



I.A.C.A.T.
Instituto Avanzado de
Creatividad Aplicada Total

Revista RecreArte 11
DIC09

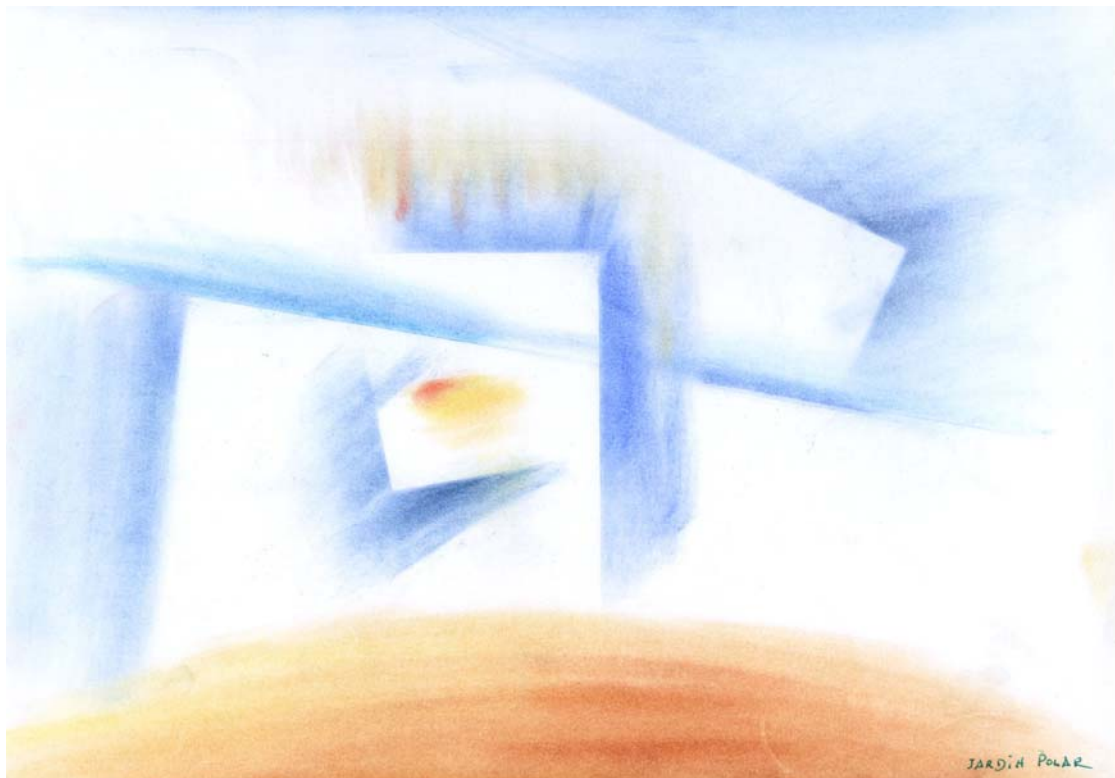


"La creatividad se enraiza, se desarrolla y se bloquea. Se expresa y consolida en múltiples lenguajes. Se estimula con técnicas eficaces"

master oficial
creatividad e innovación
2º ciclo U.E. - 120 créditos



Revista RecreArte 11 >> V - Creatividad para el Liderazgo: Directivos Visionarios



David de Prado Díez

ENTREVISTA

Lideres creativos e Invención en canal Encuentro de julio 2008.

¿Qué se debe hacer para aprender a nivel empresario?

Para cambiar hay necesariamente que aprender.

Aprender es un proceso personal por el que almacenamos experiencias para el futuro y que requiere de motivación, tiempo y la oportunidad de practicar y volver a practicar una tarea. Es un proceso interno pero modificable externamente.

A nivel empresario se debe alinear todo el personal en cada uno de los sectores claves de la empresa.

Importa tanto lo que sabes como lo que haces con lo que sabes, y activar la mejora continua.

