

Índice

Prólogo a la segunda edición	11
Agradecimientos	13
Introducción	15
Capítulo I. Crear es pensar	19
1.1 El arte de pensar. 1.2 Pensamiento creador y creatividad. 1.3 Pensamiento y cerebro. 1.4 Las líneas de investigación de la creatividad: sistematización. Ideas básicas	
Capítulo 2. Naturaleza del proceso creativo	41
2.1 Naturaleza de la creatividad. 2.2 La noción de creatividad: creación y creatividad. 2.3 La creación de ideas al servicio de una comunicación persuasiva. 2.4 Naturaleza del proceso creativo en publicidad. Ideas básicas	
Capítulo 3. La invención.....	59
3.1 Evolución y análisis histórico del proceso de creación. 3.2 Naturaleza del canon clásico de la <i>inventio</i> . 3.3 La visión clásica de la inspiración en el origen de las ideas. 3.4 Invención, inspiración, persuasión. 3.5 Doctrina española del ingenio. Ideas básicas	
Capítulo 4. Retórica y comunicación persuasiva	75
4.1 Retórica y publicidad. 4.2 Las partes retóricas de la comunicación persuasiva. 4.3 Figuras retóricas. 4.4 Leyes y funciones retóricas del lenguaje publicitario. Ideas básicas	
Capítulo 5. Comportamiento y personalidad creativa.....	85
5.1 La creatividad como característica personal, como producto y como proceso. 5.2 Comportamiento creativo y motivación. 5.3 Percepción y pensamiento creador. 5.4 Creatividad y desarrollo de la personalidad. Ideas básicas	

Capítulo 6. La actitud creativa	109
6.1 Creatividad e inteligencia. 6.2 La actitud creativa. 6.3 La memoria. 6.4 La expresión de la creatividad. 6.5 Elementos de la creatividad. Ideas básicas	
Capítulo 7. Aptitudes y capacidades creativas	127
7.1 Sistemas de pensamiento y modelos de inteligencia creativa. 7.2 Modelo tridimensional de estructura del intelecto según Guilford. 7.3 Interacción entre factores y capacidades del intelecto. 7.4 Aptitudes para la creación. 7.5 Capacidades creativas. Ideas básicas	
Capítulo 8. Las fases del proceso de creación	141
8.1 La creatividad como proceso. 8.2 Las fases del proceso creativo. 8.3 Las fases del proceso creativo en publicidad. Ideas básicas	
Capítulo 9. La solución de problemas.....	163
9.1 La creatividad y la solución de problemas. 9.2 Bloqueos perceptivos y bloqueos emocionales. 9.3 Metodología de la invención: programas y métodos creativos. 9.4 Preguntas, analogías, asociaciones de ideas, metáforas. Ideas básicas	
Capítulo 10. Los métodos del pensamiento creador	181
10.1 El <i>brainstorming</i> como modelo de creación de ideas y como método pedagógico de formación y perfeccionamiento. 10.2 La sinéctica y la biónica. 10.3 Pensamiento vertical y pensamiento lateral. Ideas básicas	
Capítulo 11. Modelos de ideación	195
11.1 Las etapas del proceso creativo según Alex F. Osborn. 11.2 El proceso de producción de ideas según J. W. Young: principios generales y etapas. 11.3 El método de bisociación de Koestler: las matrices como modelos de pensamiento. 11.4 Intuición, visualización, conceptualización. Ideas básicas	
Capítulo 12. Creatividad y comunicación publicitaria	207
12.1 El proceso de creación como producto específico de la comunicación publicitaria. 12.2 Naturaleza del proceso creativo en publicidad: creatividad y proceso de creación publicitaria. 12.3 Principios metodológicos y efectos de la creación publicitaria. 12.4 La creación publicitaria: del problema a la solución. 12.5 Creatividad y comunicación persuasiva. Ideas básicas	

Epílogo	219
Bibliografía	225
Índice de autores y de materias	229