

FITNESS
CREATIV



Hola

Benvinguda, benvingut a aquest espai de *fitness* creatiu.

Aquí es tracta d'un espai físic en la teva pantalla, però quan acabis de llegir aquestes pàgines t'adonaràs que en realitat ha de ser un espai mental en el teu dia a dia.

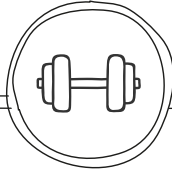
Pots imprimir-lo i anar-lo treballant sobre paper còmodament. És important que tinguis a mà aquest gimnàs mental i que cada dia hi puguis dedicar-li (que vol dir, dedicar-te) uns minuts.

La creativitat, i també la intel·ligència, la memòria, la destresa manual, la flexibilitat muscular, i com tantes altres aptituds, s'exercita. Per tant, l'actitud amb què s'aborda és fonamental per a aconseguir millorar-ne els resultats.

Si et predisposes a fer-ho amb esportivitat, segur que el procés incremental de la teva creativitat serà més ràpid i divertit.

Aniràs aprenent tècniques creatives posant-les en pràctica directament, en forma d'exercicis per a exercitar les dimensions fonamentals del pensament creatiu: la flexibilitat, la fluïdesa, l'originalitat i l'elaboració.

No cal que et posis xandall ni sabates còmodes, així que comencem quan vulguis, però primer cal una mica d'escalfament.



~ PLA D'ENTRENAMENT ~

MOTIVA'T MARCANT ELS EXERCICIS QUE VAGIS ASSOLINT

<input type="radio"/>	EXERCICIS D'ESCALFAMENT	91
<input type="radio"/>	EXERCICIS DE FLUÏDESA	82
<input type="radio"/>	EXERCICIS DE FLEXIBILITAT	62
<input type="radio"/>	EXERCICIS D'ORIGINALITAT	47
<input type="radio"/>	EXERCICIS D'ELABORACIÓ	33
<input type="radio"/>	AVALUACIÓ DELS RESULTATS	19
<input type="radio"/>	PLA PERSONAL DE <i>FITNESS</i> CREATIU	10

Exercicis d'escalfament

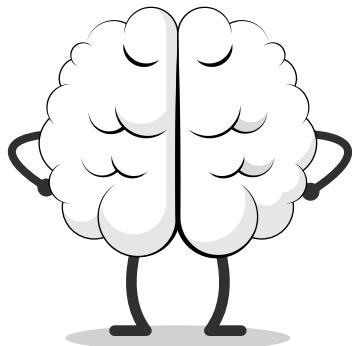
Abans de començar qualsevol exercici físic és fonamental fer alguns estiraments musculars, destensar el cos i preparar-se anímicament.

En aquest espai de *fitness* creatiu farem el mateix, però amb les neurones. I intentarem passar-nos-ho bé perquè està demostrat que en una atmosfera divertida les sinapsis cerebrals poden produir espurnes de pensaments més brillants.

Per això, si t'has fixat en el pla d'entrenament, ens permetrem certes llicències, com ara paginar a l'inrevés.

Et pot semblar divertit, però no és cap broma. Per convenció portem segles paginant els llibres començant per la pàgina 1, però un dels teòrics de la creativitat que ja coneixes, Edward De Bono, un dia es va preguntar per què no ho fem al revés. I la resposta és que si comencem per la darrera sabrem més ràpidament quantes pàgines manquen per acabar la lectura.

Aquí, a més a més, cada cop que aparegui aquesta icona sabràs quantes flexions o abdominals mentals et queden per fer.



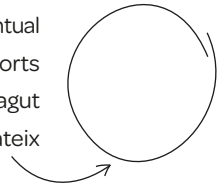
Primers estiraments

Comencem pels primers estiraments en forma d'endevinalles i jocs de lògica o càlcul.

RESPON A CADASCUNA D'AQUESTES SITUACIONS SENSE MIRAR LES RESPOSTES
QUE TROBARÀS A LA PÀG. 4.



Avui t'has vestit ràpid i a les fosques per a arribar puntual a la sessió de *fitness*. Al calaix dels mitjons d'esports n'hi ha 20 de blancs i 20 de blaus. Quants n'has hagut d'agafar per assegurar que duries un parell del mateix color?



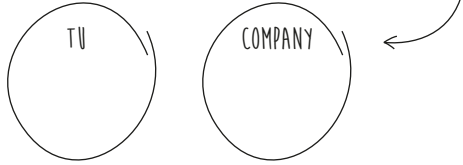
Dos pares i dos fills van al gimnàs i surten la mar de contents perquè l'entrenadora ha felicitat els tres per la feina feta. Com expliques aquest ball de números?



És possible punxar una pilota de *fitness* i que no surti aire ni faci soroll?



Imagina que estàs fent peses i el company que tens al costat te'n demana una perquè així tindreu la mateixa quantitat. Tu li respones que prefereixes que ell te'n doni una de les seves i així en tindràs el doble. Quantes peses teníeu cadascú?



Avui vas a la platja a fer la teva primera classe de *paleo fitness* i cal fer forats a la sorra. Si una persona és capaç de fer un forat en una hora i dues fan dos forats en dues hores, quant es tarda a fer mig forat?

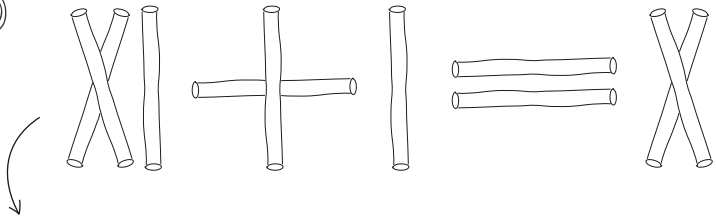
.....

.....

.....

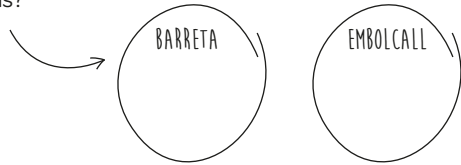


Corregeix aquesta suma sense tocar, afegir ni eliminar cap de les peces del gimnàs:





Et comencen a defallir les forces. Vas a la màquina expendedora i esculls una barreta energètica que costa 1 euro i 10 cèntims. Algú que passa per allà et diu que la barreta costa 1 euro més que l'embolcall. Quant val la barreta i quant l'envàs?



Com mesuraries els 11 minuts que et queden de rem si tens dos rellotges de sorra de 8 i 5 minuts, respectivament?



Una noia va al bar del gimnàs i demana un got d'aigua. La persona que hi ha darrera de la barra obre un calaix, treu una pistola i li apunta a la cara. La noia primer s'espanta, però de seguida li dona les gràcies. Per què?

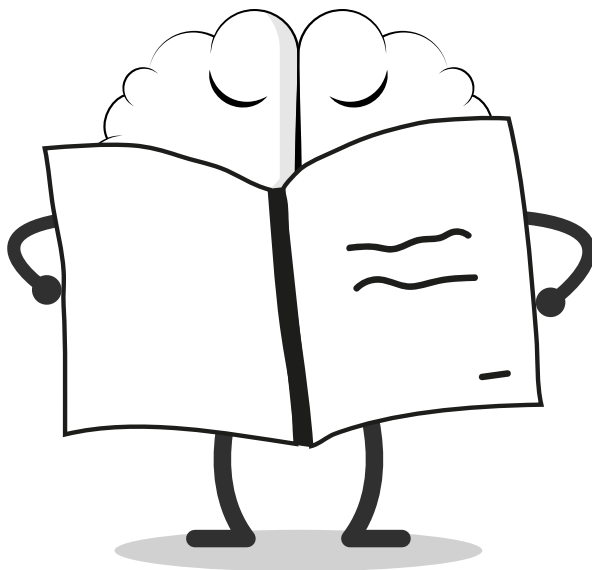


Després de la classe de *fitness* dues persones queden per comprar entrades per a un partit de futbol. Una d'aquestes és el pare del fill de l'altra persona. És possible?

No pateixis si no n'has encertat algunes. Es tracta d'una selecció de problemes força clàssics, adaptats a l'entorn del nostre espai de *fitness*, que ha de servir per adonar-nos que per començar a pensar creativament cal:

- ♦ FER FORA ALGUNS PREJUDICIS
- ♦ PENSAR LATERALMENT
- ♦ GIRAR LES SITUACIONS PER A TROBAR RESPOSTES
- ♦ NO DISTREURE'NS AMB OBVIETATS
- ♦ CONCENTRAR-NOS
- ♦ ETC.

Si t'has quedat amb ganes de més escalfament neuronal, pots consultar:
A. COTO (2007). *Fortalece² tu mente*. Madrid: Edaf.



Pilars fonamentals

Amb els exercicis que trobaràs en aquest *fitness* creatiu comprovaràs que pensar creativament es basa en tres pilars fonamentals:

1. PREGUNTAR (A ALTRES I A NOSALTRES MATEIXOS, PERQUÈ PENSAR ÉS, AL CAP I A LA FI, FER-SE PREGUNTES).
2. FER ASSOCIACIONS POC HABITUALS (PER A CONNECTAR ALLÒ QUE NINGÚ NO HAVIA CONNECTAT ABANS).
3. CANVIAR DE PERSPECTIVA CONTÍNUAMENT.

Però, abans de començar, t'has parat a pensar com és el teu procés de pensament creatiu?



DONCS AIXÒ: 3, 2, 1...

ANOTA AQUÍ DINS COM CREUS QUE PENSES NORMALMENT.



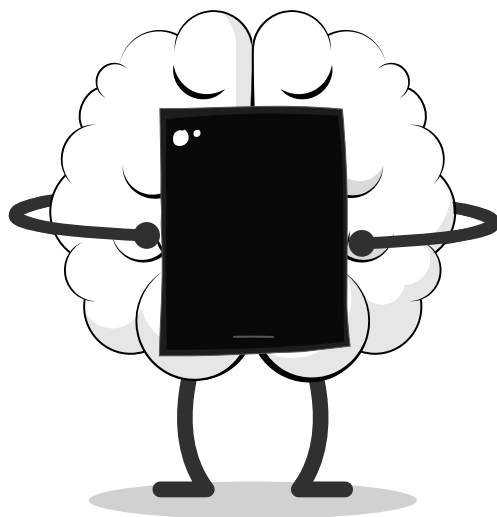
Diu Edward De Bono que:

«La major part de la gent no es preocupa per com pensa més del que s'interessa per caminar o respirar.»

Afortunadament, els éssers humans automatitzem moltes de les accions que fem al llarg del dia, com ara caminar o respirar. Tanmateix, parar-nos a analitzar com caminem o com respirem pot ajudar-nos molt a rendir esportivament i no cansar-nos tant.

Fa uns anys una popular cadena de distribució de productes esportius va llançar una gamma de sabatilles dissenyades per a corredors pronadors, supinadors o neutres. Amb aquella campanya molta gent va descobrir que la manera com trepitgem condiona l'activitat esportiva.

Clicant aquí pots veure l'anunci «Vendedor técnico» del canal YouTube de Decathlon.



Pensar sobre com pensem

De la mateixa manera, molta gent no aprèn la importància de respirar bé fins que no fa ioga, classes de preparació al part o vol entrenar per a algun esport de manera seriosa. Un nivell superior de consciència seria el que proposen les disciplines orientals com ara el txi-kung, que ensenyen a respirar pels palmells de les mans o les plantes dels peus... Sí, ho has llegit bé!

Aquí i ara, però, ens conformarem a dedicar una estona a pensar sobre com fem cadascuna d'aquestes accions. També sobre la de creació perquè l'escola tradicional s'ha basat fonamentalment en el pensament lògic, cartesià, que no passa etapes fins a tenir la certesa que cadascuna de les anteriors és correcta, però poques vegades ens han ensenyat a prendre consciència del procés de pensament creatiu.



REFLEXIONA DURANT UNS MINUTS I ESCRIU BREUMENT QUÈ EN PENSES... DESPRÉS POTS COMPARTIR-HO AMB ALGÚ QUE ET CONEGUI BÉ I SEGUR QUE LA CONVERSA RESULTARÀ INTERESSANT PER A TOTHOM.

COM CAMINO	COM RESPIRO	COM CREO
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

El pensament creatiu és una **activitat autotèlica** perquè es gaudeix del que produeix l'experiència en si. També ho és l'esport, l'art o la música, quan es fan per a sentir el plaer de l'experiència que proporcionen.

AUTOTÈLICA ÉS UNA PARAULA GREGA QUE DENOTA ALGUNA COSA QUE ÉS UN FI EN SI MATEIX.

Per contra, les activitats exotèliques són les anomenades tasques de manteniment (com ara rentar-nos, vestir-nos, menjar per necessitat, netejar, etc.) i ens ocupen un 40% del nostre temps de vigília.	ACTIVITATS EXOTÈLIQUES
En <i>fitness</i> es coneixen com a rutines els exercicis que es repeteixen sistemàticament per a millorar la forma física. En la vida diària les rutines ens faciliten la vida (sobretot, economitzen temps), però alhora ens impedeixen trobar noves maneres de fer les coses més creatives i, potser, millors.	RUTINES

kai = canvi, zen = bo

Els japonesos apliquen la filosofia **kaizen** als processos empresarials perquè busquen la **millora contínua**, fins i tot d'allò que funciona perfectament, perquè entenen que sempre és millorable.

D'alguna manera, busquen la disrupció a partir d'una rutina (plantejar-se contínuament com fer-ho tot més bé). Per tant, parlar de rutines creatives –tot i semblar un oxímoron– aquí adquireix tot el sentit.

Comencem amb els exercicis que busquen aquesta pràctica diària per a millorar en les dimensions amb què tradicionalment s'ha mesurat la creativitat i sobre les quals va treballar un dels teòrics més destacats d'aquest àmbit, **Guilford**.

Per a saber més sobre les aportacions primerenques a la teoria de la creativitat, pots consultar l'article divulgatiu dels professors Rom i Sabaté clicant a:

[«La creatividad antes de Guilford».](#)

Exercicis de fluïdesa

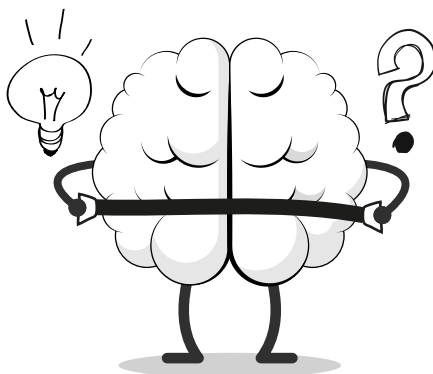
Crear implica pensar molt. I no conformar-se amb les primeres idees que ens venen a la ment perquè són les que acostuma a tenir tothom. Cal tenir moltes idees per a descartar aquelles més comunes, menys originals i apostar per les més originals.

Pensar, pensar i pensar. La quantitat ens durà a la qualitat. Primer farem treballar de valent l'hemisferi dret del cervell i després ja aplicarem el pensament crític amb l'hemisferi esquerre, que és el més analític.

De la mateixa manera que si no fem cap esport no tindrem els músculs tonificats i forts, si no practiquem l'**inconformisme creatiu** les nostres idees no destacaran de la resta.

No es fàcil perquè lluitem contra la mandra i l'entropia, un mecanisme de supervivència que tenim incrustat en els nostres gens i pel qual ens trobem tan a gust quan estem sense fer res, descansant, sense gastar energia. És una força més primitiva i poderosa que l'impuls a crear. Per tant, aquí lluitarem contra l'entropia i gastarem molta energia mental.

Som-hi, primer exercici: en un gimnàs s'acostumen a utilitzar bandes elàstiques per fer els entrenaments que anomenen de resistència. Imagina que en tens unes a les mans, però no les has de fer servir per a enfortir els músculs sinó per a qualsevol altra cosa.





ESCRIU, TOT SEQUIT, 15 USOS ALTERNATIU PER A LES BANDES ELÀSTIQUES:



1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.
11.
12.
13.
14.
15.

Planteja't fer aquest exercici com a rutina un parell o tres de cops a la setmana. Pots escollir l'objecte que vulguis (no cal que sigui propi d'un gimnàs, sinó que pot ser qualsevol utensili quotidià) i reptar-te a buscar-li nous usos. Primer fes sèries mínimes de 15, però a mesura que passin les setmanes, ves afegint-ne algunes més: 20, 25, 30, etc.

