

David  
Asensio.

# CREATIVIDAD

*Contra el caos y la incertidumbre*

*Prólogo de Margarita Álvarez.  
Epílogo de Andy Stalman.*

Experimenta Libros  
Colección THEORIA

Libros para la  
gestión empresarial  
de Experimenta



AZIMUT

# Creatividad

**Creatividad**  
*Contra el caos y la  
incertidumbre.*

David Asensio.

# Índice de contenido

Portadilla

Legales

Prólogo de Margarita Álvarez P. de Zabalza

1. Introducción: Contra la incertidumbre y el caos, creatividad

2. ¿Qué es la creatividad?

2.1. La creatividad es aniquilada desde la escuela

2.2. La creatividad en el momento presente

3. La receta de la creatividad y sus ingredientes

3.1. Las fuentes de la creatividad

3.1.1. Conocimiento

3.1.2. Aburrimiento

3.1.3. Cuestionar el *status quo*

3.1.4. Pensamiento disruptivo

3.1.5. El error como aprendizaje

3.1.6. La creatividad necesita de lo social

3.1.7. Pasión por lo que se hace

3.1.8. La serenidad

3.1.9. Trabajo

3.1.10. La creatividad es indefinible

3.1.11. La controversia

3.1.12. El pensamiento crítico

3.2. ¿Qué o quién bloquea e impulsa tu creatividad?

3.2.1. Tú

3.2.2. El caos y la incertidumbre

3.2.3. La gente que te rodea

3.2.4. El silencio y la soledad

3.3. ¿Y si se tratase de jugar como cuando éramos niños?

- 3.3.1. La curiosidad
- 3.3.2. Imaginación
- 3.3.3. El fracaso
- 3.3.4. La gestión del riesgo y la incertidumbre
- 3.3.5. No existen normas para la creatividad
- 3.3.6. No crearás nunca nada si no juegas

## 4. No hay creatividad sin desarrollo personal

- 4.1. La intuición
- 4.2. Meditemos, por favor
- 4.3. Dos preguntas creativas
- 4.4. Empecemos por el compromiso y la confianza

## 5. En el trabajo no nos pagan por pensar

## 6. ¿Por qué la creatividad y la empresa se llevan tan mal?

- 6.1. El liderazgo actual
- 6.2. La gestión del fracaso
- 6.3. Valores y creatividad

## 7. ¿Cómo son las culturas empresariales creativas?

### 7.1. Características de las empresas creativas

- 7.1.1. La cultura es el ADN de la empresa y la creatividad está dentro de ella
- 7.1.2. Sin presupuesto, da igual lo que publiquemos en redes sociales
- 7.1.3. Desde los procesos de selección, hacen que los empleados se sientan seguros
- 7.1.4. Trabajo con significado e impacto
- 7.1.5. Culturas empresariales abiertas
- 7.1.6. Bailan con el miedo
- 7.1.7. Toleran «controladamente» el fallo
- 7.1.8. En constante aprendizaje
- 7.1.9. Colaboración entre los distintos departamentos de la empresa
- 7.1.10. El poder de los rituales
- 7.1.11. Impulso hacia lo desconocido
- 7.1.12. Cultura empresarial de pertenencia con un lenguaje común
- 7.1.13. *Co-branding*
- 7.1.14. Ante la toma de decisiones, no hay burocracia

7.1.15. Con los pies en la tierra

## 7.2. ¿Cómo es el líder de una empresa creativa?

7.2.1. Optimista

7.2.2. Valiente

7.2.3. Decidido

7.2.4. Curioso e Inquieto

7.2.5. Reflexivo

7.2.6. Comunicativo

7.2.7. Da confianza

7.2.8. Procrastina

7.2.9. Escucha

## 7.3. Departamento de Recursos Humanos y creatividad

## 7.4. Decálogo de las empresas creativas

## 8. La creatividad en tiempos de la inteligencia artificial: Un nuevo renacimiento

## 9. Ejercicios para tu creatividad

9.1. Anda, Forrest, anda

9.2. Aburrirse como una ostra

9.3. Deconstruye tu plato favorito

9.4. Rompe los esquemas en tu vida durante 24 horas

9.5. Escribe todos los días tres hojas matutinas

9.6. Ten un cuaderno siempre a mano

9.7. No solo cambies a la gente de lugar, sino también de departamento

9.8. ¿Serías capaz de estar un día entero en silencio?

