

## Richard Gerver: "Les habilitats que busquen les empreses les tenen els nens"

Publicat per [Interacció](#) [1] el 14/11/2016 - 11:20 | Última modificació: 05/02/2026 - 15:13



Entrevista de Laia Corbella publicat a [Via Empresa](#) [2] el 8 de novembre del 2016.

[Fes clic aquí per veure l'article original](#) [3]

**Convertit en un dels assessors més sol·licitats per governs i institucions, l'exprofessor britànic aposta per l'art i la cultura com a motor de transformació de les empreses**

**Richard Gerver** (Londres, 1969), com Ken Robinson, és un gran orador. El seu gran èxit va ser convertir la [Grange Primary School](#) [4], un dels pitjors col·legis de la Gran Bretanya, en un dels centres més creatius i innovadors del món, fet que li va atorgar el títol de *Millor Director* en els *British National Teaching Awards*. Des de llavors, Gerver s'ha convertit en **un dels pensadors educatius més sol·licitats per governs i institucions que aposten per un model on la creativitat i la innovació són el motor per sobreviure**.

[Autor de diversos llibres](#) [5] i **col·laborador de Google, Microsoft, Morgan Stanley i la catalana Puig**, entre d'altres, Gerver ha continuat la seva trajectòria professional com a **assessor de política educativa** al govern de **Tony Blair** i durant la recent campanya de **Hillary Clinton** a les eleccions presidencials. "Si l'equip de Donald Trump m'ho hagués demanat, també l'hauria assessorat; sóc un professor de primària de Londres que ha tingut el privilegi de formar part de la història", explica durant una entrevista a [VIA Empresa](#) [6].

Aquesta setmana Richard Gerver ha fet una parada de dos dies a Barcelona per participar com a ponent inaugural del [CultHunting Day](#) [7], una jornada que aquest dimarts celebra la cinquena edició i que té com a objectiu **revolucionar el sector empresarial a través de l'art i la cultura**.

**El 65% dels infants que avui són a Primària acabaran [treballant en feines que encara no existeixen](#) [8]. Com hauria de ser la seva educació?**

Preparem els alumnes per viure en un entorn de certesa. Eduquem els nostres fills amb paràmetres dels anys 50, paràmetres que funcionaven molt bé en l'època industrial com ara memoritzar rutines. Ara bé, si no coneixem com seran els llocs de feina del futur, hem de canviar ja el sistema educatiu; els nens han d'estar preparats per viure en un entorn d'incertesa, estar disposats a aprendre constantment, ser curiosos, resoldre problemes, ser creatius i col·laborar els uns amb els altres. Els problemes del món actual els hem creat nosaltres, però els hauran de resoldre les noves generacions. És impossible que ho aconseguixin amb els mateixos coneixements i metodologies que hem après nosaltres o fins i tot els nostres avis.

**Totes aquestes característiques dels nens són les habilitats més buscades a LinkedIn...**

Exacte! M'he passat la major part de la meua vida laboral treballant com a professor amb nens petits, però en els últims deu anys he col·laborat amb organitzacions mundials com Google, Microsoft, Morgan Stanley, Puig ... Totes aquestes companyies volen que els seus treballadors siguin creatius, més flexibles, resilents, que assumeixin riscos. Aquests treballadors existeixen, el problema és que són menors de cinc anys! Com és possible que totes



les habilitats que les organitzacions volen que tinguin els seus treballadors, sigui la definició del que és un nen? Quan ens preguntem "Com ho podem fer perquè els adults siguin més creatius, innovadors i emprenedors?", estem formulant malament la pregunta. El que ens hem de preguntar és què fem com a societat que fa que perdem aquestes capacitats. Naixem curiosos, innovadors... El 75% del que aprenem al llarg de la nostra vida ho aprenem abans dels cinc anys: llenguatge corporal, vocalització... A tots els nens els agrada cantar perquè ningú els ha dit que canten malament o que no ho poden fer.

### **Com l'art i la cultura ajuden a impulsar la creativitat a les empreses?**

Quan parlem de portar la cultura i l'art a una organització no ens hem d'imaginar tots els treballadors pintant dibuixos; és una estimulació mental. La gent no pot ser creativa si té la mateixa experiència quotidiana; la creativitat necessita noves vivències. El canvi i la transformació són un procés humà. Les organitzacions no entenen que hem de transformar la manera en què les persones pensen i es comporten i, en aquest sentit, l'art i la cultura són una eina que es pot utilitzar per crear aquesta transformació.