Ara busca un nou aliat: el **cronòmetre**. Sí, sovint el veiem com un enemic, però aquí és un aliat per a superar els nostres propis límits i mesurar els avenços que fem. A més, anar contrarellotge sovint aporta una dosi extra d'adrenalina que ens ajuda a estar amb més concentració i, fins i tot, a passar-nos-ho més bé.



POSA EL PRIMER DIA EL CRONÒMETRE A 1 MINUT I DURANT AQUEST TEMPS ESCRIU EL MÀXIM NOMBRE D'IDEES PER A MILLORAR EL TEU ESTAT FÍSIC, SENSE HAVER D'ANAR AL GIMNÀS:





DEMÀ TORNA A AGAFAR EL CRONÒMETRE I, DURANT UN MINUT MÉS, AMPLIA LA LLISTA:



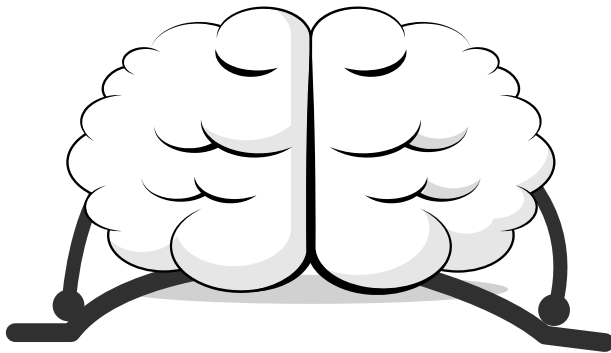
Repeteix la rutina tants dies com vulguis i, de tant en tant, canvia de tema. La teva creuada personal contra l'*einstellung* (habituació) o contra la fixació funcional et pot inspirar un munt de temes de partida. Recorda que ambdós conceptes són mecanismes que van identificar els gestaltistes i contra els quals cal fer front per a pensar de manera creativa.

Einstellung o habituació

L'**einstellung** ens permet trobar solucions ràpidament a problemes concrets, però alhora ens impossibilita el descobriment d'altres alternatives possibles perquè mecanitzem els processos tan bon punt comprovem que funcionen. Aquesta habituació ens permet anar de casa a la feina sense pensar, però ens impedeix descobrir nous camins (que poden ser més agradables, inspiradors i, fins i tot, més ràpids).

L'habituació és, en definitiva, una forma d'aprenentatge que ens permet adaptar-nos a l'entorn quotidià. És necessària per a la supervivència, però comporta aspectes negatius, com ara la sensació que el temps passa més ràpid, de rutina, avoriment, etc. Tanmateix, un exemple divertit d'habituació extrema és la del nen que es desperta i reacciona d'una determinada manera quan sona una cançó de Nirvana (perquè està habituat a jugar d'aquesta manera amb els seus pares). Per a veure el vídeo clica a:

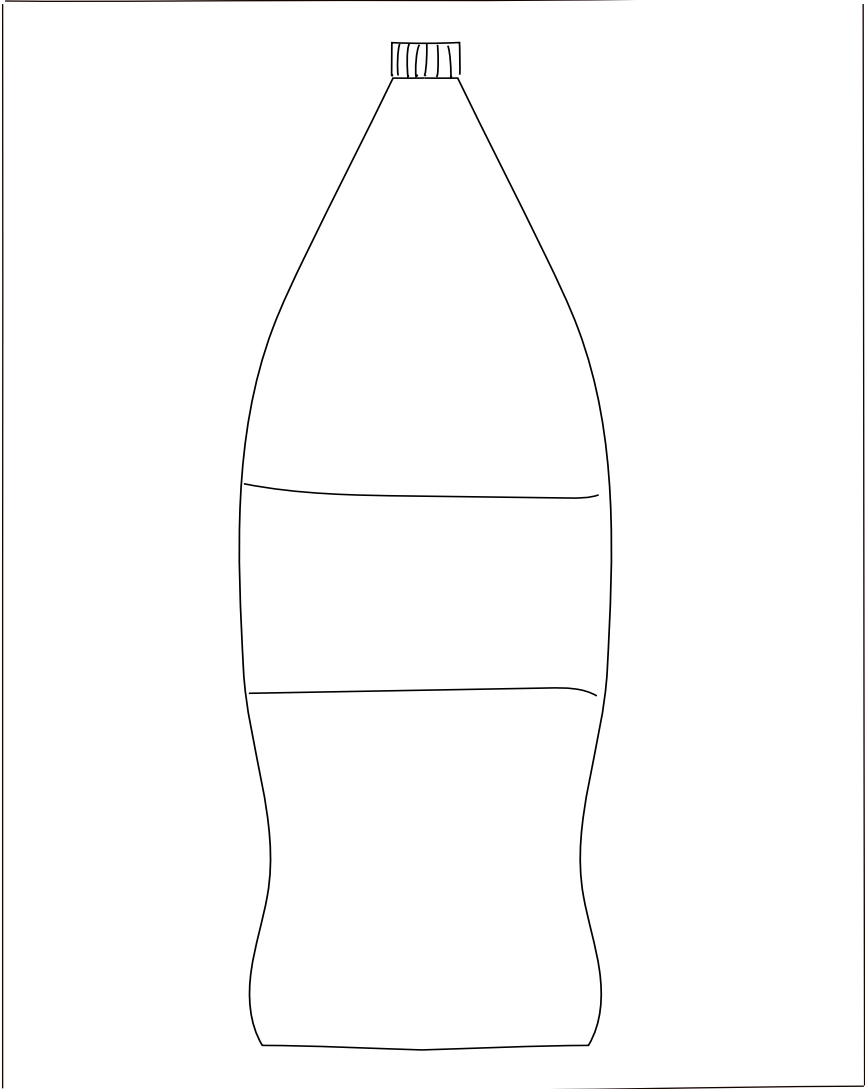
<https://www.youtube.com/watch?v=mlXMwN4fTs&t=1s>



Imagina ara que girem al revés el problema de l'**habituació** i el que volem és que la gent recordi que és molt important hidratar-se. Segurament, mentre es fa esport és més fàcil fer-ho –perquè el cos sua i necessita recuperar reserves hídriques de manera immediata–, però hi ha molta gent que al llarg del dia no beu la quantitat d'aigua mínima recomanable, especialment, la gent gran.



PENSA EN LA GENT GRAN I ANOTA DINS I AL VOLTANT D'AQUESTA AMPOLLA IDEES QUE AJUDIN A HABITUAR-LOS A BEURE MÉS AIGUA:



Fixació funcional

Centrem-nos ara en la **fixació funcional**, que es refereix a la incapacitat d'utilitzar objectes en tasques que no siguin les usuals: l'ampolla per a contenir líquids, la forquilla per a menjar, la corda d'un gimnàs per a saltar, etc.

Si has vist la popular pel·lícula *La sireneteta* de la factoria Disney segur que recordes l'escena en què la gavina explica a la sireneteta Ariel per què serveix una forquilla que aquesta ha trobat al fons del mar. La gavina en realitat tampoc no sap què és, però improvisa i li diu que és un estri per a pentinar-se. Llavors agafa la forquilla, se la posa sobre el cap i enrotlla les plomes com si fossin espaguetis. Aquest és un exemple divertit per a il·lustrar l'absència de la fixació funcional... Si no recordes com acaba, pots recuperar l'escena clicant a:

<https://www.youtube.com/watch?v=r0jPDYTG8WQ>



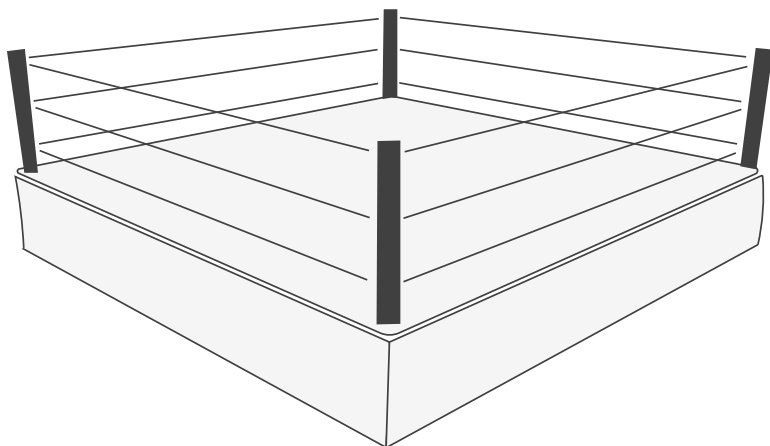
POSATS A TENIR IDEES CONTRA LA FIXACIÓ FUNCIONAL, IMAGINA QUINS ALTRES USOS ES PODRIEN DONAR A UN RING DE BOXA:



.....

.....

.....



Tècniques per practicar la fluïdesa

Algunes de les tècniques creatives que proposa De Bono també són molt útils per a exercitar la fluïdesa creativa.

CERCA D'ALTERNATIVES

Amb la quantitat d'esports que hi ha sembla que no caldria inventar-ne cap de nou. Tanmateix, la llista d'esports olímpics cada cop és més extensa i és probable que en algun lloc del planeta ara mateix se n'estigui inventant algun. Coneixes el korbfol? El 1920 ja va ser esport de demostració als Jocs Olímpics, però tot i que es practica arreu, no és gaire popular. Es tracta d'un esport mixt, en què juguen dos equips formats cadascun per quatre dones i quatre homes, i que es basa en valors com ara la cooperació, la no-violència, la no-especialització, tot i que bàsicament consisteix a introduir la pilota dins d'una cistella groga.

Mira l'entrada a la Viquipèdia (<https://ca.wikipedia.org/wiki/Corfbol>) per a saber-ne una mica més.

Charles Duell, director de l'Oficina de Patents d'Estats Units d'Amèrica, va suggerir al govern que tanqués l'oficina el 1899 perquè considerava que tot el que es podia inventar ja s'havia fet. Imagineu la cara que posaria ara si veiés els avenços, les màquines i la tecnologia que tenim avui en dia. Per sort, la creativitat no té límits. No te'ls posis tu.

VENTALL DE CONCEPTES

Si et resulta complicat buscar alternatives sense més pautes, pots practicar la tècnica del ventall de conceptes. Serveix per definir un problema, redefinir-lo si cal i buscar opcions de solucions.

Sovint canviar la definició d'un problema és el que desencadena un procés creatiu eficaç. De Bono, en el seu llibre *Aprende a pensar por ti mismo*, explica l'anècdota de com va obrir una ampolla de vi sense tenir un llevataps a mà. Primer es preguntava com podia treure el suro i va provar diferents sistemes (com ara empaitar el suro dins de l'ampolla), però no va tenir èxit. Fins que no va canviar la formulació de la pregunta, no ho va aconseguir. I et preguntars quina va ser la pregunta, oi? Ara et semblarà una obvietat, però simplement va adreçar-se a l'objectiu final: com puc treure el vi de l'ampolla? Amb un punxó va foradar el suro i llestos.

E. DE BONO (1997). *Aprende a pensar por ti mismo*. Barcelona: Paidós.

Tornem al gimnàs per a trobar-nos amb un dels problemes més comuns: la pudor a suor que pot acumular-se en algunes sales. Com es pot evitar? Com es pot minimitzar? Com es pot neutralitzar?... En funció de com facis la pregunta, pots anar trobant diferents solucions. I com que es tracta de trobar-ne moltes per a posar a prova la fluïdesa creativa, obrirem diversos ventalls de conceptes.

De Bono proposa centrar-se en un dels objectius o propòsits i, a partir d'aquí, anar retrocedint.

Per tant, l'escrivim a la dreta d'un paper apaïsat. Per exemple:



○
○

Com evitar la pudor
de suor al gimnàs?

A l'esquerra de la pregunta anem les possibles idees, conceptes, enfocaments o instruccions que se'ns acudeixin. Per exemple:

○
○

Com evitar la pudor
de suor al gimnàs?

Usar roba esportiva
de teixit absorbent

Instal·lar
nebulitzadors

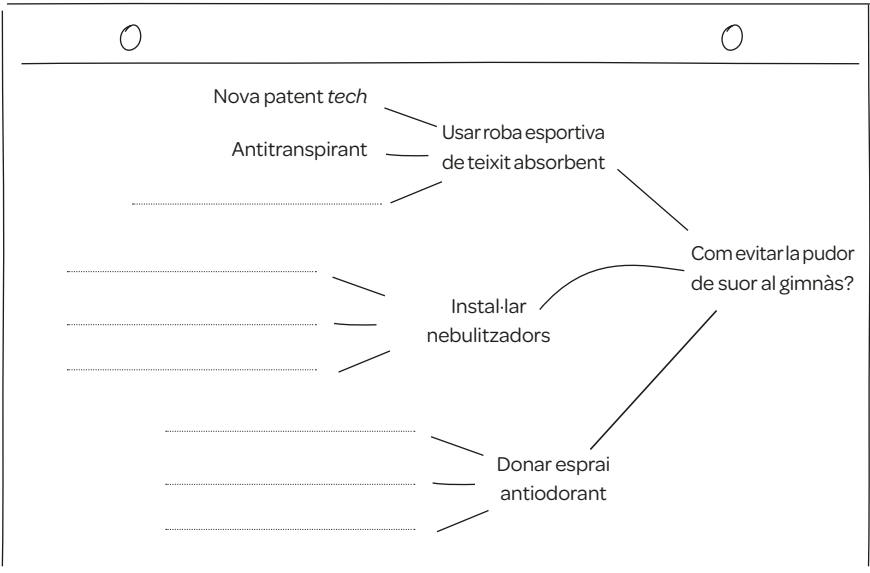
Donar esprai
antiodorant

...

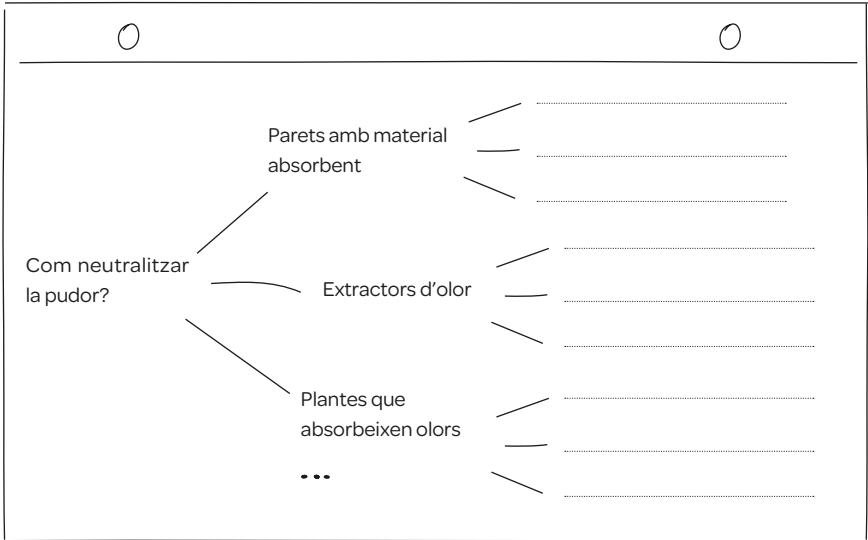
De cadascuna de les respostes s'ha de tornar a obrir, de nou, un altre ventall de concrecions. I l'operació es pot repetir fins que es considera que s'ha trobat una solució òptima i factible.



ARA ET TOCA A TU: COMPLETA I AMPLIA EL VENTALL:



També pots treballar cap endavant, en el sentit oposat. Aquest cop, amb una altra pregunta:



MAPES MENTALS

La tècnica dels ventalls de conceptes té una cosina germana que són els mapes mentals. El publicitari i estudiós de la creativitat Marçal Moliné els considera molt importants perquè ajuden a dialogar amb un mateix, que és sinònim de pensar. Obliguen a fer un esforç sistemàtic de concentració en un aspecte concret (el que De Bono anomena «focus») i a obrir vies de pensament per associació d'idees.

Segons Mariola García, els mapes mentals es basen en la hipòtesi que la generació d'idees no segueix un curs lògic o regular, sinó que correspon a un pensament de tipus lateral.

