

Resumen del libro

La fuerza de ser creativos

Por Ken Robison

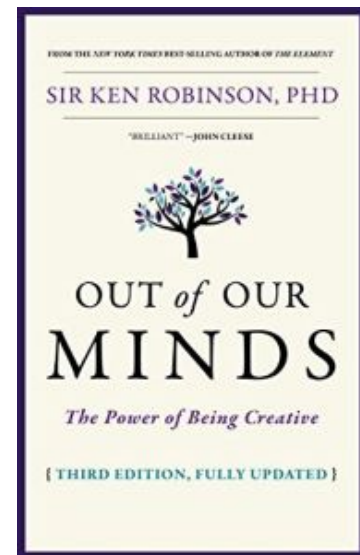
Síntesis y comentarios por Jesús Gómez Espejel

Video:

<https://www.youtube.com/watch?v=O7bJp5ufJ2A&t=196s>

<https://www.youtube.com/watch?v=vchZm7R0drc&t=92s>

<https://www.youtube.com/watch?v=mUhx8VSzbCY>



Fomento de la cultura de creatividad

Los sistemas de educación y capacitación obsoletos no nutren ni desarrollan las habilidades para triunfar hoy día.

Las empresas comprenden que lidiar con la complejidad creciente del entorno mundial exige desarrollar la cultura de creatividad; pero gran parte de la solución reside en el sistema educativo, no en las empresas comerciales.

Los ejecutivos buscan gente creativa que comunique eficazmente, colabore en equipo y sea lo suficientemente ágil para responder al cambio; pero los conceptos erróneos sobre la creatividad pueden dificultar su agilidad. Mucha gente cree que todo individuo es creativo o no lo es. Eso no es cierto. Todos tenemos capacidad creativa que florece con el desarrollo.

Muchos creen que la creatividad solo existe entre la gente dedicada a las artes, como la música o el cine; y a muchos los preocupa que la creatividad invite al caos y la frivolidad. De hecho, la decisión de dominar la capacidad creativa está al alcance de todos, pero exige mucho trabajo y disciplina.

La aceleración del cambio

Los cambios más profundos del mundo tuvieron lugar en los últimos 50 años y su tasa se acelera. En la historia moderna, no obstante, las nuevas tecnologías generan nuevas posibilidades para el trabajo creativo.

James Watt mejoró la máquina de vapor a fines del siglo XVIII y eso alimentó la era industrial.

La comunicación tuvo una aceleración similar: la imprenta en el siglo XV, el teléfono en 1875, la radio en 1885, la televisión en 1929, la World Wide Web en 1990, la banda ancha en el 2000 y el teléfono inteligente –ahora omnipresente– y otros dispositivos digitales en el 2010.

Y el floreciente campo de la nanotecnología anuncia una nueva ola de innovaciones en campos que van desde la informática y la ingeniería a las neurociencias y la medicina.

“Todos nacemos con inmensos talentos naturales, pero (...) muy pocos descubrimos lo que son y aun menos los desarrollamos adecuadamente”.

Los 3 principios de la creatividad

LA CREATIVIDAD ERES TÚ ¡Explotala!

CONFIANZA

FE

OPTIMISMO

NO TE CORTES LAS ALAS

Confía en tu capacidad creativa y deja fluir todos tus pensamientos sin pensar en lo que dirán

SOY CREATIVO

Crear no es igual que ser y tu nada más nacer ya eres creativo. Di "soy creativo" hasta que te hayas convencido de ello

JUPY JUPY

Todo creativo tiene que tener una actitud positiva ante la vida y ante cada creación que haga

www.gomezspejel.com

La explosión demográfica mundial también impulsa el cambio. En 1930 el planeta tenía unos dos mil millones de personas; en el 2017, la cifra alcanzó los 7,5 millones y la estimación de la población mundial para el 2050 ronda los 10 mil millones.

Este aumento ejerce una intensa presión sobre los recursos del planeta, genera riesgos como las epidemias y desestabiliza la economía y el comercio. La naturaleza del trabajo seguirá evolucionando.