9.9. Sé el niño que llevas dentro

9.10. Duda de todo lo que te digan, hasta de ti mismo

9.11. Proponte hablar con gente diferente a tu grupo durante una semana

9.12. Prototipa y lanza

10. El impacto de la pandemia en el mundo de la creatividad

10.1. La crisis y el mundo empresarial

10.2. ¿Y qué pasará después de la pandemia? Ojalá veamos una cultura social creativa

11. Anexo: Una vida sin creatividad

Epílogo de Andy Stalman

Bibliografía

Agradecimientos

CREATIVIDAD  
Contra el caos y la incertidumbre

David Asensio

© 2021 David Asensio

© 2021, de la presente edición:  
Experimenta Editorial  
Calle Investigación, 7, Pol. Ind. Los Olivos.  
28906 Getafe, Madrid, España  
www.experimenta.es

Dirección editorial: Marcelo Ghio

Corrección: Ana Briz Blanco  
Diseño: Jorge Casella  
Diseño de cubierta: Raúl Gastelumendi

ISBN: 978-84-18049-63-7

Digitalización: Proyecto451

Quedan prohibidos, dentro de los límites establecidos en la ley y bajo los apercibimientos legalmente previstos, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, ya sea electrónico o mecánico, el tratamiento informático, el alquiler o cualquier otra forma de cesión de la obra sin la autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, <http://www.cedro.org>) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.



A mis sobrinos Nicolás, Martina y  
Gabriel, para que nunca dejéis de  
usar vuestra creatividad.

A Raquel, mi *big bang* creativo.  
Contigo empezó todo.

# Prólogo

de Margarita Álvarez P. de Zabalza

Hay algunas cosas que perdemos cuando dejamos de ser niños. Nuestra capacidad de asombrarnos, nuestra capacidad de disfrutar del aquí y del ahora, nuestra curiosidad constante, nuestro empeño por cuestionarnos todo.

Esas cosas que todos tenemos de niños y que, según crecemos, vamos dejándonos tristemente por el camino.

De repente dejamos de preguntar el porqué de las cosas, como si al crecer diéramos por hecho que tenemos todas las respuestas.

Dejamos de sorprendernos de las maravillas que nos ocurren cada día, como si en el mundo adulto no cupiera el asombro ante las cosas más cotidianas.

Cuando nos «adultizamos», pasamos más tiempo preocupándonos por el futuro, inventándolo y preocupándonos por cosas que luego nunca nos ocurren, o rumiando el pasado, que centrándonos en lo que estamos haciendo en este momento, como hacíamos cuando éramos niños. Esa infancia en la que nuestro medio plazo era el recreo y la decisión de a qué íbamos a jugar, y el largo plazo, el día de Reyes y qué nos íbamos a pedir de regalo.

Todos estos elementos que nos dejamos por el camino según crecemos son fundamentales para nuestra

creatividad. Por eso, cuando dejamos de ser niños, vamos dejando de ser creativos.

En este libro vas a encontrar muchos motivos por los que ser creativo es importante, como individuos y como sociedad. Pero déjame hablarte del motivo para mí más relevante. Déjame que, como diría Umbral, «te hable de mi libro». Y es que existe un vínculo directo entre la creatividad y la felicidad. Y ya sabemos que la felicidad es el objetivo prioritario del ser humano.

Hace tiempo que descubrimos en el Instituto Coca-Cola de la Felicidad que las personas que se definen como más felices desarrollan habitualmente actividades creativas.

Pero no es el único estudio que relaciona una con otra. Se ha podido comprobar que participar en actividades creativas contribuye a una espiral ascendente de emociones positivas y bienestar psicológico. O que las personas que tienen trabajos en los que pueden desarrollar sus capacidades creativas son más felices en el entorno laboral.