M. GARCÍA UCEDA (2008). *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC.

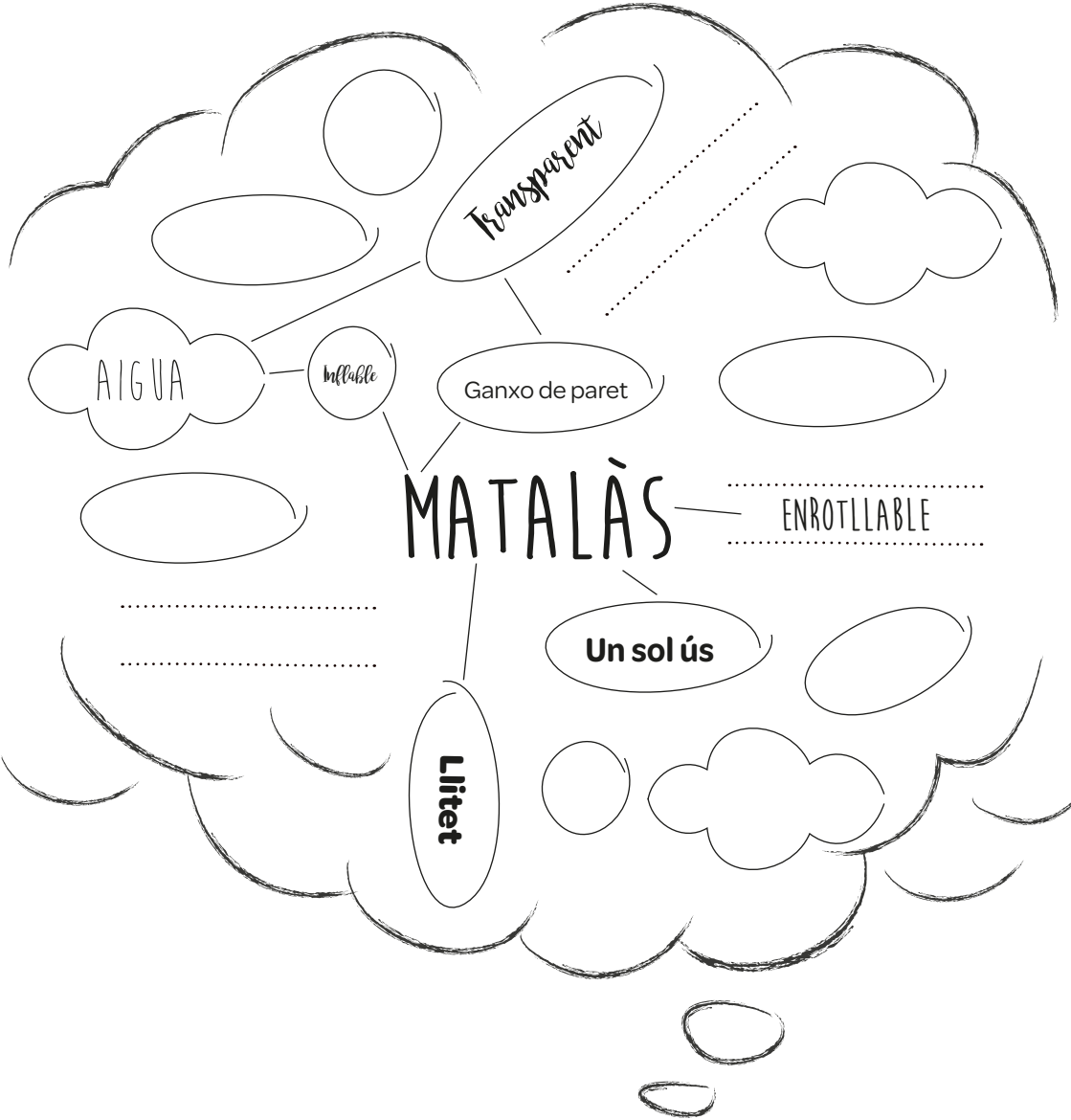
Per tant, es tracta d'escriure les paraules (o dibuixar idees) que sorgeixin sense una estructura determinada. Es comença escrivint molt sintèticament la qüestió sobre la qual volem pensar i, al seu voltant, anem anotant conceptes associats. Les ramificacions han d'omplir tot el full, fins que es formi una xarxa d'idees que ens permeti seleccionar la que tingui més potencial creatiu.

A la xarxa i a les *app store* pots trobar moltes eines gratuïtes i de pagament per a fer mapes mentals i conceptuals, que et poden ser ben útils.

Imagina ara que vols trobar una solució per a reduir l'espai d'emmagatzematge dels matalassos d'un gimnàs. Escribeu la paraula *MATALÀS* al centre del paper i ves associant conceptes.



FES CRÉIXER EL MAPA FINS A OMLIR TOT UN FULL. UTILITZA COLORS PER A DESTACAR ALLÒ QUE ET VAGI INTERESSANT, IDENTIFICA «FAMÍLIES» DE CONCEPTES...





ARA PROPOSA UN LLISTAT DE POSSIBLES SOLUCIONS PER A EMMAGATZEMAR ELS MATALASSOS.



solucions

Et posem la primera, d'exemple, sorgida del concepte *transparent*.

1. FER UNES ESTORES DE SILICONA TRANSPARENT I RESISTENT, QUE ES PUGUIN PENJAR A LES PARETS DEL GIMNÀS. ES POT REDUIR AIXÍ L'ESPAI D'EMMAGATZEMATGE, PERÒ SOBRETOT ÉS IMPORTANT QUE EL FET QUE SIGUIN TRANSPARENTS FARÀ LA SENSACIÓ QUE GAIREBÉ NO HI SÓN.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

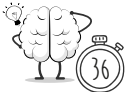
.....



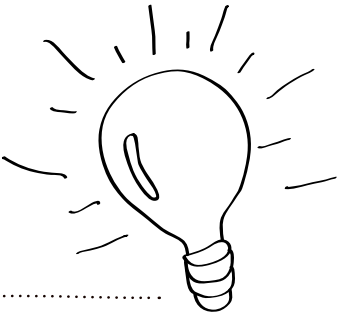
Ara podràs entendre el que va dir l'escriptor alemany **Johann Jakob Engel** al segle XVIII:

«Les idees s'encenen unes a les altres com espurnes elèctriques.»

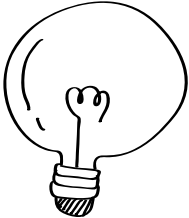
Els exercicis de fluïdesa es poden fer individualment, però també com a repte en parelles o en equips. Podeu fer rondes amb exercicis com els anteriors i només cal anotar el nombre d'idees que obté cada equip. Guanya, per descomptat, qui dona més respostes. Recordeu que amb aquests tipus de tècniques s'exercita la quantitat i, a còpia de pràctica, l'agilitat.



QUANTES IDEES HA TINGUT CADASCÚ?



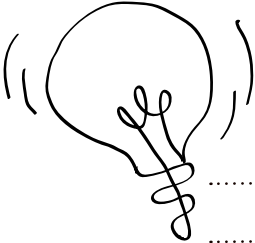
.....
.....



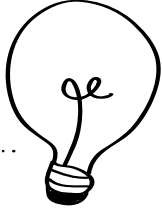
.....
.....



.....
.....



.....
.....



.....
.....

BRAINSTORMING

La tècnica de creativitat grupal més popular –que no vol dir que sigui ben coneguda– és el *brainstorming* o pluja d'idees.

Se sol considerar que es tracta d'una reunió de persones per a deixar anar idees, sense cap metodologia al darrera, però a aquestes alçades ja saps que no és així.

La va sistematitzar un dels fundadors de l'agència de publicitat BBDO, Alex F. Osborn, durant els anys quaranta del segle passat per a potenciar la participació dels talents més joves de l'oficina.

pra = fora d'un mateix
+
barshana = problema, qüestió

En realitat, es basava en les *pra-barshana*, unes reunions que practiquen des de fa més de quatre segles professors de religió a l'Índia i en les quals no es permet la discussió crítica (però sí pensar d'una altra manera: fora d'un mateix, lateralment, *out of the box*, etc., diguem-ho com vulguem).

NORMES DEL BRAINSTORMING

PROHIBIT CRITICAR	Totes les idees que es generen dins del grup tenen el mateix valor perquè qualsevol d'aquestes pot ser després la clau de la solució. El judici, per tant, es reserva per a més endavant. I no es permet cap forma de crítica: els «sí, però...», «això està molt bé, però ja s'ha fet», etc., s'han de substituir per: «sí, i a més...», «això també ho podem girar i...»», etc.
VISCA L'ESPONTANEÏTAT	Com més extravagants siguin les idees, millor. Una idea aparentment boja ens pot dur a associacions poc convencionals. <i>Ergo</i> , creatives. No ens tallem ni tallem a la resta del grup.
MILLOR QUANTITAT QUE QUALITAT	No ens cansarem de repetir-ho perquè una cosa ens durà a l'altra. En un <i>brainstorming</i> no es busquen solucions, sinó possibilitats. Els participants no han de sentir la pressió de trobar idees factibles, però sí moltes idees.
OBJECTIU: COMBINAR I MILLORAR	Es tracta que d'una idea en surtin altres per analogia, oposició, etc. Com deia el novel·lista Thomas Disch, la creativitat és la capacitat de veure relacions on no n'hi ha.

COM HA DE SER LA PLUJA D'IDEES

Una pluja d'idees ha de tenir lloc en un ambient relaxat i seguir un mètode estructurat:

- ♦ HA DE TENIR UN OBJECTIU CLAR. Tothom sap sobre quin tema cal buscar idees.
- ♦ HA DE COMPTAR ENTRE 8 I 12 PARTICIPANTS, no molt jerarquitcats i en equilibri (d'edats, sexes, perfils, càrrecs, etc.).
- ♦ HA DE TENIR UN CONDUCTOR/A. Serà qui expliqui l'objectiu, formuli preguntes per a assegurar que tot s'ha entès bé, moderi, estimuli la participació o eviti que algú la monopolitzi, administri el temps i creï un clima de confiança.
- ♦ S'HA D'ENREGISTRAR o algú ha d'anotar totes les idees que sorgeixen, amb la màxima neutralitat.
- ♦ HA DE DURAR ENTRE 20 I 45 MINUTS, com a màxim.



TIPUS DE BRAINSTORMING

DE FLUX LLIURE

És el més habitual i els participants intervenen espontàniament, a partir de fer associacions amb idees d'altres companys/es o dels suggeriments que fa qui condueix la reunió.

PER ORDRE

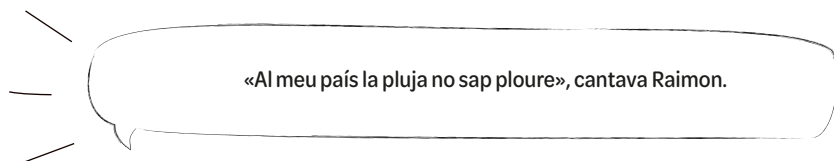
S'estableixen torns perquè tothom participi de la mateixa manera. Tanmateix, si algú no té res a aportar quan arriba el seu torn, per a no trencar el flux d'idees, es pot passar al següent.

SILENCIÓS

També s'anomena *brainwriting* i consisteix a escriure les idees en un paper. Es dona un temps i tots els participants deixen el paper sobre la taula o se'l passen els uns als altres. Es tracta de llegir les idees dels altres i afegir en el seu paper tot allò que ens inspire per analogia, contrast, associació, etc. Cal fer-ho fins que cada participant hagi escrit en tots els papers.

FLYSTORMING

A les sessions presencials de *fitness creatiu* de certa durada m'agrada posar en pràctica el *flystorming*. És una variant inventada que facilita la creació d'un ambient lúdic, distès i, sobretot, que els participants autoregulen la participació. Només cal tenir una mica de traça a l'hora de fer un avió de paper que voli i, a partir d'aquí, deixar que circuli l'avió entre els participants i... que volin... que volin les idees!



Doncs en una pluja d'idees s'ha de saber com fer-la per a obtenir el màxim rendiment.

I UN COP FETA LA SESSIÓ, QUÈ FEM AMB LES IDEES?

Cal seleccionar-les, classificar-les, quantificar-les. Hi ha eines professionals per fer aquesta feina, però en sessions quotidianes se solen endreçar segons si són:



Idees factibles i d'utilitat o posada en pràctica immediata.



Idees interessants, però que requereixen de més maduresa o exploració.



Idees que poden semblar descartables, però que també poden inspirar noves maneres d'enfocar el problema en qüestió.

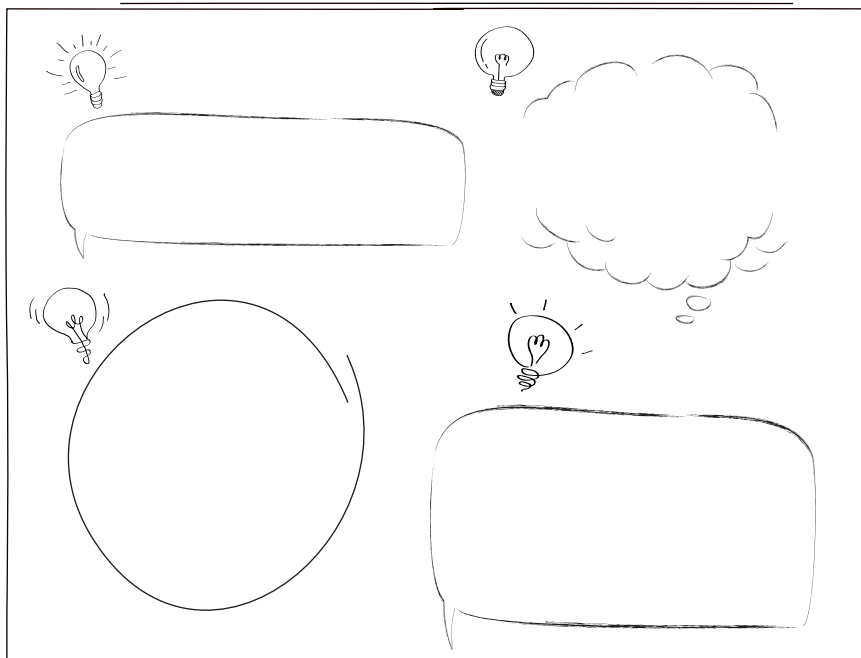
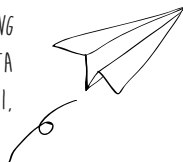
La resta d'idees no són les dolentes perquè no hi ha idees dolentes. Potser no són adients per al projecte en qüestió, però més endavant podrien servir-nos per a un altre tema.

Les idees són una matèria valuosa, com l'or o els diamants. En funció de com els treballs més endavant poden convertir-se en joies.

EL PENSAMENT CREATIU SEMPRE ÉS PRODUCTIU
I MAI NO S'EQUIVOCA.



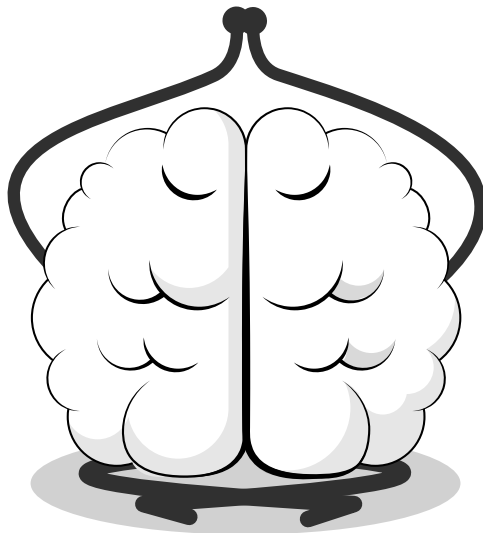
T'ANIMES A FER UN *BRAINSTORMING*, UN *BRAINWRITING* O UN *FLYSTORMING* AMB ELS TEUS AMICS O FÀMILIA? POT SERVIR PER ORGANITZAR UNA FESTA ORIGINAL D'ANIVERSARI, PER MILLORAR LA DECORACIÓ D'UNA CASA... I, FINS I TOT, PER TROBAR MOTIUS PER ANAR JUNTS AL GIMNÀS.



Exercicis de flexibilitat

De la mateixa manera que si no estirem els músculs amb regularitat ens tornem més rígids, si no ens esforcem a tenir idees, cada cop serem menys creatius.

El taitxí, el ioga o el pilates preveuen exercicis que treballen la flexibilitat i la plasticitat. Es tracta de relaxar-se i estirar el cos en diferents posicions, mantenint-les mentre ens concentrem en la respiració. Aquí farem el mateix, ens relaxarem i estirarem les neurones amb diferents tècniques per a produir el nombre més alt de posicions diferents, és a dir, idees de diversos tipus, per tal que el nostre pensament creatiu sigui variat, equilibrat i no tinguem tendència a tenir habitualment el mateix tipus d'idees.



