

**Creatividad**

# Entonces, ¿crees que no eres creativo?

por Duncan Wardle

29 de marzo de 2021



Yulia Reznikov / Getty Images

**Resumen.** ¿Qué trabajos no serán reemplazados por la IA para 2030? Aquellos que se basan en los rasgos humanos centrales más difíciles de replicar para la IA: creatividad, intuición, curiosidad e imaginación. La creatividad es especialmente crítica, ya que nos permite hacer frente a cambios inesperados y construir lo mejor ... [más](#)



Donde tu trabajo se encuentra con tu vida. Vea más de Ascend aquí .

---

Pre-pandemia, hablé en una conferencia en la que el conferencista Nicholas Thompson, ex editor en jefe de Wired, discutió cómo él cree que una quinta parte de todas las ocupaciones actuales serán reemplazadas por inteligencia artificial para 2030. Los trabajos que no serán ¿reemplazado? Aquellos que se basan en los rasgos humanos centrales más difíciles de replicar para la IA: creatividad, intuición, curiosidad e imaginación.

La creatividad es especialmente crítica. Solo en el último año, hemos aprendido lo sorprendente e inesperado que puede ser el futuro, y la creatividad nos permite hacer frente a ese tipo de cambios y construir los mejores caminos a seguir. A medida que el mundo que nos rodea cambia rápidamente, aquellos de nosotros con una fuerte inclinación creativa estaremos equipados para brindar valor, incluso cuando las situaciones cambien y los recursos sean limitados.

De hecho, he aprendido que las personas con la menor cantidad de recursos tienden a ser las más creativas. Tomemos, por ejemplo, las muchas destilerías que no usaron nada más que su inventario de ingredientes para crear un desinfectante de manos muy necesario durante los primeros días de la pandemia, o la empresa de impresión 3D que fabricó 100 válvulas de respiración en 24 horas para una UCI italiana abrumada. unidad. Estos son solo dos de los innumerables ejemplos en los que aquellos con recursos limitados fueron increíblemente creativos.

La buena noticia es que la creatividad no es inherente. Todos nacemos creativos. Es un músculo que estiramos a medida que envejecemos y una herramienta que podemos usar durante años para romper barreras en la vida, el trabajo y la innovación. Al canalizar su fuerza creativa durante la adversidad, desarrolla la resistencia para resistir las situaciones más difíciles. Y como parte de la nueva generación de líderes, esta habilidad es fundamental para su crecimiento, éxito y capacidad de resolución de problemas.

En mis 10 años en Disney como jefe de innovación y creatividad, he visto la creatividad en juego en todos los aspectos del negocio , desde los anfitriones de la custodia de Disney que crean obras de arte mágicas con solo un poco de agua hasta que Pixar logra que millones de espectadores simpaticen con un robot , y los cambios que nos hemos visto obligados a hacer en nuestra vida diaria durante Covid-19 no son una excepción.

En pocas palabras, la creatividad consiste en encontrar formas novedosas y prácticas de abordar los desafíos. Entonces, ya sea que esté trabajando o estudiando solo y no se sienta inspirado, o colaborando con compañeros de equipo y descubra que sus jugos creativos colectivos se están agotando, aquí hay tres de las herramientas que he encontrado útiles para desbloquear su genio creativo.

## **1) Ejecuta un energizador**

¿Qué haces cuando tienes tus mejores ideas? ¿Ducharse? ¿Trotar? ¿Desplazamientos? He trabajado con miles de personas en todo el mundo y nunca escuché a nadie decir que trabaja.

Estamos constantemente bajo presión en el trabajo y, a menudo, nos escuchamos decir: "¡No tengo tiempo para pensar!". Sin embargo, en el momento en que nos relajamos durante nuestro viaje, las grandes ideas simplemente se nos vienen a la cabeza. Brigid Schulte, autora de *Abrumado: trabajar, amar y jugar cuando nadie tiene tiempo* , traza esto bien: "La neurociencia está descubriendo que cuando estamos inactivos, en el ocio, nuestro

cerebro está más activo”, escribe. “La red de modo predeterminado (DMN) se enciende, que, como los centros de los aeropuertos, conecta partes de nuestro cerebro que normalmente no se comunican. Entonces, un pensamiento perdido, un recuerdo aleatorio, una imagen pueden combinarse de formas novedosas para producir ideas novedosas ”.

¿Cómo se llega a ese estado cerebral relajado a pedido? Ejecutando un energizante: un ejercicio rápido que puede hacer que usted y los miembros de su equipo, compañeros de clase o amigos (cualquiera que quiera participar) se rían y se relajen. Esto libera a su cerebro de las tediosas " funciones ejecutivas " como reuniones e informes semanales, y le da acceso al conocimiento y la experiencia no relacionados en su cabeza que pueden descubrir nuevas ideas.

Los energizantes vienen en todas las formas y tamaños. Storyteller es un ejemplo. Los participantes fingen ser el experto ficticio de un campo único (piense en un diseñador líder de paracaídas para elefantes) y son entrevistados por otros sujetos en la sala sobre su "experiencia". Otro ejemplo es Héroes y villanos, donde un grupo se divide en dos equipos, y a cada uno se le pide que dé un discurso a favor (héroes) o en contra (villanos) de una idea en particular, como organizar una Olimpiada de mascotas.

Por supuesto, escuchar a un "experto" en paracaídas de elefantes o adultos debatiendo sobre las Olimpiadas de mascotas invariablemente conduce a la risa, y he descubierto que la alegría (en forma de risa) desencadena la relajación y las funciones "activas" de su cerebro Schulte details encima.

