

**MAGISTER
COMUNICACION
APLICADA**
UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO · 2008

Creatividad una actitud transformadora
(Working Paper)



Paper para mención en Innovación y Creatividad
Escrito por Rodrigo Frías Rivas
Publicista, Licenciado en Comunicación Persuasiva
Agosto, 2008
friasrod@gmail.com
<http://www.rodrigofrias.com>

Resumen Ejecutivo

Nos hemos encontrado en un punto de la sociedad, donde el consumo, los commodities y el individualismo nos han llevado a un vacío personal. Nos estamos construyendo por títulos y poderes, y no por nuestra felicidad interna.

Las presiones que se encuentran hoy, no dejan espacios para la autorrealización. Por lejos se ha dejado atrás la creatividad como motor de vida.

La actitud de cómo vivir, enfrentar los desafíos, solucionar los problemas y simplemente vivir, se ha transformado en la tónica que muchas personas y organizaciones están pendientes de solucionar. Preocupándose del cambio, pero no ocupándose de cómo integrar la actitud creativa hasta en el mínimo detalle.

Miedo al fracaso, al riesgo, poca cultura, una actitud diferente, menciones menores a ciertas metodologías son algunas de las teorías que se cruzan en común para desarrollar en este (working) paper .

Este documento se presenta como un primer borrador sobre la creatividad, como actitud transformadora. Haciendo énfasis principalmente al cambio de actitud interna de cada persona y organización, alineando los principales conceptos a considerar al hablar de creatividad.

No se busca profundizar en metodologías teóricas existentes como CPS, Triz, Brain Storming, entre otras más en esta primera etapa.

“Las vidas de las personas cambian cuando ellas cambian algo que hacen cada día.” (Maxwell, John. 2007).

Estamos en un mundo cada vez más estructurado, cada vez menos arriesgado ante nuestra forma de tomar decisiones. Muchas veces hemos temido por perder lo que estamos acostumbrados a ver y tocar todos los días.

Todo se nos hace tan similar cuando conocemos lo que hemos recorrido, el camino de ida es igual al de vuelta según los tradicionales, pero cuando deseamos lo que denominamos como “sueños” nos alienta a dejar nuestros zapatos, pero la verdad no nos atrevemos a cruzar y dejar lo que cómodamente nos es familiar, o aquel camino ya recorrido. No sé si será la razón de perder la fe en lo que hemos construido, o es simplemente un miedo de caminar por nuevas calles que nos proveen de otros paisajes, experiencias e inspiración para mantener la imaginación en su posición de agente creador.

Lo cotidiano es un concepto que nos aleja sustancialmente de nuestra naturaleza de ser creativo. Nos aleja y nos dificulta la tarea de creer y ver nuestras capacidades, pero la verdad no deberíamos creer en este concepto que siempre tiene una parte de nosotros, como un “cable a tierra” recordándonos lo vulnerables que somos, y que podemos caer desde muy alto, diciéndonos cómo ver, cómo vivir, cómo soñar, cómo jugar, como si fuese alguien que alguna vez haya estado al otro lado del camino viendo lo distinto que es todo cuando una actitud creativa se apodera como un modo de establecer los colores bajo otros tonos, de definir los nombres como si nunca hubiesen existido, menos recordando lo lineales que fuimos alguna vez.

Al parecer la inocencia creativa ha sido asesinada por la pérdida de valor y actitud por querer ver lo que nos rodea desde una filosofía lineal.

Nos hemos abastecido de una cultura tradicional con escasez de juego. La niñez que alguna vez fue nuestra fuerza y motor creador que nos acompañaba todo el día sin la necesidad de estar despiertos, ahora es un pasado decorado de buenos recuerdos que son sólo parte de los niños o jóvenes revolucionarios que quieren cambiar el mundo. El resto de los seres, vuelven a su estado neutro de imagen, lujos, nombres y apellidos, a un mundo válido por lo que los acepta.

Nuestra imaginación y forma de soñar ha sido un tema que ha inspirado a miles de autores a tratar, buscando procesos y caminos que hagan de una creatividad sólo

para “personas creativas” un acceso universal para todas aquellas personas que quieren volver a sentir la imaginación y la creatividad como parte de su esencia.