La tècnica SCAMPER

Un exercici (aquí podríem dir-li esport mental) útil per a començar a tenir perspectives diferents és sistematitzar el qüestionament creatiu amb l'**SCAMPER**, la tècnica proposada per Bob Eberle.

Recorda que l'**SCAMPER** és l'acròstic d'una sèrie de preguntes que ens podem fer per a, posem el cas, millorar un producte:

SUBSTITUIR?

COMBINAR?

ADAPTAR?

MAGNIFICAR? (O MODIFICAR?)

PROPOSAR ALTRES USOS?

ELIMINAR? (O ENCONGIR?)

REOrganitzar? (O RECOMPONDRE?)

Si el botànic i químic George Washington Carter va descobrir més de tres-cents usos diferents per a un simple cacauet, segur que aplicant l'**SCAMPER** es poden aconseguir milers de nous dissenys per a sabatilles esportives. De fet, cada any es llancen al mercat noves col·leccions de centenars de fabricants i cap marca renuncia a seguir fent-ho per manca d'idees.



MIRA LES TEVES SABATILLES ESPORTIVES I APLICA L'SCAMPER PER A MILLORAR EL SEU DISSENY, PRESTACIONS O FUNCIONALITATS:



Quina part **SUBSTITUIRIES**: els cordons, el taló, el color, etc.?

Amb què les podries **COMBINAR** per tal que fossin més còmodes o es venguessin més bé: amb plantilles personalitzables, amb mitjons a joc, amb una bossa, etc.?

Què hi **ADAPTARIES**: un *gadget* connectable a l'*smartwatch*, una sola que s'adapti a tota mena de superfícies, uns catadiòptrics, etc.?

Que hi faries més gran o **MODIFICARIES**: la punta més aerodinàmica, un sistema de subjecció del turmell, uns traus més grans per als cordons, etc.?

PROPOSARIES altres usos: serien sabatilles per fer immersió, tindrien una segona vida reciclada, es convertirien en patins, etc.?

Què n'**ELIMINARIES** o **ENCONGRIRIES**: els cordons, la sola més fina, etc.?

Com les **REORGANITZARIES**: posant-hi una cremallera al taló, fent-les com escarpins, etc.?

Acrònims

D'un acròstic que et pot ajudar mnemotècnicament a aplicar el qüestionament creatiu, passem ara a un exercici amb **acrònims** que també et pot servir per practicar la flexibilitat.

Imagina que algunes paraules habituals són en realitat acrònims que poden significar qualsevol cosa. Per exemple:



Com més opcions et surtin d'una mateixa paraula, més flexibilitat creativa exercitaràs i t'ho podràs passar molt bé. Pots fer aquest exercici mentre estàs al gimnàs real, amb paraules d'objectes que hi hagi al voltant, i també fer-ho en grup. Però, evidentment, el pots fer a qualsevol lloc i amb qualsevol tipus de paraula.

L'exercici que et proposem esta inspirat en el llibre *Cuadernito de escritura divertida*, d'El Hematocrítico i Olga Capdevila (2018). Barcelona: Blackie Books.



FES EL MATEIX AMB LES PARAULES SEGÜENTS I NO ET CONFORMIS AMB UNA SOLA OPCIÓ. INTENTA'N, COM A MÍNIM, TRES (TOTES HAN DE TENIR UN SENTIT... DIVERTIT).

<p>R.I.G.O.R.</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>F.L.O.R.</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>H.O.N.O.R.</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>J.U.G.A.D.O.R.</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>B.I.C.I.C.L.E.T.A.</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>



ARA CONSTRUEIX AMB AQUESTES PARAULES FRASES QUE TINGUIN SENTIT.
COM SEMPRE: COM MÉS, MILLOR. RECORDA QUE LA QUANTITAT ENS DURÀ A LA QUALITAT.

BICICLETA

GASOSA

PAPER

CIGONYA



Amb aquest exercici estaràs tensant el teu rendiment verbal i t'adonaràs que s'acompleix la **Llei de la continuïtat** de Leonardo da Vinci. Segons aquest geni, el cervell humà és tan eficient que no pot concentrar-se deliberadament en més d'un objecte o idea alhora, per molt diferents que siguin, sense que acabi fent una connexió entre ells.

idea \rightleftharpoons idea

Per a aplicar aquesta tècnica en el teu dia a dia, fes servir només una paraula que tingui a veure amb el problema creatiu que vols tractar. Les altres tres han de ser totalment aleatòries per tal que el teu cervell forci connexions extravagants, que et poden donar una perspectiva diferent i ajudin a arribar a solucions inesperades.



SOM-HI! BUSCA PARAULES CLAU I FES L'ASSOCIACIÓ AMB TRES PARAULES A L'ATZAR PER ACABAR CONSTRUINT FRASES AMB SENTIT.

PARAULA CLAU PROBLEMA	PARAULES A L'ATZAR	FRASES AMB SENTIT
.....
.....
.....
.....

Ideatoons

Michael Michalko, autor de *best-sellers* sobre creativitat, considera que tenim tendència a dependre massa del pensament verbal i, per això, a *ThinkerToys* ens proposa fer **ideatoons** per a estimular el pensament visual. Té comprovat que la concepció gràfica (sigui esbossant, fent gargots o dibuixant amb més encert) és complementària a la concepció verbal i sempre pot ajudar a reunir noves idees.

Si vols saber més i aprofundir en les aportacions sobre creativitat que fa Michael Michalko, consulta periòdicament la seva pàgina web:
<https://iimagine-er7.com>

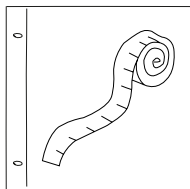
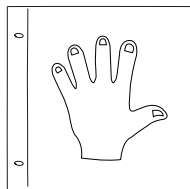
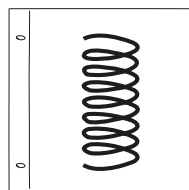
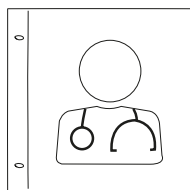
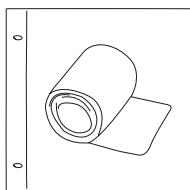
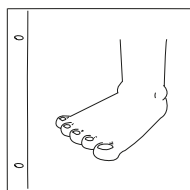
IDEATOONS
SÍMBOLS VISUALS ABSTRACTES QUE POTS CREAR
PER A SUBSTITUIR PARAULES.

No cal dibuixar símbols sofisticats perquè els has d'entendre tu i t'han de servir per a identificar ràpidament conceptes i relacionar-los amb d'altres.

COM FUNCIONA?

Davant de qualsevol tema sobre el que vulguis fer una mirada creativa, dibuixa tants *ideatoons* com vulguis en papers separats.




























Per exemple, si vols millorar la comoditat de les turmelleres per a esportistes, pots dibuixar objectes/conceptes propers a una turmellera o que hi tinguin una relació tangencial o aparentment inexistent com: turmell, bena, doctor/a, molla, mà, cinta mètrica, etc.



• • •



TOT SEGUIT VES FENT PARELLES DELS PAPERS AMB ELS DIBUIXOS I MIRA DE FORÇAR L'ASSOCIACIÓ D'IDEES. COM MÉS ESTRANYA ET SEMBLI AQUESTA ASSOCIACIÓ, MÉS ALTA SERÀ LA PROBABILITAT DE GENERAR UNA IDEA EXTRAORDINÀRIA.

	+	
	+	
	+	
	+	
	+	
	+	
	+	
	+	
	+	
	+	
	+	
	+	
	+	
	+	
	+	

Pensar amb els sentits

Fins ara has posat en pràctica tècniques que involucren un parell de **sentits**, però què et sembla si els involucrem tots? És una altra forma d'anar més enllà amb la flexibilitat creativa. Però no pateixis, no ho farem tot alhora, tot i que hi ha un gran creador que s'hi atreueix: es tracta de Mike Vance, un col·laborador de Walt Disney, que va encunyar el terme *sensanation* per a designar el pensament simultani amb tots els sentits.

Mike Vance és president de la Creative Thinking Association of America (<http://creativethinkingassoc.com/>) i autor, amb Diane Deacon, d'una popular sèrie de llibres sobre creativitat, iniciada amb *Think out of the box*.

La creativitat té sentit i els sentits ens fan persones més creatives. Vegem-los un per un.

LA VISTA

Mentre estàs corrent a la cinta del gimnàs, en lloc de mirar la pantalla que tens davant, per què no observes dins la teva imaginació i t'atreueixes a crear paisatges mai vistos?



FES UNA PRIMERA FOTO MENTAL D'AQUEST ESPAI QUE INVENTES I, A POC A POC, COM EN UN VÍDEO DE 360 GRAUS, VES BELLUGANT-TE IMAGINÀRIAMENT PER TOTA L'ESCENA. FARÀS QUILÒMETRES SENSE ADONAR-TE'N I ESTARÀS TREBALLANT ALHORA LA TEVA CREATIVITAT.

L'OÏDA



POSEM PER CAS QUE A CLASSE D'STEPS LA MÚSICA ESTÀ A TOT VOLUM. ESFORÇA'T A SENTIR AQUELLS SOROLLS SIMULTANIS, PERÒ QUE ESTAN EN PISTES SECUNDÀRIES DEL TRACK PRINCIPAL. PODEN SER ELS ESBUFECES DEL COMPANYY DE TRES FILERES MÉS ENRERE, POT SER LA PORTA QUE GRINYOLA UNA MICA AMB UNA CERTA CORRENT D'AIRE, ETC. VES ALLUNYANT-TE DE L'ESCENA ON ESTÀS I CAPTANT DIFERENTS SOROLLS.

A còpia de fer aquest exercici i d'entrenar l'oïda a percebre sons que no estan en primera línia seràs capaç d'allunyar-te tant que fins i tot sortiràs al carrer metafòricament i sentiràs l'autobús que passa, la rialla d'un nen, les rodes d'un carret de la compra, etc. Imagina sons.

L'OLFACTE



NO SE'NS ACUT UN LLOC MÉS ADIENT PER A INVENTAR UNA OLOR AGRADABLE QUE UN GIMNÀS. PERÒ NO ET FACIS TRAMPES AL SOLITARI, HA DE SER UNA OLOR QUE NO HAGIS SENTIT MAI.

Impossible? Si no ho intentes, mai no serà possible. Per a anar paulatinament entrenant aquest sentit, pots recordar olors que t'agraden de la teva infantesa, de persones que estimes, etc. Després, fes d'alquimista mental i ves combinant essències i imaginant el resultat final.

EL TACTE

El tacte és un sentit que aporta moltíssima informació (com bé saben les persones cegues) i segurament seria el que ens semblaria més prescindible si ens fessin renunciar a algun. Tanmateix, què seria de les relacions humanes sense el tacte?



PARA-T'HI A PENSAR I ANOTA EN UNA LLISTA POSSIBLES SUBSTITUTS DEL SENTIT DEL TACTE PER A FER CARÍCIES.



.....

.....

.....

.....

EL GUST

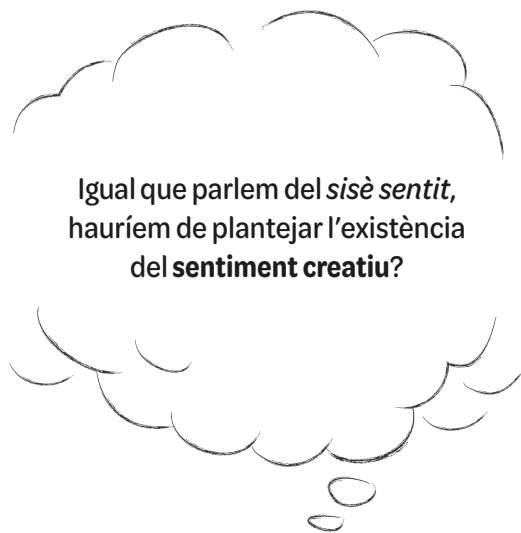


MENTRE ET MENGES UNA BARRETA ENERGÈTICA I FAS UN GLOP DE BEGUDA ISOTÒNICA FES L'EXERCICI D'INTERCANVIAR GUSTOS I TEXTURES. ÉS A DIR, IMAGINA QUE LA BARRETA TÉ EL GUST DE LA BEGUDA I A L'INREVÉS.

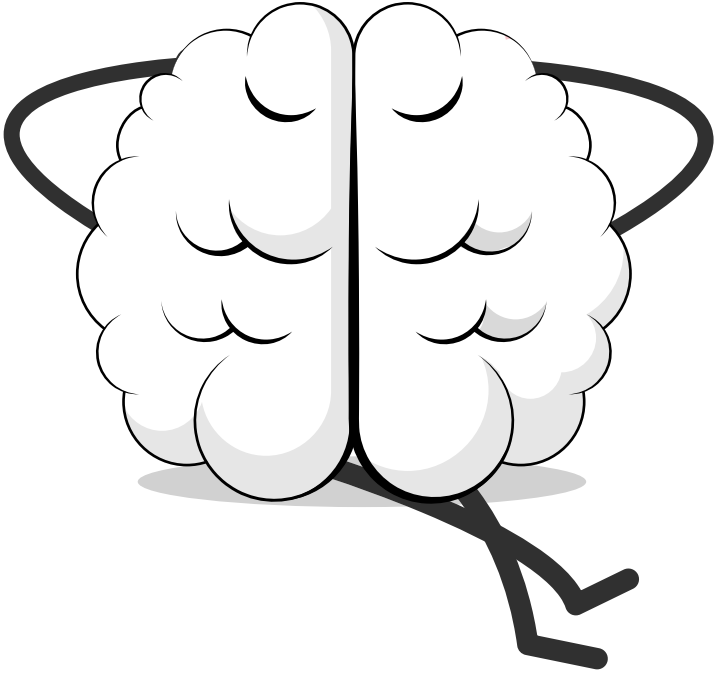
Aquest és un exercici inspirat en la sinestèsia, una condició neurològica en què els sentits es combinen de forma poc corrent. Es tracta d'un fenomen real, que perceben algunes persones (que, per exemple, identifiquen notes musicals amb determinats color), però també s'ha vinculat a la creació artística.

Parar atenció i mimar els nostres sentits ens farà més sensibles a percebre els petits detalls de tot allò que ens envolta. I just en els detalls és on no mira tothom i on podem trobar respostes creatives.

El neuròleg Antonio Damasio va arribar a la conclusió contraintuitiva que els sentiments són imprescindibles per a la presa racional de decisions i De Bono va dissenyar programes creatius per a enfortir la percepció (de fet, assegura que la creativitat té lloc a la fase perceptual del pensament).



Ara el cervell ens bull. Fem una pausa i reprenem el fil amb uns exercicis més suaus.



• • • • •

Retrat xinès

I SI...?

Segurament hi vas jugar en la teva infantesa: «Si aquesta persona fos un animal seria...», «Si aquest animal fos una marca de cotxe seria...», «Si aquest cotxe fos un sentiment seria...».

I si les coses que ens envolten no fossin les que són sinó que fossin unes altres? Amb imaginació tot és possible i no hi ha res impossible en un joc de nens en què la imaginació és la regla bàsica. Com a tècnica creativa, a aquest joc se'l coneix com a **retrat xinès** i és molt útil per a practicar la flexibilitat, però si a més a més ens posem com a objectiu donar un nombre de respostes determinades amb pressió temporal, també millorarem la fluïdesa.

És molt recomanable com a joc familiar, mentre s'intercanvia una pilota que ajudi a establir torns, perquè les respostes que donen els nens acostumen a obligar-nos a obrir noves vies de pensament.

Ja que estem amb el xip de criatures, parem una estona, agafem bolígraf i paper (o el teclat d'un dispositiu electrònic) i posem-nos a escriure... un microconte. Poden ser només cinc línies, però has de seguir aquestes tres regles:

1. NO POTS UTILITZAR EN CAP PARAULA LA LLETRA «E». SI ET SEMBLA UN EXERCICI DIFÍCIL, INSPIRA'T EN LA SEGÜENT CAMPANYA D'SCRABBLE CLICANT LES IMATGES.



Font: «Mattel Scrabble: Abraham, Efen, Otto»
(2010). adeevee. <http://www.adeevee.com/2010/02/mattel-scrabble-abraham-efren-otto-outdoor/>

2. ESCULL UN PROTAGONISTA NO HUMÀ.
3. LA HISTÒRIA HA D'ACABAR DE MANERA INQUIETANT EN UN GIMNÀS.



JA TENS TOTS ELS INGREDIENTS PER ESCRIURE EL TEU MICROCONTE!



