



¡La fábrica de ideas!

**Creatividad y estrategia
en un mundo diverso**

Juan Daniel Correa Salazar



Colegio de Estudios
Superiores de Administración

¡LA FÁBRICA DE IDEAS!:

CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA EN UN MUNDO DIVERSO



**Colegio de Estudios
Superiores de Administración**

¡LA FÁBRICA DE IDEAS!:

CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA EN UN MUNDO DIVERSO

Juan Daniel Correa Salazar

PRIMERA EDICIÓN, BOGOTÁ, D.C., JULIO DE 2010

COORDINACIÓN EDITORIAL: DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES Y MARKETING CESA

DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO: DIEGO ESTEBAN ROMERO VARÓN

IMPRESIÓN: Imageprinting Ltda.

© 2010 COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN CESA

© 2010 JUAN DANIEL CORREA SALAZAR

JUANSO@CESA.EDU.CO

ISBN: 978-958-97648-5-5

COMUNICACIONES

CRA. 6 NO. 35 - 28 CASA LLERAS

COMUNICACIONES@CESA.EDU.CO

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

ESTA OBRA NO PUEDE SER REPRODUCIDA SIN EL PERMISO PREVIO ESCRITO.

IMPRESO Y HECHO EN COLOMBIA

PRINTED AND MADE IN COLOMBIA

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO:

CORREA SALAZAR, JUAN DANIEL. ¡LA FÁBRICA DE IDEAS!: CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA EN UN MUNDO DIVERSO. BOGOTÁ: COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN -CESA-, 2010. 169p.

DESCRIPTORES:

CREATIVIDAD / PENSAMIENTO CREATIVO / APTITUD CREADORA

658.409/C824F/2010

CONTENIDO

Prólogo. La fábrica de las ideas	13
Introducción. Un libro abierto	15
Capítulo 1 “Final, final, final; no va más”. Una cuestión de forma.....	18
Capítulo 2 El que piensa, pierde.....	31
Capítulo 3 ¡El poder de la palabra! Un principio estratégico	45
Capítulo 4 No pierda su tiempo. Dele una mirada al Arte	58
Capítulo 5 “La belleza adorna la virtud” Creando de manera estratégica ...	72
Capítulo 6 Un viento ancestral de la China sopla en nuestra dirección	84
Capítulo 7 “¿Qué pensarán de nosotros en Japón?”	99
Capítulo 8 “COPY / PASTE”	114
Capítulo 9 Mega-diversos; mega-responsables	129
Capítulo 10 ¿Alguien encendió la luz?	146
Agradecimientos.....	159
Bibliografía.....	162

Dedicado a Claudia, el pajarito más feliz que conozco.

PRÓLOGO

LA FÁBRICA DE LAS IDEAS

En su muy interesante libro titulado *El futuro de la administración*, el reconocido experto en alta gerencia Gary Hamel concluye que la cualidad más importante que debe tener un líder para poder ser exitoso es la *creatividad*. Porque esa será en los años venideros la principal fuente de ventajas competitivas. En un mundo cada vez más complejo, más dinámico y más impredecible —por cuenta de diversos fenómenos sociales, políticos, económicos y culturales—, es indispensable tener la capacidad de generar constantemente nuevas ideas. Sólo así se podrán capitalizar las oportunidades que se presenten, y sólo así se podrán evitar —o al menos minimizar— las eventuales consecuencias negativas de la materialización de las amenazas que surjan.

Por estos mismos motivos, hace más de una década le propuse al entonces rector del CESA, doctor Marco Fidel Rocha, la creación de un curso para estimular la creatividad. Gracias al respaldo y la confianza del doctor Rocha tuve el privilegio de diseñar ese curso y de dictarlo durante varios semestres, con base en las ideas de los que, a mi juicio, son los dos grandes pensadores contemporáneos de ese asunto aplicado a la esfera empresarial, los profesores Edward de Bono y Roger von Oech. Luego, por cuestiones de trabajo, tuve que dejar ese curso, que afortunadamente quedó en las muy buenas manos del autor de este libro, Juan Daniel Correa. Años más tarde, en el 2008, regresé al CESA como rector, y cuando el profesor Correa me propuso hacer el libro que ahora está en sus manos, lo apoyé con entusiasmo, porque tuve la oportunidad de verificar la gran calidad del contenido de su curso. Celebro que ahora el rector del CESA, José Manuel Restrepo, haya materializado esta buena idea que beneficiará no sólo a los estudiantes del CESA sino a muchos lectores de Colombia y del exterior interesados en la crucial materia.

Después de años de estudiar el asunto estoy convencido de que la creatividad es algo que se puede aprender, que se puede hacer crecer y robustecer. Si bien es cierto que algunas personas pueden tener un mayor talento natural para la generación de ideas creativas, también es verdad que todos podemos —y debemos— desarrollar nuestro potencial creativo. No simplemente para ser más productivos en términos económicos, sino para algo más importante: incre-

mentar nuestra felicidad personal, que se alimenta de la satisfacción intelectual y emocional de hacer aportes originales.

¿Cuál es la clave para estimular el pensamiento creativo? Hay muchas formas de hacerlo eficazmente, pero en mi opinión la principal es la puesta en marcha por el gran genio creativo de todos los tiempos: Leonardo Da Vinci. Este personaje del renacimiento italiano hizo uso pleno de los dos hemisferios de su cerebro porque su curiosidad infinita lo llevó a estudiar todo tipo de temas que despertaron sus neuronas en ámbitos tan diversos como la pintura —su gran legado—, y en otros campos donde también hizo contribuciones significativas, como en la estrategia militar, la anatomía, la hidráulica, la botánica, la política, la literatura, la zoología y la música. Al encender tantas neuronas en diferentes áreas del pensamiento, Da Vinci aumentó exponencialmente su habilidad para producir ideas novedosas. Porque una idea es una conexión entre neuronas, y entre más neuronas se activen mayor es la probabilidad de hacer conexiones inéditas, es decir, ideas verdaderamente creativas.

En este libro estupendo de Juan Daniel Correa hay numerosas herramientas útiles para enriquecer la creatividad. De manera entretenida y práctica Correa enseña a despertar y nutrir la creatividad. Y por supuesto, como debe ser para aplicar lo que predica, es un libro muy creativo. Bienvenidos amigos lectores a esta fascinante *fábrica de ideas*.

Mauricio Rodríguez Múnera

INTRODUCCIÓN UN LIBRO ABIERTO

“TODO COMIENZO TIENE SU ENCANTO”.

JOHANN WOLFGANG GOETHE

¡Cargados! A diario recibimos enormes cantidades de información en nuestras mentes. La Internet, la televisión, el cine, la radio, las revistas, los periódicos, los celulares, los *I-Pods*, los *kindle*, los *tablets*, los avisos luminosos de neón, las vallas publicitarias, los mensajes de texto, los *blogs*, los *wikis*, las redes sociales —twitter, myspace, youtube, yahoo, facebook—, y mil otros medios convencionales y no convencionales mantienen nuestros cerebros en constante agitación. Tanto así que vivimos ocupados la mayor parte del tiempo, y éste, a medida que los sistemas de comunicación se sofistican y se hacen más veloces, paradójicamente parece tornarse más escaso. No nos alcanza.

Por lo menos eso es lo que pensamos y decimos con frecuencia.

Esta obra no sirve para detener el tiempo ni para “optimizar” los recursos con los que contamos con la finalidad de sobresalir o tener éxito en el campo empresarial... ni en ningún otro.

Mantenernos en permanente movimiento, asimilando todo tipo de información, corriendo de aquí para allá, investigando y acumulando títulos cada vez más especializados no nos hace mejores pensadores... tampoco mejores personas.

El libro que está en sus manos no tiene la intención de sustituir estudios de ninguna clase, no es un curso práctico, ni un manual, ni nada por el estilo.

El cerebro humano, dividido en dos hemisferios, está siendo subutilizado —en realidad siempre lo ha estado—, así cada día nos enfrasquemos en más actividades intelectuales a la vez. Además, por varios años ya, ha existido la tendencia en el panorama académico de privilegiar la labor racional, científica, lógica y técnica (es decir, la que es controlada por el hemisferio izquierdo del cerebro), sobre la humanística, artística, espiritual y sentimental (la que proviene predominantemente del funcionamiento del hemisferio derecho).

Esta publicación no acomete la labor de examinar el sentido pleno de los sistemas neuro-científicos que subyacen a toda actividad de pensamiento humano. Tampoco pretende demostrar que gracias a la preponderancia de un he-

misferio sobre el otro, los procedimientos y comportamientos que rigen a la sociedad moderna se encuentran en des-equilibrio.

Hoy y siempre han existido infinidad de perspectivas a través de las cuales se puede abordar la vida. Indígenas, negros, mulatos, mestizos, blancos y arios pueden convivir en muy pocos metros con árabes, judíos, musulmanes, indios, chinos, japoneses y libre pensadores australianos.

El mundo diverso al que hace referencia este texto no abarca ni siquiera una pequeña fracción de la descomunal variedad cultural, étnica, filosófica y ambiental que se encuentra presente a simple golpe de ojo; mucho menos la que está más allá de nuestras miradas.

¡La fábrica de ideas!: Creatividad y estrategia en un mundo diverso es, sencillamente, una propuesta para hacer un alto en el camino. No resuelve el problema de la falta de tiempo, pero sí presenta opciones para, a través de la creación (de cualquier tipo de empresa), superar parámetros temporales que comúnmente se sobrentienden como inamovibles y definitivos. Plantea la posibilidad de “leer entre líneas” con el objeto de penetrar un poco más allá de la superficie, y olvidarse de que lo obvio es “obvio”, con miras a mejorar la lectura de cierto tipo de información que muchas veces está presente ante nuestros ojos desnudos y que, por algún motivo, nos negamos a ver. Más que levantar un puente que elimine la brecha entre los dos hemisferios cerebrales, propone algunas claves para entender que ninguno de los dos enfoques de pensamiento resultantes —el racional científico, y el humanístico artístico, por llamarlos de alguna manera— funcionan de forma separada: pensar en ciencia no niega la posibilidad de poder hacerlo en arte; son dos universos que, en lugar de contradecirse, se alimentan mutuamente y, lo más interesante de todo, se complementan. Esto visto a través de una mirada incluyente que pone a jugar a distintos actores a la vez; que no discrimina a los que parecen ser diferentes; y que trae a colación alternativas divergentes, alejadas de soluciones comunes y corrientes.

Es el testimonio de una mirada abierta y enérgica que tiene como estrategia primordial despertar en el lector el carácter creativo que todos los hombres —sin importar edad, sexo, raza o nacionalidad— tienen adentro. En otras palabras, procura ayudarlo —a cada quien a su manera, por supuesto— a *encender el bombillo*.

Para hacerlo presenta en diez capítulos algunas de las reflexiones que el autor ha encontrado en el transcurso de sus días como profesor de las materias

Aprender a Pensar y Creatividad e Innovación Empresarial, que desde hace cinco años y hasta la actualidad dicta en el Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA), de la ciudad de Bogotá.

La obra puede ser leída como un todo de principio a fin. También cada uno de sus capítulos puede ser abordado de forma independiente y aleatoria, como sucede con los discos conceptuales o con las listas de reproducción de los *I-Pods*, donde se tiene la posibilidad de escuchar una canción de la mitad, para luego hacer lo mismo con la del comienzo, y seguir con la última, o como quieran, dependiendo de su imaginación. Pueden activar o desactivar el modo de reproducción aleatorio a su antojo. Todo es válido.

Cada sección se constituye en una unidad por sí misma, y la obra completa se establece en una unidad mayor que no es ni la suma ni la resta de sus partes. Así, lo único que no se debe hacer, por mucho que unos capítulos remitan a otros, es tomar una parte por el todo; ni el todo por el todo y ya está. Mejor dicho, la idea es que iluminen sus lámparas, velas, reflectores o el sistema luminotécnico que prefieran utilizar, en una forma cordial, divertida y a la medida que cada uno escoja.

Bienvenidos a este viaje.

CAPÍTULO 1

“FINAL, FINAL, FINAL; NO VA MÁS”. UNA CUESTIÓN DE FORMA

“SOCCER IS A GAME FOR 22 PEOPLE THAT RUN AROUND, PLAY THE BALL, AND ONE REFEREE WHO MAKES A SLEW OF MISTAKES, AND IN THE END GERMANY ALWAYS WINS”.

GARY LINEKER

Miercoles 26 de mayo de 1999. Minuto 90. El mítico Camp Nou de Barcelona retumba con los cánticos de furibundos hinchas alemanes, la cerveza corre por doquier, los aficionados teutones saltan y saltan y saltan sin parar. El sonido de sus arengas ensordece la noche. Ha llegado el gran momento después de un tortuoso recorrido de estadio en estadio, de tribuna en tribuna, de camerino en camerino... ¡Lo único que hace falta es que el árbitro haga sonar su silbato!... y el campeonato, la Copa de Campeones, la gran orejera, quedará por cuarta vez en manos del Bayern Munich. El camino ha sido espinoso, muy espinoso: ha pasado por el temible Old Trafford de Manchester, por el frío glacial del estadio Lobanovsky (Dínamo) de Kiev, por el infausto estadio Fritz-Walter o Kaiserslautern de Frankfurt en una tarde de calor infernal... ¡Qué campeonato!, todo ha sido perfecto para el Munich, y este partido lo planteó el equipo de manera impecable. Alemania vuelve a demostrarle al mundo que tiene la sangre fría y el ímpetu necesarios para alcanzar lo que se propone.

En la banca, tras haber jugado casi todo el partido, después de una de sus últimas faenas, Lothar Matheus se da cuenta de la hazaña que ha logrado, se felicita de ante mano porque sabe que el esfuerzo ha sido inmenso y los resultados, ¡al fin!, comienzan a verse: ha llegado la hora de celebrar; piensa en su mujer, en sus amigos, en su familia; lo recibirán como se lo merece, como a un héroe, con una fiesta excepcional; por fin podrá disfrutar de la champañía que compró para este preciso momento, de la que estuvo alejado todo este tiempo porque tenía que prepararse y no se podía permitir el más mínimo pestañeo. Piensa en voz alta: “qué extraordinario planteamiento táctico el de Ottmar Hitzfeld, nuestro gran técnico. No hemos dejado respirar al enemigo”. En el terreno de juego, Mario Basler, autor del tanto que los tiene ganando desde

el minuto 6 del primer tiempo, corre con suma cautela dejando que el balón se desborde con lentitud, sabe que el tiempo está a su favor y de todos modos está en campo rival; ¿qué más se necesita? Esperar a que pasen un par de minutos y ya, todo se acabó; viene la fiesta. “En la cancha ha habido cabida para un solo equipo y este es el Bayern Munich, justo ganador de la Champions League 1999”, dice el comentarista de la televisión internacional, mientras agrega que la temporada se ha acabado para el triunfador, y que ahora deberá prepararse para ir a Tokio donde enfrentará al campeón de América en la Copa Intercontinental.

Apostados en la banca, los compañeros de Matheus, jugadores y asistentes, se abrazan, se dan palmadas en la espalda, se felicitan unos a otros: “¡Qué campaña!, definitivamente ha sido impecable, ¡impecable!” El quinesiólogo, acompañado de dos auxiliares, sale corriendo al camerino porque se acerca el pitazo final y tiene que traer las camisetas con la cuarta estrella estampada y el eslogan “Bayern Munich, campeón de Europa, ¡Campeón de campeones!” Todo es felicidad y euforia. El balón está en el lado del rival que, de hecho, no ha dado mucha resistencia y se ha acoplado perfectamente al diseño táctico previsto de antemano.

Jugadores y cuerpo técnico saben que los otros visten de rojo, pero se les ha olvidado contra quién se están enfrentando. Sólo piensan en ellos mismos y en lo bien que han jugado... otras cien cervezas son devoradas por los fanáticos alemanes, y las bengalas de colores iluminan las graderías... la pelota rueda; en la pantalla, el reloj muestra el minuto 91... “Esto se acabó”, “lo logramos”, “lo logramos”, “somos los más grandes”... Markus Babell, del Bayern, se tropieza, pide una falta, el árbitro no se la concede y los de rojo arremeten con todas sus fuerzas —parece que despertaron, “pero ya es muy tarde”, le comenta un fanático alemán a su compañera de tribuna—. David Beckham, uno de los rojos, se la pasa a Gary Neville, este último centra... no hay peligro, el defensa prefiere lanzar el balón a la línea final y ya está... tiro de esquina, hay que cuidarse, pero, “nada que no hayamos hecho hasta el momento”, piensa Oliver Kahn (el más infalible de los arqueros); Beckham, de los rojos, tira el centro, el balón parece suspenderse en la inmensidad, Kahn sale en falso, la “pecosa” queda suelta en las 11 con 50, es rechazada a medias por Stefan Effenberg de los alemanes... le queda a Ryan Giggs del equipo rival que la devuelve de primera al área... cae sorpresivamente al pie del zapato derecho de Teddy Sheringham quien apenas



logra tocarla... y... ¡Oh, gran sorpresa!... se infla la red... los alemanes quedan fríos, estáticos y sin palabras... “nos empataron”, “nos empataron”, “nos empataron”, “no habían hecho nada en todo el encuentro”, “qué injusticia”, “después de semejante partido”, “tuvimos hasta dos balones en los postes”... “pero, bueno, esto ya se acabó y lo que hay que hacer es destruirlos en el extra-tiempo o esperar a los *penalties* ya que en esa instancia sí que somos inquebrantables”.