No nos engañemos, todos quieren estar nuevamente donde dejaron por última vez su inocencia creativa, para volver a salir a ver cómo el mundo puede ser cambiado sólo cerrando los ojos y tornando el negro en un dibujo diferente, cambiando las formas, los espacios, las dimensiones, los colores, lo que no nos hacía sentido ayer, ahora lo vemos como lo natural dentro de su estado.

Abajo los patrones dirían los revolucionarios, olvidémonos de las preguntas, demos espacio a las respuestas podrían complementar los científicos, ayudándonos a salir nuestro sitio, pero la verdad es que el paradigma de la creatividad nos ha dejado mirando desde una perspectiva sin curvas y texturas. Hemos hablado más sobre el cómo ser creativos que la práctica misma, las fórmulas pueden ser descritas en variadas opiniones e investigaciones, pero la verdad se trata de una actitud transformadora la que nos ayudará a salir fuera de la caja, trayéndonos de vuelta nuestra personalidad creativa que todos tienen dentro, haciendo todas aquellas cosas que solíamos hacer años atrás.

Definición de Creatividad

En el Diccionario de la Creatividad (2006), escrito por el Doctor y Académico, Ricardo López se pueden encontrar un sinnúmero de definiciones en el más amplio espectro de la Creatividad y sus conceptos asociados.

A lo largo del diccionario convergen muchas ideas generadas desde diferentes ángulos, que dejan la puerta abierta o un círculo por no cerrar ante este tema tan ambiguo para tantas personas, y para otras un estilo de vida cotidiano. Incluso el mismo autor introduce las numerosas definiciones existentes. Dejando una como principal:

“Capacidad para formar combinaciones, para relacionar o reestructurar elementos conocidos, con el fin de alcanzar resultados, ideas o productos, a la vez originales y relevantes. Esta capacidad puede atribuirse a las personas, grupos, organizaciones y también a toda una cultura. En una medida importante, la creatividad equivale a una cierta manera de utilizar lo que está disponible, a hacer un uso infinito de recursos necesariamente finitos.” (López, Ricardo. 2006).

Independiente de los pensamientos y definiciones individuales o colectivas que podamos encontrar en el camino. La actitud creativa siempre estará sujeta más que

en palabras a hechos de cada persona. Principalmente porque todo lo que podemos decir son palabras que van en contra del viento en muchas culturas no pensadas para fomentar la creatividad, y en donde el bloqueo proviene desde la educación, lugar de trabajo, incluso en los grupos cercanos, inhibiendo la capacidades dinámicas de las personas que se basan en su creatividad.

Ante este tipo de contexto, nace la real importancia de poder aprender a convivir con esta realidad desde una perspectiva distinta. Dado que las definiciones son sólo guías para entender una vida creativa. Necesitamos encontrar una definición sobre la actitud que podría ser más útil para comprender los conceptos asociados en los que debemos tener énfasis para nuestra vida, y que éstos nos lleven a ser aplicados en nuestras competencias creativas.

“Llamamos actitudes para la creatividad a ese conjunto de orientaciones hacia la experiencia, que constituyen elementos claves en el desarrollo de los procesos creativos. Entre ellas se incluyen la sensibilidad a los problemas, la tolerancia a la ambigüedad, la apertura a la experiencia, la motivación intrínseca, la aceptación del error y el riesgo, y el manejo de la incertidumbre, entre otras. La presencia evidente de estas actitudes demuestra que la creatividad no es un fenómeno estrictamente cognitivo, pese a que la perspectiva cognitiva ha sido la tendencia dominante de las investigaciones en el área.” (López, Ricardo. 2006).

El desarrollo personal de estas actitudes son un paso fundamental y necesario para poder llevar la creatividad a un plano real , y así no se arraigue en un aspecto netamente cognitivo. Ya que generalmente se podría determinar en dos sucesos:

- 1.) El ser creativo es un “don” que sólo lo pueden desarrollar las personas que intrínsecamente han nacido con él.
- 2.) En caso de querer ser creativo –sin tener “el don”- la única forma de serlo es a través de un aprendizaje cognitivo.