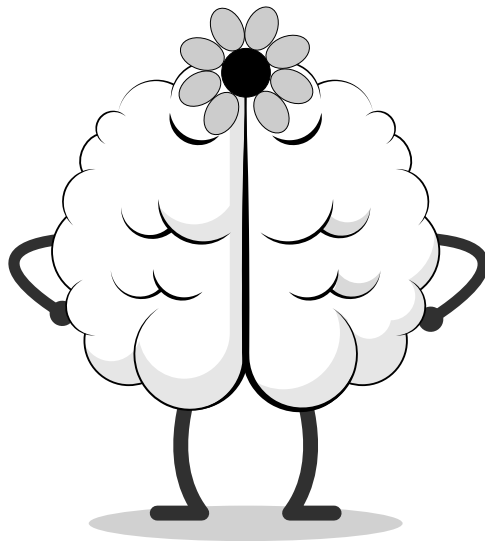
El **condicionament creatiu** que acabes de practicar és habitual en professions com la dels equips creatius publicitaris. Cada dia s'enfronten al repte de construir missatges venedors a partir de les restriccions d'un brífing de l'anunciant, d'unes mides exactes d'un anunci de premsa o digital, d'un temps mínim en televisió o ràdio, etc. Obliga't a posar-te límits i el teu cervell farà l'esforç de saltar-los. Si no te'ls poses, et quedaràs en la teva zona de confort i les sinapsis rovellades.

Un bon exercici de condicionament que ajuda a escriure textos amb fluïdesa (no solament creatius) és evitar l'ús de relatius (*que, qual, etc.*). Això obliga a construir frases més curtes i s'obtenen textos més dinàmics i fàcils de llegir. Es tracta d'una bona pràctica, tant per a futurs periodistes o *copywriters*, com per a tothom que pretengui que els seus correus electrònics no vagin directes a la paperera sense llegir.

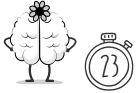
Exercicis d'originalitat

Durant la Segona Guerra Mundial les forces aèries nord-americanes es van adonar que els tests d'intel·ligència eren insuficients per a seleccionar els pilots que poguessin reaccionar de manera innovadora davant de situacions d'emergència. Calia trobar una forma de detectar els talents amb més capacitat per a sorprendre l'enemic i van encarregar a J. P. Guilford el disseny de tests de creativitat.

El 1950 va ser nomenat president de l'Associació Americana de Psicologia i va pronunciar una conferència sobre la importància d'**estudiar la creativitat**, a més de la intel·ligència, dues capacitats que, segons la teoria del llindar, es consideren independents: quan el quocient intel·lectual (QI) no assoleix un valor determinat (entre 115 i 120), també està limitada la creativitat, però si el QI supera aquest llindar, la creativitat es mostra com una dimensió independent. És a dir, que la creativitat necessita una certa intel·ligència, però no necessàriament molta.



Altres teòrics de la creativitat, com Wallach i Kogan (1965), també van dissenyar proves per a mesurar la creativitat, com aquesta:



RESPON LES PREGUNTES ABANS DE MIRAR A LA PÀG. 3 QUINES VAN CONSIDERAR RESPOTES COMUNES I QUINES MÉS ORIGINALS I CREATIVES.

Quantes coses poden ser cadascun d'aquests dibuixos?



Què tenen en comú *carn* i *llet*?

De quantes maneres es pot fer servir un diari?

Un altre teòric de la creativitat, Anibal Puente, recull en el seu llibre *El cerebro creador*, aquestes proves adaptades de Wallach i Kogan. També pots consultar-ne d'altres clicant a: CreaCogComp

Desestructuració creativa

L'**originalitat** (a més de la fluïdesa i la flexibilitat) és un dels factors que va estudiar Guilford com a determinants de les persones creatives. Ens sembla difícil tenir idees originals, però de seguida reconeixem quan una ho és.

Una tècnica que pot acostar-nos a tenir idees originals consisteix a desestructurar situacions, espais, objectes, etc. La desconstrucció gastronòmica que practiquen grans cuiners és, per exemple, fruit d'un procés de desestructuració creativa.

Moltes persones senten sovint la necessitat de canviar la decoració o els mobles de lloc.



SI A CASA O A LA FEINA NO HO POTS FER, INTENTA BUSCAR ELS TEUS PETITS ESPAIS DESESTRUCTURABLES: UN RACÓ DE LA TEVA HABITACIÓ QUE PUGUIS ANAR REDECORANT, UN CANVI DE LOOK PERSONAL DE TANT EN TANT, ETC.

Per a Mariola García Uceda, les tècniques de desestructuració formen part de la categoria de **tècniques «organitzades»**, és a dir, per a practicar en grup. Situen els participants en una atmosfera sense estructures, que facilita l'accés a allò mai imaginat. Per exemple, s'eliminen els mobles, es treballa estirats a terra, a la nit, es suspèn la comunicació parlada (només es poden fer gestos o onomatopeies), etc. Es tracta de descol·locar els participants i predisposar-los al fet que passi qualsevol cosa.





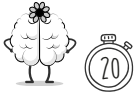
CREUS QUE PODRIES CONVOCAR UNA REUNIÓ DE FEINA O FAMILIAR I SORPRENDRE'LS, DESESTRUCTURANT L'ESPAI? I SI TOT JUST COMENÇAR FAS QUE ELS PARTICIPANTS S'INTERCANVIÏN ALGUNA PEÇA DE ROBA? I SI ELS FAS ESCRIURE AMB LA MÀ NO HABITUAL? I QUE TINGUIN IDEES SOBRE UN TEMA PENSANT COM SI FOSSIN UNA ALTRA PERSONA?

Dramatització

En aquesta línia, aprofitant que tens reunit un grup de gent, pots practicar una altra tècnica: la dramatització o representació de papers.

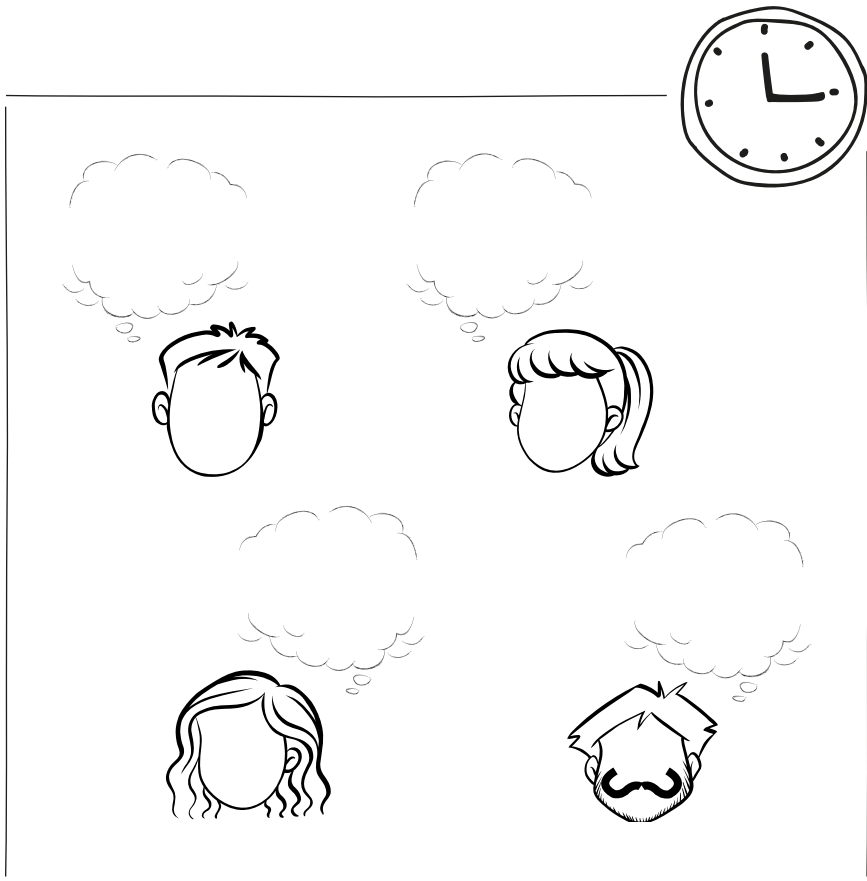
Imagina que la clientela d'un centre esportiu està trobant una flor blanca cada matí als armariets dels vestidors de la piscina. A algunes persones els agrada, a d'altres els inquieta, però moltes coincideixen que s'està vulnerant la seva intimitat en un espai personal i tres representants van a parlar del tema al departament de gerència:

	<p>Antonio Fa moltes peses i és ben plantat com un actor de Hollywood. Declaradament religiós, intenta posar seny i pau en el grup.</p>
	<p>«La McEnroe» En realitat es diu Sara, però li diuen així perquè juga molt bé a tennis i té mal caràcter com aquell popular campió.</p>
	<p>Salva És el que primer s'apunta a les noves activitats que ofereix el gimnàs i tothom el coneix per les seves excèntricitats i... un llarg bigoti.</p>
	<p>La gerent Respon a l'arquetip d'executiva pràctica, orientada al client. Simpàtica, però no massa, és capaç de prendre decisions dràstiques sense despenyar-se.</p>



REUNIU-VOS QUATRE FAC (FAMILIARS, AMICS O CONEGUTS) I ESCENIFIQUEU EL MOMENT QUE ESTEU PARLANT TOTS SOBRE COM TRACTAR EL TEMA.

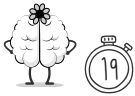
Cadascun/a de vosaltres haurà d'escollir un dels personatges i posar-se en el paper. Procureu, dins del patró que us toca representar, abordar el tema de manera inesperada (recordeu que volem practicar l'originalitat). Podeu tractar-ho com un problema a resoldre o com una oportunitat per a... Vosaltres escolliu mentre improviseu la situació. Només una condició: la gerent té una altra reunió en quinze minuts, així que no podreu estar-vos-hi més temps.



Somiar desperts

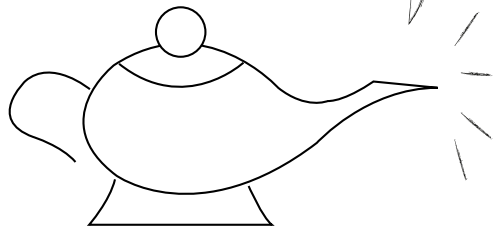
Després d'aquest exercici, en funció del resultat, és possible que el vostre personatge no estigui prou satisfet amb la decisió final (tot i que vosaltres sí, perquè us ho podeu haver passat molt bé). És bon moment per a provar una dinàmica en què vosaltres ho decidiu tot: somiar desperts és una tècnica que permet que qualsevol persona, estimulada i ajudada pel grup, es deixi portar completament a les zones del somni i de l'inconscient.

Transporta't tu i els teus FAC sobre una catifa voladora cap a un lloc imaginari on us trobareu amb el famós geni de la llàntia meravellosa. La sorpresa és que veureu que s'ha fet una mica gran i ha perdut capacitats i poders. És un ancià encantador i us vol ajudar a complir els vostres desitjos, però diu que ara no en podrà satisfer cap dels relacionats amb els grans temes universals: amor, diners i salut.



DEMANEU, DEMANEU, QUE EL GENI TÉ PROU FORÇA PER FER REALITAT ELS DESITJOS MÉS ORIGINALS: FEU-NE UNA LLISTA DE CINC, PER A VOSALTRES MATEIXOS I PER ALS VOSTRES FAC. TOT SEGUIT, COMPAREU ELS RESULTATS.

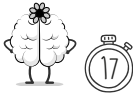
1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____



Imagineu ara que el geni us ha donat el poder de crear un animal mitològic nou.



DIBUIXEU COMBINACIONS ESBOJARRADES DE CAPS D'X I COS DE Z I AIXÍ POSAREU A PROVA EL VOSTRE RENDIMENT VISUAL AMB PROPOSTES ORIGINALS.



DESPRÉS ESCOLLIU EL QUE MÉS US AGRADI, POSEU-LI UN NOM I ESCRIVIU UNA PETITA HISTÒRIA SOBRE EL SEU ORIGEN, LA SEVA HISTÒRIA, ETC.

Les provocacions

A aquestes alçades, després de tanta pràctica, estàs en condicions d'atrevir-te a una de les tècniques creatives més originals i productives: les provocacions.

Albert Einstein fantasiejava amb el que veuria si viatgés a la velocitat de la llum. Era un experiment mental, una **autoprovocació**. I li resultava útil perquè l'obligava a desviar-se del recorregut habitual del pensament, que és el que De Bono anomena «**moviment**» per a pensar lateralment.

Com ja saps, De Bono va sistematitzar la tècnica de les provocacions en tres mètodes i va inventar la paraula *PO* per a indicar formalment que després d'aquest prefix es formula una afirmació que sabem que és falsa però que utilitzem per a evadir-nos de la nostra manera habitual de pensar, i així podem crear idees noves.

La provocació és irracional i no es tracta de justificar-la, sinó que ens ajudi a arribar a una idea útil. Cal estar preparats/des per a tractar una idea com a provocació, encara que sovint aquesta tingui origen en l'atzar, un accident o un error. L'operador provocador *PO* alerta el nostre cervell que pensarem de manera molt diferent.

PO, EN LLENGUA MAORÍ SIGNIFICA
«EL CAOS ORIGINAL A PARTIR DEL QUAL ES VA FORMAR
TOT EL QUE EXISTEIX».

I, com dèiem, hi ha tres mètodes per a fer-ho.

EL MÈTODE DE LA FUGIDA

Tria una cosa que es doni per segura i expressa-la específicament i formalment (però no ha de ser necessàriament negativa). Després intenta fugir-ne. Per exemple, donem per segur que les cordes del gimnàs serveixen per saltar. Una provocació possible seria: *PO, les cordes serveixen per aprendre idiomes.*



QUINES IDEES SE T'OCORREN A PARTIR D'AQUEST PLANTEJAMENT?

EL MÈTODE DEL PONT

Les provocacions han de ser audaces i mecàniques, sense una idea prèvia d'on ens portaran. Com que tenim tendència a plantejar les que encaixen amb les idees que ja tenim, De Bono proposa quatre tècniques que acostumen a donar bons resultats.

INVERSIÓ

Parteix de l'observació d'una situació o fet normal per a després girar-lo en sentit invers. Per exemple, partim del fet que uns patins serveixen per lliscar pel terra. Una formulació inversa podria ser: *PO, els patins es queden clavats a terra.*



PODRIES INVENTAR-TE ALGUN EXERCICI DE FITNESS DERIVAT D'AQUESTA PROVOCACIÓ?

EXAGERACIÓ

Es pren alguna dimensió o mesura i s'exagera més enllà del normal. D'una provocació com *PO, les pilotes són gegants*, es podria haver inventat el baló de pilates.



AMB *PO, LES PILOTES SÓN MICROSCÒPIQUES*, QUÈ POTS INVENTAR?

DISTORSIÓ

S'exposa la seqüència normal o un patró de relacions, i després s'altera o canvia deliberadament. *PO, l'estudiant ensenya al monitor, ens podria portar a la idea d'un nou servei que permet enviar unes rutines d'exercicis de ioga enregistrades i després el monitor les pots visionar en detall i corregir els defectes posturals.*



ÉS NOMÉS UN EXEMPLE, PENSA'N TRES MÉS.

1.
2.
3.

EXPRESSION D'ANHELS

Amb aquest mètode es crea la provocació pràcticament del no-res, la qual cosa resulta una mica més difícil. Però som aquí per a intentar-ho. *PO, vull que em paguin per anar al gimnàs.* Si no som treballadors del sector sembla una fantasia i no esperem que succeeixi, però ens pot portar a idear una tarifa inversa de preus (com més hi vas més descomptes pots obtenir) ahora que t'incentiva a no deixar d'anar-hi (la manca de recurrència és un dels problemes importants que afronten aquests tipus de negocis perquè els costos de fidelització són molt alts).



EXPRESSIONA TOT SEGUIT DOS ANHELS BEN PROVOCADORS I BUSCA-HI SOLUCIONS.

Anhels

Solucions

1

.....
.....
.....

2

.....
.....
.....