¿Qué acciones debe tomar la empresa para tener lideres en creativos?

El papel del supervisor no es exclusivamente pasivo de verificador del desempeño, sino la de activador de la participación proactiva de su equipo de trabajo.

La creatividad es pensar algo distinto en nuestro contexto y la Innovación es hacer algo distinto en nuestro contexto.

El concepto de lo que un creativo puede generar en beneficio de su empresa es el primer paso, en segundo término comprender que no basta con decretar que sus supervisores deben convertirse en creativos, sino que se requiere adoptar un programa técnico y táctico de desarrollo de habilidades de liderazgo y creadores de contextos, personas, procesos y productos.

En el mercado existen muchos modelos de liderazgo, cada uno de ellos pregonando ser el mejor, sin embargo, puede observarse que la mayoría de tales modelos sólo sirven para entretener o despertar una motivación de corta duración.

Porque no desarrollan habilidades y al salir al mundo se enfrentan con el desencanto de que nunca les enseñaron como hacerlo..

Así que es conveniente ser muy cuidadoso al elegir el programa que mejor se ajuste a las condiciones idiosincrásicas de su personal y a sus necesidades específicas, que entre otras cosas, nunca son cursos cortos, sino verdaderos programas de desarrollo de habilidades y cambio de actitudes sistemáticas".

¿Por qué muchas empresas latinoamericanas no aceptan la creatividad como un valor organizacional?

Existen dos razones principales, la primera es que la creatividad ha sido asociada exclusivamente al campo de la mercadotecnia y publicidad y específicamente a la generación de anuncios "ingeniosos", basta recordar que los empleados de las agencias publicitarias se autodenominan "creativos", aun cuando sus productos, muchas veces parecen carecer precisamente de originalidad y acabado fino.

La segunda se debe a que al igual que en el tema del liderazgo, existen cientos, tal vez miles de pseudo-consultores en creatividad e innovación que lo único que hacen en sus "flamantes cursos" es entretener a los participantes teniendo un fin de semana muy agradable, con decenas de hojas llenas de ideas, no siempre encaminadas a las soluciones necesitadas, y algunos de estos personajes hasta han incluido en su "rutina" de capacitación trucos de magia, técnicas grupales divertidas, etc.

Al final del curso, los participantes se divirtieron, estuvieron entretenidos, descansados, formaron un buen ambiente, pero no adquieren nuevas competencias para generar transformaciones creativas.

Solo recomendamos programas sistemáticos de Creatividad e Innovación, para diferenciarlos de aquellos que solamente tienen un carácter lúdico recreativo o catártico".

La Creatividad Sistematizada permite generar soluciones a problemas que han venido arrastrando a lo largo de los años, transformar sus sistemas de producción, generar nuevos productos o servicios, generar nuevas estrategias de penetración en mercados, crear nuevos nichos de mercado y desarrollar ventajas competitivas.

Si sus consultores de creatividad e innovación no son capaces de ofrecerles esto, entonces están tratando con charlatanes.

Hoy día, entre los profesionales se habla mucho de Inteligencia Emocional (I.E.), ¿Cómo se define este concepto?

- Inteligencia emocional es una nueva construcción para la cual, aún en los círculos de profesionales dedicados a ello todavía se busca una completa definición, lo que quiere decir que todavía no se sabe mucho. Sin embargo, todos tenemos emociones y sabemos a lo que nos estamos refiriendo. Algunas personas reconocidas hacen definiciones como:

Algunos especialistas dicen que es Capacidad de percibir y expresar emociones, de asimilar las emociones en el pensamiento, de comprender y razonar con las emociones y de regular las emociones en uno mismo y en los demás.

Para Goleman es la Capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos, los sentimientos de los demás, motivarnos y manejar adecuadamente las relaciones que sostenemos con los demás y con nosotros mismos.