TIPO DE PENSAMIENTO



PENSAMIENTO DIVERGENTE



El pensamiento divergente, también conocido como pensamiento lateral, es un tipo de razonamiento que discute, duda, y busca alternativas de forma constante se caracteriza por ser capaz de generar múltiples e ingeniosas soluciones a un mismo problema. Es un enfoque mental espontáneo, fluido y no lineal, basado en la curiosidad y también en el inconformismo.



PENSAMIENTO CONVERGENTE

El pensamiento convergente es aquel que encuentra una solución lógica para enfrentar problemas de naturaleza científica. El pensamiento convergente no innova, ni imagina posibles soluciones sino que utiliza la lógica y lo ya conocido para encontrar la solución al problema, es lo contrario a pensamiento divergente.

PENSAMIENTO ANALITICO



Se basa en comprender una situación dividiéndola en partes pequeñas o estableciendo casualidades. Incluye la organización de las partes de un problema de forma sistemática, haciendo comparaciones, estableciendo prioridades sobre una base racional, identificando secuencias de tiempo, relaciones causales o relaciones condicionales.



PENSAMIENTO CONCEPTUAL

Este pensamiento creativo consiste en la identificación de patrones o conexiones entre situaciones cuya relación no es obvia, identificando aquellos elementos clave que subyacen en ellas. El pensamiento conceptual es la utilización del razonamiento creativo, conceptual o inductivo aplicado a conceptos existentes o para definir conceptos nuevos.

PENSAMIENTO SYNVERGENTE



Este tipo de razonamiento, de reciente aparición y acuñado por Michael Gelb, hace referencia a la combinación entre el pensamiento divergente y el pensamiento convergente. Así pues, es una forma de pensar que incluye los aspectos detallistas y evaluadores del pensamiento convergente, y los relaciona con los procesos alternativos y novedosos referentes al pensamiento divergente.

www.gomezespejel.com

La gente dependerá de su capacidad para imaginar, crear e innovar para navegar por el impredecible y desafiante mundo nuevo. Esa capacidad comienza con la educación.

La educación de las masas

Hace solo unos decenios, dado que pocas personas tenían título universitario, la educación superior era garantía de un buen trabajo; pero, a medida que más personas obtienen grados más altos, el valor de mercado de la educación universitaria disminuye.

La expansión de la educación y el aumento de los estándares académicos ya no brindan una solución.

Los educadores precursores diseñaron sistemas de educación en masa para preparar obreros calificados para el mercado industrial. En los años 1960 las empresas necesitaban más trabajadores con grado académico y aumentó el número de personas que buscaban grados universitarios más altos. Un incremento que continuó con la creciente demanda de la economía del conocimiento.

En los últimos 40 años, el número de graduados universitarios aumentó de uno de cada cinco a uno de cada dos.

Jerarquía de las disciplinas

El supuesto vínculo entre lo que el estudiante aprende en la escuela y los trabajos que realiza después crea una jerarquía de disciplinas en la que los expertos consideran que las importantes en lo económico están en primer plano.

En la mayoría de los sistemas escolares, por ejemplo, las matemáticas, la ciencia y la tecnología son valiosas, mientras que la música, el teatro y el arte son secundarios.

Los padres y asesores aconsejan a los jóvenes que se alejen de las artes porque se preocupan por sus malas perspectivas laborales. Ven las artes como un pasatiempo o un medio para la expresión personal, no como la capacidad para ganarse la vida.

Los empleadores asocian las materias de lo alto de la jerarquía con la inteligencia y los logros; sin embargo, la capacidad y los logros académicos no son las únicas expresiones de la inteligencia. Un énfasis excesivo en lo académico deja a mucha gente inteligente y talentosa al margen y no permite que desarrollen su capacidad.

La responsabilidad de la educación

Las tres responsabilidades de un sistema educativo son personales, culturales y económicas.

La función económica es desarrollar a los estudiantes para desempeñarse en el mercado laboral.

Los empleadores se quejan de que tienen problemas para encontrar trabajadores creativos que puedan comunicarse y colaborar; pero ni las universidades ni los empleadores desarrollan esas habilidades.