Los jugadores del Bayern Munich sacan desde el centro del campo, toman el balón, hacen un regate, otro, quieren tener la pelota; ya están resignados a continuar con los 30 minutos de adición. Incluso, dentro de su gran estrategia ya lo habían contemplado, al frente tienen al Manchester United —por fin se acordaron de quién era su rival— que siempre es peligroso; y sabían que había que cuidarse en todo momento, así que es mejor tenerla ahora y atacar más adelante; ahora sí no parece haber tiempo para más... pero, viene Gary Neville y se estrella contra Basler como un buldócer, le quita el balón y otra vez embiste con todo el cuadro rojo, la toca una, dos veces, siempre para adelante... ven desmarcado a Gunnar Solskjaer, que entró hace unos pocos minutos por Andy Cole, y le hacen un pase largo, éste corre con lo que puede, la centra... la pelota es desviada para otro tiro de esquina... Beckham se perfila de nuevo, pone la bola en el centro de la candela, Sherinham apenas la peina, y... *chaizza!!!!... Scheiße!!!!...* (¡juemadre!)... *Solskjaer* mete la punta del guayo... “¡Imposible!”... se infla de nuevo la red y el júbilo estalla en las tribunas inglesas; el reloj marca el minuto 92 con 35 segundos: ahora sí no hay nada que hacer. Ya no hay tiempo para más; Pierluigi Collina, el árbitro, se lleva el pito a la boca: ¡Manchester United es el Campeón de Europa!

History is made!

“Al final del final por fin el fin”.
Joaquín Sabina

¿Qué le pasó al indestructible Bayern Munich?

Como dice la sabiduría popular, la más sabia de todas, “se les quemó el pan en la puerta del horno”. Perdieron en dos minutos lo que construyeron durante toda una temporada.

Las abuelas dirían algo similar si se tratara de una pareja de enamorados: “se comieron el ponqué antes de la boda”.

Si usted tiene el valor de acometer algún reto en su vida, debe persistir sin descanso hasta el momento en el que haya alcanzado su cometido. Si desfallece en el intento; tristemente, de nada habrá servido todo su esfuerzo.

La estrategia de guerra —y ésta puede aplicarse a muchos otros campos diferentes al bélico— asevera que las mejores armas se deben guardar para el último momento. Así como en el fútbol los partidos no se acaban hasta que suene el silbato; para poder competir en el mundo real, en el mundo empresarial, es necesario generar estrategias que trasciendan en el tiempo y se constituyan en unidad de principio a fin; es imprescindible definir hacia dónde se quiere llegar y cuándo es el momento preciso para dar la puntada final.

Hablando de finales, déle una vuelta a la lógica tradicional de pensamiento; comience algo por el final. Puede ser una estrategia empresarial, un texto literario, una canción, un plan de viaje o el desarrollo de alguna idea que se le ocurra. Anótelos en una hoja de papel o en la pantalla de su computador, y acuérdesse siempre que ese es el punto culminante de cualquier reto que se proponga; todos los demás factores cumplen una función de apoyo para alcanzar el propósito que se ha planteado.

Edgar Allan Poe afirma que “toda obra de arte debe comenzar por el final”. Razón no le falta. Sabe que es precisamente este momento el que permanece en la retina de quienes lo viven. El final es el sabor que queda en el paladar tras haber degustado un banquete; si el tiramisú está demasiado amargo, melcochudo e insípido, de nada sirve que el entremés haya sido exquisito y que con el plato fuerte los comensales se hubieran chupado los dedos.

Siempre que nos enfrentemos a un desafío, ya sea un proyecto específico, una hoja vacía, un viaje de negocios o, simplemente, una relación amorosa o de amistad, es fundamental llegar al final con veras, ímpetu y, ante todo, saber cerrar la misión como se debe. Esto no quiere decir que haya que demeritar las relaciones a largo plazo. Si somos inteligentes sabremos que después de un buen final siempre habrá nuevos comienzos.

Esto lo comprenden las estrellas de la música. Por eso es que en sus conciertos dejan lo mejor para el final. Carlos Vives escoge *La cartera* o *La celosa* para rematar sus extraordinarios recitales; Juanes concluye con *Para tu amor* o con *La camisa negra* para que la gente se vaya a su casa cantando; Coldplay lo hace con *The Escapist* o *The Scientist*; The Cure con *Killing an arab* o *A forest*; U2 acaba sus presentaciones de forma espectacular con *With or without you* o *Where the streets have no name*; Depeche Mode deja al público hipnotizado con *Waiting for the night*; los Killers culminan con *When you were young*; y Joe Arroyo termina con *No le pegue a la negra* o *La noche*. Siempre lo hacen en el preciso instante en el que se han apagado las luces y el público pide más.

También los grandes deportistas saben retirarse cuando están en la cima. Es el caso de Michael Jordan, Pelé, Gary Kasparov, Pete Sampras, Andre Agassi, Cesar Rincón y el “Pibe” Valderrama, entre muchos otros... y lo hacen por la puerta grande.

En cuanto a los conciertos se refiere, el asunto es muy significativo porque después de finales tan esplendorosos, el público queda satisfecho y expectante... pasan los años y quiere volver a presenciar a su artista, está pendiente de los nuevos lanzamientos, de sus próximas producciones. En cambio, si el final no es el mejor, la mística se diluye; se pierde todo lo que se alcanzó en los momentos previos. Esto es justamente lo que le sucedió al Bayern Munich en aquella final del 99; es seguro que el equipo estaba preparado a conciencia y planteó un partido bien estructurado; pero no logró la constancia suficiente y no esperó a que sonara el pitazo final para saber que el tiempo había terminado, no asimiló que después de los 90 reglamentarios había una reposición de tres minutos más.

Fernando Gaitán, reconocido por ser el libretista de *Betty la fea*, *Café* y *Hasta que la plata nos separe*, entre muchas otras obras maestras de la telenovela moderna, explica que el final es realmente fundamental para cualquiera de sus producciones. Si las tramas lograron alta expectativa y buen *rating*, hay que ser consecuentes con el público y saber que esperan un final impactante. Si no se logra esto, se olvida la novela, se pierde todo, y la gente, incluso, se va en contra de la producción, la critica y le pierde toda la fe. Terrible desenlace para productos que tuvieron elementos sobresalientes durante su desarrollo.

De igual manera sucede en el mundo de los negocios y de las empresas. Proyectos enteros que han sido catalogados como altamente exitosos pueden terminar en fracasos rotundos si no se les lleva a un final oportuno.

Un caso muy diciente es —en el tema político— el de Transmilenio: la extraordinaria obra de Enrique Peñalosa. Fue su gran aporte a Bogotá... y a la humanidad. Así de trascendental es el asunto. Es un proyecto que, sin objeciones, le cambió la vida a los capitalinos; la historia de la movilidad en Bogotá —y, por extensión, en el país— es una antes de Transmilenio y otra después. Expertos de más de 80 ciudades alrededor del mundo han visitado la capital de Colombia para analizar el proyecto y viabilizar su adaptación en diferentes entornos. Han llegado de lugares tan diversos como Sudáfrica, Japón y México. En Colombia, el sistema ha sido implementado a su manera en Cali, Cartagena, Barranquilla, Pereira; y en Santiago de Chile, Mérida, Valencia y Nairobi, entre muchas otras ciudades del mundo.

En un comienzo Transmilenio generó una receptividad enorme. La popularidad del alcalde llegó al punto máximo de aceptación. La gente reconoció el valor de un servicio de transporte eficaz, organizado, rápido y agradable.

Todo iba perfecto. El sistema no sólo era ejemplo de calidad, sino orgullo para muchos. Pero por alguna razón se descuidaron ciertos detalles; el equipo del alcalde se olvidó de la puntada final: las losas de concreto sobre las que se movilizan los buses articulados comenzaron a fracturarse ocasionando no sólo graves daños a la estructura misma del sistema, sino una oleada de críticas e insatisfacción que, finalmente, hizo que Peñalosa perdiera gran parte de su capital político.

Estamos hablando de la primera fase, la innovadora, la que posibilitó el cambio. Una idea extraordinaria, un trabajo prolongado y concienzudo, terminó en un golpe negativo de opinión por el simple hecho de que no se pensó en darle un remate sólido y sin vacíos; porque se olvidaron las últimas pinceladas.

La creatividad es fuente de potenciales iniciativas, posibilidades nuevas, capacidad artística, satisfacciones, sueños..., pero no es provechosa si no va de la mano con una estrategia clara y definida. De nada sirve que usted sea creativo en un comienzo si al final cae en el lugar común, pierde el impulso, o el poder de sus armas desfallece.

Entre otros asuntos, de esto se trata este libro. Como pueden observar, hemos comenzado por el final; por lo mismo, aconsejo que no juzguen ni den por

entendidos o concluidos los planteamientos que en él encuentren, sino hasta que hayan alcanzado el *final* (si es que llegan a él).

Poe, pionero del relato y de la literatura moderna, tenía muy clara la importancia de un buen final; sus remates tenían que sorprender, que impactar, que dejar a los lectores en suspenso, maravillados, aterrorizados. Porque, como dice Julio Cortázar, un buen cuento es como una pelea de boxeo: hay que mandar a la lona al lector por *knock-out*.

En la forma —de cualquier actividad que se lleve a cabo en la vida— lo más importante siempre ha de ser el final.

Esto no quiere decir que sólo se piense en el final para emprender toda misión en la vida; eso sería perder el horizonte, querer correr sin antes haber caminado. Antes de concluir la tarea es necesario dar ciertos pasos cruciales. Poe, nuestro maestro, siempre fue consciente de ello y sabía que después del final había algo que también era de fundamental relevancia para la forma de un escrito, ¿tienen alguna idea de qué podría ser?

Antes de resolver esta duda de forma, vale la pena referirnos a un pequeño cuento Zen que sucede en el país de los sapos... cualquier parecido con la realidad es pura coincidencia:

UNA CARRERA DE SAPOS

Érase una vez una carrera de sapos en el país de los sapos. El objetivo consistía en llegar a lo alto de una gran torre que se encontraba en aquel lugar. Todo estaba preparado y una gran multitud se reunió para vibrar y gritar por todos los participantes. En su momento se dio la salida y todos los sapos comenzaron a saltar. Pero como la multitud no creía que nadie llegara a la cima de aquella torre, pues, ciertamente, era muy alta, todo lo que se escuchaba era: “no lo van a conseguir”, “qué lástima, está muy alto, es muy difícil, no lo van a conseguir”. Así la mayoría de los sapitos empezaron a desistir. Pero había uno que persistía, pese a todo, y continuaba subiendo en busca de la cima. La multitud continuaba gritando: “es muy difícil, no lo van a conseguir”, y todos los sapitos se estaban dando por vencidos, excepto uno que seguía y seguía tranquilo cada vez con más fuerza. Finalmente fue el único que llegó a la cima con todo su esfuerzo. Cuando fue proclamado vencedor muchos fueron a hablar con él y a preguntarle cómo había conseguido llegar al final y alcanzar semejante proeza. Cuál sería la sorpresa de todos los presentes al darse cuenta que este sapito era sordo.

Sé siempre sordo cuando alguien duda de tus sueños (Anónimo, 2008).

“If you never try, you’ll never know” (Coldplay, 2005). Si no hacen el intento, nunca sabrán el resultado. Así que manos a la obra.

La respuesta a nuestro interrogante acerca de la segunda parte fundamental en la forma que nos planteamos a partir de la obra de *Edgar Allan Poe* es, por supuesto: ¡EL COMIENZO!

De hecho, sin comienzo, es imposible llegar hasta el final. Comenzar es la base que posibilita la creación. En este caso comenzamos por el final; lo importante es que comenzamos.

Si desean profundizar en el arte de los comienzos, no vacilen en visitar el segundo capítulo de este libro que, como su título lo indica, insta a las personas a atreverse a comenzar ya que, en muchos sentidos, en este mundo donde el tiempo es oro: *“el que piensa; pierde”*.

Si nuestro sapito sordo no hubiera dado el primer paso, jamás hubiera alcanzado a dar el último. Eso sí, no le bastó con ello como a los demás quienes iniciaron con impulso, pero no fueron lo suficientemente consistentes; ¡él, en cambio, creyó en sí mismo y alcanzó sus sueños a fuerza de voluntad!

Para ser creativos es necesario creer en lo que se está realizando. Creatividad viene de crear y de creer; aquí no hay cabida para pesimistas ni para mediocres. Esto es para los que están dispuestos a dejar hasta la última gota de sudor en el escenario, en la cancha, en el terreno de batalla o en la sala de juntas.

De manera similar a como sucede con el final, si el comienzo no engancha, el interés se pierde y los lectores, en el caso de la literatura, o los clientes, en el caso de las ventas, desisten por completo de la idea. Leen a otro autor o le compran el producto o servicio a la competencia. Fernando Gaitán, lo entiende muy bien; es consciente de que en el mundo de la televisión – donde los televidentes promedio, expertos en la ciencia del *zapping*, tienen la opción de cambiar en todo momento a alguno de los 80 canales que están a su disposición con un sólo *click* –, si los primeros 10 minutos de la novela no funcionan, hasta ahí llegó el cuento. Todo el esfuerzo, la inversión en equipos, espacios al aire, actores, locaciones, vestuario, luz, agua y teléfono, se va por la borda en menos de 10 minutos; y eso si los espectadores son pacientes porque hay algunos que en 3 o 5 minutos ya no aguantan más, y obviamente tienen la opción de ver la novela del otro canal o si lo prefieren de mirar un partido de fútbol de sus equipos del alma, o de ver las noticias que están sucediendo en la última guerra en la que se enfrascaron Israel o Estados Unidos, o de descender a las profundida-

des de la conciencia o el misticismo con los misteriosos programas del canal *Infinito*, o, simplemente, de ver el último video de moda en *MTV* o *VH1*. Así es, y esto hace la diferencia entre *Betty la Fea* o *Café y Trampas del amor*, *Amor descarado* o *Madre Luna*, que han pasado al olvido sin pena ni gloria y de las cuales nadie se acordaría si no es porque yo las menciono en estas líneas.

Pero, ¿por qué quedarnos ahí?, ¿en el final y en el comienzo?

Yendo aún más allá, la leyenda cuenta que Poe escribía primero siempre el final de sus relatos; tenía claro hacia dónde se dirigía. Acto seguido se devolvía y escribía el comienzo de sus obras, con miras a enganchar al lector desde la primera línea. Sin embargo, no quedaba totalmente satisfecho con ello: buscaba siempre que la tensión, el suspenso y la expectativa fuera creciendo de manera progresiva desde la primera letra a lo largo de sus textos para así llegar, en el punto de más alta tensión – donde los nervios no se pueden controlar – a su impactante final, al instante clave. Sabía exactamente el momento justo de soltar todas sus armas; para ello iba preparando, ingrediente por ingrediente, y cucharada a cucharada, su manjar.

Por eso es que los *Rolling Stones*, escogen para empezar sus conciertos *Street Fighting Man* o *Jumping Jack Flash* para acabarlos con *Satisfaction* o *Can't Stop*, y de la primera canción a la última va creciendo la emoción; se va tocando el corazón del público. Las lágrimas ocasionadas por la vibración y el sentimiento se van acumulando en los ojos, la piel se va erizando, la magia va surtiendo efecto y, claro, ya han pasado por *Angie*, *Like a Rolling Stone*, *Sympathy for the devil*, *Brown sugar*, y *Ruby Tuesday*, así como por muchos otros himnos del *rock and roll*. No sólo saben comenzar y terminar como se debe; le van metiendo energía y actitud de manera creciente y consistente al espectáculo.

