



In Genio Creativo

*Irma Laura Cantú Hinojosa**

Reseña del libro:

Peter Fisk (2012): In Genio Creativo.

Editorial: Grupo Editorial Patria, México.

Páginas: 373.

ISBN: 978-607-438-476-5.

D

el tema de creatividad e innovación se ha escrito mucho, algunos textos con bases más científicas, otros con un sentido más conceptual y otros tantos movidos por la motivación y buscando la auto-superación.

InGenio Creativo es un libro que aborda los temas de creatividad e innovación, partiendo de que "las ideas son la moneda de cambio actual". Los cambios tan acelerados que nos presenta la sociedad actual, se manifiestan en una continua transformación que impacta en todos los ámbitos. Las nuevas tecnologías, economías, culturas, la cibersociedad y la aparición de nuevos valores están generando transformaciones tan profundas que para subsistir se requiere de explorar nuevos ambientes o sitios diferentes que permitan nuevas oportunidades en todos los sentidos; se requiere de "ser más curioso y creativo para poder ver las cosas de modos distintos y pensar diferente".

El libro inspira a llegar ahí donde nadie se ha atrevido a explorar, es decir, "pensar en grande en el mundo complejo de hoy"; no es fácil desafiar los propios convencionalismos y atreverse a pensar utilizando nuevas esquemas de pensamiento, el texto propone mecanismos y herramientas para operacionalizar los procesos mentales y promueve un razonamiento creativo, ofrece una serie de estrategias, análisis de muchos casos de estudio, vinculación con el mundo de los negocios, la empresa, las artes y el diseño, en él se combina el pensamiento inspirador, reflexivo y la aplicación práctica.

El libro InGenio Creativo fue realizado por Peter Fisk quien es un asesor de empresas y líder empresarial y ha trabajado con algunas de las compañías más innovadoras del mundo; dirige Genius Work un bufete de innovación acelerada creado con el fin de desarrollar estrategias y programas mediante reflexiones profundas y pensamiento reflexivo y creativo; se relaciona con emprendedores sociales combinando programas de coaching ejecutivo y desarrollo personal.

* Arquitecta y Doctora en Educación; Profesora-Investigadora de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León y miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I (CONACYT). irma.cantu@uanl.edu.mx

Aunque por su aparente practicidad pudiera pensarse que no se detiene en una reflexión profunda, se observa en el texto que es más bien a partir de ésta que propicia nuevas propuestas y agrega enfoque y practicidad.

El libro está estructurado en cinco apartados; el primero de ellos Desde el futuro, analiza varios casos de estudio de diferentes personajes en la historia contemporánea que son identificados como personas que se "adelantaron a su tiempo". Iniciando por Leonardo Da Vinci, el diseñador de naves espaciales Vigin Galactic, también el máximo diseñador de juegos de nintendo Shigeru Miyamoto, el ganador del Premio Nobel Muhammad Yunus, entre otros; aborda el tema de la creatividad y el diseño, exaltando el poder de las ideas, la fusión entre contenido y forma en éste último; el tema de la innovación con la intención de mejorar la vida de las personas por medio de concretar ideas creativas para solucionar diversos problemas, termina ofreciendo un "laboratorio de genios", donde "la inspiración se funde con la transpiración", analizando una estrategia innovadora para el diseño, de Steve Jobs.

En el segundo apartado llamado Fábrica de Ideas, sin dejar de analizar casos contemporáneos, aborda temas que invitan a la reflexión y a re-conceptualizar la idea de creatividad a partir de herramientas que permiten su operación y practicidad, conjuntando ideas desde diferentes perspectivas y la visualización de escenarios futuros, se analizan los extremos y los paralelos, la discontinuidad y la perturbación como algunas de las técnicas para activar el potencial creativo, el apartado termina al ofrecer una "Caja de herramientas para generar ideas" que permiten ampliar sus conceptos desde el futuro y conjuntar ideas de diferentes perspectivas.

El tercer apartado es El estudio de diseño, también analizando diversos casos motiva hacia la mentalidad diseñadora con actitud intelectual, propone reformular contextos, explorar la co-creación, la experimentación y el arrojo de fusiones conceptuales; el diseño de experiencias analizando el caso del museo Guggenheim Bilbao del arquitecto Frank Gehry. Termina este apartado con la evaluación de conceptos y ofreciendo una "Caja de herramientas de diseño".

El apartado número cuatro, denominado Zona de impacto, analiza diversos casos de empresas en donde las estrategias de creatividad práctica en relación a la mercadotecnia y a esquemas innovadores de negocios, han sido los puntos claves para el desarrollo competitivo de éstas y sus diseñadores. Aborda modelos de rentabilidad y de negocios para innovación exitosa, propuestas de marca para forjar ideas relevantes y distintivas, estudia el moldeamiento de los mercados aún en medio de las crisis, la protección de las ideas, la mejora del rendimiento a partir de las ideas innovadoras y los resultados. Finaliza el apartado ofreciendo la "Caja de herramientas para un alto impacto".

Finalmente el apartado cinco llamado Ahora avancemos, siguiendo la misma estructura del análisis de casos, el autor reta al lector a desafiar las creencias convencionales, las suposiciones e incluso las reglas establecidas, alienta a la consideración de alternativas incluyendo campos no vinculados a la disciplina de partida; menciona que "los mejores innovadores son grandes observadores de la gente y de su comportamiento" (p.293), todo con la finalidad de mejorar la vida de la gente por medio de la transitar de las ideas a la creación, de la creación a la solución creativa de problemas por medio de realizar una administración y gestión de la innovación y del diseño, de personas creativas y de proyectos innovadores.

En síntesis, el libro aporta mucha información desde otros puntos de vista no muy explorados relativa al tema de la creatividad e innovación destacando el análisis de numerosos casos de estudio donde se puede validar la teoría propuesta, esto es quizás lo más valioso del libro, que además podrá ser un texto útil para aquellos profesores e investigadores, profesionales y estudiantes que estén involucrados no solo en el proceso creativo sino en los de gestión e innovación de objetos de diseño, ya sea industrial, arquitectónico, gráfico e incluso urbano, así como en la investigación de ellos.