Otros hacen referencia al conjunto de destrezas de gestión de personal y destrezas sociales que nos permiten triunfar en el puesto de trabajo y en la vida en general.

En lo que sí parecen ponerse de acuerdo todos los autores es en lo que señala Goleman como aptitudes para reconocer y regular las emociones propias y de los demás.

Buscar una definición parece que se ha convertido en ir a la caza y captura de algo que si bien todavía no somos capaces de manejar, ¿cómo vamos a definirlo bien?

La definición más clara la encontraremos a medida que vayamos centrándonos en comprender nuestras propias emociones desde la experiencia propia y no desde una idea teórica.

De todas formas se puede decir que Inteligencia emocional es estar dispuesto a aprovechar esas emociones que son parte intrínseca de los seres humanos y transformarlas en nuestro beneficio, permitiendo que interactúen de forma natural.

¿Cuáles son las diferencias entre Inteligencia Emocional e Inteligencia Práctica?

Las diferencias entre inteligencia emocional e inteligencia práctica las creamos nosotros, nuestros miedos y bloqueos porque en realidad lo único que nos falta es dar el paso de querer aprender mediante un buen método práctico a transformar las emociones.

La Inteligencia emocional está en el plano teórico y de conceptos y la Inteligencia práctica está en el plano de la experiencia

No deberíamos hablar de diferencias sino de distancias entre una y otra. Lo que separa una de la otra es nuestra mente, creemos poder resolver con ideas algo que se resuelve sencillamente con hechos.

Y no podremos comprender las emociones si no las miramos desde otros ángulos y puntos de vista, así que si la distancia que separa una de otra es nuestra mente, entonces, lo que tendremos que hacer es empezar a limpiar nuestra mente de miedos, prejuicios y tabúes que no nos deja ver claro.

Como todos sabemos, hay empleados que conocen muy bien la teoría de su trabajo. Sin embargo, en la práctica son poco eficientes, ¿A qué se debe esta situación?

Esta pregunta es muy genérica pero supongamos que dos personas con las mismas características socio-culturales y económicas estudian una carrera en la universidad, mientras están en la universidad no hay diferencias entre ellos, están estudiando.

Las distinciones empiezan a la hora de buscar trabajo, aquí ya no tiene nada que ver lo que saben sino cómo lo utilizan, es decir, cómo emplean sus habilidades.

Por lo tanto un trabajador será eficiente si desarrolla habilidades humanas en su beneficio, por ejemplo, controlarse en situaciones extremas, modificar situaciones, y todo ello para rodearse de un ambiente que lo beneficie y por tanto a su empresa.

Tal vez deberíamos empezar a aceptar que tan importante es una formación académica como una formación humana en profundidad.

¿De qué manera la Inteligencia Emocional puede ayudar a una organización a alcanzar sus metas?

Si la meta de una organización es conseguir un buen puesto en el mercado e importantes beneficios sin tener en cuenta el capital humano en todos los sentidos imaginables, entonces a ese tipo de organizaciones no le podrá ayudar el trabajo que se haga sobre calidad humana.

Los responsables de RRHH no lo tienen nada fácil, por un lado, hay potentes empresas que ejercen una gran influencia sobre la empresa para ir sacando el mayor partido posible a su situación de asesoría. Por otro lado, la falta de tiempo en todas las empresas es un punto flaco sobre el que muchos se aprovechan.

Algunos responsables de RRHH reflejan claramente el caos en el que sus empresas están inmersas y lo manifiestan en sus actos desesperados por encontrar un método que en un solo día les haga cambiar lo que en muchos años no pueden. Es querer que los demás solucionen los problemas que nosotros no queremos solucionar. Es pasar la manzana podrida a otro. Estas empresas tampoco crearán en un método práctico de trabajo sobre calidad humana.

El trabajo que se haga sobre este tema sólo podrá ayudar a empresas que incorporen en su filosofía empresarial un proyecto de trabajo práctico sobre calidad humana. Sólo un directivo despierto verá el camino correcto, los demás verán miedo, vergüenza, pérdida de tiempo...