Aquella noche de mayo el *Manchester United* luchó hasta pasado el minuto noventa. Y no lo hizo exclusivamente en los tres minutos finales, ¡No!, se la metió toda desde el “vamos”, como se dice en el argot futbolero. La presión sobre el rival fue creciendo y haciéndose más hostigante minuto a minuto. Ese es el método que utilizan los equipos ganadores: corren, corren, y presionan al rival, lo van agotando y agotando, hasta que éste baja los brazos y ahí sí es cuando lo rematan, cuando ya no puede respirar. Claro está que hay que tener mucho cuidado con desgastarse antes de tiempo, con perder el ritmo y quedar extenuados mucho antes del pitazo final.

Para rematar la sinfonía, Poe privilegia además de los comienzos delirantes y los finales explosivos, un elemento primordial en cualquier escenario: ¡El título! Jamás causaría la misma impresión y éxito un proyecto con el nombre de “buses intermunicipales norte-sur”, a uno con el nombre de *TRANSMILENIO*. Mucho menos una empresa que se denomine “gaseosas y refrescos doña Pepita” a una llamada *Coca-Cola*, ni otra que lleve el título de “ordenadores y software: el inteligente” a *Apple*, simplemente *Apple*. De hecho, el título de sus productos ha sido una de las claves primordiales del escalofriante éxito de *Starbucks*, como nos hace caer en cuenta Taylor Clark: “consideren esto: ¿Por cuál de las siguientes opciones están dispuestos ustedes a pagar más dinero: por un “*Grande Caffé Misto*” o por un “café mediano con leche?”” (Clark, 2007)

¿Qué prefieren leer: un cuento que se llama *El hombre que asesinó a un viejo* o *El corazón delator*?, ¿*Cosmogonía del trópico macondiano* o *Cien años de soledad*? ¿Prefieren un auto que se llame Ruedas o Cilindros lubricados, o un Ferrari? ¿*Nepomuceno Ruíz* o *Pablo Picasso*? Este último escogió, entre todos los que tenía, su nombre, su título, su identidad... y así lo conocemos y lo conocerán de aquí en adelante, como: *PICASSO*, sólo *PICASSO*¹.

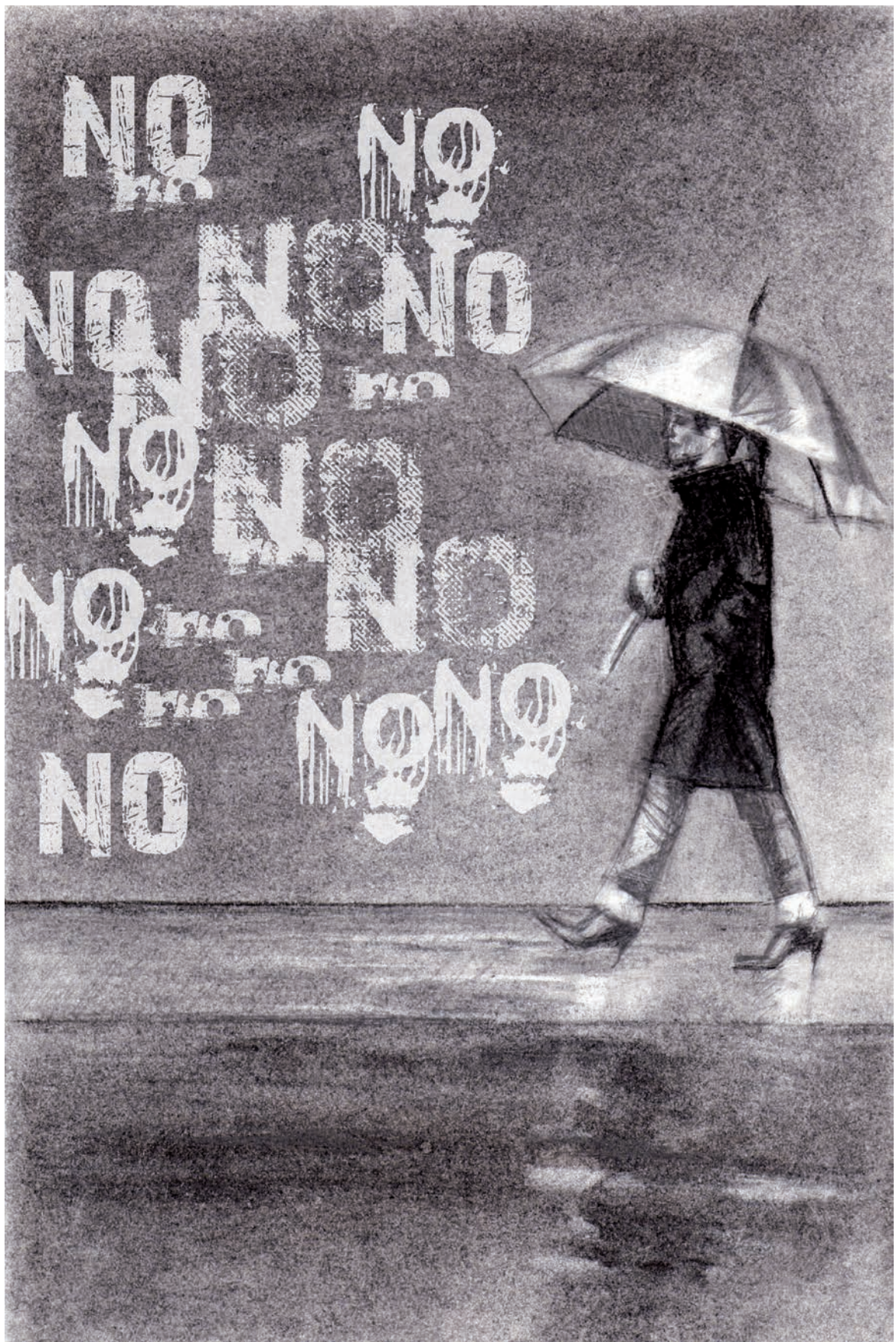
En una muy bonita canción, Luís Alberto Spinetta, comienza con esta frase: “Tengo tiempo para saber si lo que sueño concluye en algo...” (Spinetta, 2001) Eso es lo que usted tiene ahora: TIEMPO. Tiempo para pensar en un final, en un comienzo y en un título.

No deje que le pase como a aquellos humanos que llegaron por primera vez a Marte en las *Crónicas marcianas* de *Ray Bradbury*², pensando siempre primero en cómo iban a celebrar, antes de haber concretado los hechos. Ojalá situaciones así no lo hagan sacudirse de desilusión cada vez que emprenda la conquista de algún sueño. Es terrible ver, una y otra vez, cómo se derriba en la cara de muchos la estructura de sus esfuerzos como si fuera un enclenque castillo de naipes. Si no, pregúnteselo a *Lothar Matheus*.

1 El nombre de pila de este reconocido pintor, al que llamaremos amigo desde este momento, es: Pablo Diego José Francisco de Paula Juan Nepomuceno María de los Remedios Crispín Crispiano Santísima Trinidad Ruiz Picasso. ¿Por qué creen que decidió llamarse simplemente Picasso?

2 Lo primero que se les ocurrió fue esperar una celebración, una congregación de multitudes aclamándolos; muchos y muchos aplausos. Más allá de eso, no existía un propósito para realizar tan descomunal esfuerzo. (Bradbury, 1979)

Les queda un ejercicio práctico para resolver:
¿Hoy qué harán para que sus sueños se conviertan en realidad?



CAPÍTULO 2

EL QUE PIENSA, PIERDE

“...DECISIONS MADE VERY QUICKLY CAN BE EVERY BIT AS GOOD AS DECISIONS
MADE CAUTIOUSLY AND DELIBERATELY”.

MALCOLM GLADWELL

● Nunca le ha pasado que tras una larga y extenuante jornada ha pensado: “yo no me he debido quedar callado”, o “yo he debido haber hecho esto o lo otro”?... y, sin sentirlo llegar, el remordimiento lo ha cogido de manera despiadada, lo ha trastornado; lo ha hecho infeliz... no se preocupe; nos ha sucedido a todos.

¡No es por haber fracasado, sino por no haber tenido el valor de por lo menos intentarlo!

Así es este asunto de la creatividad. No es tan complicado como alguien podría suponerlo. Simplemente, ¿qué cree que tiene que hacer para “hacer algo creativo”?

¡Hacerlo!, ya está. Si no lo intenta, no sabrá nunca si es posible o no; será un sapo más del montón.

La sabiduría del pueblo nos dice que es “mejor arrepentirse de lo que hicimos que de lo que dejamos de hacer”. Así no se tiene la frustración de saber que hubiera podido ser pero no fue. Por simple indecisión. En creatividad la estrategia más efectiva que se conoce es “lanzarse al agua”, alejar los prejuicios y disponerse a emprender un camino nuevo. La forma práctica de llevarlo a cabo es dejar que el pensamiento, en primera instancia, fluya de forma libre y sin sometimiento a parámetros morales, sociales o ideológicos. Precisamente, esa es la técnica que utilizan los *surrealistas* para realizar sus obras: permiten que la imaginación se desborde sin limitaciones o censuras de ningún tipo³. Ellos tienen motivos profundos y convicciones que los llevan a actuar de esta forma, y hay

3 Esta es la definición de *Surrealismo* que el propio André Bretón nos entregó: “Surrealismo: automatismo psíquico puro por medio del cual uno se propone expresar ya sea por escrito, verbalmente o de cualquier otra manera el funcionamiento real del pensamiento. Dictado del pensamiento, en ausencia de todo control de la razón, fuera de toda preocupación estética o moral” (Breton, 2000).

quienes admiran sus creaciones, así como existen detractores de ellas. No viene al caso analizar y juzgar con profusión esta corriente artística; sí, hacer hincapié en que muchas veces para ser creativos es de vital importancia consentir que el ser interior se exprese sin tapujos; es decir, ¡mucho mejor que actuar con meticulosidad, es dejarse de tantas vainas!

Picasso —quien, por supuesto, también realizó grandes obras maestras surrealistas— decía que “el principal enemigo de la creatividad es el buen gusto” (Picasso, 2009). Por extensión, también lo son las denominadas “buenas costumbres”, o como dicen muchos, el actuar de forma “políticamente correcta”. Si uno realmente quiere realizar algún acto creativo en su vida, debe olvidarse de tantos prejuicios; darle rienda suelta a su espontaneidad y disponerse a apoyarla en su paso de la mera imaginación a la obra real.

¿Qué tal que Salvador Dalí se hubiera puesto a pensar en las “buenas costumbres” antes de hacer sus obras maestras *El juego lúgubre*⁴ o *El gran masturbador*⁵? Seguramente nos hubiéramos privado de dos de sus más importantes composiciones; además, la historia del arte habría quedado incompleta. Menos mal que este genial artista nunca se dejó limitar por el “qué dirán”. Su vida

4 Inspirado por los alcances de esta obra que trata de una temática bastante controversial, la *masturbación*, André Bretón, fundador y líder del grupo surrealista afirmó que: “Dalí es un hombre que parece vacilar (y cuyo futuro demostraría que no vacilaba) entre el genio y el talento; entre la virtud y el vicio, como se decía otrora. Es uno de aquellos que llegan desde tan lejos que no nos tomamos el tiempo necesario para percibirlos conscientemente al verlos llegar, solamente llegar... resulta encantador que un hombre pinte tan bien esas cosas tan pequeñas (y resulta aún mejor cuando las agranda)... un personaje con la camisa sucia de excrementos como en la obra *El juego lúgubre* resulta mejor que diez hombres vestidos y mucho mejor que cien hombres desnudos [...] existe la esperanza: la esperanza de que no todo se derrumbará, de que la admirable voz de Dalí no se quebrará al llegar a nuestros oídos, porque ciertos “materialistas” están interesados en hacerlo confundir con el crujido de sus zapatos de charol. Creemos que podremos ganar el proceso que hemos entablado contra la realidad y por eso deseamos a partir de ahora presentar con toda la energía el testimonio patético de un hombre que, a nuestro parecer, no tiene nada que perder, ni aún su cabeza [...] El arte de Dalí, [es] el más alucinógeno que se conoce hasta ahora...” (Neret, 1999) ¿Creen que si Dalí no hubiera tenido el valor de dejar a un lado el “buen gusto” jamás se hubiera podido decir algo así de él?

5 Emblemática obra del pintor catalán que se ha convertido en un ícono del surrealismo y cuyo título no deja dudas. Al respecto el propio Dalí, de quien se dice que era incluso mejor escritor que pintor, recrea la acción que representa en su cuadro de esta forma: “Delante del espejo, ejecuté mi sacrificio solitario, intentando alargarlo lo más posible para ir recordando mientras tanto cada una de las imágenes que había grabado en mi memoria... y obligarlas a que vinieran a mí y me mostraran aquello que yo tanto añoraba de cada una de ellas. Al final de un interminable cuarto de hora, agotador y mortal, arranqué de mí con toda la fuerza bruta de mi mano agarrotada el mayor placer, mezclado con lágrimas ardientes y apasionadas. Con todos los muslos de mujer que había en París, y ninguna se acercaba a mi lecho, en el que caí postrado, con la mente vacía” (Neret, 1999). Es una descripción delirante y a la vez impecable. Me pregunto ¿qué dirán los defensores de lo “políticamente correcto” al oírla?

y su obra siempre fueron controversiales. Muchos lo tildaron de desvergonzado, vulgar, impertinente y hasta de facineroso, bandido y criminal. Varias de sus exposiciones fueron censuradas y se le prohibió el ingreso a ciertos círculos sociales. A él, creo, no sólo no le importó ello, sino que lo utilizó como estrategia para darse a conocer. Hizo oídos sordos a todos aquellos que le gritaron que se detuviera, que no lo iba alcanzar, que era imposible plantearse algo así, que, como lo hacían todos los sapos que emprendieron el mismo camino con él, era mejor desistir antes de que fuera tarde. No le bastó con ser el sapito sordo que llegó a la cima de la gran torre, sino que complementó lo expuesto por Picasso con estas palabras que han de servir para evitar caer en la trampa de creer que lo creativo tiene algo que ver con las buenas costumbres:

Es el buen gusto, y sólo el buen gusto, el que posee la capacidad de esterilizar, y es siempre el primer enemigo de una mente creativa (Dalí, 2009).

Ahí lo tienen; déjense llevar.

Existen muchas “ideas locas” que no nos arriesgamos a exteriorizar. Nos sonrojamos con el sólo hecho de pensarlas. Lo peor es que muchas veces lo que hacemos con ellas es luchar para que desaparezcan pronto de nuestras mentes y así evitar que nos metan en líos. Es hora de darle otra vuelta a la tortilla o al pensamiento común y lineal; es hora de salirnos de los parámetros sociales, morales o estéticos... hora de prender el equipo de sonido a todo volumen para escuchar y dejarse llevar por lo que proponen unos amigos puertorriqueños que seguramente conocen: se hacen llamar el *Residente* y el *Visitante*:

Atrévete; salte del clóset, destápate, quítate el esmalte, deja de lavarte, que nadie va a retratarte; levántate, ponte *hyper*, sácale chispas al *starter*, préndete en fuego como un *lighter*, sacúdete el sudor como si fueras un *wiper*, que tú eres callejera, *street-fighter*... deja esa cara de seria, esa cara de intelectual, de enciclopedia, que te voy a inyectar con la bacteria, pa' que des vueltas como *machina* de feria...

Señorita intelectual, ya sé que tienes el área abdominal que va a explotar, como fiesta patronal, que va a explotar, como palestino... yo sé que a ti te gusta el *pop-rock* latino, pero es que el *reggaetón* se te mete por los intestinos, por debajo de la falda como un submarino, y te saca lo de indio taíno... ya tú sabes en taparrabos, mamá, en el nombre de *Agüeybana*, no hay más na', para na' que yo te voy a mentir, yo sé que yo

también quiero consumir de tu peregil; y tu viniste amazónica como Brasil, tú viniste a matarla como *Kill Bill*, tú viniste a beber cerveza del barril; tú sabes que conmigo tú tienes *re-fill*...

Atrévete; salte del clóset, destápate, quítate el esmalte, deja de lavarte, que nadie va a retratarte; levántate, ponte *hyper*, sácale chispas al *starter*, préndete en fuego como un *lighter*, sacúdete el sudor como si fueras un *wiper*, que tú eres callejera, *street-fighter*... (Calle13, 2005).

Así es: ¡Atrévase! No lo piense tanto. No espere a que se acabe su tiempo. Ha de saber que aún queda mucho para que el juez le ponga punto final a este cuento y haga sonar su silbato. También lo dicen dos de las mentes más creativas de nuestros tiempos:

Steve Jobs, pionero, fundador y hasta la actualidad CEO de Apple:

Su tiempo tiene límite, así que no lo pierdan viviendo la vida de otra persona. No se dejen atrapar por dogmas, es decir, vivir con los resultados del pensamiento de otras personas. No permitan que el ruido de las opiniones ajenas silencie su propia voz interior. Y más importante todavía, tengan el valor de seguir su corazón e intuición, que de alguna manera ya saben lo que realmente quieren llegar a ser. Todo lo demás es secundario (Jobs, 2005).