La creatividad nos ayuda a centrarnos en este mismo instante y nos evade de las preocupaciones que siempre rondan nuestro cerebro adulto. Nos mete de lleno en esos momentos que el psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi define como momentos de *flow* o flujo, esos momentos en los que nos olvidamos de todo y parece que el mundo se pare. Y que él define como los momentos que nos producen más felicidad.

Además, sabemos que cuando somos creativos, procesamos mejor nuestras emociones y nos ayuda en procesos de ansiedad y depresión, porque nuestro cerebro libera

dopamina, un neurotransmisor conocido como «la hormona de la felicidad».

¿No te parece motivo más que suficiente para recuperar el tiempo creativo perdido el saber que cuando haces actividades creativas eres más feliz?

Ahora que ya sabemos que todos hemos sido creativos alguna vez y que hemos ido perdiendo creatividad según dábamos vueltas al sol, y que serlo nos hace más felices, es el momento de entender qué es y qué no es la creatividad y saber cómo recuperarla.

Por eso me alegro de que tengas este libro en tus manos. Porque vas a hacer un recorrido necesario para entender, recuperar y desarrollar tu creatividad. Una habilidad que, además, empieza a ser la clave que más y más empresas buscan en sus fichajes, porque es una de las pocas capacidades que los robots van a tener más complicado replicar de nosotros, los humanos.

De la mano de David vas a poder entender conceptos importantes como la necesidad de que apliquemos la creatividad en todos los ámbitos de nuestra vida para generar, como dice él, «impacto y no aburrimiento».

Ojalá en cada página encuentres las claves para recuperar esa curiosidad, esas ganas de cuestionarte todo, esas ganas de hacer las cosas diferentes y mejor constantemente. Porque eso te devolverá al niño que fuiste y, sobre todo, te hará más feliz.

Disfruta cada capítulo con ganas de aprender de uno de los conceptos más relevantes en nuestra época. Y con la

seguridad de que la creatividad te hace más feliz, y al mundo, un lugar un poquito mejor.

Gracias, David, por devolvernos un trocito de creatividad, un trocito del niño que fuimos.

**Margarita Álvarez P. de Zabalza**  
CEO de la consultora Working for Happiness  
y autora del libro *Deconstruyendo la felicidad*

# 1.

## **Introducción: Contra la incertidumbre y el caos, creatividad**

Esta pandemia que estamos viviendo está removiendo muchos cimientos que sustentaban esta sociedad. Pero también está provocando que renazcan valores que teníamos totalmente olvidados.

Y uno de ellos es la creatividad.

Hemos observado cómo empresas que se dedicaban a diversos ámbitos se han reinventado y se han dedicado a crear mascarillas para la sociedad. Cómo personas que no sabían que tenían un talento para la repostería han acabado agotando la harina en los supermercados. Así como grupos musicales que, a falta de escenarios, han hecho auténticos conciertos desde los balcones de nuestras ciudades.

Esta pandemia ha sacado a relucir la creatividad de muchas empresas y personas.

Siempre se dice que es en los momentos de necesidad cuando nacen empresas que transforman el mundo. Que es en los momentos críticos de nuestra existencia cuando creamos herramientas, metodologías hasta entonces nunca pensadas que hacen que la innovación, y con ella el progreso, beneficie a la sociedad. Y todo gracias a la creatividad.

Y yo me preguntaba: «¿Solo es en los momentos de necesidad cuando sacamos a relucir esa cualidad innata que tiene el ser humano?». «Pues menudo sacrilegio estamos haciendo con nosotros mismos», pensaba en esos momentos.

Y es así. Si no hubiéramos optado por la creatividad, aún seguiríamos viviendo en las cuevas, a oscuras, sin saber qué es el fuego. No hubiéramos vivido toda la evolución que la sociedad ha sufrido en estos dos mil años de edad que tiene.