Este escenario se construye entre mitos y paradigmas sociales que encasillan la libertad creativa.

Podríamos detallar la exploración creativa de Leonardo da Vinci a lo largo de su vida, basada principalmente en el “talento” propio de él para poder llevar acabo sus investigaciones, invenciones, y prototipos. Ahora bien, ¿Leonardo habrá aprendido a ser creativo o era una condición propia de él? Su contexto original, ya hace más de 550 años, estaba construido por una sociedad completamente diferente a la nuestra.

Las herramientas, tecnologías, aprendizajes, experiencias eran bastante menos a las que encontramos en nuestra época. Pero curiosamente; tenía la visión de proyectar y no cerrar sus ideas. Mientras que nosotros hemos en gran medida “suspendido” nuestra capacidad creativa porque nos hemos transformado en personas aptas para determinadas tareas, y en caso de ver más allá, levantamos juicios que terminan por matar nuestra creatividad.

La creatividad no es sólo un estado individual, también puede ser un estado grupal. Culturas organizacionales actuales como Google o IDEO, demuestran una facilidad tremenda por ser permeables al cambio. Entendiendo de que; *no porque yo sea el jefe significa que sé cómo solucionar cada solicitud creativa de un cliente*. Sino, todo lo contrario, porque aquel líder, comprende la necesidad de trabajar con la creatividad de cada uno de los integrantes del grupo, desintegrando cada opinión, alternando ideas, explorando y explotando cada trozo de creatividad, remezclando los grupos en base a una cultura multidisciplinaria.

Para esto, principalmente deben existir ambientes propios que fomenten la libre expresión y fluidez de ideas, facilitándolas quizá a través de métodos como CPS, Triz, o Brain Storming entre otros.

Estas herramientas tienen la posibilidad de generar mayor seguridad a aquellas personas que son más estructuradas, y que necesitan pasar por procesos para poder comprender y validar muchas veces estas metodologías. Porque lo abstracto para ellos siempre será ambiguo.

Estas experiencias son aprendizajes y cambios de paradigmas sustantivos que ayudan a vivenciar y contagiar una cultura creativa que facilita la exploración de cada persona. Inclusive llevando estas prácticas a la vida cotidiana en cada problema, desafío o solución creativa.

¿Sólo los emprendedores son creativos?

Ni en este paper y en ningún otro similar se van a encontrar las respuestas, sólo opiniones y guías que proponen caminos a seguir. Teóricos apuestan por la división del cerebro en los clásicos hemisferios izquierdo y derecho. El primero (HI) se presenta como; “racional, matemático, lógico, verbal, convergente, intelectual, vertical, abstracto, secuencial, detalle, objetivo y sucesivo. Mientras que el segundo (HD) se caracteriza por ser: creativo, artístico, imaginativo, visual/espacial, divergente, metafórico, lateral, concreto, múltiple, totalidad, subjetivo y simultáneo. Cada uno tiene

un énfasis especial: el hemisferio izquierdo es verbal, secuencial, lógico, lineal, racional y analítico. Es el hemisferio “inteligente”, el que más hemos desarrollado gracias a la educación, la cultura y los patrones sociales tradicionales. El hemisferio derecho no es verbal, piensa de manera simultánea, es imaginativo, no funciona en forma lineal, es intuitivo, gusta de establecer asociaciones y combinaciones. Es el hemisferio relacionado con las actividades artísticas y creativas”.(Cruz, Javier. 2005).

Esta división del cerebro que para muchos ha sido una clarificación y argumentación del porqué carecen de creatividad ante sus pensamientos lineales, y por contraparte el porqué un creativo es distante en la aplicación de un pensamiento tradicional, y generalmente se vuelve más disperso.

Aunque para que exista una unidad entre ambos hemisferios, nuestro cuerpo nos provee del equilibrio instantáneo.