En lugar de dar prioridad al talento y ofrecer desarrollo profesional, las empresas ponen el énfasis en la contratación, una estrategia de corto plazo.

Acelerar el cambio cultural es ampliar la brecha entre la gente con conocimientos tecnológicos y la inepta en el campo digital. El sistema educativo debe abordar esa brecha cada vez mayor.

“La capacidad para la creatividad es esencialmente humana y encierra la promesa constante de formas alternativas de ver, pensar y actuar”.

El sistema educativo actual es un vestigio de la era industrial. Los educadores deben revisar sus tres funciones básicas para desarrollar sistemas que cultiven el talento individual y la creatividad del estudiante, expandan su comprensión del mundo y le den herramientas para lograr un empleo bien remunerado.

El objetivo de la prueba del cociente intelectual (IQ)

El puntaje del IQ es un artilugio moderno producto de varios supuestos: que todos tienen un coeficiente intelectual fijo mensurable mediante una serie de pruebas; presupone que el IQ numérico revela la inteligencia global y predice el rendimiento de una persona en la escuela y en toda su vida.

El invento de la medición del IQ a principios del siglo XX influyó en la estructura del sistema educativo en todo el mundo.

Durante su expansión en Inglaterra después de la segunda guerra mundial, la afluencia masiva de estudiantes fue un reto a la manera como las escuelas debían clasificarlos. Los administradores fijaron el 20% superior para las profesiones que requieren académicos más rigurosos, como médicos y abogados, y el 80% restante para los estudiantes destinados al trabajo de oficina.

“En menos de una generación, la naturaleza del trabajo ha cambiado esencialmente para millones de personas y, con ello, la estructura de las economías del mundo”.

Llegaron a utilizar las pruebas del IQ como la manera rápida y fácil de decidir dónde situar a cada niño.

Las pruebas como el IQ y la SAT (prueba de evaluación escolar de EE.UU.) tienen el apoyo del gobierno y la comunidad científica, por lo que son difíciles de refutar.

Y la presión del énfasis de hoy en las pruebas normalizadas es excesiva para los estudiantes; pero esas pruebas ignoran la gama de habilidades intelectuales individuales.

La inteligencia es mucho más variada y matizada que los factores que la prueba del IQ mide. Valorar toda la amplitud de la inteligencia humana es crucial para comprender y fomentar la creatividad.

La inteligencia diversa

Desde fines del siglo XX, los neurocientíficos han tenido una comprensión cada vez mayor del cerebro.

La inteligencia es diversa, dinámica y distinta. Su cerebro filtra lo que sus sentidos perciben e influye en su percepción del mundo. Cada cual procesa la percepción de modo diferente.

Dos personas pueden presenciar el mismo suceso, pero sus impresiones pueden ser diferentes.