Y Bill Gates, creador y dueño de Microsoft, y poseedor de una de las fortunas más grandes que la humanidad haya podido conocer hasta el momento: “Si quieres hacer algo grande en tu vida, debes recordar que la timidez está sólo en la mente. Si piensas con timidez, tus actos serán similares. Pero si piensas con seguridad, actuarás de la misma forma. Por ello nunca dejes que la timidez conquiste tu mente” (Gates, 2006).

Seguramente cuando se siente a realizar su proyecto creativo —sea cual sea su disciplina o campo de acción— de alguna u otra forma estos dos personajes y sus herramientas estarán presentes en su creación. Por eso no está de más ponerles un poco de atención; alejar la timidez; hacerle caso a su mejor consejera: la intuición; olvidarse de los prejuicios sociales y de aquellos que lo juzgan, lo limitan o simplemente se niegan a entenderlo, y ¡ponerse a trabajar!

No le dé tantas vueltas al asunto, no lo piense dos veces, no lo posponga, no diga “quizás más tarde”. Métaselo en la cabeza de una vez por todas: pensar no es imaginárselo o divagar sin sentido; pensar es, de una y muchas maneras, actuar. Por eso se dice que: ¡El que piensa, pierde!

Llegó la hora de concretar los sueños. Llegaron los días en los que o hace las cosas o deja que alguien más las haga por usted. Rubén Blades lo dice cantando: “si tú no usas la cabeza, alguien más la va a usar por ti” (Blades R. , 2004).

Como profesor de la enigmática y nunca bien ponderada clase de Aprender a pensar en el Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA) de Bogotá, les enseñé a mis alumnos, aunque parezca algo contradictorio, que para “aprender a pensar” lo primero que hay que hacer es no pensarlo tanto.

Este tipo de asuntos que se salen de la lógica común son claves para comprender el esquivo significado de “creatividad”. No se devanen la cabeza ni se quemen demasiado las pestañas tratando de definir lo indefinible. Ya se irán familiarizando con ello, verán, por ejemplo, que cuando sientan la imperiosa e impostergable necesidad de irse a la guerra, su mejor estrategia será alejarse cuanto antes de ella. Esto será cuando un *viento ancestral de la china sople en nuestra dirección* (capítulo 6). Pero no se adelanten, ya llegará el momento de viajar por otro continente y por otros tiempos. Por ahora basta con saber que las definiciones absolutas e incontrovertibles también son enemigas de la creatividad.

Una de las acepciones de la palabra “pensar” en el *Diccionario de la lengua española* es “Intentar o formar ánimo de hacer una cosa” (Real Academia Española, 1998). Suena un poco extraño, ¿no? ¿Pensar a caso no es sospechar o imaginar o discurrir?... la respuesta es sencilla: *también lo es*. Una cosa no niega la otra. En realidad se complementan; lo uno sin lo otro no tendría mucho sentido. Sin embargo, si se quedan en la mera imaginación o divagación, creo que no harán mucho ni por ustedes, ni por la humanidad: pensar bien no es acumular “pensamientos” que nunca serán usados. Pensar bien es, vale la pena repetirlo —y subrayarlo— ¡Actuar!

De nada sirven el preámbulo, la preparación, los conocimientos, o los estudios, si no se aplican a proyectos concretos. Un antiguo proverbio sufí dice que “un sabio que no utiliza su sabiduría, es como un burro cargado de libros” (Rebetez, 1997). Lo mismo sucedería si después de leer este libro no toman una hoja y un papel y se lanzan a la aventura de escribir sus sueños, o si no abren el Autocad y definen dónde va a ir su primer ladrillo, o toman la guitarra en sus manos y no son capaces de hacer sonar un nuevo acorde.

Al respecto, un ejercicio práctico que recomienda Diego Parra en su libro *Creativamente* (Parra, 2003), con el que pueden empezar, es acostarse a dormir y ubicar al lado de su mesa de noche un esfero y un papel; justo cuando des-

pierten —puede ser de manera natural o inducida (poniendo por ejemplo el despertador a las tres de la mañana)— traten de plasmar lo soñado en el papel. Si no pueden acordarse de su sueño, piensen en otro que hayan soñado alguna vez. No importa si lo que escriban parece incoherente o ilógico; de hecho mejor que sea así. Después de tener un primer borrador, podrán revisarlo, mejorarlo y embellecerlo, si así lo quieren. Lo importante es que al principio se dejen llevar por el flujo natural del pensamiento... al mejor estilo surrealista.

Malcolm Gladwell, uno de los escritores más destacados de nuestros tiempos, en su obra *Blink: The power of thinking without thinking*, cuya traducción literal sería algo así como “Parpadear: el poder de pensar sin pensar”, demuestra que en ocasiones es mejor tomar decisiones en una primera instancia —en un abrir y cerrar de ojos— que esperar para obtener información detallada y minuciosa al respecto. Además de que muchas veces esta información es innecesaria, puede entorpecer los impulsos creativos de las personas. Tanto así que ha sentido en carne propia “[...] una enorme frustración con los inesperados costos de saber demasiado, de estar inundado de información. Hemos llegado a confundir la información con el entendimiento” (Gladwell, 2002) (Gladwell, *Blink: the power of thinking without thinking*, 2002). Para entender —para “pensar”— no es imperativo cargarse de conocimientos. Para crear es más sensato arriesgarse que esperar a que llegue el momento preciso; si así se hace, se diluyen las ideas y, lo peor de todo, se queda uno esperando un instante que nunca llegará. Piénselo: *pensar sin pensarlo*; decídase.

En el caso de la escritura, pasa muchas veces que antes de sentarse uno a escribir algo “piensa” (es lo que se dice porque en realidad lo que está haciendo es dilatándose, “dejando de pensar”) en las normas gramaticales, sintácticas y lingüísticas del idioma. Se predispone a hablar en primera, tercera o cualquier persona del plural o del singular. Sabe que utilizará el epíteto, el hipérbaton y la aliteración intencional como herramientas fundamentales que aparecerán transversalmente a lo largo del texto con la intención de generar un efecto único y original. Y, además, aleja todas las posibilidades de emplear pleonasmos, gerundios o distorsiones que le quitan elegancia y rigor a la lengua.

Una vez “pensó” esto, lo que pasa es que a uno “se le fue la paloma” y ya no tiene nada para contar. A lo cual se suma el hecho de que mucha gente no conoce con exactitud los conceptos que definen la lengua y la identifican como una ciencia. No es que esté bien o mal; simplemente no han leído lo suficiente

o no se especializan en el tema. No les interesa si están usando el pretérito perfecto o el pluscuamperfecto del pasado singular, ni que los sustantivos parasintéticos son compuestos y derivados a la vez. Lo que les interesa es transmitir un mensaje, expresar una opinión o sencillamente contar una historia.

Por eso, al momento de enfrentarse a una hoja vacía o al inicio de cualquier tipo de proyecto, lo más aconsejable es permitir que el pensamiento fluya libremente. Después habrá tiempo de corregir, transformar y adornar lo escrito. Como profesor universitario que enseña e incentiva a sus estudiantes a escribir, no me interesa que lo hagan como aparatos eximios que no cometen ni un solo error ortográfico y manejan la sintaxis, la gramática y la retórica a la perfección, si no tienen nada en la cabeza y no saben qué es lo que están contando. Para eso están las máquinas.

En los negocios la cosa es similar; pasar de la teoría a la práctica muchas veces cuesta. Los conceptos aprendidos generalmente no funcionan en el mundo real de una manera perfecta y sin falencias. Por eso deben contar con la flexibilidad suficiente para adaptarse a las circunstancias y, sobre todo, deben estar dispuestos a correr el riesgo de equivocarse. Riesgo que indistintamente corren todos los creativos, como lo pone Goethe con estas palabras: “El único hombre que no se equivoca es el que nunca hace nada” (Goethe, 2002).

Pablo Picasso, para muchos uno de los artistas más representativos del siglo XX y para nosotros un fiel compañero de viaje, afirma que “si uno sabe con exactitud lo que va a hacer, es mejor no hacerlo” (Picasso, 2009). Siempre es bueno contar con un grado de incertidumbre, esto nos da incentivos para realizar la tarea. Bill Gates, quien nos acompaña —literal o figurativamente— ratifica este pensamiento cuando recuerda al conquistador de América y se pregunta: “¿Qué tal si a Colón le hubiesen dicho, Cris, cariño, no vayas ahora, espera a que resolvamos primero los problemas más importantes: la guerra, la pobreza y el crimen, la contaminación y la enfermedad, el odio racial...?” (Gates, 2006); si se hubiese “cargado” con toda esa información, otro sería el cuento que estaríamos contando, ¿no les parece?

Esto ocurre muchas veces con lo que nos proponemos. “Pensamos”, pensamos, y decimos que es imposible tratar de realizar algo en Colombia porque con la guerrilla, con los paramilitares, con la corrupción, con el narcotráfico y con la delincuencia es labor perdida de antemano; o en el mundo entero por-

que la tecnología está demasiado avanzada y no tenemos nada que hacer frente al poder de las multinacionales.

Dejen de ponerse límites; empielen por borrar la palabra imposible de los diccionarios... y de sus corazones. Señoras y señores, niñas y niños, el verdadero creativo es el que sueña en grande, el que no se pone límites.

Si las desligan de cualquier ideología, vale la pena traer a colación aquí las palabras que Ernesto “Che” Guevara —soñador por excelencia— pronunció alguna vez: “seamos realistas, hagamos lo imposible” (Guevara, 2009). Es una buena manera de verlo, de pensar sin pensarlo tanto, de lanzarse a la conquista de los sueños.

Muchas veces, con la gente joven que no tiene experiencia y quiere realizar un trabajo cualquiera que es nuevo para ellos, ocurre que sus jefes se lo impiden con el argumento único —y tautológico en esencia— de que no tienen la experiencia (o la información) suficiente para hacerlo. La pregunta que tocaría formularse es ¿cómo, entonces, hacen para adquirir experiencia si no los dejan? Lo más triste de todo es cuando pasa el tiempo y los que tienen experiencia son los que siguen y seguirán teniéndola por siempre.

Es imprescindible abrir oportunidades para nuevas propuestas, aportes e ideas. No se cierre a la banda. Arriésguese.

No es tampoco una incitación para que se convierta en un desvergonzado. Pero, si no lo intenta, será siempre uno más en el mundo de los sapos. Y no podrá gozar de aquello que reza la sabiduría popular cuando afirma que “el que pierde la vergüenza, no sabe lo que gana”. Lo cual no quiere decir que deba saltar por la ventana por el simple hecho de saltar por ella. Y que escriba lo que se le dé la gana sin que la propia expresión lo limite. Se dará cuenta de que la preparación, el estudio, la lectura y las experiencias acumuladas son pilares para que al dar el salto no se parta la crisma. Gladwell se da cuenta de ello al asegurar que las buenas decisiones que son tomadas con gran velocidad, bajo condiciones de alto estrés, también son producto del entrenamiento, las reglas y el ejercicio constante (Gladwell, 2002) (Gladwell, *Blink: the power of thinking without thinking*, 2002). Una cosa es saltar por saltar; otra, muy distinta, es disponerse a crear, a sabiendas de que para triunfar tendrá que hacerlo con esfuerzo y persistencia.

Es increíble ver a personas con serios problemas físicos, mentales o políticos que logran alcanzar grandes sueños a punto de persistencia y amor propio.

Nunca falta el caso del pintor que no tiene manos; del atleta sin piernas que estuvo a una centésima de clasificar a los olímpicos; o el de Stephen Hawkins, quien padece una terrible enfermedad degenerativa, y sin embargo ha transformado la manera en la que el hombre ve el universo; o el de Lance Armstrong, quien superó un terrible cáncer para erigirse como el mejor ciclista de todos los tiempos y ganar seis veces seguidas el Tour de Francia. Todos nos sorprendemos, nos tocamos y decimos, “hombre, esta persona sí que es valiosa”. La pregunta es: ¿valiosa por haber caído en desgracia y haberse podido levantar? O ¿valiosa por haber sido capaz de luchar para conseguir sus sueños bajo cualquier circunstancia?, ¿por haber sido “realista”?

Han soñado en grande y han luchado para sobresalir, así el destino no haya sido benévolo con ellos. Hay discapacitados o personas con problemas a los que les pueden servir estos ejemplos como casos exitosos de superación y de lucha incansable. Pero el mensaje es, sobre todo, para aquellos que no parecen tener ningún problema aparente y que viven vidas rutinarias sin mucha acción, sin mucho que aportar a la humanidad, como ellos mismos piensan, porque se sienten insignificantes, incapaces de hacer algo más, de soñar y de luchar por concretar esos sueños; es para la gran cantidad de Gregorios Samsa que, sin más ni más, un día se levantaron convertidos en espantosos insectos.

La ceguera corre por dentro. Christopher Reeve —quien protagonizó al indestructible *Superman*—, tiempo antes de morir cuadrapléjico, se dio cuenta de lo mismo y afirmó que, irónicamente, en el mundo hay una gran cantidad de personas “parapléjicas” que pueden caminar y están seguros de que tienen intactos sus cinco sentidos. Mientras que personas como él, habían dejado de ser parálíticas, justo cuando físicamente perdieron los sentidos. Es absolutamente paradójico, pero así es: dejaron de ser parálíticos cuando comenzaron a “pensar”, cuando se dispusieron a actuar.

En ocasiones la parálisis es mental, psicológica, inventada... ¿Se siente impotente ante las circunstancias? ¿Le da miedo actuar, por X o Y motivo o razón? Si así es, es porque le está dando miedo pensar.

Actualmente el mundo atraviesa por una crisis económica de complejas proporciones. Hay razones de sobra que comprueban que el momento histórico es complicado: quiebras masivas de empresas, algunas de las cuales han sido símbolos del capitalismo como General Motors, y de bancos considerados icónicos como Lehman Brothers; niveles de desempleo de proporciones históricas;

gran cantidad de países con crecimiento negativo; gigantescas pérdidas de capital, entre otros graves problemas. Lo cual hace que veamos un panorama difícil en el horizonte. Pero de ninguna manera quiere decir que debamos quedarnos parados esperando lo peor porque “estamos en crisis”, porque “no hay nada que hacer”, porque “lo mejor es vender el carrito”, pasarse a una casa más pequeña, sacar a los hijos del colegio privado para meterlos al público, y dejar de comer en el restaurante francés; todo por el simple hecho de que “se nos vino la crisis encima”. Es ilógico pensar que porque la economía está en crisis, nosotros individualmente debemos estarlo también. Si hay algo que trae oportunidades, es la crisis. John F. Kennedy lo mostró alguna vez cuando era presidente de Estados Unidos: “la palabra ‘crisis’ se escribe en chino con dos caracteres: uno representa peligro; el otro representa oportunidad”. Cada quién escoge el camino que va a tomar. Lo único cierto es que si estamos en “crisis” es precisamente el momento de actuar, de proponer, de crear; de aportarle algo a esta sociedad para que no se enganche en el ciclo del pesimismo y de la inútil inercia que tiene el efecto de una avalancha de nieve.

Esto no quiere decir que no seamos cautelosos, que no cuidemos lo que tenemos, que no calculemos los pasos que demos. Que hagamos oídos sordos a los augures de la economía, a los que nos sugieren posibles problemas con nuestras finanzas y niveles de endeudamiento. Y mucho menos que omitamos los sabios consejos de gramáticos y lingüistas que han ayudado a cuidar nuestra lengua durante siglos y que nos advierten, a su vez, de los peligros que corre si no la utilizamos bien. No sólo los peligros que corre el español como idioma, sino el ser humanos si dejamos de expresarnos con claridad. Esto se puede ver con más cuidado en el *poder de la palabra* (capítulo 3). Lo que no nos podemos permitir es quedarnos sentados, inmóviles, sin nada que hacer con el pretexto de que el mundo entró en crisis o de que esto de escribir es demasiado complicado. Ni lo uno ni lo otro pueden detenernos.