Ahora bien; Lo que muchos profesionales buscan con esta separación es responder a su “falta de creatividad”, cuando la verdad es que la creatividad es una actitud que se trabaja sistemáticamente en todo tipo de espacios y situaciones, donde la vida impone el contexto y la persona define la forma de cómo afrontarlo de manera creativa y saludable.

La mayoría de las personas se encuentran en un pozo sin fondo al no saber cómo ver “la luz al final del túnel”, cuando la verdad lo único que han dejado de hacer y ser, es vivir sin ánimo de enfrentar al mundo con otra actitud.

Independiente de que nos encontremos en una sociedad que rechaza los fracasos y los castiga notoriamente, estamos en una sociedad que se burla de aquellas personas que encuentran la felicidad de ver las cosas de una manera diferente que los hace ser felices, derribando paradigmas cada vez que el resto de los cercanos los ve siendo personas exitosas dentro de sus metas.

Olvidémonos de que el creativo es un éxito asegurado en términos monetarios, sí aceptemos que lo es en términos emocionales, una vez que logra seguir el ritmo de vivir la creatividad tanto para preguntarse como para responder **ante desafíos, problemas y soluciones.**

Inteligencia y Creatividad

La teoría de Howard Gardner sobre las inteligencias múltiples, nos presenta un cruce de ocho proposiciones que si bien se exteriorizan como diferentes contextos, la integridad de cada una como un todo nos favorece en amplios términos de “sabiduría” y en la manera de hacer y ser como individuos creativos.

- Inteligencia Lingüística
- Inteligencia Lógica
- Inteligencia Espacial
- Inteligencia Musical
- Inteligencia Corporal
- Inteligencia Intrapersonal
- Inteligencia Interpersonal
- Inteligencia Naturalista

Esta mirada nos acerca a un pensamiento que está ligado a la capacidad de resolver problemas, desafíos, o incluso productos que sean valiosos en uno o más ambientes culturales.

Si lográramos comprender el fenómeno de la inteligencia y la creatividad como acto plural, podemos llegar a una aplicación bastante propia. Pero ahora bien; siempre y cuando entendamos que una persona creativa está sistemáticamente re-inventándose ante su estado, siendo capaz de resolver problemas con bastante regularidad, lo que generará que va a estar demostrando una aplicación creativa sistemáticamente sobre un entorno, que en una primera instancia se sorprenderá, pero luego ya será parte del transformación de esta persona creativa.

Independiente de cuál sea la inteligencia de cada persona, el valor de comprender la multiplicidad está en encontrar un equilibrio de elementos que sean clarificadores e inspiradores –transversalmente- en la variedad de inteligencias existentes; esto se concibe principalmente por la incertidumbre que puede generar la idea de personificar nuestra inteligencia más “clara”, aquella que sabemos que conocemos bien y dominamos mejor, y así nublemos las otras inteligencias que no hemos desarrollado en profundidad durante nuestra vida, entonces; probablemente vamos a estar siempre delimitados a resolver problemas o desafíos sólo dentro de esa área, y seremos poco útiles en otro tipo de pensamientos y contextos. En términos de innovación, en algún punto de nuestras vidas saturaremos nuestro set de herramientas, y nuestras soluciones se tornarán bastante similares entre una y otra, por lo que podría llegar a bajar nuestra capacidad de ser innovadores, porque la solución siempre va a ser la misma, pero el problema no siempre es igual.

La inteligencia podría ser sólo un apellido que acompañe el pensamiento creativo como nombre principal. Dado que si se busca trabajar y unir otras inteligencias existentes (Gardner) la personalidad de un individuo podría pasar de una a otra sin tener que depender de cuál es la que él cree que lo define más como persona, ya que si se busca una actitud transformadora, es imperante tener que pensar “fuera de la

caja” en diferentes planos, por lo tanto es una necesidad básica en caso de querer unir más inteligencias, tener que estar dispuesto a profundizar “y jugar” en un nuevo terreno que se aleja a lo conocido, donde nuestra mente deberá buscar otras formas de crear, por lo menos entre las 8 inteligencias.