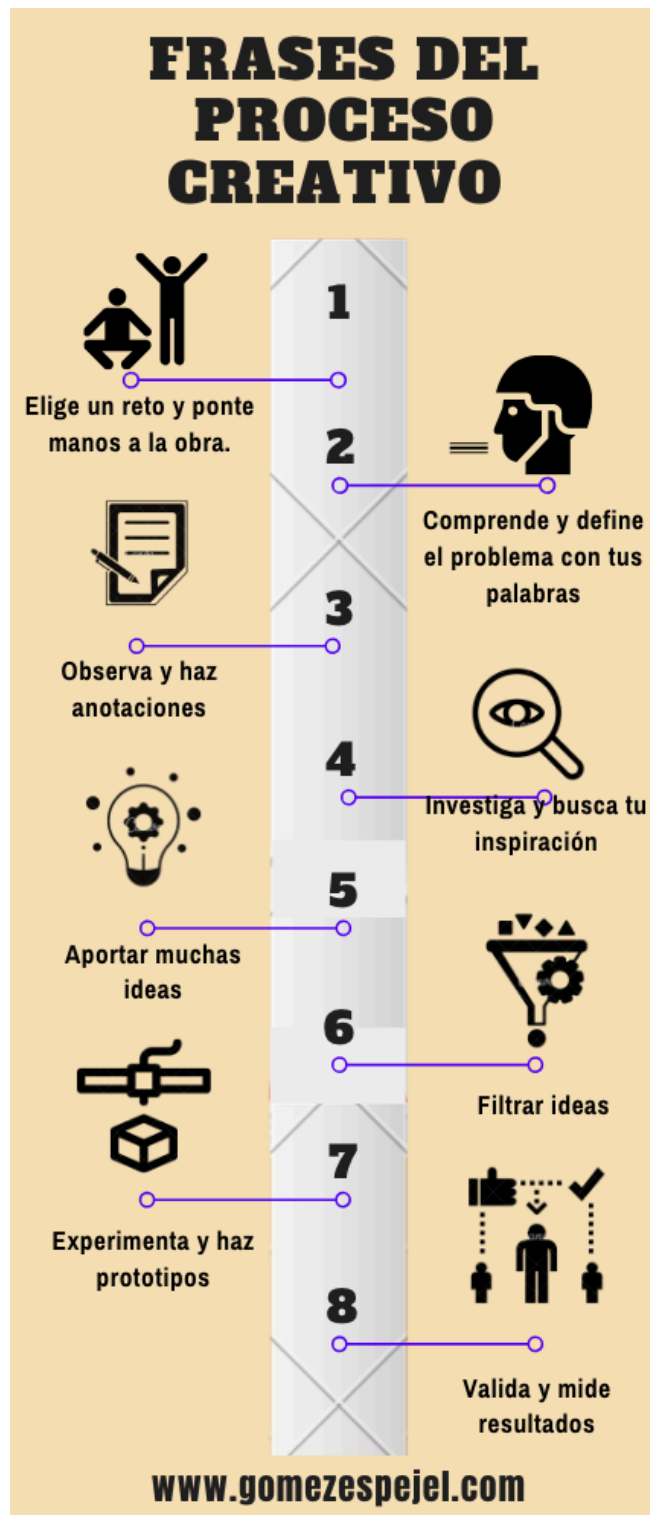
Las personas se expresan de modo diferente. Los artistas, escritores y músicos usan símbolos esquemáticos, como pintura, ejecución y música, formas que expresan pensamientos e ideas, pero no se ajustan a la estructura de las palabras.

Los académicos se comunican mediante el lenguaje y utilizan símbolos sistemáticos –como palabras y números– que transmiten significados específicos.

El cerebro es un objeto orgánico y sus procesos son fluidos, dinámicos y únicos. La genética, las experiencias, el entorno y los sentimientos crean una mezcla distintiva que moldea la conciencia de cada cual.

Todos tenemos capacidades y talentos innatos: una persona puede sobresalir en matemáticas y otra, en expresión artística, pero ambas son inteligentes.

Estereotipar a la gente como inteligente o no según sus habilidades académicas es limitante e injusto. Si los padres, la sociedad o el sistema educativo descuidan las habilidades del niño, este nunca podrá descubrir su potencial.



El proceso creativo

La creatividad es el proceso generativo y evaluativo de tener ideas originales con valor.

La creatividad tiene muchos puntos de partida diferentes. La gente la usa de muchas maneras, como probar límites o explorar nuevas opciones.

Algunas ideas surgen a medias, con varios componentes que compiten por la atención y el desarrollo. A menudo la creatividad debe ajustarse a ciertas pautas y restricciones, como el poema japonés de 17 sílabas y tres líneas, el *haiku*, que exige originalidad en una estructura formal.

Cada acto de creatividad implica actuar, no simplemente pensar en ideas o imaginar. La creatividad requiere evaluar y juzgar la validez y lo práctico de ideas y propuestas; exige probar, afinar y desarrollar su trabajo. Una obra creativa rara vez surge completa; el fracaso, la reflexión y la revisión llevan a buen término.

Educación holística

A mediados del siglo XX los psicólogos empezaron a trazar la relación entre la mente, el cuerpo y las emociones y, en los años 1960, nació el movimiento del desarrollo personal.

Más recientemente, Daniel Goleman, líder en psicología positiva, sostuvo que el cociente emocional es tan importante como el IQ.