Un interesante ejemplo de cómo salir airoso en medio de una crisis es el de don Mario Santo Domingo, padre del hombre más acaudalado de Colombia, quien forjó las bases de su emporio en los años treinta justo cuando el mundo entró en la gran depresión y todos los que tenían con qué decidieron, en oposición al empresario barranquillero, “apretarse los cinturones”. En vísperas del atasco económico mundial, don Mario tomó la decisión de mudarse a España porque su olfato de negociante le advirtió que se acercaba una tempestad.

tad económica de proporciones incalculables. Desde allá, además de comprar la totalidad de la Cervecería Águila, creó discretamente una serie de sociedades para adquirir bienes raíces en todo el país, especialmente en Bogotá, antecediéndose al desarrollo urbanístico que vendría para la capital (aparte de arriesgado, visionario); y comenzó a negociar acciones en la Bolsa de Nueva York. Al finalizar la crisis, don Mario ya había ganado mucho terreno, y, por supuesto, fue sumamente prudente con el tema del endeudamiento pues se aseguraba de que sus empresas tuvieran muy bajos pasivos; así se mantuvo siempre con dinero disponible lo cual le permitió hacerse a otras empresas quebradas (Reyes, 2003) (Reyes Copello, 2003). Seguramente, si no hubiera hecho lo que hizo, se hubiese arruinado como muchos de sus contemporáneos; todo por falta de coraje, por miedo a la crisis. Mario Santo Domingo es un verdadero creativo. Tenía con qué y lo utilizó. No le dio miedo tomar el riesgo, se atrevió... y, ¿qué pasó? Salió airoso de uno de los periodos más oscuros para la economía mundial del siglo XX.

O qué decir de Florentino Pérez, actual presidente del Real Madrid, quien en plena crisis económica mundial adquirió para la institución los derechos del futbolista más costoso de la historia: Cristiano Ronaldo, por la no despreciable suma de 92 millones de euros. Así como los de Kaká por 65 millones de euros, y los de Xabi Alonso, por otros 30 millones de euros, a los que se suman otra media docena de jugadores de élite mundial. El tiempo dirá si su atrevido impulso le sirvió al equipo para conseguir campeonatos, o, por lo menos, para consolidarse como una de las empresas deportivas más rentables del mundo. Lo que sí podemos asegurar ahora es que Pérez, en un momento histórico complicado, es alguien que, a sabiendas de que podía hacerlo, no se dejó limitar por las presiones propias de una crisis económica, y arriesgó lo que creía que tenía que arriesgar. ¿Se parece a don Mario Santo Domingo?

Oscar Wilde, otro de aquellos personajes perseguidos por ir en contra de la moral de la época, alguna vez afirmó: “A veces se puede vivir durante años sin vivir en absoluto, y de repente irrumpe la vida entera y se aglomera en una sola hora” (Wilde, 2002) (Wilde, Vera o los nihilistas, 2002). La creatividad, la Luz que todos llevamos adentro, a veces ha estado apagada por años enteros; y, de un momento a otro, se prende como una vela en medio de la oscuridad. De eso se trata este cuento: llegó su hora; ¡Encienda su Luz!, ¡Salte al agua!, y hágalo libremente.



La cosa no es tan difícil. Necesita un esfero y un papel, o una vieja máquina de escribir, o un computador cualquiera... Sobre todo, necesita una idea. Eso es. Alguien diría: “esta vida es mamey”, y no dista mucho de la realidad. Nosotros mismos nos hemos encargado de enredarnos, de ver marañas donde no las hay, de empañar nuestras miradas: “no es que haya cáscaras en el suelo, sino telarañas en nuestros ojos”. En vez de pensar en el pluscuamperfecto o en el pretérito de no sé qué vainas, es el momento de escribir lo que está pensando. Es la manera más apropiada de lanzarse al agua. Así como la distancia más corta entre dos puntos es la línea recta, *el paso más fácil hacia la creatividad es crear*.

Ahora bien, ¿qué es lanzarse al agua? Muchos dirán, oiga, pero yo todavía no tengo la plata para ello, no tengo oficina, ni secretaria, ni equipo. Pues están bastante equivocados porque, como no me canso de recalcar, lo único que se necesita es un lápiz y un papel; un procesador de palabras; una marimba, un tambor o una flauta; una pila de cemento y un montón de ladrillos; o su voz desnuda y libre... Después vendrán otras etapas en las que haya que invertir tiempo y recursos —no necesariamente dinero— para convertir lo creado en una construcción sólida. Por el momento, es cuestión de voluntad.

“Hay tentaciones terribles; se necesita fortaleza, fortaleza y coraje para caer en ellas” (Wilde, 1997) (Wilde, Un marido ideal, 1997); nos sigue retando Oscar Wilde. En este caso la tentación está representada por las barreras sociales, morales o lingüísticas que nos impiden actuar. ¿Cuántas veces hemos dicho “qué tal si hiciéramos tal cosa” o “qué pasaría si esto o aquello”? Pues es hora de probarlo. Caiga en la tentación... en la tentación de ser creativo.

Hace poco Mario Vargas Llosa, en una visita a la ciudad de Cartagena, fue muy claro al respecto: “Optar por el riesgo es mucho mejor que esconderse detrás del lugar común, de lo ‘políticamente correcto’ [...] correr riesgos es bueno para el espíritu, para la *creatividad*” (Vargas Llosa, 2010).

Para alcanzar esa creatividad —concepto esquivo y volátil— hay que dejarse llevar. Lanzarse como lo hacen los paracaidistas, con soltura, con desprendimiento. Es como cuando uno está en un paseo y parte del plan es arrojar al río desde una roca que está varios metros por encima del nivel del agua. Si se lanza entumido y “muerto del susto” —por no hacer referencia a algo más escatológico—, rígido y temeroso, seguro que se meterá un “costalazo” bien fuerte; pero si deja que su cuerpo se acople al vacío, lo hará con soltura, y la zambullida será inmarcesible. Además, será el primero en regresar para volver a lanzarse; le encontrará satisfacción y gusto al hecho de saltar. Esa es la esencia del ser creativo, la chispa



para encender la candela; luego necesitará mantener el fuego vivo, para eso le servirá la estrategia, por ahora lo que le hace falta es prender la fogata.

Aquí surge un punto vital de la creatividad. Si no disfrutan lo que hacen, es mejor, ahí sí —por muchos pluscuamperfectos y muchos hipérbatones (no me querrán los fanáticos de la gramática), o muchas matrices DOFA o diamantes de *Porter* diseñados a la perfección (me odiarán los teóricos de la administración)— es mejor desistir. En este viaje hay que hacer lo posible para pasarla bien mientras se crea. De nada sirve hacer las cosas sin alegría. Se acaba uno y ayuda uno a que se acabe el mundo. La diversión y el trabajo no son opuestos; de hecho si están juntos hay más posibilidades de alcanzar mejores y mayores logros.

Para crear a conciencia hay que creer en lo que uno está haciendo... y ¡hay que quererlo! La más aconsejable forma de ser creativo es disfrutando de la propia creación. Steve Jobs se refiere a ello cuando asegura que para sobresalir es imprescindible encontrar aquello que uno ama:

Su trabajo va a llenar gran parte de sus vidas y la única manera de sentirse realmente satisfecho es hacer aquello que creen es un gran trabajo. Y la única forma de hacer un gran trabajo es amando lo que hacen. Si todavía no lo han encontrado, sigan buscando. No se detengan. Al igual que con los asuntos del corazón, sabrán cuando lo encuentren. Y al igual que cualquier relación importante, mejora con el paso de los años. Así que sigan buscando hasta que lo encuentren. No se detengan (Jobs, 2005).

Divertirse al momento de crear es pieza fundamental de la estrategia. Si no se divierten es porque no aman de verdad; deberán buscar en otro lugar.

Hay una máxima muy conocida en el mundo del fútbol que reza: “quien no hace los goles, los ve hacer”, y así sucede en todos los ámbitos de la vida. Hay personas que tienen ideas buenísimas y se deslumbran constantemente, pero de tanto contarlas y tanto darles vueltas y vueltas, son otros los que terminan llevándolas a cabo.

Así acaece con las conquistas amorosas. Mil y una veces hemos visto cómo algunos enamorados llenamos de flores, chocolates y todo tipo de detalles a las niñas que queremos conquistar, y cuando estamos cerca de ellas nos sonrojamos, no nos atrevemos ni a mirarlas a los ojos, y ahí es cuando llega el *tiburón*, el galán, el que, “en menos de lo que canta un gallo”, o “más rápido de lo que mueve las alas un colibrí”, está bailando con la chica de nuestros sueños, la que cortejamos con tanto esmero, y a la que, en un abrir y cerrar de ojos —en un parpadear (*Blink!*)—, ¡ya le ha dado un beso!... mientras lloramos la lágrima gorda en la esquina del baile preguntándonos: “¿Por qué?”, “¿qué hizo él que



yo no hubiera hecho?”, “si fui cariñoso, detallista, caballero”... bueno, mil cosas tiernas y esmeradas...; la única verdad es que él se atrevió a sacarla a bailar y nosotros no. Se atrevió a cogerle la mano. Se atrevió a mirarla a los ojos. A manifestarle su interés. No le dio tantas vueltas al asunto. Ganó. ¡Hizo el gol, infló la red!... y nosotros nos quedamos esperando; lo vimos hacer ante nuestras cándidas miradas.

Por esto recomiendo volver a encender el equipo de sonido para escuchar a *The Cure*, esos locos británicos de pelos parados y ojos maquillados, que más que deleitarnos con una música estridente y melódica a la vez, quizás quieren incitarnos con esta canción a que hagamos algo, ¿qué será?, ¿actuar?:

Say this is it
Don't say maybe
Don't say no
Say this is it
Don't say hold on
Don't say slow
Say this is it
Don't say next time
Don't say when
Say this is it
Don't say later
No, don't say then

Just say yes! Do it now!
Let yourself go!
Just leap! Don't look!
Or you'll never know
If you love it
You might really love it
If you love it
You might really love it!
(Smith, 2001)

Di que esto es
no digas, de pronto
no digas no
di que esto es
no digas espera
no digas despacio
Di que esto es
No digas, la próxima vez
No digas, ¿cuándo?
Di que esto es
no digas más tarde
no digas, esa vez...
¡Sólo di que sí!

¡Hazlo ahora!
¡Déjate llevar!
Sólo salta, no mires
o nunca sabrá
si lo amas
de pronto, lo puedes llegar a amar de verdad
si lo amas
de pronto, lo puedes llegar a amar de verdad”
(Traducción del autor).

¡Sólo diga que sí! El que piensa, pierde. Es hora de actuar.

CAPÍTULO 3

¡EL PODER DE LA PALABRA!

UN PRINCIPIO ESTRATÉGICO

“EL HOMBRE QUE LEE TIENE AL MUNDO EN SUS MANOS”.

ISAAC ASIMOV

“ En el principio existía la Palabra y la Palabra estaba con Dios, y la Palabra era Dios”, así inicia el *Evangelio según San Juan*; pieza fundamental de uno de los libros más influyentes de la historia, al que por cierto vale la pena echarle un ojo desprevenido, ojalá sin fanatismos. También estos son enemigos de la creatividad que, más allá de poder ser definida de forma absoluta, tiene ciertas características que la hacen muy singular. Una de ellas es la *flexibilidad* que permite ver el blanco sin negar el negro, o hablar de arte y de ciencia a la vez, o, por supuesto, leer el *Corán* y la *Biblia* sin entrar en conflicto.

El caso es que la historia más leída de la vida de Jesucristo comienza con la “palabra”. Ella es la que posibilita la existencia de este ser maravilloso y de la vida misma. La palabra es la madre de todo. Sin ella no existiría este libro creativo, ni nuestro lugar de trabajo, ni las calles por las que transitamos y, evidentemente, no existiría Dios.

Sin detenernos en un pormenorizado análisis religioso, podemos ver que esta corta frase encierra puntos cruciales para el desarrollo de la estrategia. Veamos: ¿qué querrá decir que “en el principio existía la palabra”? Interesante, ¿no? Significa que antes que cualquier cosa, que cualquier planta, animal, idea, o que usted mismo, estaba ella rondando el Universo. Lo mismo sucede en cuanto a estrategia se refiere: la palabra es lo primero que tenemos al momento de definirla.

Ahora, miremos: “la palabra estaba con Dios” y “la palabra era Dios”. ¿Cómo así? Es más sencillo de lo que podría parecer: Dios es el que da vida y es el que la quita; es el creador. Y, ¿si Dios es la palabra?... entonces, es con ella con la que podemos crear. De eso se trata la creatividad: de crear y, claro está, de creer también. Dios es el ser más creativo de todos, ¿no creen?

La palabra se constituye en la principal herramienta que poseemos al momento de acometer alguna misión en la vida. Gerald A. Michaelson (2000), en

su libro *El arte de la guerra para directivos*, afirma que: “Si su plan no está escrito, usted no tiene plan alguno” (Michaelson, 2000). Así es que manos a la obra... o al lápiz, o al esfero, o a lo que prefieran: ¡Tracen su estrategia!

De aquí en adelante ésta consistirá en hacernos amigos de la palabra: será nuestra compañera y confidente en este viaje. Si ya se tomaron el trabajo de escribir un sueño de forma libre y espontánea —como se sugiere en el capítulo 2—, ahora lo que van a hacer es convertir ese sueño en realidad. Por muy loco que sea —incluso entre más loco mejor—, van a expresarlo en forma coherente. Esto de ningún modo limitará su imaginación. Lo que logrará es que quien lo lea lo entienda. Eso es todo.

Para cualquier actividad en la que participen —sea artística, empresarial, social o amorosa— deben saber que lo más importante es hacerse entender. Si no lo consiguen estarán perdiendo su tiempo, su energía y sus esfuerzos. Si poseen muchas ideas maravillosas rondando en sus mentes y no las pueden transmitir, sus proyectos serán un fracaso; se colmarán de frustración. Alex Grijelmo (2006), en su *Defensa apasionada del idioma español*, lo pone de esta manera: “[...] los que no saben explicarse [...] tal vez no saben entenderse”. (Grijelmo, 2006) Más claro no canta un gallo.

Esto no tiene por qué asustarnos. Simplemente nos debe hacer reflexionar. Lo importante, ya sabemos, es que el mensaje que queremos transmitir llegue al destinatario sin alteraciones.

Ya nos preguntamos ¿qué es pensar? Al parecer, muchas veces lo hemos hecho pero, como se aprecia en *el que piensa, pierde* (capítulo 2), tras analizar el asunto, en ocasiones quedamos bloqueados; no sabemos exactamente qué significa esto de pensar. En primera instancia creemos que es imaginarse asuntos, cargarse de conocimientos y guardarlos en la mente. Decimos, “en todo momento estamos pensando”. Al estar leyendo estas líneas supuestamente pensamos. De alguna manera esto es cierto y, de hecho, hace parte del proceso de pensamiento.

Pero lo importante es lo que viene después. ¿Qué hacemos con nuestros pensamientos? Por pensar tanto dejamos de hacer cosas. O mejor, de tanto pensarlo se nos enreda el pensamiento. Nos volvemos un ocho. Acuérdense: no es necesario romperse la cabeza para lograr un pensamiento oportuno; no hay que quemarse tampoco las pestañas: ¡*El que piensa, pierde!*

En vez de darle vueltas y vueltas y más vueltas al asunto, hasta que se nos “caliente el casco” o “se nos corra el champú”, como dicen por ahí cuando uno empieza a desvariar, *es mejor acudir a los que saben*.

Punto cardinal en la estrategia: *si no lo tiene claro, llame a un experto*. El creativo no es el que hace absolutamente todo, ni el que se las sabe todas, ni el que pretende tener la respuesta a cada uno de los interrogantes; el creativo es el que concreta ideas... y no tiene ningún problema si para ello tiene que pedir ayuda o delegar: si ya la rueda está inventada..., ¿para qué se va a poner de artista? Si quiere profundizar en ello sintonice el singular y controversial capítulo 8: “Copy/Paste”, a través del cual se sentirá impulsado a perfeccionar esa técnica que sonroja y vuelve energúmenos a muchos, pero que, al fin y al cabo, es utilizada por todos.

El estrategia no necesariamente es el que más sabe, ni el más hábil, ni el “duro de duros”; el buen estrategia es el que se rodea de los mejores. Y lo repito, es el que llama a un experto en caso de necesitarlo. Es lo que haremos ahora mismo: traeremos a uno por cierto misterioso, mágico y muy servil; uno que le cambió la vida al mismísimo Gabriel García Márquez, como él nos lo relata en su autobiografía *Vivir para contarla*:

Fue [...] el abuelo el que me hizo el primer contacto con la letra escrita a los cinco años, una tarde en la que me llevó a conocer los animales de un circo que estaba de paso en Cataca bajo una carpa grande como una iglesia. El que más me llamó la atención fue un rumiante maltrecho y desolado con una expresión de madre espantosa.

—Es un camello —me dijo el abuelo.

Alguien que estaba cerca le salió al paso:

—Perdón, coronel, es un dromedario. [...]

Sin pensarlo siquiera, lo superó con una pregunta digna:

—¿Cuál es la diferencia?

—No la sé —le dijo el otro—, pero éste es un dromedario. [...]