EL MÈTODE DE L'ATZAR

Agafa un diari o un diccionari i elegeix una paraula qualsevol a l'atzar. Per exemple: *espantaocells*. No t'espantis i no intentis buscar-ne una altra. Si t'ha tocat aquesta, segur que et servirà per fer associacions amb el problema creatiu que vulguis resoldre. Per exemple: com fer més ergonòmics els mànecs de les raquetes de ping-pong, tant per a persones dretanes com esquerranes? Com hem vist, està demostrat que el cervell humà no es pot concentrar deliberadament en dos objectes o en dues idees separades sense, al final, formar una connexió entre ells. És a dir, que el teu cervell serà tan eficient que establirà connexions fins i tot amb la paraula que sembli més extravagant. També pots utilitzar fotografies, dibuixos o objectes que tinguis a mà. Però sempre han de ser escollits a l'atzar, no ho oblidis. Estàs jugant a pensar.

Serendipitat

A banda d'anar a buscar l'atzar, pots concedir-te la llibertat de veure allò que no estàs buscant. Anomena-ho casualitat. O **serendipitat**.

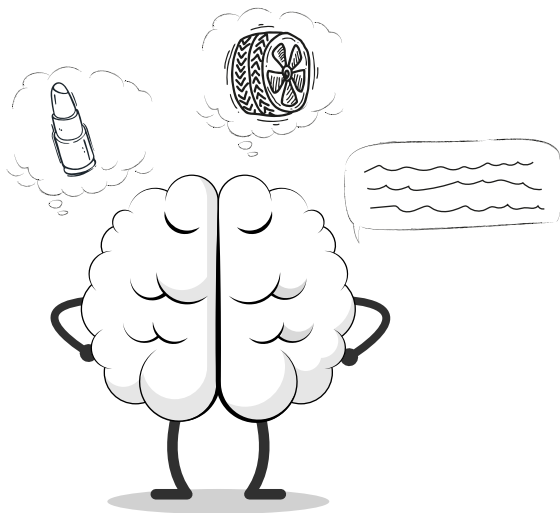
Una troballa afortunada i inesperada.

El Nobel de Física William Shockley ho descrivia com un procés de «metodologia de l'error creatiu». I els investigadors ho anomenen *àngel bibliotecari*: el moment inexplicable en què trobem, sense buscar-ho, alguna cosa que resulta clau per a resoldre el nostre problema creatiu. I això només passa si fem altres coses: anar al cinema, fullejar revistes que no acostumem a comprar, fixar-nos en coses en què normalment no donem importància, parlar amb gent de camps diferents del nostre, etc.

Sí, t'estem proposant una tècnica que consisteix a no pensar deliberadament de manera creativa. Simplement, es tracta que prestis atenció als detalls que no acostumes a tenir en compte. Et semblarà que desconnectes, però el teu cervell seguirà treballant i, quant més el nodreixis d'estímulos diferents, més sinapsis originals podrà produir.

Tècniques intuïtives

Una altra manera de desconectar consisteix a **connectar-se a un altre problema**. Treballar en diversos fronts alhora pot resultar molt estressant, però també, molt estimulant i productiu. Si algun dia treballes en una agència de publicitat, no serà difícil que dediquis un matí a trobar arguments de venda per a un pintallavis nou i, a la tarda del mateix dia, pensis una campanya per a pneumàtics de camió. I no seria estrany que, a les set de la tarda, mentre penses en el cautxú i en els camioners, alguna musa cosmètica et dicti a l'orella un eslògan genial per a la barra de llavis.



Michael Michalko anomena aquestes formes de desconexió *tècniques intuïtives*, perquè mostren la manera d'aprofitar la part dreta del cervell per a percebre intuïcions i solucions completes, sobtades, que parteixen de l'inconscient. Ell pensa, com Picasso:

«Jo no busco, trobo»

que en algun nivell ja coneixem la resposta. La qüestió és trobar a quin nivell, conscient o inconscient, es troba.

3B: BUS, BADALLS I BANY

És el moment de comprovar si les teves millors idees arriben quan no intentes trobar-les. És el moment de posar a prova les 3B: bus, badalls i bany.

Els psicòlegs sintetitzen amb aquesta trinitat les activitats amb les quals deixem d'enfrontar-nos analíticament a un problema, però durant les quals la ment continua treballant. Mentre anem en autobús, som entre somnis o ens dutxem, ens distanciem prou del problema i permetem que sorgeixin percepcions més clares. Això es deu al **principi d'incubació**. I la incubació funciona perquè la ment subconscient està continuament processant informació. Però només si estem realment interessats/des a solucionar un problema, serà més probable que el subconscient generi idees. La ment ha de treballar en un assumpte de manera conscient, abans d'utilitzar el subconscient.

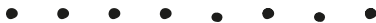
Albert Einstein i Winston Churchill feien la migdiada quan els desconcertava algun tema. I Salvador Dalí practicava la **tècnica hipnagògica** per a aprofitar els seus somnis surrealistes. De fet, tots podem aprendre a iniciar un estat productiu de somnis, fins i tot a elegir els protagonistes d'aquests i a recordar-los clarament. Però aquí, més que aprofundir en tècniques d'especialista, ens conformem a dormir cinc minutets per a desconnectar... i veure què passa.



SI NO POTS FER-HO ARA MATEIX, ET CONVIDEM QUE, EN LA PROPERA MIGDIADA O DEMÀ MATEIX ABANS DE LLEVAR-TE, DEDIQUIS UNS SEGONS A INTENTAR RECORDAR QUÈ HAS SOMIAT O QUINES IDEES PASSAVEN PEL TEU CAP JUST EN EL MOMENT QUE SONAVA EL DESPERTADOR.

EN ELS MOMENTS DE TRANSICIÓ ENTRE ELS ESTATS DE VIGÍLIA I SON (ESTAT HIPNAGÒGIC), DALÍ CAPTAVA PAISATGES MENTALS NOUS. LA TÈCNICA DE LES IMATGES HIPNAGÒGIQUES ÉS DIFÍCIL DE DOMINAR, PERÒ SI TENS UNA CULLERA I UN PLA DE METALL A MÀ, JA POTS COMENÇAR A PRACTICAR.

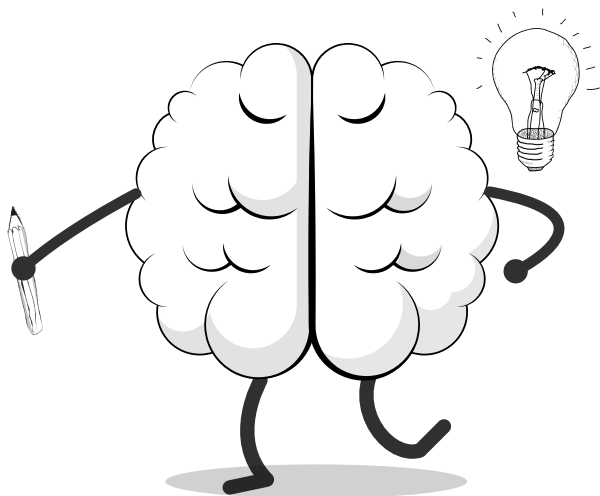
AGAFI EL BUS, BADALLA O VES AL BANY,
QUE DE SEGUIDA ENS POSEM AMB EL DARRER
TIPUS D'EXERCICIS CREATIUS.



Exercicis d'elaboració

El psicòleg i investigador Ellis Paul Torrance va incorporar l'elaboració de les idees en els seus tests per a mesurar la creativitat. Així, i recapitulant el que hem treballat fins ara, els indicadors del pensament creatiu són:

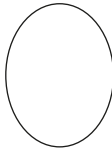
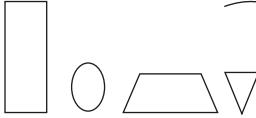

- ◆ **FLUIDESA**: mesura el nombre total d'idees significatives i rellevants, generades en resposta a un estímul o plantejament d'un problema.
- ◆ **FLEXIBILITAT**: té en compte el nombre de categories diferents que es poden detectar en aquestes idees o respostes rellevants.
- ◆ **ORIGINALITAT**: es refereix a la raresa de les respostes, que es pot mesurar i comparar estadísticament.
- ◆ **ELABORACIÓ**: es fixa en la quantitat de detall de les respostes.



Torrance va dissenyar moltes proves verbals i no verbals en els seus tests, però una de les més populars és la que parteix de figures geomètriques que s'han d'utilitzar, combinar o completar per a fer un dibuix. Com més elaborat és aquest dibuix, s'infereix que l'individu que fa el test té una capacitat creativa superior.



PROVA-HO I FES AL COSTAT DE CADA FIGURA LA TEVA PROPOSTA.

 <p><i>utilitza</i></p>	
 <p><i>combina</i></p>	
 <p><i>completa</i></p>	

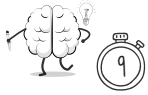
Si vols tenir una orientació del resultat d'aquest exercici, com si es tractés d'un test de creativitat, consulta la pàg. 2.

I si vols ampliar informació sobre el llegat de Torrance, no deixis de fer un cop d'ull al que fa el Torrance Center for Creativity and Talent Development clicant a:

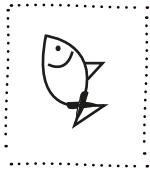
coe.uga.edu

Elaboració visual

Seguim amb un exercici per a treballar l'elaboració visual.



A PARTIR DE CADASCUNA D'AQUESTES CREUS, DIBUIXA FIGURES CADA COP AMB MÉS DETALL (ET DEIXEM MÉS ESPAI A PARTIR DE LA SEGONA FILERA PERQUÈ PUGUIS FER CRÉIXER ELS DIBUIXOS). EN CAS QUE T'ATREVEIXIS A AUGMENTAR EL NIVELL DE DIFICULTAT DEL REPTE, ESBOSSA FIGURES QUE NOMÉS TINGUIN RELACIÓ AMB EL MÓN DE L'ESPORT.



TO LO PO SO GO

Una tècnica que pot guiar-te en el procés d'elaboració d'idees creatives és TO-LO-PO-SO-GO, un altre truc mnemotècnic d'Edward De Bono que es resumeix en cinc etapes:

- TO** INDICA LA META, EL PROPÒSIT O L'OBJECTIU DEL PENSAMENT.
ON VAIG? QUÈ VULL OBTENIR? QUÈ VULL FER?
- LO** ES REFEREIX A LA INFORMACIÓ DISPONIBLE I A LA QUE NECESSITEM
(INCLOSES LES PERCEPCIONS).
QUINA INFORMACIÓ TINC I QUINA HAURIA DE TENIR?
- PO** ÉS L'ETAPA DE LA POSSIBILITAT, LA GENERATIVA.
COM FAIG AIXÒ? QUINA ÉS LA SOLUCIÓ? COM HI ARRIBO?
- SO** REDUEIX, REVISI I ESCULL ENTRE LES POSSIBILITATS. ÉS LA FASE DEL RESULTAT,
DE LA CONCLUSIÓ, DECISIÓ I ELECCIÓ.
AMB QUINA ALTERNATIVA EM QUEDO?
- GO** POSA EN PRÀCTICA EL PENSAMENT.
COM MATERIALITZO LA IDEA?

Imagina que ets un fabricant de suplementes de proteïnes i et dirigeixes a la població físicament activa que busca augmentar la seva massa muscular. La proteïna del sèrum i la creatina són els teus productes estrella, però com que poden comportar riscos a nivell hepàtic i renal si no es prenen sota supervisió professional, vols fer una campanya per a conscienciar sobre el consum responsable. Explora possibilitats per a elaborar un relat que et posicioni com l'alternativa més seriosa i compromesa amb els teus clients:



PENSA DES DEL DISSENY D'UN SERVEI D'ATENCIÓ O ASSESSORAMENT FINS A COM SERIA LA CAMPANYA DE COMUNICACIÓ PER A UN SUPLEMENT PROTEÍNIC.



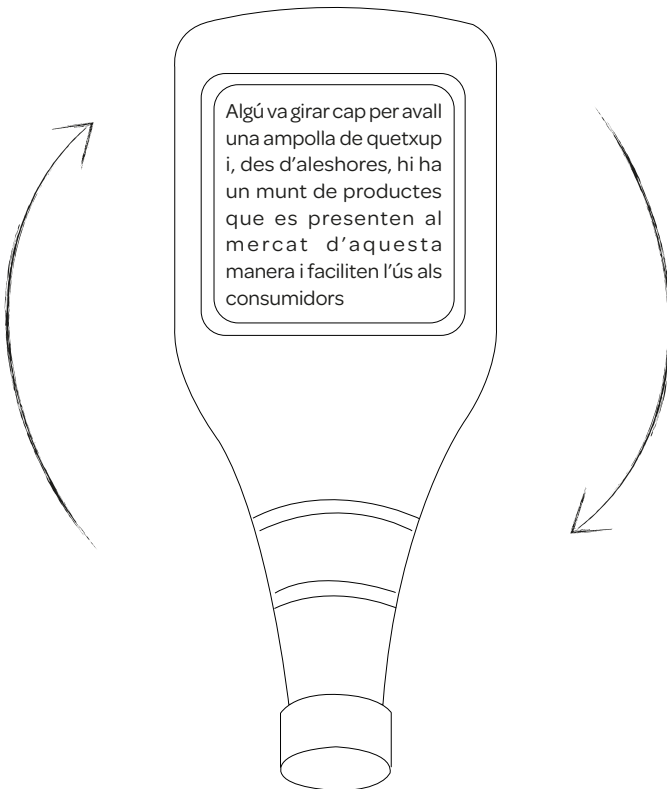
A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for drawing or writing a response to the prompt above.



Canviar de perspectiva

Una altra via per a elaborar idees creatives és posar el focus en un objecte, girar-lo i regirar-lo fins a observar-lo des de totes les perspectives possibles i, com diu una cèlebre frase publicitària:

INTERROGAR-LO FINS QUE CONFESSI!

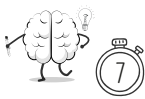


Som en un gimnàs i no et prendràs ara una hamburguesa amb salses, però sí que pots tenir a mà una ampolla plena d'aigua, suc o una beguda energètica. Buida-la mentalment i imagina-la plena de sang.

Comences ara un exercici de **visualització mental** que t'ha de provocar un munt de preguntes:

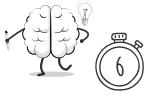


1. De qui és aquesta sang? D'una sola persona o de diverses?
2. Per què està a la teva ampolla?
3. De quin color és? Fixa-t'hi bé i procura descriure'l amb la màxima precisió. No és el mateix dir «vermell» que «bordeus tornassolat».
4. Quina olor desprèn?
5. Què passa si cau a terra i vessa?
6. Pot encomanar alguna malaltia o, per contra, té algun poder màgic?
7. Te la veuries?
8. La vendries a algú?



FES COM A MÍNIM DEU PREGUNTES MÉS I, A PARTIR D'AQUESTES, ELABORA UNA HISTÒRIA SOBRE AQUESTA AMPOLLA PLENA DE SANG.

Pot ser de vampirs, de zombis o un *thriller* científic, però a aquestes alçades ja tens prou fluïdesa, flexibilitat i originalitat per a escriure una sinopsi d'una futura pel·lícula que pot ser tot un èxit.



ARA BUIDA I NETEJA MENTALMENT LA TEVA AMPOLLA I OMPLE-LA DE... SUOR. LI POTS FER LES MATEIXES PREGUNTES I ALGUNES MÉS. DESPRÉS, ESCRIU UN PETIT ARTICLE PERIODÍSTIC EN QUÈ RELATIS LA HISTÒRIA D'AQUESTA AMPOLLA.



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

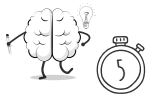
.....

A propòsit de la suor, i del treball creatiu, aquí tens una citació extreta del llibre de Carlos Ruiz Zafón, *El joc de l'àngel* (2008), que resumeix gràficament l'esforç que implica pensar creativament:

«La inspiració arriba quan es claven els colzes a la taula, el cul a la cadira i es comença a suar. Tria un tema, una idea, i barrina fins que el cervell et faci mal. D'això, se'n diu inspiració.»

EL NOVEL·LISTA CARLOS RUIZ ZAFÓN TAMBÉ HA TREBALLAT COM A GUIONISTA CINEMATogrÀFIC I CREATIU PUBLICITARI.

Ara, torna a buidar l'ampolla i imagina que és plena de llàgrimes. Canviaran els matisos de color, les olors, hauràs de dir si són llàgrimes de tristesa o de riures incontrolats, si són de bebès o d'adults, etc. El més important és que la tinguis molt en ment, et convencis que existeix i que pot convertir-se en un producte comercial. Per què no? *Fame*, la primera fragància de Lady Gaga, es va llançar afirmant que contenia sang de la cantant i extractes de semen. L'atracció fetixista ha estat explotada per moltes marques, però en aquest cas et demanem que no pensis en cap marca de perfum.