Esto ayudará a crear una inteligencia múltiple un poco “más artificial” porque será trabajada por la misma persona, pero a la vez será un proceso en el cual podría llegar a descubrir nuevos campos que por miedo o por ignorancia de sus propias capacidades antes no había indagado. Claro está que las inteligencias se pueden cruzar instintivamente, pero lo que se está postulando es la invitación a aquellas personas que sienten que sólo cumplen con un tipo o dos, y quisieran poder acceder a más. El camino está al frente.

No sólo las personas más “sabias” (cumplen con los ocho tipos) podrán ser las únicas en ejercer una combinación de todas las inteligencias. Sino también, todas aquellas personas que buscan la manera de trabajar en diferentes y nuevos planos su capacidad de crear donde no pensaban que podían. Quizás nunca sean expertos más allá del terreno e inteligencia que ellos realmente saben que dominan más, pero por lo menos el día a día será un cambio constante, donde verá cosas que nadie más ve, y no las negará.

¿Cómo llevar la seguridad y dominio que ya tienes sobre determinadas situaciones a un nuevo plano desconocido? ¿cómo integrar una inteligencia ya conocida a otra que nunca has ejercido? Si bien entre las diferentes inteligencias postuladas por Gardner (lingüísticas, lógica, espacial, musical, corporal, intrapersonal, interpersonal y naturalista) el mejor escenario va a estar determinado por las capacidades que la persona tenga para poder vivir integrando diferentes miradas, actos, inteligencias bajo una actitud creativa que demostrará ser más completa ante una unificación plural de las inteligencias que sólo quedándose confiado con la inteligencia que sí dominamos desde toda la vida.

El salir a explorar el uso de otras inteligencias, no es un riesgo que bloquee a aquella persona que espera descubrir nuevas formas. Sino todo lo contrario, ésta explorará los nuevos campos.

Uno de los principales problemas que se encuentran camino a la innovación es la dificultad de poder pensar nuevas ideas tanto a un nivel “*incremental o rupturista*” (López, Ricardo.2006) donde se espera hacer cambios de paradigma en algún nivel, pero el trabajo se hace difícil porque las personas sólo se limitan a pensar

dentro de su campo y no buscan nuevas mecánicas, al final quedan estancados en las mismas soluciones.

El paradigma del fracaso

“¡Arruínalo, hagámoslo!” (Branson, Richard. 2006)

¡Cuidado nadie puede fracasar en esta vida! Si alguien lo va a hacer que mejor se olvide de ser alguien exitoso el día de mañana, porque serán condenados a la burla y al sentirse inferiores en un submundo de perdedores que se reúnen a final de mes a compartir sus nuevos miedos.

¿Quién habrá sido el ingenioso que implementó tal concepto del fracaso como un resultado negativo para los creativos?, obstaculizando la fluidez de la innovación y las nuevas ideas. Arraigando todo lo que nos mueve hacia nuevos terrenos, cuando lo mejor que podemos hacer en el fondo es cambiar. Si fracasamos, seremos sepultados posteriormente. Socialmente hemos asesinado el valor del fracaso, el valor del aprendizaje.

Al leer sobre la vida de Richard Branson el CEO de *Virgin*, rápidamente se puede apreciar la capacidad para ir en búsqueda de una idea, fracasar, volviéndose a levantar sin dudar, y reconstruyendo lo que una y otra vez era derribado por circunstancias externas, este derrumbe fue dando experiencia y fuerza para emprender nuevas ideas a lo largo de los años. Sentido da cuando vemos que Branson pasó de crear la primera revista estudiantil en su colegio a los 15 años a estar haciendo pruebas para su nueva empresa *Virgin Galactic*, la cual es una de las 250 compañías que ha creado, porque su sueño siempre fue poder volar al espacio, sin incluso habiendo terminado el colegio. ¿Quién habría arriesgado algo por él?

No todos vemos las cosas de la misma manera, a todos nos inquietan preguntas y situaciones diferentes, simplemente porque nadie vive nuestra misma vida, pero todos quieren opinar y ser parte de ella cuando nos embarcamos en búsqueda de cambios. Dar las coordenadas a la distancia es una característica propia de las personas, dirigiendo en verdad a la deriva a quienes queremos hacer cambiar, porque ellos cambian por lo que nosotros creemos, no por lo que ellos creen en verdad.

