

Manual Thinking, una herramienta innovadora para construir proyectos en equipo

Luki Huber y Gerrit Jan Veldman son los diseñadores y creadores de *Manual Thinking*, «una herramienta que facilita el trabajo en equipo ya que ofrece un formato eficaz y amable con el que afrontar las diferentes fases de creatividad, exploración, priorización y organización de un proyecto de manera dinámica y estructurada».

Dolores Martín Villalba

Visualiza una pizarra blanca de grandes dimensiones sembrada de *post its* de colores, dibujos, flechas, gráficos, ideas principales encerradas en elipses de color rojo que derivan en otras ideas. Todo ello dispuesto de forma aparentemente caótica pero ordenada a través de conexiones lógicas. El visual *thinking* o pensamiento visual, concepto tratado por el psicólogo y filósofo alemán Rudolf Arnheim a finales de los sesenta, consiste básicamente en plasmar y expresar ideas a través de dibujos o representaciones visuales creando conexiones entre estas con el objetivo de comprenderlas, establecer objetivos, plantear soluciones, impulsar nuevas ideas, etc. Así, en un golpe de vista podemos abarcar el origen de una idea y todo su desarrollo mediante los mapas mentales.

Las fases del visual *thinking* según Dan Roam, uno de los grandes expertos en la materia son cuatro: mirar, ver, imaginar y mostrar. «Mirar» es la fase consistente en la absorción de la información visual, recopilación y selección; «ver» es la fase basada en la selección de la información interesante y en su agrupación bajo unas pautas determinadas; la siguiente fase, «imaginar», consiste en la interpretación y manipulación de los elementos para descubrir nuevas pautas entre ellos, y por último, «mostrar», es la fase basada en la muestra del resultado a otras personas para que éstas devuelvan la retroalimentación.

Tan importante como tener una idea o proyecto es disponer de la herramienta y el método más adecuado para materializar su desarrollo y puesta en práctica, contando con aquel que permita la visualización de la innovación inteligible y comprensible para todos, para trabajar sobre ella en equipo y para hacerlo a lo largo del tiempo. Aunque hay diferentes herramientas que favorecen la reflexión e innovación y facilitan una comprensión más profunda y significativa del proyecto y de sus posibilidades, destacamos en esta ocasión por su practicidad *Manual Thinking*.

Es una herramienta para trabajar en equipo y generar ideas, visualizarlas, desglosarlas, ordenarlas, relacionarlas y priorizarlas

Manual Thinking es una herramienta que permite crear mapas desplegados de gran formato a través de etiquetas removibles que cuentan con varias formas, colores y tamaños. Por un lado, las etiquetas invitan a los usuarios a anotar y dibujar sus ideas y opiniones de forma sintetizada. Por otro, la superficie del mapa sirve como soporte amplio donde se pueden ordenar las etiquetas rellenas para construir conjuntamente, a través del trabajo en equipo, un documento que representa un resumen visual del pensamiento colectivo de los usuarios. El mapa resultante tiene un lenguaje uniforme y comprensible. Además la pizarra plegable es fácil de archivar y de compartir favoreciendo el trabajo en equipo a lo largo del tiempo.

De esta manera describen sus diseñadores, Luki Huber y Gerrit Jan Veldman, esta herramienta innovadora para el desarrollo de proyectos que propone una forma novedosa y efectiva de trabajar en equipo. Mediante la misma se pretende promover el trabajo de manera activa y metódica en reuniones de diversos ámbitos profesionales o educativos, entre otros. Para los autores la clave de la herramienta radicaba en diseñar un producto que respondiera a dos conceptos básicos: novedad y funcionalidad.