PROVA UNA ALTRA CATEGORIA DE PRODUCTES PER A VENDRE LA TEVA AMPOLLA DE LLÀGRIMES.

Sang, suor i llàgrimes. Acabes de projectar tres imatges mentals que segurament mai abans no t'havies plantejat. Potser t'ha resultat fàcil per a la sang –encara que també desagradable. Però visualitzar les diferències entre la suor i les llàgrimes ha resultat més complicat, oi?

Ho has aconseguit realment? Si ho creus necessari, busca fotografies per internet d'imatges «líquides» i torna-hi a dedicar un temps. Intenta integrar-les mentalment dins de l'ampolla, mira al teu voltant, observa l'aire que t'envolta, obre una aixeta, sent com brolla l'aigua, etc. No paris fins que et convencis que ho has aconseguit.

L'HONESTEDAT AMB UN/A MATEIX/A ÉS CLAU
PER A ACONSEGUIR EL QUE ET PROPOSIS.

Aquest exercici tan simple ens ajuda a entendre la dificultat del treball creatiu. Metafòricament, requereix sang, suor i llàgrimes.

«I have nothing to offer but blood, toil, tears and sweat.»

Frase original que va pronunciar Winston Churchill en un dels seus discursos el 1940.

Deia Picasso que les muses li arribaven treballant i Edison que la creativitat consisteix en un 1% d'inspiració i un 99% de transpiració.

PERÒ HI HA ALGUNA COSA MÉS...

El plaer de la creació

Després d'estudiar 91 de les persones més innovadores del món en camps diversos (des de científics a actors), el catedràtic i professor de psicologia i educació de la Universitat de Chicago, Mihaly Csikszentmihalyi, va concloure que la capacitat per a descobrir el que un pot fer bé, i gaudir fent-ho, és el segell de totes les ments creatives (que estan motivades intrínsecament):



«A les persones creatives els encanta allò que fan. [...] No és el que fan, sinó com ho fan. [...] Deuen haver desenvolupat un sistema nerviós en què el descobriment de novetats estimula els centres de plaer situats en el cervell.»



M. CSIKSZENTMIHALYI (1998). *Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona: Paidós.

Però per a poder continuar gaudint d'alguna cosa, necessiten anar incrementant la seva complexitat. Partim de la base que sempre és possible trobar una manera millor de fer qualsevol cosa. Doncs fem-ho, compliquem-nos una mica més.



ARA IMAGINA QUE L'AMPOLLA ÉS PLENA, COM NO PODIA SER D'UNA ALTRA MANERA, DE PLAER. QUÈ ÉS EL PLAER PER A TU? COM EL REPRESENTARIES AMB UNA IMATGE O AMB UN OBJECTE? COM HI CABRIA DINS D'UNA AMPOLLA? I QUÈ PASSARIA SI DESPRÉS LA DESTAPESSIS?

Si no pares de fer-te més preguntes, és que ja has entrat definitivament en la dinàmica... del plaer creatiu.

Hi ha poques coses més gratificants que crear, descobrir coses que d'altres no han descobert abans, dir el que d'altres no han dit, veure el que d'altres no veuen. Segons el psicòleg Michael Fordyce, la felicitat acostuma a estar associada a èpoques de creació, així que repassa ràpidament la teva vida i planteja't si es confirma aquesta afirmació en el teu cas.

Creació d'un desordre

A l'extrem aparentment contrari, trobem autors que parlen de la **creació destructiva** quan es refereixen a la innovació:

«No hem d'oblidar mai que la innovació és una creació destructiva que reemplaça per selecció natural sectors, empreses i rutines de les empreses. La innovació és una substitució creativa que beneficia a qui ha pres l'onada i perjudica a qui s'ha quedat mirant.»

Arboniés, 2009, pàg. 65.

Á. L. ARBONIÉS (2009). *La disciplina de la innovación. Rutinas creativas*. Buenos Aires: Díaz de Santos.

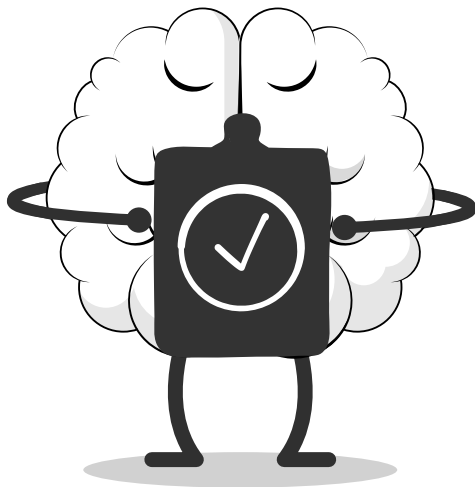
Innovar implica, en definitiva, fer les coses de diferent manera i això implica trencar amb la manera com es feia abans. En aquest sentit es parla de «destrucció», però com a tècnica creativa per a practicar es pot materialitzar en la creació d'un desordre.

Posem per cas que sona el teu telèfon ara mateix: tens uns amics que fa uns mesos van obrir una empresa d'esports extrems al Pirineu (ràfting, barranquisme, ciclisme de muntanya tipus *downhill*, paracaigudisme, etc.) i, tot i que ja tenen una base de clients fidels que els assegura la continuïtat del negoci, volen ampliar el mercat a persones que encara no s'han atrevit a provar aquests tipus d'activitats. Quin és el problema principal amb què es troben? La por. Han detectat que a moltes persones els fa molt de respecte practicar un esport de risc. I com es lluita contra la por? Els teus amics saben que portes uns dies bregant contra el paper o la pantalla en blanc fent exercicis creatius i, per tant, estan convençuts que els pots ajudar a trobar arguments per a convèncer nous públics per al seu negoci.

El que no saben és que en aquest cas practicaràs la tècnica del desordre i els pots posar potes amunt tot, absolutament tot: els serveis que ofereixen, el nom de l'empresa, el lloc on estan ubicats, etc.

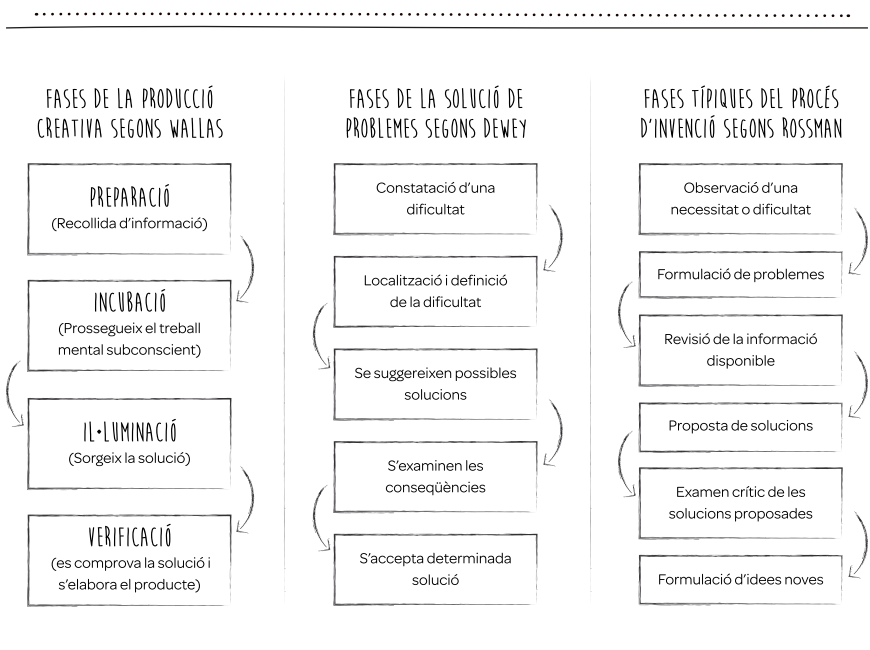
COM SÉ QUINA ÉS LA MILLOR IDEA ?

TOT SEQUIT DESCOBRIRÀS UN MÈTODE QUE ET POT AJUDAR A
SISTEMATITZAR L'AVAUACIÓ I MILLORAR-NE ELS RESULTATS...
FINS AL *SUCCESS!*



Avaluació dels resultats

Portes dies, setmanes, dins d'aquest espai mental de *fitness* creatiu, fent exercicis per a diferents tècniques i segur que has obtingut un munt d'idees. Si repasses la feina feta, i com l'has feta, molt probablement t'identificaràs amb les fases del procés creatiu que van distingir els autors següents:



Font: A. PUENTE (1999). *El cerebro creador* (pàg. 124). Madrid: Alianza Editorial.

Arthur Koestler, considerat un dels autors de referència en l'àmbit de la creativitat, identificava:



Moment de
trobada creativa
artística



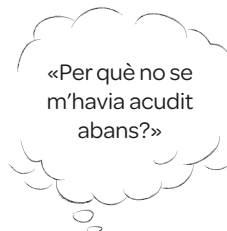
Avenç científic



Humor en totes
les seves formes

Un bon acudit sempre és un producte creatiu excel·lent, per tant, també és aconsellable no perdre l'humor en el procés d'ideació.

Pot passar, però, que quan arribi el moment de valorar les idees només sorgeixin *mmmmm...* perquè tinguem molts dubtes. Sovint, si una idea genera incomoditat és que es tracta d'una novetat real i a l'ésser humà acostuma a fer-li por allò desconegut. Per sort, també passa que una idea bona de seguida és reconeguda com a excel·lent per tota la comunitat que la jutja. Solen ser aquell tipus d'idees que *a posteriori* semblen fàcils.



Si has dit o pensat aquesta pregunta alguna vegada, saps de què parlem.

UNA ANÈCDOTA PERSONAL

Un cap de setmana d'estiu estava treballant a casa amb l'ordinador i la meua filla petita es va acostar per preguntar-me si es podia posar un tatuatge adhesiu al braç. Li vaig dir que sí i després d'una estona va tornar i em va preguntar el mateix. La vaig mirar i vaig deixar anar un «sí» llarg i molest per la interrupció (ja m'ho havia preguntat i tenia el meu permís!). A l'hora de dinar em vaig fixar que duia dos tatuatges, un a cada braç. Encara no sé per què li vaig preguntar aquesta obvietat: «Per què portes dos tatuatges?». La resposta va ser contundent: «T'ho he preguntat dues vegades i les dues m'has dit que sí». Amb la seva estratègia creativa (en un altre context, en diríem *picardia*) em va guanyar per golejada. Es va proposar un objectiu i el va aconseguir ràpidament. El pensament creatiu és lògic *a posteriori*, per això acostumem a reconèixer una bona idea de seguida i ens fa certa ràbia no haver-la tingut abans nosaltres «essent tan fàcil».

Csikszentmihalyi apunta tres elements clau per a l'estudi sistemàtic dels productes creatius:

- ◆ LA PERSONA O TALENT CREADOR
- ◆ EL CAMP O DISCIPLINA EN LA QUAL LA PERSONA TREBALLA
- ◆ L'ÀMBIT CIRCUNDANT QUE EMET JUDICIS SOBRE LA QUALITAT DELS INDIVIDUS I PRODUCTES

És a dir, que qualsevol persona pot ser molt creativa, però si no està reconeguda pel camp i l'àmbit que l'envolta, el producte de la seva creativitat difícilment veurà la llum. Això explica per què a Van Gogh no se li va reconèixer la seva genialitat fins després de la mort o per què a Galileo Galilei se'l va perseguir tan implacablement. El seus entorns o contextos històrics no estaven preparats per entendre'ls.

Els grans creatius es distingeixen per la seva capacitat per a crivellar les idees bones i les dolentes.

PERÒ, COM HO FAN?

Es pot fer una valoració a partir d'una classificació sistemàtica de les idees produïdes, com les que hem vist quan tractàvem la tècnica del *brainstorming*, però hi ha altres tècniques o mètodes que ens poden donar un cop de mà.

Molts publicitaris fan la «**prova de la tanca**» per a dirimir la validesa d'una idea. Si es pot resumir en l'espai que ocupa una tanca publicitària, amb una imatge i un titular breu (o, fins i tot, sense) és símptoma que es pot entendre ràpidament, captar l'interès i aconseguir l'objectiu que es busca. És una concreció de la coneguda **fórmula KISS**.

Keep It Simple, Stupid

Els guionistes, per la seva banda, identifiquen les bones idees preguntant-se si l'argument es pot resumir en una sola frase.

En l'àmbit del màrqueting actual, amic de les sistematitzacions procedimentals, no són pocs els que recorren darrerament als criteris proposats per Chip i Dan Heath en el seu llibre *Made to Stick* i que resumeixen en l'acrònim en anglès **SUCCESS**:

S

SIMPLE: les idees que funcionen són senzilles. Igual que les mentides o les excuses, com més s'han d'explicar les idees menys es creuen, per tant, cal optar per les més simples.

U

UNEXPECTED: les bones idees són les que no s'esperen, les que sorprenen i impacten en la ment col·lectiva, per això es comparteixen i es converteixen en tema de conversa.

C

CREDIBLE: sigui real o falsa, una bona idea ha de ser creïble, versemblant.

C

CONCRETE: cal rebutjar les idees abstractes i optar per les més concretes i factibles, especialment en el terreny del màrqueting i la comunicació publicitària, en què es busca arribar al màxim públic possible del *target*.

E

EMOTIONAL: les idees que més impacten i es recorden apel·len a les emocions (positives, com les dels anuncis de bolquers per a bebès; o negatives, com les de les campanyes de seguretat vial). Recordem allò que sentim, per tant, emocionem amb les idees.

S

STORY: des dels relats mitològics o les paràboles bíbliques els éssers humans tenim clar que les idees s'entenen més bé amb una bona història que les acompanyi. Per tant, no és cap novetat ni cap moda passatgera que actualment se'n parli tant de l'*storytelling* en els àmbits més diversos (des de l'economia fins a l'educació).

CH. HEATH, D. HEATH (2016). *Ideas que pegan. Made to stick*. Madrid: Lid Editorial.

Sigui en el món del cinema, del màrqueting, del disseny, de la publicitat o de la comunicació en general, es poden valorar aquests paràmetres SUCCES per a entendre per què algunes idees moren i d'altres perduren.

Decidir-se per una idea també vol dir posar en una balança de tres plats les necessitats, els beneficis i els riscos. Però, en qualsevol cas, el millor que es pot fer és alguna cosa. Pot ser que existeixi el risc sense el fracàs? El pensament creatiu NO s'equivoca. En qualsevol cas, ens podem equivocar en l'elecció de la idea, però com més en tinguem més minimitzem el risc i podem aprendre de l'error i rectificar.

Hi haurà idees que puguem utilitzar immediatament, d'altres que necessiten més maduració, d'altres que guardarem en un calaix per a una ocasió posterior, d'altres que resulten impracticables, d'altres que ens inquieten, d'altres que avorreixen, etc., però fer aquesta «llista de control», com diu De Bono, possibilita detectar més idees.

En aquest punt, convé remarcar la importància d'adquirir l'**hàbit d'anotar totes les idees**. Si no ho fas, et pot passar com a aquell home que va tenir una idea fantàstica que canviaria el món i que estava tan entusiasmat que va córrer a l'església a donar gràcies a Déu, però quan es va haver agenollat es va adonar que se n'havia oblidat (Michalko, 2001).

«En tot art, has de ser el teu propi crític.»
Hilde Domin

Doncs ho intentarem. Ara toca avaluar algunes de les idees que has tingut al llarg d'aquestes pàgines.



TRIA L'EXERCICI QUE MÉS T'HAGI AGRADAT I INTENTA APLICAR ELS ELEMENTS CLAU DE L'AVALUACIÓ: LA SEVA FACTIBILITAT, ELS SEUS BENEFICIS, ELS RECURSOS QUE REQUEREIX I L'AJUSTAMENT A LA SITUACIÓ. SEGUEIX, SI LA CONSIDERES ÚTIL PER AL CAS, LA FÓRMULA SUCCES.