Sólo se beneficiarán las empresas que dediquen tiempo y cambien su punto de vista y lo hagan con hechos.

Toda empresa tiene un capital intelectual y un capital emocional, ¿Cómo se vinculan ambos?

Lo que tienen las empresas es un capital potencial humano y que no sólo de ellas depende tomar las medidas necesarias para beneficiarse, sino que los principales responsables pero a la vez beneficiados, son los trabajadores.

El capital intelectual lo controla la empresa y hablar de capital emocional es más revolucionario porque no es controlable por la empresa, esto forma parte del interior de una persona y, por tanto, sólo las personas de forma individual y voluntaria son quienes tienen la última palabra a la hora de aceptar programas sobre desarrollo humano.

Entonces de lo que hay que tratar es de vincular la empresa y el trabajador, ambos tienen que hacer un trabajo de complicidad para salir beneficiados.

Todo tiempo de crisis simultáneamente implica nuevas oportunidades pero, ¿Cómo pueden las personas aprovechar estas oportunidades?

Hay muchos tipos de crisis con sus diferentes causas y efectos. En algunos casos las crisis llegan porque damos demasiada importancia a unas cosas y abandonamos otras también importantes.

Suponiendo que estamos hablando de una crisis natural, es decir, porque las cosas cambian de forma natural, en este caso sencillamente lo que tenemos que hacer es aceptar que nada es para siempre y que todo llega a su fin.

En realidad esa es la disposición natural con la que cada día deberíamos levantarnos, sabiendo que todo puede cambiar y lo que sencillamente tenemos que hacer es intentar hacer las cosas lo mejor posible sin la preocupación de ¿qué pasará cuando se acabe?, de esta forma no ofrecemos resistencia al cambio que constantemente se está produciendo en la empresa y en la vida.

Toda crisis nos da la oportunidad de reconocer los errores, aprender de ellos y modificar lo necesario.

Nos da la oportunidad de saber qué es lo que no se ha hecho bien y en lugar de perder tiempo buscando responsables, lo más provechoso es no repetir el error. En definitiva, independientemente de lo que haya causado una crisis, la mayor oportunidad que podemos aprovechar es la de aprender.

Si nuestra actitud diaria es la de querer aprender de los errores, las crisis no se verán como tal sino como una nueva oportunidad para aprender. Estar dispuesto a aprender de los errores es haber dejado atrás algunas emociones que nos perjudican, o lo que es lo mismo, es haber limpiado nuestra mente de emociones como la vergüenza, el orgullo, los celos, el amor propio, el deseo de sobresalir, el miedo, entre otros.

¿De qué manera la Inteligencia Emocional puede hacer más creativos a los trabajadores?

La inteligencia emocional por sí sola no puede hacer más creativos a los trabajadores. Lo que sí puede hacerlos más creativos es la inteligencia emocional aplicada desde el punto de vista de la libertad.

La creatividad es un valor humano que se puede desarrollar ampliamente.

Cuando las personas nos liberamos de rencor, odio, envidia, estrés, mal humor... dejamos limpia parte de nuestra mente, nos permite centrarnos en disfrutar de las cosas, compartir las ideas y trabajar en un ambiente interior libre de obstáculos, a partir de ahí cada trabajador podrá sacar lo mejor que tenga.

La creatividad es en parte espontánea y originada en el hemisferio derecho, pero en parte también un esfuerzo deliberado del hemisferio izquierdo, que aplica técnicas y herramientas válidas para generar ideas nuevas.

¿Y como se hace un Innovador y un inventor?

El Innovador debe llegar con su idea y plan de acción al Mercado e imponer mediante la creatividad y la publicidad su idea.

En cambio el inventor debe conocer en profundidad un dado problema, tener un amplio el conocimiento en las leyes de la física, química, biología, matemáticas, las ciencias de los materiales y consolidar todo esto en una estrategia sistemática como TRIZ.