Entre sus principales ventajas *Manual Thinking*:

- Ofrece la posibilidad de materializar la palabra hablada en escrita, representada a través de bocetos. Como apunta Huber, «las palabras se las lleva el viento, los dibujos se quedan».
- Se trata de una herramienta que potencia el trabajo democrático pues suprime las manifestaciones de ego que suelen producirse en las reuniones cuando un experto quiere hacer valer una idea o argumento

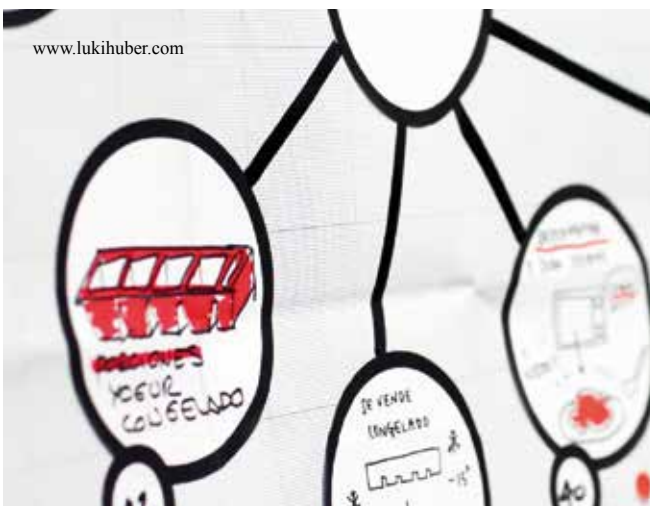


por encima de la de otros miembros.

- Su facilidad para mover las etiquetas y plegar o desplegar el mapa, favorece el trabajo sobre una misma idea o proyecto durante largos periodos de tiempo, así como su archivo.
- Facilita el orden y priorización de ideas aplicadas a cualquier proyecto o disciplina.
- Permite explorar en profundidad las diferentes ideas o alternativas sobre la misma.

Manual Thinking permite crear mapas desplegables de gran formato a través de etiquetas removibles que cuentan con varias formas, colores y tamaños

Manual Thinking, además de ser una herramienta, mapa desplegable y etiquetas, cuenta con un libro que sirve como guía que presenta diversos métodos para generar ideas; enseña la manera de visualizarlas, desglosarlas, ordenarlas, relacionarlas o priorizarlas, ayudando a los equipos a pensar y construir conjuntamente, a explorar nuevas ideas o descartar proyectos que no son económicos o ecológicos. Indagar la mayor cantidad de caminos nos permite dar, finalmente, con la opción más prometedora optimizando los tiempos invertidos.



ESPACIO
DIRCOM

dircom
Asociación de Directivos de Comunicación

Escuelas de Negocio y Comunicación

Aprender comunicación
haciendo comunicación

Ricardo Gómez Díez

Socio docente de Dircom

Consultor y profesor experto en reputación

Aprender haciendo o enseñar con ejemplos partiendo de la realidad para transformarla, precisamente. Fueron Dewey y Kilpatrick quienes acuñaron el concepto *Learning by doing*. Ivey, también a principios del s. XX, propuso el método del caso que muchas escuelas de negocios en el mundo utilizan hoy para formar a sus alumnos.

Por eso, desde Dircom pensamos que para cumplir con nuestra misión (poner en valor la figura del director de comunicación) y visión (hacerlo actuando como transmisores de conocimiento en comunicación) tenemos que promover la escritura de casos para ser utilizados por futuros primeros ejecutivos y directivos de otras áreas funcionales. El primero fue elaborado con el IESE en el 2012, el segundo, con el IE, lo será el próximo año 2016 y contará con doce nuevos casos escritos por profesores de la escuela y coordinados por mí mismo.

Queremos que los futuros estudiantes se enfrenten a las decisiones —a menudo difíciles— a las que se enfrentan los propios Dircom en el día a día y aprendan a resolver situaciones reales y concretas, desarrollando y aplicando sus conocimientos, pero también sus habilidades, además de aprendiendo del resto de compañeros. Hace 3 años fueron Ferrovial, Santander, Deloitte, Coca-Cola, Novartis, la Caixa, DKV, Gas Natural Fenosa, BBVA o Aena, entre otras empresas, las que pudieron ver sus casos analizados en el libro. El próximo año esperamos que otras muchas también lo hagan. Para ello, hemos empezado ya a trabajar en el segundo libro de casos de Dircom; seguro que será, asimismo, un éxito.