Expresar y comprender los sentimientos, tener empatía y ser sensible y comunicarse bien con las personas y las situaciones son habilidades “suaves” de gran valor en las relaciones y los negocios.

“No importa dónde se encuentre o lo que haga, si vive en la Tierra, está atrapado en una revolución mundial”.

El sistema educativo que se basa en el racionalismo se centra en la enseñanza del conocimiento objetivo y el uso del razonamiento deductivo.

El método de educación naturalista adopta un enfoque holístico al desarrollar al niño en su totalidad, facilitarle el conocimiento de sí y fomentar el talento de cada estudiante.

La creatividad reside en la intersección del pensamiento y los sentimientos, el arte y las ciencias.

Imaginación, creatividad e innovación

Las empresas pueden desarrollar una cultura organizativa innovadora si se enfocan en tres procesos relacionados pero distintos: imaginación, creatividad e innovación.



La imaginación ve una idea o un futuro que aun no existe. La creatividad es el proceso de generar ideas valiosas. La innovación hace realidad esas ideas.

Los líderes creativos cultivan la innovación mediante un entorno en el que florecen ideas nuevas. Dan libertad para correr riesgos y experimentar y ponen en práctica sistemas para medir y evaluar. Cada una de las tres funciones estratégicas del liderazgo creativo lleva a tres prácticas básicas:

“Para que la innovación florezca, debe ser vista como un propósito integral de toda la empresa y no como una función aparte”.

1. Personal – Adopte estos conceptos para nutrir la creatividad de todos en su empresa:

- **Todos tienen potencial creativo** – Cuando los empleados de cada equipo y nivel de una empresa sienten que la gerencia escucha sus ideas y valora su contribución, producen más y se comprometen más con su trabajo.
- **La innovación es hija de la imaginación** – Permita que los miembros de los equipos corran riesgos y exploren sus habilidades únicas. Facilite la colaboración, aliente nuevas perspectivas y fomente nuevas relaciones.

- **Todos pueden aprender a ser más creativos** – Invierta en programas de capacitación que desarrollen habilidades creativas y trabajo en equipo.

“La función de un líder creativo no es tener todas las ideas: es fomentar una cultura donde todos puedan tener ideas nuevas”.

2. **Grupal** – **Forme equipos creativos sobre estos principios:**

- **La creatividad prospera en la diversidad** – Los equipos creativos de alto rendimiento tienen miembros de edad, origen, género, etnicidad y experiencia diferentes.
- **La creatividad prospera en la colaboración** – Cuando todos contribuyen y se basan en las contribuciones de los demás, mejoran su trabajo y amplían las habilidades de todos.
- **La creatividad lleva tiempo** – Permita que las ideas fluyan, evolucionen y se desarrollen

**FUNCIONES
ESTRATEGICAS DEL
LIDERAZGO CREATIVO**

PERSONAL ①

- Todos tienen potencial creativo
- La innovación es hija de la imaginación
- Todos pueden aprender a ser más creativos

GRUPAL ②

- La creatividad prospera en la diversidad
- La creatividad prospera en la colaboración
- La creatividad lleva tiempo

CULTURAL ③

- La cultura creativa es flexible
- La cultura creativa es inquisitiva
- La cultura creativa necesita espacios creativos

www.gomezespejel.com

“Todos tenemos una enorme capacidad natural, pero en todos es diferente”.

3. **Cultural** – Apoye una cultura empresarial que genere innovación basada en estas ideas:

- **La cultura creativa es flexible** – Abandone el liderazgo autoritario tradicional en favor de la colaboración y el trabajo en equipo. Céntrese en el compromiso y las relaciones dentro y fuera de la empresa.
- **La cultura creativa es inquisitiva** – Escuche con mente abierta, ofrezca apoyo y aliente otras opiniones para mejorar la confianza y la toma de decisiones.
- **La cultura creativa necesita espacios creativos** – Diseñe su planta física para aceptar los nuevos modelos de trabajo e interacción.



Jesús Gómez Espejel

- 🌐 www.gomezespejel.com
- ✉ jesus.gomez@estrategica.mx
- ☎ 521 (33) 3122 0202
- 📍 Guadalajara, Jalisco, México