El fracaso es un mal necesario que siempre ha sido intervenido por todos los que quieren sin ser invitados por nadie. Fracasar nos entrega un aprendizaje muy rico que no podemos hacer más tangible hasta que sucede, porque la experiencia queda a ojos

de cada uno o sino siempre viviremos en la incertidumbre de las respuestas o teorías que alojan en nuestra mente como sombras.

La cultura ha criticado lo que realmente nos hace sentido al no seguir temiendo por lo que soñamos. Si miramos el fracaso como un acto negativo, toda nuestra mirada se tornará hacia abajo, esperando a ser juzgado en la plaza por equivocarnos al igual que a principios de los tiempos. Nuestros modelos educacionales son un reflejo de que hemos asumido un aprendizaje erróneo sobre cómo convivir con el fracaso. Dejamos de ser creativos por interiorizar estos modelos, y al estar bloqueados no le damos paso a una enseñanza (que tampoco es aplicada aún) que nos fomente la creatividad de cada uno. Nos quedamos estancados en el mismo sistema.

Si estamos persiguiendo una idea es esencial considerar caer una y varas veces para luego levantarse, tal como muchos emprendedores dicen; *“Si vas a fracasar, que sea rápido”*.

Querer llegar a un estado creativo no es una fórmula, ni un proceso de largo de estudio, es una actitud que debe estar dispuesta a ser trabajada y aceptada como tal.

Re-inventarse es una filosofía de vida

“Uno no puede hacer mucho en la vida si uno sólo trabaja los días que se siente bien”.
(Maxwell, John.C. 2007).

Uno de los principales problemas que encontramos en el camino es la dificultad de levantarse y volver a emprender sobre una actitud creativa.

La frustración es una palabra que suena fuerte en todas las personas que observan lo que otros no perciben a primera vista, a los de actitud creativa se inspiran con pequeñas imágenes, colores, momentos, o cualquier fuente de inspiración que ayuda a activar la creatividad. Cuando encuentran ese momento de imaginación, y lo llevan a un campo aplicado, las barreras son altas ante la negación de muchas personas que buscan encontrar problemas y hacer de una idea un problema, aumentando la frustración rápidamente.

Lo que implica levantarse una y otra vez, es el esfuerzo que se necesita para mantener un estado que al final del día será pleno y en donde antes veíamos problemas y pocos colores, nos llevará a plantear los problemas a desafíos que sí tienen no una solución sino muchas más.

Re-inventarse no es sólo un concepto que se debe mirar desde lejos, dejándolo en paz. Muy por el contrario, salir a buscar quién quieres ser, es muchas veces el peor enemigo de uno, porque nos entrapa en querer seguir averiguando hasta qué punto podemos seguir re-inventándonos como seres creativos.

La creatividad es producto de una constancia, porque todos podemos ser altamente creativos en nuestra vida, lo que nos dificulta el camino son las trampas relacionadas a la frustración, paradigmas asociados, y una “flojera” por no seguir construyendo un nuevo enfoque.

La receta no está en los libros

“Encontraremos el camino o lo haremos” (Maxwell, John C. 2007).

Walt Disney, presenta un filosofía envidiable entre todos los que alguna vez han leído sobre él, o han podido tener la suerte de asistir a alguno de sus parques en el mundo. La magia que él fue capaz de envolver y plasmar desde ideas hasta un tangible como lo es *The Walt Disney World*, es un ejemplo de maestría y sinceridad ante cómo es posible llevar nuestras emociones y sueños a la realidad.

Walt tenía sus principios bastante claros, todos sus fundamentos se basaban en cuatro palabras que demostraron que dieron excelente resultado no sólo por el éxito propio de sus parques, sino porque fue capaz de transformar a una marca a una filosofía de vida, donde todos sus empleados son capacitados para ver lo mismo que Walt observaba incluso en esos momentos oscuros, donde vemos más problemas que respuestas.