Aquella tarde del circo volvió abatido a la oficina y consultó el diccionario con una atención infantil. Entonces supo él y supe yo para siempre la diferencia entre un dromedario y un camello. Al final me puso el glorioso tumbaburros en el regazo y me dijo:

—Este libro no sólo lo sabe todo, sino que es el único que nunca se equivoca.

Era un mamotreto ilustrado con un atlante colosal en el lomo, y en cuyos hombros se asentaba la bóveda del universo. Yo no sabía leer ni escribir, pero podía imaginarme cuánta razón tenía el coronel si eran casi dos mil páginas grandes, abigarradas y con dibujos preciosos. En la iglesia me había asombrado el tamaño del misal, pero el diccionario era más grueso. Fue como asomarme al mundo entero por primera vez.

—¿Cuántas palabras tendrá? —pregunté.

—Todas —dijo el abuelo (García Márquez, 2002).

Por eso es que el método más efectivo para acercarnos a la palabra es tener siempre un diccionario a nuestro lado. Hay muchos. Cualquiera nos sirve para nuestras intenciones. Con el de la Real Academia, y el de sinónimos y antónimos que trae incorporado el Word tenemos. Para valernos de este último basta con oprimir el *click* derecho, o *Ctrl click* si se trata de un Mac.

En algún rincón de sus casas deben tener un diccionario. Seguramente está empolvado y olvidado, al lado de la *Biblia*, o del *Quijote de la Mancha*, o de las *Obras Completas* de William Shakespeare, o de alguno otro de esos “libros prohibidos” que ni por equivocación se atreven a tocar.

Aquí viene otra vuelta de tuercas: si de verdad quieren ser creativos, no le teman a los prejuicios, ni “coman cuento”, mucho menos a los libros: ellos no podrán hacerles daño... a menos que se los arrojen a cuatrocientos kilómetros por hora directamente al parietal derecho.

El reto ahora es tomar uno de ellos, abrirlo en cualquier capítulo, y acceder a los cuentos que les cuente. Es muy probable que así aprendan de creatividad y de estrategia, sin necesidad siquiera de proponérselo.

Abriendo el diccionario mamotretudo —cosa que también hacemos en el capítulo 2, sólo que sin ánimos de profundizar— encontramos que pensar tiene muchos significados; sus acepciones son variadas. Una es “imaginar, considerar o discurrir” (Real Academia Española, 1998), mejor dicho, divagar. Encontrar las ideas en su estado puro y dejarlas que floten en la mente. Algo así.

Después viene otra que nos dice que pensar es: “reflexionar, examinar con cuidado una cosa para formar dictamen” (Real Academia Española, 1998). Sugestivo; ya las ideas sueltas dejan de flotar en el pensamiento como entidades puras y entramos al terreno del análisis, de la reflexión. En otras palabras, formamos una opinión. Así que ya tenemos las ideas en la cabeza y ahora damos un paso hacia adelante; reflexionamos y lo hacemos con cuidado. Importante.

Luego nos topamos con la famosa acepción que nos lleva a la conclusión de que al momento de iniciar una creación, *el que piensa, pierde*. Y es: “intentar o formar ánimo de hacer una cosa” (Real Academia Española, 1998). ¿Esto qué quiere decir? Sencillamente que corroboramos que pensar es “lanzarse al agua”; es actuar. Es decir, el primer concepto de divagación y de ocurrírsenos cosas no es completo si no lo hacemos realidad.

Se deben estar preguntando, ¿por qué repetimos otra vez lo mismo?... ya lo verán. Lo mismo pensó el Karate Kid cuando Mr. Miyagi lo puso a limpiar la casa, después a enjuagar los platos, y, más tarde, a lavar el carro... siendo que él lo que quería era aprender a pelear. Ya llegará su tiempo.

Si estamos hablando de que pensar es actuar, entonces, ¿qué hay que hacer para actuar?

Aquí viene la patada voladora: no necesitan destrozarse el coco. Realmente sólo precisan de la *palabra*. Eso es todo, ese es el comienzo y el final. Ella tiene el poder de dar vida; de quitarla; de enamorar y de destruir; es sagrada y es fundamento de todo lo que conocemos como sociedad. Por eso es que el *Evangélio según San Juan* comienza como comienza.

“Convertir el verbo en carne”, cosa que le hemos oído decir (quizás sin escuchar) mil veces al cura de la esquina, toma sentido; quiere decir —mucho más allá de otro eterno sermón— transformar nuestras ideas en realidades, nuestras divagaciones en palabras.

El que tiene la palabra, y la sabe manejar, es el que tiene el poder. Si no, que lo diga Barack Obama: “Don’t tell me words don’t matter! ‘I have a dream’... just words? ‘We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal’... just words? ‘We don’t have nothing to fear, but fear itself’... just words?” (Obama, 2008)⁶.

Según el *Zohar*, obra espiritual fundamental de la *Kabalá*, “las palabras no caen en el vacío”. Creo que el presidente de los Estados Unidos lo sabe muy bien: ¡las palabras claro que importan!

La historia no se rige por los hechos que suceden, sino por quien los cuenta. Ese es el verdadero poder de la palabra. Basta con mirar a nuestro alrededor: los medios de comunicación intervienen decisivamente en nuestros mundos, tienen la capacidad de influir en las personas hasta el punto de transformarlas y llevarlas a que realicen todo tipo de actos; en definitiva, ¡tienen la palabra! Acaso, ¿cuál es el principal instrumento de los políticos y de los líderes para convencer a sus seguidores? la voz; la palabra. Y al enamorado no le queda otra alternativa que valerse de ella para manifestar sus sentimientos a esa persona que quiere. Por eso es que cuando Julio Cortázar escribe su singular frase “ven a dormir conmigo: no haremos el amor, él nos hará” (Cortázar, www.mediosmedios.com.ar, 2009), no necesita ni una palabra más ni una palabra menos; ya sabemos cómo terminará el asunto.

Las palabras pueden matar también, incentivar guerras, arruinar naciones. Por una palabra se puede construir una civilización o se puede destruir a la humanidad... Y todo puede ser por un simple malentendido; por confundir a “una pelota negra” con una “negra en pelota”, o por decir “calentar a María en el baño” y no “calentar al baño de María”, o hablar del “río Mississippi” cuando en realidad lo que pasó fue que “me hice pipí en el río” (www.geocities.com, 2000).

Puede sonar muy trivial, pero la verdad es que si no nos hacemos entender, no estamos pensando, por muchos conocimientos que tengamos. Expresarse bien es literalmente pensar bien: “quien no repara en cómo dice las ideas

6 “¡No me digan que las palabras no importan!, ‘Yo tengo un sueño’... ¿Sólo palabras?, ‘Creemos que estas verdades son evidentes por sí mismas, que todos los hombres son creados como iguales’... ¿Sólo palabras?, ‘No tenemos nada que temer más que al mismo temor’... ¿Sólo palabras?” (traducción del autor).

olvidará incluso las ideas mismas” (Grijelmo, 2006), dice Alex Grijelmo (2006) con toda razón.

Una de las principales razones por las que me comisionaron como profesor fue para enseñar a redactar a los estudiantes universitarios, para ayudarlos a expresarse mejor; para que *aprendieran a pensar*. No en un sentido despectivo, sabiendo y cruel, sino para que completaran ese paso esencial en el proceso del pensamiento: escribir con claridad. Así que me puse a analizar qué era eso de redactar. Pronto llegué a la conclusión de que no se trataba del uso inmaculado y perfecto de normas gramaticales y sintácticas; sino de un proceso de pensamiento que deriva en la acción, en este caso en la acción de escribir. Me di cuenta de que siempre que leía a alguien estaba creándome una imagen de cómo esta persona pensaba. Así de sencillo.

Algunos estudiantes, por muy aplicados, “pilos” y estudiosos, así obtuvieran las mejores calificaciones en las materias más complicadas, no estaban pensando bien: no sabían cómo transmitir sus ideas. Se enredaban sobremedida al momento de expresarse. Mientras que otros no hacían tanto esfuerzo, no lograban los mejores resultados, no eran los más “cepilleros”, pero se sabían expresar y decían las cosas tal y como se les ocurrían. Éstos estaban pensando de manera adecuada.

Así es la cosa. Muy simple. Quien sabe expresarse, sabe pensar y, por tanto, actúa en consecuencia.

No se necesita ser un Cervantes o un genio de la gramática para poder hacerlo. Ya aprendimos que sólo requerimos un lápiz y un papel; o una vieja máquina de escribir o un computador. Eso es todo.

Además, nadie nace aprendido. No es que sentándonos a escribir vamos a hacerlo de una como los grandes. ¡No! Hay que meterse en el cuento y no preocuparse tanto. Es cuestión de dejar la pereza: una pequeña dosis al día, y, cuando menos lo piensen, comenzará a fluirles el pensamiento. Así será.

Mucho menos hay que tenerle miedo a cometer errores, de hecho muchas veces, como lo dijo Miguel Bosé un mediodía de 2009 en Cartagena, *es mejor subrayarlos*. Hasta los más aclamados escritores los cometen. Es el caso de García Márquez, a quien no le avergüenza decir que “la ortografía fue mi calvario [...] y sigue asustando a los correctores de mis originales. Los más benévolos se consuelan con creer que son torpezas de mecanógrafo” (García Márquez, 2002).

Si él los comete, por qué no nos vamos a permitir nosotros seguir adelante con algunos errores. Si somos estratégicos los corregiremos con el tiempo y aprenderemos de ellos. Incluso llegarán a ser muy valiosos para formarnos. Lo que necesitamos es un poco de sentido común y ganas. Nada más. Eso no quiere decir que simplemente haya que olvidar las reglas y no hacer nada por cuidar el lenguaje. No, de ninguna forma. El ejemplo de García Márquez lo que hace ver es que más vale transcribir las ideas tal y como vienen a la cabeza para después sí revisarlas y, si es el caso, pasárselas a los expertos correctores. Escribir las ideas incluso nos ayudará a ordenarlas. Es un método que funciona, tal y como lo expresa el nobel colombiano en su *Memoria de mis putas tristes*:

Descubrí que mi obsesión de que cada cosa estuviera en su puesto, cada asunto en su tiempo, cada palabra en su estilo, no era el premio merecido de una mente en orden, sino al contrario, todo un sistema de simulación inventado por mí para ocultar el desorden de mi naturaleza. Descubrí que no soy disciplinado por virtud, sino como reacción contra mi negligencia (García Márquez, 2004).

Más estratégico no se puede.

Ya se lanzaron al agua, ya decidieron concretar una idea; ahora lo que tienen que hacer es ponerla en orden. La palabra les ayudará; y si no es escribiendo, pueden hacerlo leyendo, cuestiones por cierto axiomáticamente ligadas por principio. Ninguno de los grandes personajes nace sabiéndolo todo. Eso sí desarrollan métodos para concretar sus sueños. El del “Che” Guevara, por ejemplo, fue leer y así poder ir siempre un paso adelante como bien asegura Paco Ignacio Taibo II: “Cuando Ernesto llegó a los doce años, poseía una cultura correspondiente a un muchacho de 18. Su biblioteca estaba atiborrada de toda clase de libros de aventuras, de novelas de viajes” (Taibo II, 2005). Más adelante el biógrafo se da cuenta de por qué es así, y es porque “sólo una personalidad caótica es tan ordenada con sus lecturas” (Taibo II, 2005). Cualquier parecido con el personaje de García Márquez —y, sin duda, con él mismo— es pura coincidencia.

Los mejores manuales de escritura y redacción son los libros mismos. Para escribir bien no se requiere exclusivamente contar con los primeros, sino llanamente tratar de trasladar de manera coherente las reflexiones al papel, guiados por lo que hemos leído. Si se quiere escribir bien —y, por tanto, pensar bien— no hay que analizar nada más: hay que hacerlo, intentarlo, cometer errores, arreglarlos, cometer más errores y arreglarlos. Hasta que se llegue al punto de que

se han cometido tantos errores que ya es mejor no arreglarlos. Y ahí es cuando la cosa se pone buena, cuando nos dan ganas de romper las reglas, de transgredir los rígidos parámetros que nos limitan. A veces creemos que estos son completamente estrictos e inalterables. Por fortuna, no tiene que ser así, como indica José Ortega y Gasset, uno de los más reconocidos escritores de España: “Por lo menos y muy formalmente, lo que se llama ser un buen escritor, un escritor con estilo, es causar frecuentes erosiones a gramática y léxico” (Ortega y Gasset, 1983).

Conocer las reglas para poderlas quebrar; esa es la estrategia. Vuélvale a subir el volumen a su equipo de sonido, y póngase a gozar y a cantar al ritmo del irreverente *Prince* y de su famosa “*Cream*”:

You're so good
 Baby there ain't nobody better (Ain't nobody better)
 So you should
 Never, ever go by the letter (Never ever)
 You're so cool (Cool)
 Everything you do is success
 Make the rules (Rules)
 Then break them all cause you are the best!
 Make the rules, then break them all cause you are the best (Prince, 1991)⁷.

Pues ahí está la clave del buen escritor y del buen pensador. De aquel que no traga entero y que no necesita embutirse un manual de redacción para escribir de forma clara y coherente. Del que está en la jugada, en la “crema”. Para ello hay que practicar, conocer el lenguaje, hacerse amigo de él, gozar jugando con las palabras; darse cuenta de que el idioma, más que un obstáculo, es un gran amigo, un aliado. Y es a los grandes amigos a los que uno les hace chanzas. Es a ellos a los que podemos “mamarles gallo”. Así la vida es más placentera. Seguro que no les haríamos chanzas ni burlas pesadas a personas que no conocemos o

7 “Eres tan bueno / Que no hay nadie mejor que tú (nadie mejor) / Entonces, deberías / Nunca, ¡Nunca!, seguir al pie de la letra (Nunca, nunca) / Eres tan encantador (encantador) / Que todo lo que haces es éxito / ¡Fabrica las reglas! (Reglas) / Y después rómpelas, ¡porque tú eres lo mejor! / ¡Fabrica las reglas y después rómpelas porque tú eres lo mejor!” (traducción del autor).



a aquellas a las que no les tenemos confianza. En este sentido, para poder quebrar las reglas se hace absolutamente necesario conocerlas; si no, lo que estaríamos haciendo es entrando en el terreno de la subversión.

Romper las reglas siendo creativos y estratégicos no es incendiar las aulas o las oficinas, llenarlas de boñiga, maldecir, hacer trampa, copiar, o armarse hasta los dientes para amedrentar a quien ose ponerse en nuestro camino. ¡No, de ningún modo! Romper las reglas en forma estratégica es conocerlas a fondo y manejarlas a nuestro antojo; es decirle al mundo, oiga, yo prefiero utilizar las palabras *chévere*, *bacano*, *tumbao*, *sabrosura*, *elegante*... a *trabajoso*, *difícil*, *tedioso*, *aburrido*, *serio*.

Básicamente hay dos maneras de que les hagan caso: una es por medio de la fuerza, y la otra por medio de la persuasión. La primera es una imposición; la segunda es una invitación a que los acompañen en sus propósitos, cualesquiera que éstos sean. Si los ponen a escoger entre un fusil y un lápiz; los dos los pueden llevar al mismo resultado. Sólo que con el primero derramarán la sangre de sus hermanos, y si logran que sus planteamientos sean correspondidos es porque los demás están obligados a hacerlo y no tienen más alternativa; mientras que con el lápiz, con la palabra, lo harán con gusto y convencidos de sus propuestas. Las dos opciones son armas de alto impacto; la diferencia es que la segunda es mucho más poderosa.

Esto no es sólo para artistas y escritores, es algo que está directamente ligado al quehacer empresarial. Es por ello que las grandes empresas destinan millones de recursos en publicidad, comunicaciones y mercadeo; porque necesitan que el mensaje llegue tal y como ellos lo conciben a sus públicos objetivo, a sus *targets*. Todo gira en torno al manejo de la palabra.

Para amistarse con ella, leer es el camino; es la mejor manera que se conoce para después poder expresarse con coherencia. Para hacerlo bien hay que encontrarle gusto a la lectura. Mucho más provechoso que tomar un curso de lectura americana intensiva y rápida de esos muchos que hay por ahí, resulta abrir un libro (o prender un *Kindle*, un *I-pad* o alguno de los *Tablets* que hay en el mercado) —puede ser el libro que sea, desde Coello hasta Shakespeare, de Dan Brown a Cervantes, de Asterix a Tin Tin, o a Mendoza, o a Bolívar, o a Vargas Llosa, o a Vallejo, o al que se les ocurra—, quitarse el reloj, arrellanarse en el sofá, o en la primera banca que haya en el parque, o en cualquier esquina —mejor que no sea en un vehículo en movimiento, pero si así lo prefieren...—, y disponer-

se a pasar un rato, no tiene que ser tampoco mucho tiempo, jugando, viviendo y soñando con la palabra escrita. Mejor dicho, dejándose seducir por ella. Es una técnica infalible y efectiva. Sobre todo si lo hacemos con gusto y nos acercamos a la lectura con la actitud con la que lo hace Julio Cortázar, no sólo con interés, sino con expectativas:

Mi conducta de lector, tanto en mi juventud como en la actualidad, es profundamente humilde. Es decir, te va a parecer quizá ingenuo y tonto, pero cuando yo abro un libro lo abro como puedo abrir un paquete de chocolate, o entrar en el cine, o llegar por primera vez a la cama de una mujer que deseo; es decir, es una sensación de esperanza, de felicidad anticipada, de que todo va a ser bello, de que todo va a ser hermoso (Cortázar, 2008).