No se trata de ir probando ó al azar lo que puede funcionar sino de aplicar la herramienta concreta y directa.

¿Y que es lo que hace un inventor?

Cada invención es un largo camino hacia lo imposible.

Pero lo imposible significa lo imposible con los medios actuales y existentes.

La creatividad es el primer paso hacia la invención y el inventor es aquel que encuentra y aplica un nuevo concepto, haciendo que lo imposible se transforme en posible.

¿Es verdad que el aprendizaje ocasiona cambios en la forma del cerebro?

El aprendizaje cambia muchas cosas. Hay estudios en animales que muestran que las áreas del cerebro que controlan el movimiento, cuando se entrena para un movimiento complejo, experimentan un incremento en la zona de la corteza cerebral dedicada a esa función.

Eso sucede con los violinistas, por ejemplo. No es que el cerebro se haga más grande o más pequeño, es un cambio en sus características computacionales.

Un examen muy simple es repetirles a un grupo de niños y jóvenes, palabras una y otra vez, mientras se mapean sus cerebros.

Cada vez que les repetíamos las palabras, sus cerebros se hacían más rápidos y eficientes. A manera de indicador, se mide el nivel de exigencia de oxígeno en la sangre, que se reducía de modo progresivo porque el cerebro funcionaba más eficientemente.

Entonces, lo que cambiaba no era la forma del cerebro, sino sus mecanismos.

¿Cómo se construye el conocimiento y la creatividad?

Yo tengo una postura educativa e ideológica y el aprendizaje se construye desde la doble naturaleza: natural y social.

No creo en que para ser creativo Ud. deba necesariamente que modificarse internamente.

Si Ud. está motivado y conoce las herramientas que despiertan su generación de ideas ya está encaminado.

Luego deberá tener los conocimientos de alguna teoría como TRIZ y aplicarla sistemáticamente.

La creatividad es el primer paso de un largo camino que pasa por la Innovación y si tiene perseverancia termina en la Invención.

¿Se puede enseñar a una persona en particular a ser creativo?

Sí, por supuesto, así como se puede enseñar a alguien a jugar al tenis, se puede enseñar a una persona a que optimice la creatividad que las empresas requieren. Porque las empresas no requieren cualquier tipo de creatividad, requieren un tipo específico y productivo.

La creatividad empresarial tiene características, por ejemplo se necesita una gran producción de ideas, un manejo del tiempo, aplicar una teoría consistente como TRIZ y se debe enseñar la creatividad dentro de los límites que tiene la organización, eso es lo que interesa.

¿Es necesario un buen clima para que la gente pueda ser creativa?

Tiene necesariamente que haber un clima de confianza, de libre expresión, de libertad intelectual, de buen humor pero depende de cómo se entienda el buen humor.

Una cosa es el humor americano y otra es el humor de la localidad.

¿Que valora Ud. en los gurues de la creatividad?

Son muy pocos, De Bono, Altshuller, Michalko, Von Oech, Rodríguez Mauro, Gardner y algun otro.

Lo mas valorado por mí, es que haya un crecimiento y un amplio espectro de aplicación de sus teorías y ponencias a lo largo de los años.

El repetir constantemente y no crecer es signo de poca creatividad y no es posible enseñar creatividad sin ser creativo.

¿Crítica algo de los docentes actuales?

Yo no creo que sea válido enseñar creatividad como algo interno, secreto e inaccesible de la persona ó un misterio a desentrañar.

Primero debe enseñarse lo que es base general de acuerdo entre especialistas reconocidos, y solo luego y como complemento, lo que uno piensa.

Si no se hace esto, se recorta el espectro creativo e innovativo y se cae en la actitud egoísta, de creer que podemos reinventar la rueda.

¿Qué se debe hacer en Latinoamérica para entrar al primer mundo?