Aunque sería inviable ser tan juguetero todo el tiempo, los energizantes son una excelente manera de traer momentos estructurados de juego durante las reuniones del equipo, en el aula o simplemente en tu vida diaria como una forma de desbloquear las partes de tu cerebro que sentarse inactivo durante todo el día.

## **2) Pregunte: "¿Dónde más?"**

Mi equipo una vez se propuso hacer que los fuegos artificiales de Disney World fueran más multisensoriales. No pudimos poner más fuegos artificiales en el cielo, así que preguntamos cómo podríamos dar vida a nuestros otros activos estáticos. Miré alrededor del mundo para ver dónde otros ya habían resuelto este desafío de convertir activos estáticos en activos de entretenimiento, y encontré inspiración en la magnífica Sydney Opera House, que utiliza tecnología de proyección de edificios en su programación. Aplicamos este principio subyacente al castillo de Cenicienta en Disney World, lo que resultó en un espectáculo de proyección en 3D que crea un lienzo vivo en el castillo .

La imaginación prospera cuando miras más allá de tus límites habituales , ya sea con tus tareas diarias, tu entorno físico o algo más , para encontrar inspiración.

La forma más fácil de fomentar este ingenio es hacerse algunas preguntas:

- ¿Dónde más ha resuelto alguien el desafío que se me ha encomendado?
- ¿Dónde más vemos el entusiasmo que queremos que tengan nuestros clientes o audiencia?
- ¿En qué otro lugar de la naturaleza o la sociedad ocurre la interacción que estoy tratando de replicar?

Solo mire el éxito visto por Speedo cuando rediseñó los trajes de baño para los Juegos Olímpicos de 2000. Al preguntar dónde más se mueven los objetos de manera rápida y eficiente a través del agua, la compañía terminó por encontrar inspiración en la piel de tiburón, y finalmente creó un nuevo tipo de tela para sus trajes que mejoró drásticamente la capacidad de los usuarios para deslizarse por la piscina (tanto que más de El 80% de todos los nadadores que obtuvieron medallas ese año usaron el traje Speedo). Al hacer una pregunta simple, el equipo de Speedo pudo encontrar inspiración y creatividad en la naturaleza, y tuvo tanto éxito que su traje terminó siendo prohibido en la competencia internacional para mantener los resultados imparciales.

### 3) Reencuadre las tareas

Cuando Disneyland abrió por primera vez en 1955, Disney reformuló todos los aspectos del negocio: los "clientes" se convirtieron en "invitados", los "empleados" se convirtieron en "miembros del elenco", los "uniformes" se convirtieron en "disfraces", etc. Este replanteamiento de los elementos aparentemente simples del parque estableció un tono completamente diferente: uno que pedía a los empleados que no *trabajaran*, sino que se *entretuvieran*, y uno que pedía a los clientes que no compraran un *producto*, sino que participaran en una *experiencia*. Al hacerlo, Disney redefinió la industria del entretenimiento y la hospitalidad.

Simplemente reexpresando o cambiando el nombre de su desafío, se da permiso para pensar de manera diferente. Este proceso de reencuadre es un proceso creativo en sí mismo, y a menudo se usa en entornos de terapia para dar a los eventos un significado diferente y cambiar los procesos de pensamiento para mejor. Cuando se aplica en el entorno de trabajo, el reencuadre sigue siendo una herramienta poderosa que puede generar algunas de sus mejores ideas.

En 2011, el replanteamiento de una sola pregunta por parte de mi equipo también cambió el aspecto de la experiencia de los huéspedes de Disney. En lugar de hacer la pregunta que la mayoría de las corporaciones se hacen todos los días, "¿Cómo podemos ganar más dinero?" lo que habría resultado en medidas miopes para impulsar las ganancias, como aumentos en el precio de las entradas, aprendimos una lección del propio Walt Disney. El equipo reformuló el desafío desde el punto de vista del consumidor preguntando: "¿Cómo podríamos eliminar un problema importante para los huéspedes?"

En nuestro caso, esta pregunta nos llevó a evaluar el mayor problema de los huéspedes: las líneas. A partir de ahí, identificamos todas las líneas principales dentro de la experiencia

del huésped: registrarse en los hoteles, ingresar al parque, esperar para conocer a los personajes, pagar la comida o la mercadería, etc.

Luego miramos fuera de nuestra industria (preguntando, "¿Dónde más?") Y nos enfocamos en la tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID). Esto llevó a la invención de MagicBand de Disney, que optimizó la experiencia del hotel y el parque, un desarrollo que no solo resultó en una satisfacción e ingresos récord de los huéspedes, sino que también nos brindó una forma de recopilar datos que podrían influir en el diseño futuro de nuestros parques. Al replantear nuestro desafío, abrimos un mundo de imaginación completamente nuevo.

Sin embargo, el reencuadre no se limita solo a conceptos comerciales como el anterior. Al integrar el reencuadre en sus kits de herramientas, la generación entrante de líderes empresariales también tiene el potencial de trabajar para resolver los problemas que enfrentamos a nivel mundial: creando más iniciativas de diversidad e inclusión completas o elaborando soluciones que sofocan el cambio climático, por ejemplo.

Al nutrir su creatividad con dedicación y las herramientas adecuadas, no solo encontrará soluciones más novedosas a los problemas de hoy, sino que también se posicionará como un recurso invaluable para el futuro.

## DW

**Duncan Wardle** es el ex vicepresidente de innovación y creatividad de The Walt Disney Company. Lanzó su empresa de consultoría creativa iD8 & innov8 para ayudar a las empresas a incorporar una cultura de innovación y creatividad en toda su organización.