Pero llega un momento de la vida en que pasamos de: «Qué gracioso es el niño que hace esos dibujos» a una situación totalmente contraria que dice: «Aquí no queremos nada de creatividad y cosas raras, las cosas se hacen como se han hecho hasta ahora y así seguiremos haciéndolas».

¿Qué nos ha pasado?

Nos reímos porque el niño hace dibujos graciosos, diferentes. Sin embargo, al mismo tiempo, a su padre le están diciendo que sus ideas disruptivas no son bienvenidas en la empresa que lo contrató por ellas. Pero, eso sí: cuando tenemos una crisis, queremos gente creativa que nos saque las castañas del fuego lo antes posible.

Esta situación que estamos viviendo en todo el mundo me hizo pensar: «¿Por qué no hemos apostado por la creatividad hasta ahora?».

Por la falta de confianza en nosotros mismos. El creer que la creatividad es para gente tocada con una varita mágica o creer que nuestras ideas nunca tendrán un impacto sin ni siquiera haberlo intentado son algunos de los motivos que

hacen que la creatividad, a día de hoy, sea tomada como algo exclusivamente para gente con un «don» especial o algo exclusivo para aquellos que trabajan en el ámbito de las agencias de publicidad.

Y estamos muy equivocados: no es un don que tienen unos cuantos. Todos tenemos una forma diferente de ver y hacer las cosas; lo que nos diferencia a unos de otros es su desarrollo.

El propósito de *Creatividad contra el caos y la incertidumbre* es que el lector tenga las herramientas a su disposición para descubrir, desarrollar y potenciar algo que nos diferencia de las demás especies que habitan el planeta tierra: la creatividad.

El libro se divide en dos partes:

En la primera parte, como un mapa, tenemos que situarnos donde nos encontramos para llegar al tesoro.

Si acudimos a una librería y preguntamos por libros de creatividad, en la actualidad no hay ninguno que explique qué es la creatividad, qué la impulsa y qué la coarta. Nos quedamos en el libro de Ken Robinson *Escuelas creativas* y de ahí pasamos a libros de los cerebros creativos. Ya aprenderemos qué ocurre en el hipotálamo o en su cerebro reptiliano, pero ¿antes no sería mejor que supiéramos cómo gestionar nuestra creatividad? Por lo tanto, en la primera parte hablaremos de qué es la creatividad. Hablaremos de las personas y situaciones que desarrollan nuestra creatividad, así como de aquellas que la bloquean. También hablaremos de algo por lo que en la actualidad se pasa por encima pero que es imprescindible: la relación entre el desarrollo personal y la creatividad. De la importancia de la



meditación en la creación, de estar en paz con uno mismo o de la intuición.

En la segunda parte entraremos en el mundo empresarial, con el propósito de que la creatividad no se utilice como una herramienta a corto plazo para salvaguardar la cuenta de resultados trimestral o el bonus anual y, tras su consecución, nos olvidemos de ella, volviendo al «como lo hemos hecho siempre». En estos momentos de incertidumbre, la creatividad es uno de los valores que hacen que las empresas salgan adelante. Pero además impulsa la innovación en el sector profesional. Una empresa que quiere dejar un legado está impregnada, en toda acción, de creatividad e innovación, esté o no de moda; una empresa que solo piensa en llegar a final de mes siempre copiará lo que hagan los demás.

Investigaremos qué beneficios reales tiene la creatividad dentro de una empresa, cómo implementarla en las mismas y un decálogo que siguen las empresas creativas estudiadas al respecto. Veremos que el miedo de la sociedad a la creatividad también ha llegado a las empresas. Y cuando han querido acudir a ella, querían resultados para ya, cuando la creatividad necesita tiempo. Pero, sobre todo, creer en ella para que fructifique y dé resultados fuertes.

Es la hora de:

- Dar una oportunidad real a la imaginación.
- Romper reglas, en lugar de seguir encorsetados por la titulitis.
- Apostar por el empoderamiento de las personas a través de su creatividad.
- Dar un paso al frente y, con la creatividad por bandera, pisar fuerte en este mundo de incertidumbre y miedo.