamo in grado di generare un vantaggio competitivo sostenibile?
- Quali altre opportunità potrebbero emergere?

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Quali sono gli ostacoli e i rischi?
- Quali sono i punti di debolezza?

Learning by doing

Apprendere facendo → Creare facendo

Da questa teoria nasce il **Cono dell'apprendimento**:

- **Leggere permette di immagazzinare il 10% della conoscenza;**
- **Ascoltare il 20%**
- **Guardare immagini il 30%**
- **Vedere un filmato o una dimostrazione il 50%**
- **Discutere, dibattere e scrivere il 70%**
- **Svolgere una simulazione, un gioco di ruolo, un'esperienza reale il 90%**

Coinvolgendo tutte le sfere sensoriali è possibile aumentare l'apprendimento
Generalmente il learning by doing si articola in quattro passaggi:

1. si svolgono azioni meccaniche che consentono di memorizzare i processi di conoscenza;
2. si passa al momento della riflessione che permette di comprendere i processi mentali;
3. si arriva al momento di ripercorrere mentalmente le azioni;
4. si giunge a interiorizzare le azioni e per averne una maggiore consapevolezza

Laboratori creativi → Es.: Rompere un oggetto e modificarlo sviluppa la divergenza
Laboratori di cucina