Soñar, Creer, Atreverse, Hacer es la mejor herencia que dejó el creador de este mágico parque tanto para su empresa como a la vez un ejemplo a seguir para todos lo que ven en él una respuesta tangible de que cuando las personas dejan llevar sus sueños con pasión y fuerza, todo se vuelve tan real como la fantasía de ver a *Mickey Mouse* en persona. Porque eso es lo que sienten los niños cuando ven por primera vez a este ratón al frente de ellos en el parque.

Disney es más que una cultura organizacional, es una forma completamente de entender que muchas lo que hacemos o dejamos de hacer, a futuro lo único que nos genera es una mayor incertidumbre por no saber dónde estaríamos si hubisemos hecho eso que por miedo no nos atrevimos a hacer.

El estilo propio que ha adquirido Disney, no es sólo por el enorme capital monetario que conforma la compañía, sino; es el capital humano, las personas que perciben la visión de un soñador que construyó y narró originales historias, detallando cada pincelada para transferir un estilo de vida. Generando así, una organización 100% única, que se ha transformado en un ejemplo a seguir por otras empresas para lograr comprender el porqué del éxito de un dibujo animado; porque no olvidemos que *todo comenzó con un ratón*.

La innovación es un concepto que Disney conoce perfectamente porque es parte de su ADN que fue enseñado por el mismo Walt Disney en fin de transmitir sus valores a todos sus empleados.

Es así como encontramos en esta empresa el concepto de “imaginarios” como un estilo de vida, y que responden a desafíos de todo tipo dentro y fuera de la empresa.

“Aquel que ha dado lo mejor de sí en su propio tiempo ha vivido para todos los tiempos” (Maxwell, John C. 2007).

Claro está que la única variable que necesitamos para tener una vida creativa es romper los paradigmas establecidos socialmente por aquellos que no se han atrevido a ir donde realmente quieren estar, o simplemente no se han dado el tiempo para escucharse.

Probablemente lo que suceda ahí es que el día que quieran ir hacia alguna parte, el miedo y las dudas se apoderarán de ellos, sintiéndose incapaces de llegar hacia donde esperan estar.

Mientras aquellas personas que viven la creatividad como un agente de cambio y una actitud transformadora serán los que encontrarán respuesta a un sin número de preguntas, por medio de caminos alternativos, donde los pensamientos lineales no ven más allá de sus ojos, los creativos estarán visualizando diferentes posibilidades bajo un estilo de vida que los hará sentir autorrealizados sin miedo a caer, porque antes ya se habrán levantado de muchas caídas y con todo los paradigmas quebrados por su forma de vivir la vida.

No se trata sólo de cambiar para alejarnos de los problemas, sino se trata que seamos capaces de cambiar más allá como para resolver los problemas creativamente. Al

igual que cuando esperamos que los cambios vengan a uno, cuando en verdad somos nosotros lo que debemos buscar el cambio y la actitud transformadora.

El tiempo es una variable que muchas veces tememos aceptar como parte del proceso por su implicancia al dedicar esfuerzos en nuestro cambio. La verdad es que no podemos pretender levantarnos de un día a otro con toda una visión diferente a la de ayer. Somos seres que cambiamos según nuestras experiencias y contexto, por lo que debemos entender que si queremos ver la creatividad en el día, implicará contextualizarnos en una nueva visión que aprenderá de cada nueva pequeña experiencia que vivamos, porque tal como decía Sócrates “*para mover al mundo debemos primero movernos nosotros mismos*”.

Bibliografía

1. Tom Peters (2003). *Re-Imagina! – La excelencia empresarial en una era perturbadora*. España. Pearsons Educación.
2. John C. Maxwell (2007). *El Talento nunca es suficiente*. Estados Unidos. Grupo Nelson.
3. Javier Cruz (2005). *Creatividad + Pensamiento Práctico – Actitud transformadora*. Argentina. Pluma y Papel Ediciones.
4. Richard Branson (2006). *Screw it, Let’s dot it*. Inglaterra. Virgin Books.
5. Ricardo López (2006). *Diccionario de Creatividad – Conceptos y Expresiones habituales del campo temático de la creatividad*. Argentina. Morphia Eureka.