Y, después, volver a hacerlo cuando a uno se le antoje. Mejor si se realiza periódicamente. Si uno nunca ha leído por su propia iniciativa al principio puede parecer raro o extraño o, incluso, difícil. Pero con el tiempo —y lo digo por experiencia—, la cosa se pone sabrosa y cada vez es más fácil, agradable e increíble leer y leer y leer. Y pasa que después de haberlo hecho y de realizarlo con frecuencia, se sienta uno a escribir y, de repente, las palabras fluyen de forma más ágil, más espontánea, más fresca. De un momento a otro a uno comienza a agradecerle corregir lo que ha escrito, se da cuenta de que un acento no está bien puesto aquí y que quizás es mejor poner un punto y coma allá en vez de un punto seguido; que las “comillas” sirven para encerrar entre ellas las citas textuales o hacer referencia a apodos o seudónimos; que las *cursivas* o *itálicas* se emplean para referirse a títulos de obras, para resaltar o para utilizar palabras extranjeras; y que los puntos suspensivos no sólo sirven para dejar incompleta una frase que se sobrentiende, sino que también pueden emplearse para generar intriga, para dejar al lector en suspenso...

Cuando menos lo pensamos, la cosa deja de parecernos tan aburrida; nos damos cuenta de que vamos a ahorrarle un buen trabajo a los correctores de estilo... claro que de todos modos los dejaremos obrar su magia porque si no les quitamos el trabajo, y de eso no se trata. Vamos es a concretar ideas.

Ya las tenemos en la cabeza, ya comprendemos que *el que piensa, pierde*, y por nada del mundo vamos a dejar que nos *hagan los goles porque no los supimos hacer*. Ahora vamos a consumir los sueños, vamos a hacerlos realidad. ¿Cómo? Escribiendo, pasándolos al papel. Planeando estratégicamente. Comenzaremos por lo más simple: anotando nuestros pensamientos.

La creatividad sola no es suficiente, si queremos alcanzar metas importantes en la vida necesitamos acompañarla de estrategia. En términos muy sencillos, de eso se trata la *planeación estratégica*. Existen diversos métodos para llevarla a cabo de manera adecuada. Como, por ejemplo, establecer el plan con una visión a mediano plazo que oscile entre uno y cinco años a futuro. Y asegurar que éste sea manifiesto, cuantitativo y temporal, en el sentido de especificar políticas claras y coherentes para conseguir los objetivos planteados; proponer objetivos numéricos medibles y que se puedan alcanzar, y establecer periodos de tiempo concretos y explícitos que permitan a la empresa que planea estratégicamente, poner en práctica lo planeado de forma viable y, en la medida de lo posible, exitosa. Eso sí, el principio básico al momento de realizar este plan estratégico es siempre el mismo: sentarse a escribir; pasar de lo etéreo a lo concreto: al pensamiento pleno, a lo escrito, a la acción.

Todos sabemos leer. De hecho es lo que estamos haciendo ahora mismo, el asunto está comprobado. Lo que pasa es que muchos le tienen miedo a ese mundo de los lectores y de los libros. No los juzgo, ni me parece extraño. Los comprendo perfectamente. Cuando uno se familiariza con los juegos de *Nintendo*, *X-Box*, con el *I-Pod*, el *I-Phone*, el cine, y por supuesto, con la televisión, y además está acostumbrado a manejar un computador de cabo a rabo desde los cinco años, y puede entrar o salir a navegar en Internet cuando quiera y como quiera, pues leer un libro le parece algo tedioso y anacrónico. A lo cual se suma la aversión que los estudiantes muchas veces desarrollan por estos objetos en el colegio cuando les obligan a leer textos demasiado eruditos que al fin de cuentas terminan siendo vistos como fastidiosos monstruos o ladrillos que sólo han de servir para trancar las puertas de las casas. El *Mío Cid*, el *Quijote de la Mancha*, *La vida es sueño*, *La María*, *La Vorágine* son libros para disfrutar, para navegar en ellos; son vastos océanos que pueden ser la delicia para peces que aman la lengua, pero no son adecuados para enseñar a querer el idioma a los jóvenes. Yo personalmente me aburría sobre manera cuando me tocaba leerlos, lo primero que hacía era mirar a ver si había un resumen para así no tener que pasar por esa “pesadilla”. Pasó el tiempo y poco a poco, línea a línea, la cuestión fue mejorando, hasta el punto de que hoy en día no concibo mi vida sin un libro a mi lado. Tanto así que me di cuenta de que uno puede leerse el mismísimo *Quijote de la Mancha* y, lo más increíble de todo, es que puede divertirse haciéndolo. Maravillosa revelación. Aquel monstruo terrible y deplorable que

odiaba en el colegio se puede llegar a convertir en la mayor fuente de inspiración; y todo porque es mejor tratarlo, intentarlo, que dejarlo pasar. Así sea por mera curiosidad. En ese momento comprendí que “no es analfabeta el que no lee, sino aquel que sabiendo leer no lo hace” (sabiduría popular).

Ahora no soy el mismo, definitivamente. Ya puedo tomar mi adarga y entregarle al mundo mis quijotadas. Al fin y al cabo, algo de Alonso Quijano vive en mí, y mucho del caballero “de la triste figura”.

Lo peor para la creatividad es decir “de esta agua no beberé”, cerrarse a la posibilidad de leer por el simple hecho de que, en un inicio, puede llegar a parecer algo aburrido, abrumador. ¿Creativos? ¿De veras quieren ser creativos? Dense la oportunidad de leer, de escribir, de jugar con el lenguaje, de sentir en sus dedos el incomparable *poder de la palabra*.

CAPÍTULO 4

NO PIERDA SU TIEMPO. DELE UNA MIRADA AL ARTE

"SI ESCUCHAS UNA VOZ INTERIOR QUE TE DICE: 'TÚ NO PUEDES PINTAR',
ENTONCES, POR TODOS LOS MEDIOS: ¡PINTA!; ASÍ, LA VOZ SERÁ SILENCIADA".

VINCENT VAN GOGH

El curso de la vida no da tregua. El estrés se ha tornado en un mal común compartido por gran parte de la humanidad. Frenéticos, agobiados, afeitados y atormentados por rutinas cargadas nos mantenemos ocupados a cada instante; y hay veces que, por mucho que lo anhelemos, *no nos alcanza el tiempo*. O por lo menos esa es la excusa más común que empleamos al momento de argumentar nuestra incapacidad de hacer algo. Decimos siempre, "qué pena, pero es que no tuvimos tiempo".

Sucede con mucha frecuencia por estos días. A todos nos pasa, ¿no? Lo irónico es que si lo pensamos con un poco más de cautela, encontramos que la cosa no es tan así; sorprendentemente tal vez es todo lo contrario: *lo único que tenemos en esta vida es tiempo*. Otro fenómeno del que debemos hacernos amigos si queremos ser creativos. Mucho más provechoso que vivir peleados con el esquivo tiempo, resulta convertirlo en nuestro aliado; finalmente él es y será el compañero más fiel que encontraremos en este viaje. El tiempo se establece, así, en pieza esencial para definir nuestra estrategia; de su buen empleo depende el éxito de ésta.

Tanto así que Salvador Dalí, guía de guías en esta travesía creativa, hizo del hecho de extender el tiempo —de ablandarlo, expandirlo y volverlo maleable— un elemento crucial en su obra artística, lo cual de pasada terminó por transformar la manera como vemos el mundo. Rompiendo el paradigma del tiempo encajonado, rígidamente estructurado, inquebrantable y sólido, logró no sólo una fama global, sino que puso a pensar en el asunto hasta a los más escépticos y psicorrígidos. Así habla el propio Dalí de su misteriosa obra *La persistencia de la memoria*, conocida por muchos simplemente como *Los relojes blandos*. Veremos que no sólo se refiere a su creación, sino que hace alusión a toda una

forma de enfrentar la vida encarnada en la actitud del pueblo norteamericano que, ciertamente, alude a un grupo de personas que va mucho más allá de los habitantes de Estados Unidos:

Lo que más ama el pueblo norteamericano es: primero, la sangre: vosotros visteis los grandes filmes americanos, sobre todo los de tipo histórico; siempre hay escenas donde el héroe es castigado del modo más sádico del mundo, y uno asiste a verdaderas orgías de sangre. En segundo lugar vienen los relojes blandos. ¿Por qué? Porque los americanos se pasan la vida mirando sus relojes. Tienen prisa, tienen mucha prisa y sus relojes son terriblemente rígidos, duros y mecánicos. Entonces, el día en que Dalí pintó un reloj blando, fue el éxito absoluto. Porque por vez primera, ese horrible objeto que marca la sucesión ineluctable de cada minuto de sus vidas y les recuerda sus horribles negocios se convertía repentinamente en algo blando como el queso camembert maduro que comienza a fundirse (Neret, 1999).

Este pequeño fragmento encierra dos verdades fundamentales al momento de enfrentarnos a la creatividad. La primera, acerca de la cual profundizamos en el capítulo socialmente más responsable de todos (Capítulo 9, Mega-diversos; mega-responsables), se refiere a que las bases sobre las que se cimienta la creatividad son precisamente *crear*, construir, poner piedra sobre piedra, esforzarse para crecer, y no destruir, violentar o derramar sangre sobre sangre; eso tiene otro nombre, y hasta puede llegar a ser una actividad ingeniosa, pero nunca, de ninguna manera, *creativa*.

La segunda verdad es la que nos compete en este instante: para crear debemos olvidarnos de que el tiempo es limitado e inquebrantable, y que siempre un minuto es el mismo minuto sin importar las circunstancias. Si penetramos un poco más allá de la superficie podremos ver que hasta esta afirmación, sustentada por la verdad absoluta dictada por el instrumento más exacto de todos: el reloj, puede ser rebatida. Si un minuto fuera siempre un mismo minuto, y un segundo siempre un mismo segundo, y un día siempre un mismo día, aseveraríamos que cinco minutos debajo del agua son exactamente iguales a cinco minutos encima de la persona que uno ama; o un mes en la cárcel lo mismo que un mes de paseo con los amigos; o tres horas de fiesta a tres horas en una cirugía de corazón abierto...

¡El tiempo es relativo! Por mucho que hayamos desarrollado las herramientas más precisas para hacerlo, medirlo de manera absoluta nos resulta francamente imposible. Si lo ponemos en palabras del dulce Federico García

Lorca —creativo entre creativos, artista de artistas... y, por cierto, muy amigo de Dalí— esto sería lo que nos diría:

El Tiempo
tiene color de noche.
De una noche quieta.

Sobre lunas enormes,
la Eternidad
está fija en las doce.
Y el Tiempo se ha dormido para siempre en su torre.
Nos engañan todos los relojes.

El Tiempo tiene ya
horizontes (García Lorca, 1957)⁸.

No dejemos que el tiempo nos engañe. Tampoco lo engañemos a él. Como Federico lo hizo, podemos trascender incluso las horas que nos fueron destinadas para vivir en este mundo. Es sólo cuestión de proponérselo: tomar un pincel y quitarle la paz a un lienzo en blanco puede ser una manera de hacerlo; o entrar a un estudio de grabación; o crear una nueva empresa; o simplemente comprarnos una cámara de fotografía y capturar para siempre un instante que nos haya parecido inusitado y digno de ser recordado. Hay mil formas de llevarlo a cabo; lo importante es que encuentren la suya. En este sentido es que se dice que algunos artistas son inmortales: ¡Le ganaron a los relojes!

8 Este fragmento del poema *La selva de los relojes* es de alguna forma una versión escrita de *Los relojes blandos* de Dalí. Vale la pena leerlo con detenimiento y dejar que el Tiempo siga su curso sin que necesariamente esté apegado al pasar de los segundos o minutos en un reloj. De hecho, el corazón del granadino quedó atrapado para siempre en sus palabras. Por mucho que trataron de acallar su voz en esa fría noche de agosto de 1936 en plena Guerra Civil española cuando llegó esa terrible “hora fría” a la que tanto temía y a la que hace referencia en su poema (“¡Hora fría! / Pones un techo de piedra / a las mariposas líricas / y, sentada, en el azul, cortas alas y limitas” (García Lorca, 1957); no lo lograron. Su espíritu aún vive y este poema acerca de las ironías del tiempo está más vigente que nunca; seguirán por siempre repicando en nuestras conciencias las dos preguntas que el gran Federico nos hace desde algún remanso del tiempo: “¿Cuándo será el crepúsculo de todos los relojes?, ¿cuándo esas lunas blancas se hundirán por los montes?” (García Lorca, 1957). Una estrategia bastante creativa podría comenzar por abordar estos cuestionamientos y plantear posibles soluciones.

No se deje intimidar por estos aparatos, ni se estrese innecesariamente. El tiempo está ahí no para jugar con nosotros, sino más bien para que nosotros juguemos con él. ¿Será que si yo salgo a caminar con los pies descalzos por la playa presenciando un atardecer glorioso en algún paraje olvidado de la costa Caribe colombiana viviré los mismos 90 minutos que si me encierran en un oscuro, húmedo y maloliente calabozo mientras me cuecen a golpes y cada cierto tiempo estremecen mi cuerpo con descargas eléctricas capaces de freír a varios marranos a la vez? O ¿será que para Lothar Matheus una fracción de tiempo antes del minuto 89 en aquella famosa final de 1999 fue exactamente igual a la misma fracción de tiempo después de que el Manchester United acabara con sus sueños en un par de minutos? Si así fuera, estaríamos perdidos. Creo que lo mejor sería apagar e irnos; no tendríamos nada más que hacer ni que ofrecerle a un mundo que no permite más de una sola respuesta correcta por interrogante. Más vale, entonces, afrontar el planteamiento en esta forma: ¿sí es así?

Lo que empieza con una afirmación inquebrantable puede convertirse en un cuestionamiento. Dudar también es una forma de comenzar a ser creativos. “Tragar entero” y aceptar las cosas tal y como son presentadas son otros de los grandes enemigos que tiene la creatividad. Julio Cortázar lo sabía:

Yo creo que desde muy pequeño mi desdicha y mi dicha al mismo tiempo fue el no aceptar las cosas como dadas. A mí no me bastaba con que me dijeran que eso era una mesa, o que la palabra “madre” era la palabra “madre” y ahí se acaba todo.

Al contrario, en el objeto mesa y en la palabra madre empezaba para mí un itinerario misterioso que a veces llegaba a franquear y en el que a veces me estrellaba [...]

En suma, desde pequeño, mi relación con las palabras, con la escritura, no se diferencia de mi relación con el mundo en general. Yo parezco haber nacido para no aceptar las cosas tal como me son dadas (Cortázar, 2009).

Las verdades se convierten en verdades en la medida en que nosotros lo creamos así. No hay verdad, por absoluta que pretenda ser, de la que no podamos dudar. Esta también es una de las grandes lecciones que nos dejó el controversial Dalí al pintar sus famosas obras maestras del doble sentido, dentro de las que podemos destacar, entre muchas otras: *La torre roja* (1930), *Mujer-caballo paranoica* (1930), *Rostro de Mae West utilizable como apartamento surrealista* (1934-1935),

Rostro paranoico - La tarjeta postal transformada en Picasso (1935), Cisnes reflejando elefantes (1937), o Aparición de un rostro y un frutero en una playa (1938).

En todos estos casos es mejor no precipitarse a sacar conclusiones apresuradas. Las cosas pueden ser vistas desde distintos ángulos, con puntos de vista alternativos, incluso opuestos. La idea tampoco es entrar en el terreno de la conspiración. De lo que se trata es de alejarnos de la obviedad, de no tomar las cosas por sentadas así las diga quien las diga. En otras palabras, este es un incentivo para *leer entre líneas*, para penetrar en lo profundo de la vida, para borrar la palabra imposible de los diccionarios. Como bien nos lo hace ver Gustavo Sorzano en su *Lógica de-mente*, excelente manual de creatividad: “La primera ley de la inmutabilidad de las leyes: *¡no existen leyes inmutables!*” (Sorzano, 2006).