Le tiro algunas ideas:

1.En todos los países ricos, el número de jóvenes que eligen dedicarse a la ciencia y la ingeniería pese a ser bajo, es algo que se motiva con becas ó pasantías.

Además los niños en las escuelas primarias y secundarias deben hacer proyectos divertidos en los talleres de ciencia, como diseñar un pequeño submarino o un robot, con trabajos de ingenio y problemas creativos, ó aprender los principios inventivos de Altshuller.

Entonces se entiende que la ciencia y la invención son herramientas para hacer lo que uno quiere hacer, y no una valla que hay que saltar para obtener un buen empleo.

2-Existen Programas como el ALFA III de la Comunidad Europea que brindan asistencia técnica y actualización a los docentes de las Universidades Latinoamericanas para apoyar el desarrollo de la Innovación y el Diseño de Productos industriales, donde la UE participa con hasta un 90% de los gastos de Instructores reconocidos internacionalmente.

3-Las Universidades deben actualizar las materias y los currículos acompañando los cambios y la globalización.

En ese sentido las universidades privadas, al menos en Argentina, están mejor posicionadas para los desafíos y los cambios actuales por ser más desestructuradas, mejor informatizadas y con acuerdos con otras Universidades extranjeras reconocidas.

4-Usted como profesional, debe pensar que sus conocimientos y habilidades se degradan en menos de cinco años, por lo que su educación debe ser continua y entender que los postgrados ó una actualización permanente son ya una necesidad.

Lo básico sigue vigente pero la tecnología y el mercado están en constante cambio y usted debe seguirlos.

Hay dos hechos importantes en este siglo de la creatividad:

* La información de Internet hoy es unas 20 veces mayor que toda la información habida en bibliotecas y otros medios desde el hombre sapiens.

* Hoy existen unos 1000 millones de personas conectadas a la web y otras 5500 millones que apenas sí conocen el nombre Internet, lo que profundiza la brecha tecnológica.

Usted debe decidir si aplica la información que tiene y su acceso a Internet de forma creativa ó no.

Currículum

Autor y Facilitador :

-Oscar Isoba, casado, tres hijos, es un ingeniero químico argentino que se dedica a promover la creatividad en la educación y la Comunidad Iberoamericana.

-Entrenamiento en el Springboard to Creative Problem Solving del CPS Institute y el Tecnológico Monterrey de México.

-Perfil en la pagina TRIZ worldwide en <http://www.inventive-design.net/content/view/166/283/>

-Blog Innovación en <http://innovacion7x24.com/blog/author/oisoba/>

-Profesor del curso Generación y Desarrollo de Ideas creativas, de 30 módulos, de la Universidad Virtual Interamericana, sede Miami, en

<http://univirint.blogspot.com/2009/09/curso-generacion-y-desarrollo-de-ideas.html>

-<http://www.monografias.com/trabajos69/entrevista-diario-perfil/entrevista-diario-perfil.shtml>

-Redactor en sitios Monografias, Gestipolis, Estrategia Magazine y Neuronilla

-E mail de contacto oisoba@gmail.com

Noviembre 2009



I.A.C.A.T.
Instituto Avanzado de
Creatividad Aplicada Total

Revista Recrearte:

- ✓ *Director David de Prado Díez*
- ✓ *Consejo de Redacción*
- ✓ *Consejo científico*

Frey Rosendo Salvado nº 13, 7º B 15701
Santiago de Compostela. España.
Tel. 981599868 - E-mail: info@iacat.com

www.iacat.com / www.micat.net / www.creatividadcursos.com

www.revistarecreate.net / www.tiendaiacat.com

© Creación Integral e Innovación, S.L. (B70123864)

En el espíritu de Internet y de la Creatividad, la Revista Recrearte no prohíbe, sino que te invita a participar, innovar, transformar, recrear, y difundir los contenidos de la misma, citando SIEMPRE las fuentes del autor y del medio.