

SI QUIERES CREAR VALOR, PON EN MARCHA LOS MOTORES DE LA CREATIVIDAD

1. ATRÉVETE A SER CREATIVO

La actitud te pone en marcha

Para saber mirar no hay nada como querer ver. La actitud es siempre lo primero. Una mente creativa se desarrolla a partir de una actitud creativa.

Para crear valor hay que aprovechar las oportunidades y desarrollar las fortalezas, y ese aprovechamiento y ese desarrollo depende mucho de la capacidad de ser creativo. Nunca se ha de olvidar que los recursos y las oportunidades escasean... y saldrán las notas.

Hay que asumir riesgos y tolerar los fracasos, pensando en mejorar poco a poco aunque sin conformarse del todo.

Busca un contexto que te proporcione calma para la reflexión y energía para la acción. Si el contexto en el que estás te atrapa, ¡salta! Cuando el cambio es imprescindible para la mejora, cada minuto que sigues sin cambiar reduce tus posibilidades de cambio.

Busca ejemplos y clasificaciones. Piensa en el proceso, en los cinco sentidos, lo importante es no dejar de hacerse preguntas. Escucha para reconocer las buenas ideas de otros. Plantéate nuevos retos y mantén viva la curiosidad.

Busca nuevos estímulos, revisita los lugares queridos, busca lo que está por pintar con el deseo de que esté recién pintado.

Como decía Mark Twain, dentro de veinte años estarás más decepcionado por lo que no hiciste que por lo que hiciste. No dejes para mañana la posibilidad de ser creativo hoy.

2. TIENES 9 MOTORES

Los motores te permiten avanzar

Hay cuatro preguntas esenciales para tener ideas nuevas y útiles. La primera es: ¿Dónde

estamos? Para saberlo, **OBSERVA** (mira de cerca, mira de lejos) y **ANALIZA** (busca semejanzas, busca diferencias).

La segunda es: ¿Quedaría bien si...? Para descubrirlo, **CONECTA** (combina, mezcla) y **TRANSFORMA** (cambia el contenido, la forma o la secuencia).

La tercera es: ¿Algo falla o falta? Para comprobarlo, **CUESTIONA** (pregúntate por qué sí, pregúntate por qué no, y qué pasaría si...), **ELIMINA** (prueba a quitar algo) o **RECUPERA** (pesca en el mar de la memoria... prueba con una vieja idea... *old is gold*).

La cuarta es: ¿Cómo podría ser mejor? Para averiguarlo, **IMAGINA** (piensa qué harías en un mundo a tu medida, sueña de día... y no descuides el sueño de noche, porque muchas ideas se fraguan en esas horas de descanso) y **TRASPLANTA** (busca lo que mejor funciona en un contexto y prueba a aplicarlo a otro).

Prueba y prueba. Hay que contemplar muchos puntos de vista para desarrollar una visión diferenciadora. Sin prueba no hay sorpresa y la serendipia no se presenta cuando se va por el mismo camino. Ya decía Einstein que si quieres resultados distintos, no hagas siempre lo mismo.

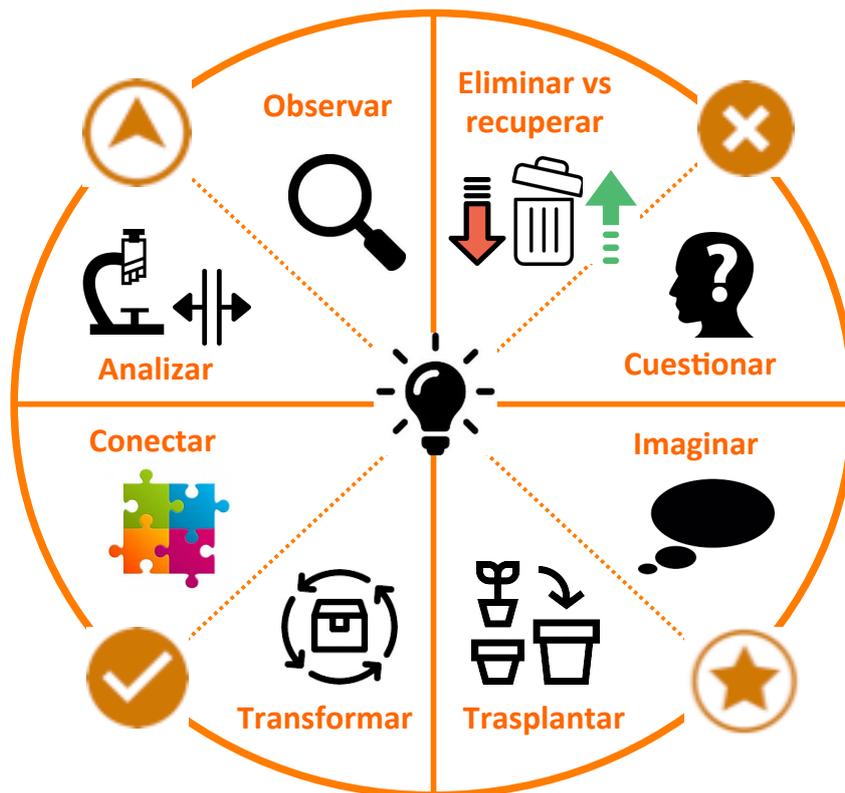
Para obtener resultados nada como tener opciones... y tienes 9 motores para desarrollar la creatividad: observa, analiza, conecta, transforma, cuestiona, elimina, recupera, imagina y trasplanta.

3. PIENSA EN 3 DIMENSIONES

Los objetivos te guían para llegar

Nada como tener claro lo que se busca para encontrarlo. Como dice Mihaly Csikszentmihalyi, los objetivos transforman un paseo aleatorio en una persecución.

Ser creativo no es solo tener nuevas ideas, sino ideas útiles. Y la utilidad tiene tres dimensiones:



“ La creatividad sirve para identificar problemas y soluciones, y para descubrir o adquirir los medios necesarios para aplicar las soluciones.

Piensa en cómo lograr ahorros y mejoras organizativas y psicológicas. Es la triple guía para que las ideas sean valiosas.

En *Los motores de la creatividad* encontrarás 143 **pautas concretas** para ser más creativo. Aunque la suerte cuenta siempre, es necesaria mucha práctica para tener buenas ideas. Y es que con la creatividad sucede como con la música. Como dice Bruce Springsteen, hablar de esta es como hablar de sexo: es mejor cuando se demuestra. ■

Luis Vázquez Suárez y Roberto Sánchez Gómez

Autores del libro *Los motores de la creatividad*, de ESIC Editorial.

- La **ECONÓMICA**: una idea es útil si sirve para aprovechar los recursos, es decir, hacer más con menos o no gastar más de lo necesario.
- La **ORGANIZATIVA**: una idea es útil si posibilita identificar prioridades y llevar a cabo nuevas funciones.
- La **PSICOLÓGICA**: una idea es útil si te permite lograr un mayor bienestar o mantener mejores relaciones interpersonales.