*Richard Gerver participa com a ponent del CultHunting Day. Haidy Blanch*

### **L'empresa vol resultats i els vol a curt termini...**

Hem de ser curiosos. L'art i la cultura no són la resposta. Del que es tracta és que els treballadors tinguin noves experiències per estimular el pensament crític. Només cal mirar a les organitzacions més dinàmiques d'aquest segle: en part, la raó per la qual han tingut tant d'èxit és perquè tenen un marc cultural diferent, no tenen l'herència de la història. Google ofereix experiències culturals i artístiques als seus treballadors no perquè vulgui donar bona imatge, sinó perquè forma part de la seva estratègia. A Pixar hi ha la *Pixar University* (creada un any després de l'estrena de *Toy Story*) on cada treballador, durant una setmana ha de deixar el seu lloc de feina i explorar noves disciplines com l'escultura, el dibuix o la gastronomia. L'única condició és que el treballador no pot fer res que tingui a veure amb la seva tasca diària, ha d'estar relacionat amb la seva passió.

### **Estem acostumats a mesurar-ho tot; ens encanten les mètriques i els rànquings. Com es mesura la creativitat i la innovació?**

No es pot dissenyar un procés d'innovació per assolir els mateixos resultats. Estem massa focalitzats en els resultats, en els beneficis, en les notes dels exàmens...i ens oblidem de la qualitat del procés. Hem de desenvolupar un procés d'avaluació nou, amb paràmetres diferents dels actuals. La innovació no es contraria a la productivitat; si mirem el món empresarial modern, la innovació impulsa la productivitat. Un dia Steve Wozniak, cofundador d'Apple, qui per cert és un guitarrista brillant, em va dir: "Hi ha molta porqueria escrita sobre Steve Jobs però una de les certeses que feia que Steve Jobs fos un geni era que creia fermament que Apple havia de crear coses noves, havia d'inventar. Perquè si només ens dedicàvem a produir productes brillants i exitosos, l'empresa moriria en tres anys. La seva premissa era: "És millor que inventem productes i serveis que fallin i fracassin que no pas produir coses que funcionen". Aquesta és la cultura que hi ha darrere dels emprenedors. S'ha de trobar el camí per estimular constantment la imaginació.

### **Un dels seus èxits ha estat convertir una de les pitjors escoles de Londres, en un dels centres més innovadors del món. Com s'aconsegueix?**

Teníem la típica escola amb fracàs escolar, de fet el govern britànic la volia tancar. Sabia que l'aprenentatge es genera a partir de l'experiència així que si volíem que els nostres alumnes desenvolupessin habilitats, havíem de fer que les matemàtiques i les llengües fossin més rellevants, ja que amb els llibres de text i dient-los que aquests coneixements són importants per aprovar l'examen, no n'hi ha prou. Vam crear una ciutat dins l'escola, una societat on els alumnes tenien negocis, un programa de televisió i de ràdio, on parlàvem dels beneficis de les empreses, dels pressupostos, de la comunicació, de la inversió que necessitàvem per fer projectes més sostenibles... I això que els alumnes més grans d'aquesta escola tenen 11 anys! En dos anys, vam duplicar els resultats dels exàmens perquè vam crear una cultura d'aprenentatge a través de l'experiència no només perquè has de passar un test.

### **S'aprèn més fent el que és correcte o cometent errors?**



Només aprenem si cometem errors. Mai aprendràs res de nou si sempre ho fas bé. És un error pensar que tot el que fem ho hem de fer bé, correcte i a la primera. Els adolescents cada vegada es tanquen més perquè tenen por d'equivocar-se o fer el ridícul davant dels seus companys. La raó per la qual quan tenim menys de cinc anys aprenem més que en qualsevol altre període, és perquè cap menor de 5 anys té por d'equivocar-se. Els millors estudiants són els que tenen el coratge d'equivocar-se.

[Inicieu sessió](#) [9]o [registreu-vos](#) [10]per a enviar comentaris **Etiquetes:** innovació cultural

**Etiquetes:** sectors culturals i creatius

**Etiquetes:** economia de la cultura

**Etiquetes:** educació i cultura

- [11]

**URL d'origen:** <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2016/richard-gerver>

**Enllaços:**

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <http://www.viaempresa.cat/>

[3] <http://www.viaempresa.cat/ca/notices/2016/11/richard-gerver-les-habilitats-que-busquen-les-empreses-les-tenen-els-nens-22251.php?>

[4] <http://www.grangeprimaryschool.org/>

[5] <http://www.richardgerver.com/publications>

[6] <http://www.viaempresa.cat/index.php>

[7] <http://www.culthunting.com/ca/>

[8] <http://www.viaempresa.cat/ca/notices/2016/01/el-que-caldra-saber-per-treballar-l-any-2020-17226.php>

[9] <https://interaccio.diba.cat/>

[10] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[11] <https://interaccio.diba.cat/node/6804>