Hem practicat algunes de les tècniques o mètodes creatius més comuns, encara que n'hi ha molts més, alguns d'ideats com a programes comercials:

- ◆ anàlisi morfològica
- ◆ la llista d'atributs
- ◆ Basadur (<http://www.basadur.com/>)
- ◆ blog de notes col·lectiu
- ◆ circulació d'idees
- ◆ Delphi (<https://www.neuronilla.com/metodo-delfos/>)
- ◆ estratal
- ◆ flor de lotus (http://www.innovaforum.com/tecnica/lotus_e.htm)
- ◆ *googlestorming*
- ◆ mètode 635 (http://www.innovaforum.com/tecnica/meto635_e.htm)
- ◆ pensament metafòric
- ◆ obvietats
- ◆ oposats
- ◆ sinapsis (http://www.innovaforum.com/tecnica/sinapsi_e.htm)
- ◆ *sleep-writing* (http://www.innovaforum.com/tecnica/sleepwri_e.htm)
- ◆ *storyboarding* (http://www.innovaforum.com/tecnica/storyboa_e.htm)
- ◆ TGN: tècnica del grup nominal (http://www.innovaforum.com/tecnica/tgn_e.htm)
- ◆ TRIZ (<https://www.neuronilla.com/triz/>)
- ◆ etcètera, etcètera, etcètera

En aquest llarg etcètera caben les tècniques
o mètodes que t'inventis.

QUALSEVOL CAMÍ ÉS VÀLID PER A ARRIBAR
A UNA BONA IDEA.

Molts creadors no són gaire conscients del seu propi procés creatiu, no reconeixen la utilització de tècniques deliberades. Tanmateix, en realitat les usen, però de manera totalment automatitzada. I és així perquè no conceben la vida, la feina, sense el pensament creatiu. La creativitat és més que el seu *modus operandi*, és el seu *modus vivendi*.

El fundador del Media Lab del MIT descriu així d'on neixen les idees:

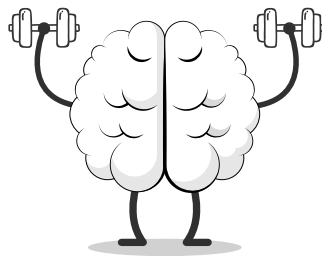
«Les noves idees sorgeixen de les diferències. Neixen de tenir perspectives diferents i juxtaposar teories diferents [...]. Els nous conceptes i els grans passos cap endavant, en un sentit molt real, procedeixen de l'imprevist, d'una mescla de persones, idees, bagatges i cultures que, per norma general, no estan barrejats.»

Nicholas Negroponte

A les persones creatives no els valen les dreceres del plagí. Perquè són enganyoses. En realitat, no són dreceres. Són camins sense sortida.

Els que ho entenen així –viuen així– acostumen a exercir un lideratge tàcit, que comporta el reconeixement, que al seu torn comporta premis, que al seu torn comporten èxit (i no solament professional). Si vols saber si tens les qualitats d'un líder creatiu, omple el llistat de la pàgina següent.

ET RECONEXES EN LA LLISTA DE QUALITATS? Tenir-les totes no és fàcil, però tampoc impossible. Si has fet tots els exercicis, hauràs exercitat el teu múscul creatiu. Però si vols aconseguir un lideratge creatiu no et pots conformar amb ser un bon «jugador», sinó que has de pretendre ser un bon «entrenador» de tu mateix/a. Continua practicant i procura pensar creativament en tots els àmbits de la teva vida.





QUALITATS D'UN LÍDER CREATIU

ADAPTACIÓ D'ANÍBAL PUENTE DEL TREBALL DE GLOVER, RONNING I REYNOLDS (1989)

- REESTRUCTURA RÀPIDAMENT EL GRUP I LA SITUACIÓ.
- USA LA SEVA EXPERIÈNCIA PER A RESOLDRE LES DIFICULTATS.
- VOLUNTÀRIAMENT PREN DECISIONS QUE IMPLIQUEN RISC.
- DISTRIBUEIX RESPONSABILITATS I ASSUMEIX LES CONSEQÜÈNCIES DE LES SEVES DECISIONS.
- ACTUA SOBRE ASPECTES QUE NO SÓN DE LA SEVA INCUMBÈNCIA.
- VA AMB COMPTE AMB ELS SEUS EMPLEATS I PREN MESURES D'EMERGÈNCIA FORA DELS PROCEDIMENTS ESTÀNDARD.
- VOLUNTÀRIAMENT COMPARTEIX ELS DANYS I LES MOLÈSTIES DE LA SITUACIÓ.
- COMPARTEIX TASQUES DESAGRADABLES.
- DESENVOLUPA UN PATRÓ DE COMPORTAMENT DE SUPORT MUTU.

Pla personal de fitness creatiu

Diuen que la millor manera de fer un lloc als actes creatius és fer-los rutinaris (Arboniés, 2009, pàg. 96), doncs això és el que ens proposem en aquest darrer capítol.

En una inspiradora entrevista, el jugador de bàsquet Ricky Rubio afirmava:

«M'he adonat al llarg de la meua carrera que com més entreno, més sort tinc.»

Ricky Rubio

És la constatació que l'esforç, les hores de feina i l'inconformisme són fonamentals per a assolir l'èxit en allò que volem.

Pots veure les declaracions de Ricky Rubio en aquest enllaç:

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

El psicòleg Anders Ericsson, després d'estudiar professionals fora de sèrie de diferents àmbits, va formular la **teoria de les deu mil hores**. El denominador comú d'aquests professionals era el seu compromís total amb la feina, més que no pas una habilitat especial. I aquest compromís els feia dedicar moltíssimes hores, des de ben joves, a allò que els i les apassionava. A partir de deu mil hores de dedicació intensa es considera que una persona és experta en un tema o àmbit concret. Per tant, és qüestió d'hores que tu arribis a l'Everest creatiu que et proposis.

No valen les excuses.

«La feina guanya al talent quan el talent no treballa prou.»

Kevin Durant

En la mateixa línia, l'oncle i exentrenador del tennista Rafael Nadal, té com a màxima:

«Mai una excusa ens ha fet guanyar un partit.»

Toni Nadal

En aquesta conferència inspiradora, Toni Nadal explica les claus del seu èxit com a entrenador: <https://www.youtube.com/watch?v=FXL2G1p-EDw>



SENSE EXCUSES, CREUS QUE POTS DEDICAR 7 MINUTS DIARIS, ELS 7 DIES DE LA SETMANA, A FER ALGUN EXERCICI CREATIU?

Busca un objecte que et recordi que has de fer la teva rutina mental diària, posa't una alarma divertida o aprofita estones mortes (com ara esperar l'autobús) per a convertir-les en moments d'alt rendiment creatiu.

Pots començar amb desafiaments senzills, que després s'aniran sofisticant o complicant. Per exemple, aprofita el trajecte de casa a la feina per pensar o escriure un conte breu. Quan n'hagis fet uns quants (tinguis prou fluïdesa), proposa't limitar-te encara més el temps i escriure un microconte entre parada i parada d'autobús o metro.

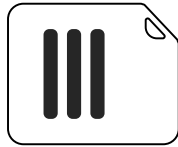
Planteja't exercicis que et diverteixin perquè és important que no renunciïs a la teva sessió diària de cal·listènia mental.

Tot seguit et proposem un calendari d'exercicis que hauries d'anar revisant cada setmana (de fet, un dels exercicis de diumenge és concretar el pla de *fitness* creatiu de la setmana següent).

DILLUNS

*Llegeix
alguna cosa
diferent*

Diari, revista,
de temes no
habituals



DIMARTS

*Canvia de
trajecte*

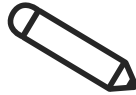
Ves per llocs
no habituals i
fixa't en tot



DIMECRES

*Escriu
micro-relats*

Mentre
esperes el
bus, durant un
trajecte...



DIJOUS

*Inventa
una recepta*

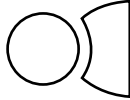
T'animes a
preparar un
sopar original?



DIVENDRES

*Reorganitza
el teu entorn*

El teu despatx,
l'armari de
roba, la teva
imatge!



DISSABTE

*Envia
una carta*

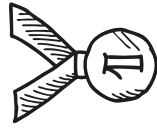
A algú que
fa molt que
no veus (o el
contrari)



DIUMENGE

*Inventa
un acudit*

I pensa en
el pla de la
setmana
vinent



DILLUNS

DIMARTS

DIMECRES

DIJOUS

DIVENDRES

DISSABTE

DIUMENGE

Aquí tens una plantilla perquè la omplis cada setmana i, sobretot, posis en pràctica les tècniques que has anat descobrint. Recorda que és la recerca el que compta, no la treballa. L'important és la motivació i l'esforç. Aprendre els mètodes no és suficient si mai no s'utilitzen.

Ricky Rubio explica l'anècdota que Michael Jordan va fer un tir lliure en un partit amb els ulls tancats. Que la pilota entri no és sort, ni talent, és que ha practicat tant, ho ha repetit tantes vegades i ha interioritzat tant la tècnica, que no cal que vegi la cistella.

Aníbal Puente ens confirma en el seu llibre *El cerebro creador* que hi ha proves contundents que demostren que la creativitat es pot millorar mitjançant l'entrenament i que aquest augmenta la capacitat creativa de les persones.

Certament, la creativitat es pot concebre com un procés incremental. Les persones creadores no necessàriament han de tenir característiques extraordinàries, sinó que fan el que tots som capaços de fer: modificar les respostes habituals per a resoldre situacions noves.

El que sí que han de tenir és una curiositat extraordinària i unes ganes de treballar increïbles.

No hi ha més secrets. Totes les altres coses són tècniques o recursos que et poden ajudar a fer-te preguntes o a fer connexions.

«Associar elements en aparença dispars de maneres noves, trobant una nova connexió entre ells, és la columna vertebral de la creativitat.»

Michael Michalko

Seràs tu qui haurà d'agafar i interioritzar les tècniques de tal manera que, amb la pràctica, les automatitzis i no siguis conscient ni tan sols que les utilitzes (igual que un expert conductor no pensa que primer ha d'embragar, després posar la primera, prémer l'accelerador, etc.).

L'OBJECTIU ÉS QUE NO HAGIS DE PENSAR EN LES
TÈCNiques PERQUÈ ET PUGUIS CENTRAR A PENSAR.

Amb majúscules i en gran. Pensar-hi molt i molt.

Així, doncs, fes-te preguntes (moltes), fes connexions (com més rares, millor) i fantasieja. No hi ha més trucs per a continuar creant en un món en què queda tant per fer.

No defalleixis: el caràcter creatiu també es forma amb la dificultat. I no creguis mai que una idea és la millor que pots tenir. Com deia un altre gran publicitari:

«Allò que és bo és enemic d'allò que pot ser excel·lent.»

Sir Frank Lowe

No et conformis i sigues el o la millor entrenadora que puguis tenir per a millorar cada dia la teva creativitat.

Aquí t'hem proposat fer rutines de *fitness* creatiu seguint el fil conductor de l'esport, però et convidem a adaptar els exercicis amb la temàtica que et calgui o prefereixis. Tot s'hi val perquè tot pot convertir-se en un detonador vàlid per a la teva creativitat.



APLICA LES TÈCNiques EN EL TEU DIA A DIA LABORAL O PROFESSIONAL I COMPARTeix LA TEVA EXPERIÈNCIA AMB QUI VULGUIS. LA CREATIVITAT S'ENCOMANA!

Solucions



Has hagut d'agafar tres mitjons per a assegurar que dos serien del mateix color.



Han anat junts al gimnàs un pare, amb el seu fill i el seu net.



Sí, si punxes la pilota quan està desinflada no surt aire ni fa soroll.



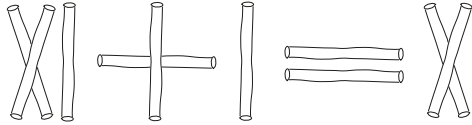
El teu company tenia 5 peses i tu en tenies 7.



No és possible fer mig forat.



Només cal girar la imatge, així:



L'embocall costa 0,05 euros i la barreta 1,05 euros (és 1 euro més cara).



Cal girar els dos rellotges de sorra alhora i, quan acabi el de 5 minuts tornem a girar-lo. Quan acabi el de 8 minuts, a l'altre li'n quedaran encara 2, per tant, si girim el petit encara tardarà 3 minuts (sumats als 8 que ja havien passat, obtenim els 11 que hem d'estar a l'aparell de rem).



La noia tenia singlot.



Sí, és possible perquè són parella.



COMPARA LES TEVES RESPOTES AMB LES QUE ES CONSIDERAVEN COMUNES I CREATIVES. CAL POSAR-LES EN CONTEXT I, SOBRETOT, ENTENDRE QUE SÓN UNA ORIENTACIÓ.

Quantes coses poden ser cadascun d'aquests dibuixos?

RESPOSTA COMUNA: Taula amb coses al damunt.	
RESPOSTA CREATIVA: Peu i dits.	
RESPOSTA COMUNA: Tres persones assegudes al voltant d'una taula.	
RESPOSTA CREATIVA: Tres ratolins que mengen formatge.	
RESPOSTA COMUNA: Flor.	
RESPOSTA CREATIVA: Laminadura que explota i es trenca en mil bocins.	
RESPOSTA COMUNA: Dos igitls.	
RESPOSTA CREATIVA: Dues bales d'afalls sobre una catifa voladora.	

Què tenen en comú *carn i llet*?

RESPOSTA CREATIVA: Totes dues provenen d'animals.

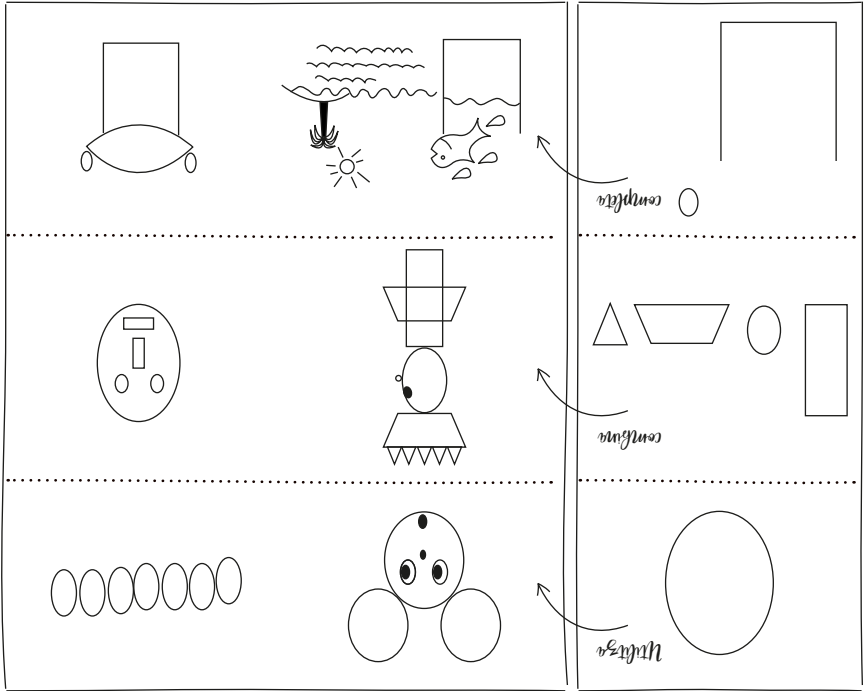
RESPOSTA CREATIVA: Totes dues són inspeccionades pel govern.

De quantes maneres es pot fer servir un diari?

RESPOSTA CREATIVA: Per a fer un barret de paper.

RESPOSTA CREATIVA: Per a estripar-lo si t'enfades.

Font: TORRANCE, E. (1962). *Guiding Creative Talent*. New Jersey: Prentice-Hall.



COMPARA LES TEVES RESPOTES AMB LES QUE TORRANCE CONSIDERAVA MÉS O MENYS CREATIVES. CAL POSAR-LES EN CONTEXT I, SOBRETOT, ENTENDRE QUE SÓN UNA ORIENTACIÓ.





Aquest material de *fitness creatiu* és una proposta de Sílvia Sivera Bello, creativa publicitària, professora i investigadora de la UOC.

Si amb aquestes pàgines has exercitat algunes tècniques creatives i has aconseguit cert grau d'automatització...

... Si a més has comprovat de manera evident que tots podem ser creatius/ves (si ens ho proposem), a partir de qualsevol detonant que ens fixem...

... I si sents que ara la teva ment està més en forma i receptiva a noves idees... has aconseguit els objectius!

Si vols fer algun suggeriment a l'autora, pots contactar directament amb ella: ssivera@uoc.edu

Primera edició: febrer 2020

© Sílvia Sivera Bello

Tots el drets reservats

© d'aquesta edició, FUOC, 2020

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Realització editorial: FUOC

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars dels drets.