No hay restricciones, ni tiempos que nos limiten. Esta es una invitación para dejar de correr por correr, para borrar el afán de nuestras rutinas, para olvidar que el *estrés* existe y que lo tenemos incrustado en los corazones. Se trata tan sólo de un invento del hombre moderno. Es más, la palabra es bastante nueva en nuestro idioma... y no deja de sonar extraña. Alejemos la prisa de nuestro lado y dispongámonos a tomarnos un buen tiempo para crear. Esto no quiere decir que pospongamos las cosas, menos aún que nos obsesionemos hasta el punto de no poder pensar en más que en nuestra creación; quiere decir que la creatividad, como cualquier otra actividad en la vida, requiere tiempo y paciencia para que produzca sus frutos.

Gary Kasparov, el más destacado ajedrecista de la historia, argumenta que los tres pilares de la estrategia son el material, el tiempo y la calidad, pero los dos primeros sin el último no sirven de mucho: “El material es el punto de referencia fundamental; el tiempo es movimiento y acción. Para que se puedan comprender y utilizar correctamente los dos elementos deben estar gobernados por un tercer elemento: la calidad” (Kasparov, 2007).

La idea no es gastar tiempo por gastarlo; es emplear tiempo de calidad en crear. Si queremos hacer algo importante en nuestras vidas tenemos que ponerle empeño y dedicación; y, sobre todo, tenemos que regalarle un buen espacio de nuestro tiempo. Por eso es que vale la pena mirarlo desde otra perspectiva, no como una limitante. Kasparov hace que nos cuestionemos sobre ello cuando asegura que muchas veces: “pensamos en el tiempo como en algo que no podemos perder, no como algo para invertir” (Kasparov, 2007). Veremos que si lo empleamos a conciencia mucho menos que malgastarlo, lo que haremos es in-



vertirlo como sugiere el maestro del ajedrez, para poder expandirlo tal y como lo hace el pintor catalán con sus relojes que fueron pintados en 1931 y aún siguen marcando las horas blandas... y lo seguirán haciendo de aquí hasta el resto de lo que quede de civilización humana... eso si no viene un fanático y los trata de destruir como ya ha sucedido con el *Cristo de San Juan de la Cruz* o *La tentación de San Antonio* con lo cual —¡literalmente!— se comprueba que el fanatismo es el principal enemigo de la creatividad.

El caso es que por momentos sentimos que el tiempo se nos ha venido encima y llegamos hasta a tomarlo como nuestro peor enemigo. ¿No les ha pasado? Es hora de otra vuelta más en la manera de ver las cosas. El tiempo no sólo no es nuestro enemigo, sino que ha de ser nuestro mejor amigo en este camino. Esto hace de una buena estrategia, una infalible.

Una máxima de la sabiduría popular escrita en letras de molde dice que “son felices aquellos que sueñan sueños, y que están dispuestos a pagar el precio para que se conviertan en realidad”. Por extensión, diremos que son dichosos aquellos que están dispuestos a invertir el tiempo necesario para que eso sea así. Es hora de crear y de soñar; es hora de que despierte el artista que hay en nosotros. Si lo logramos, definitivamente comenzaremos a ganarle a todos los relojes.

Johnny Carter, el personaje que Julio Cortázar construyó en *El perseguidor* para quizás hablar de él mismo encarnado en otra piel y basándose en la figura del gran saxofonista norteamericano Charly Parker, advierte que el tiempo para él funciona de una manera singular que tal vez es muy distinta a la versión que tienen los demás:

Esto del tiempo es complicado, me agarra por todos lados. Me empiezo a dar cuenta poco a poco de que el tiempo no es como una bolsa que se rellena. Quiero decir que aunque cambie de relleno, en la bolsa no cabe más que una cantidad y se acabó. ¿Ves mi valija, Bruno? Caben dos trajes y dos pares de zapatos. Bueno, ahora imagínate que la vacías y después vas a poner de nuevo los dos trajes y los dos pares de zapatos, y entonces te das cuenta de que solamente caben un traje y un par de zapatos. Pero lo mejor no es eso. Lo mejor es cuando te das cuenta de que puedes meter una tienda entera en la valija, cientos y cientos de trajes, como yo meto la música en el tiempo cuando estoy tocando... (Cortázar, 1994).

Lo ven. Pues eso es precisamente lo que vamos a hacer, vamos a meter al tiempo dentro del propio tiempo. Nos vamos a disponer a viajar por él. Nuestros

guías serán los artistas: los estrategas más creativos de todos. Debemos comprender también que artista no es sólo el que se dedica al “arte” o aquel del que vemos sus cuadros colgados en las paredes de los museos famosos, o el que escuchamos cuando vamos a un concierto de música; esos definitivamente son artistas, pero no son los únicos. Artista también es usted. No es ninguna exageración, ni una manera de hacerlo sentir bien; no. La creatividad es de todos y cada uno tiene algo de ella dentro de sí; sólo hay que saber encontrarla. Así lo aseguran los expertos en la materia: “En un sentido, tu creatividad es como tu sangre. De igual manera como tu sangre es un hecho de tu cuerpo físico y no algo que has inventado; la creatividad es un hecho de tu cuerpo espiritual y, por tanto, nada que debas inventar” (Cameron, 1992).

Para despertarla, sean lo que sean y hagan lo que hagan, vale la pena que se detengan por unos momentos a apreciar las obras de aquellos que tradicionalmente han recibido el nombre de artistas. Es sencillo, basta con visitar un museo, caminar por un parque con esculturas, leer un libro, ver una revista de fotografía o ponerse los audífonos de sus *I-Pods* para degustar de una canción que sea de su agrado. Si están aburridos —cosa que sí no pueden permitirse en este mundo de infinitas posibilidades— verán que con este sencillo método literalmente harán de un momento hartito y tedioso, algo divertido y agradable; será un excelente pasatiempo.

¿Pasatiempo? Tiempo que pasa. Están invirtiendo en calidad de vida. Comienzan a ganarle a la rutina. En vez de querer acabar cuanto antes, les gustaría extender el instante. Y entre más lo hacen, más se divierten; más gozan. Ese es el poder del arte.

Ahora bien, lo más increíble de todo es que cuando uno aprecia cualquier obra de arte, su cerebro funciona de una manera muy especial: realiza conexiones que antes no eran posibles. Todo a partir de la simple concentración. Mauricio Rodríguez Múnera, cuando era rector del CESA, en una clase de Aprender a pensar, nos entregó a los alumnos y a mí algunas claves para saber qué sucede en la cabeza de las personas cuando le abren paso a las humanidades en su formación, por muy científica que ésta sea. Nos enseñó que para los empresarios es esencial apreciar el arte; y que lo mejor de todo es que no hay que sacarse los ojos buscando relaciones improbables o difíciles de encontrar, ni hay que pasar extensas horas cavilando acerca de cómo aplicar en los negocios lo que se acaba de observar en un cuadro de Matisse o escuchar en una sinfonía de Mozart

o leer en una poesía de Baudelaire; el asunto no es tan directo ni tan retador... lo maravilloso de todo es que el cerebro de cada uno, por su propia cuenta, se encarga de hacer las conexiones respectivas. Así de sencillo; regalarle un pedazo de nuestro tiempo al arte nos convierte en mejores pensadores; es una excelente terapia para el cerebro; una de las gimnasias mentales más eficientes que se conocen. Y lo más bonito de todo es que uno no debe preocuparse por cómo utilizará lo que está apreciando en sus actividades empresariales... esto fluirá después de un tiempo. Algo de ello se puede observar el capítulo 5 (“La belleza adorna la virtud”) donde vemos que del arte a la acción —o a la empresa— sólo hay un paso. Paso que puede ser dado con fuerza de voluntad y, ante todo, delineando una estrategia efectiva y contundente. Allí ahondamos en el hecho de que la creatividad sola no nos alcanza si no viene acompañada de una buena estrategia. ¿Será que tendremos tiempo para ello? Por ahora, basta con relajarnos, ¡en todos los sentidos!, y disponernos a apreciar la magia del arte.

Más allá que una simple forma de expresión, el arte puede servir para exorcizar los demonios que llevamos adentro, para penetrar en lo profundo del universo, para comprendernos como seres humanos. Sirve para incitar, para persuadir, para hacer pensar, para tocar los corazones de nuestros semejantes.

Vincent van Gogh decía: “Sueño mis pinturas y luego pinto un sueño” (van Gogh, 2009). Sí que lo logró: sus obras son más que sueños convertidos en realidad. Por eso es que el inquieto holandés aún nos sigue deslumbrando con su arte. Además nos hace caer en cuenta que para ser un artista sólo hay que proponérselo. No importa la edad que tengamos ni lo que hayamos hecho con antelación. En realidad él, uno de los artistas más reconocidos de la historia, sólo se dedicó a la pintura cuando cumplió 27 años, y fue en un periodo de escasos 10 años en los que realizó su obra pictórica. Lo hizo a punta de trabajo y dedicación, como él mismo lo narra cuando llegó a su tercera década de vida: “Hay algo que sé: dentro de pocos años debo lograr realizar un trabajo de cierto orden; no necesito apresurarme demasiado, porque nada bueno puede venir de ello. Pero debo continuar trabajando calmada y silenciosamente, con la mayor regularidad y compostura posibles” (Metzger, 2008).

Así fue que se convirtió en uno de los más importantes artistas de todos los tiempos. Lo más impresionante es que no era de ninguna manera el más virtuoso o talentoso de los seres humanos, ni el más técnico de los pintores:

Era sencillamente inexperto, inhábil, y esta ausencia de destrezas hacía imposible para él tomar un enfoque descriptivo hacia las cosas; pero esta ausencia fue compensada por un vigor expresivo que realza todas sus formas y convierte a la mera energía en calidad estética. En cada nueva obra, van Gogh deja ver al desnudo las raíces de su creatividad (Metzger, 2008).

Ese es el valor de la creatividad, herramienta que sirve incluso para vencer la falta de talento o de destrezas técnicas. Ya lo dijimos, el creativo no es el experto en todos los temas; el creativo es el que sabe combinar los factores. Y si es estratégico, optimizará los recursos con los que cuenta. No es tampoco el más sofisticado de los hombres, ni el que utiliza siempre tecnología de punta, ni el que se encuentra en todo momento a la moda; no. Le alcanza con apreciar la belleza en los detalles de la vida, tal y como lo hizo nuestro querido pintor: “Encuentra bello todo lo que puedas; la mayoría no encuentra nada suficientemente bello” (van Gogh, 2008).

La manera de transformar el mundo y evolucionar es apreciando lo que se tiene, y valorándolo. Un ejemplo claro de lo que puede suceder no sólo con proyectos personales, sino con una sociedad entera si enfrenta la vida con la actitud del maestro neerlandés, es el cambio que vivió Bogotá propiciado por Antanas Mockus desde su primer periodo como alcalde en 1995. A partir de entonces la capital de Colombia no es la misma. Lo hizo por medio de lo que denominó “cultura ciudadana”. Antes, los habitantes de la ciudad la veían como una de las más incivilizadas, desordenadas, sucias y feas del continente, tanto así que era frecuente oírlos decir que odiaban sus calles, plazas y parajes. Tras evaluar la percepción negativa que tenían, dando un vuelco trascendental —¡al hacerlos apreciar la belleza de los detalles!— los ciudadanos comenzaron a encontrar lugares, zonas y paisajes hermosos, característicos y únicos de Bogotá, hasta el punto de sentirse orgullosos de ella. A partir de ahí, sin demeritar los problemas que pueda tener, los bogotanos quieren a su ciudad y la sienten como propia e, incluso, muchos habitantes provenientes de otros lugares encuentran bello lo que en otros momentos no se hubieran ni volteado a mirar. Todo por abrir la mente, por hacer el esfuerzo de encontrar algo hermoso en cada lugar; por dejarse de prejuicios.

Nunca podemos perder la capacidad de asombrarnos y menos aún de arriesgarnos. “¿Qué sería de la vida, si nouviéramos el valor de intentar algo nuevo?” (van Gogh, 2008), nos reta el admirable pintor. Y sí que tiene razón.

Para ser creativos no necesitamos las capacidades más avanzadas, ni las habilidades más desarrolladas; sólo necesitamos ganas... y amor por lo que hacemos. Enfrentar la vida con entereza y entusiasmo, tal y como lo hizo van Gogh: “Cuando siento una necesidad de religión, salgo de noche para pintar las estrellas” (Metzger, 2008).

El arte también puede ser una manera de crecer espiritualmente. Por lo menos así también lo ve Juanes, el hombre de la guitarra: “[...] desde ahí empezó una relación religiosa con mi guitarra. La guitarra es la proyección de mi alma, la música es mi religión y mi manera de hablar con Dios es ese instrumento sagrado. Es mi hostia, mi comunión, mi cielo” (Gómez, 2001). Compennetrándose intensamente con su arte ha logrado trascender todas las fronteras, y su música es escuchada alrededor del globo. El asunto no es gratis, lo ha hecho a punta de dedicación, esfuerzo y, por supuesto, mucho corazón como lo expresó en un artículo para la revista *Diners* en el 2001, antes de ganarse su primer premio Grammy, y antes de ser escuchado en los siete continentes: “Todavía no sé para cuantos millones de personas voy a cantar, pero me va a oír desde mi mamá hasta algún niño en Filipinas. Cuando la música se hace con el corazón a uno lo oyen en el rincón más escondido del mundo” (Gómez, 2001).

El tema fue lanzarse al agua; y hacerlo con compromiso, disciplina y sin descanso. La mejor manera de llegar a tocar la guitarra como lo hace, fue tocarla y tocarla. Desde antes de ser conocido como Juanes, el artista paisa sabía que tenía que meterle toda la ficha, entregarlo todo al momento de hacer música:

Lo más importante de esos días fue la disciplina que adquirí, el fervor por la música, el convencimiento de que mi vida estaría ligada a una guitarra el resto de mis días [...] Formé Ekhyrosis y ensayábamos por lo menos diez horas diarias. Repetíamos canciones hasta tocarlas dormidos. Estaba obsesionado, quería que fuéramos los mejores y es una obsesión que conservo (Gómez, 2001).

“If you want it, you have it, you just got to believe” (Kravitz, 2000), “si lo quieres, lo tienes, solo necesitas creer”, dice Lenny Kravitz, otro genio de la guitarra, quizás gran inspiración para Juanes. Así es la cosa: si uno tiene un sueño en la vida, lo mejor que puede hacer es luchar por él; no escatimar esfuerzos para conseguirlo. Así los demás digan lo que digan.

Lo más importante es que uno se sienta a gusto con lo que hace. Robert Stenberg, de la Universidad de Yale, lo pone de esta manera: “la característica más importante de una persona creativa es hacer lo que más le gusta hacer”

(Parra, 2003). Les ha pasado a los grandes soñadores, a los artistas convencidos. Este fue el caso de otro de esos asombrosos personajes en la historia del arte, Paul Cezanne a quien le debemos una parte significativa de la transformación del arte en arte moderno por su testarudez y su empeño. Nacido en una familia de acaudalados y reputados banqueros, aquel hombre que en principio estaba predestinado a ser uno de los principales abogados de Francia, con prestigio, dinero e influencias, decidió, por muchas burlas y desprecios recibidos de familiares y allegados, dedicar su vida al pincel y al lienzo. ¿Qué logró? Cambiar la percepción que teníamos sobre el mundo. No le importó ni su reputación, ni el “¿qué dirán?”, ni haber sido el hazmerreír de una familia de abolengos.

Lo más impactante de todo es que lo hizo a punto de gusto y voluntad, de apetito por superarse siempre. Tanto así que ni él mismo estaba plenamente convencido de su propia capacidad, o tal vez fue que se creyó el cuento de los demás —de aquellos sapos que le gritaron durante toda su vida que “era francamente imposible alcanzar la cima de la torre”—, y llegó hasta a hablar así de él mismo: “Tengo mucho pelo y mucha barba, pero poco talento” (Cezanne, 2008). Seguro que así no fue como lo percibieron Picasso, Braque, Matisse, Kandinski o Calder, entre muchos otros, que cambiaron la forma de ver el arte y la vida tras las enseñanzas que dejó Cezanne en su determinante obra. Creo que el obstinado barbudo puede sentirse tranquilo hoy esté donde esté, así en su tiempo no lo hayan sabido ver sus contemporáneos: “Cuando Paul Cezanne murió en octubre de 1906 en Aix-de-Provence los periódicos de París publicaron una gran cantidad de obituarios en su mayoría equívocos: ‘Talento imperfecto’, ‘pintura tosca’, ‘un artista que nunca fue’, ‘incapaz de hacer nada excepto bosquejos’ debido a un ‘defecto congénito en la vista’” (Cezanne, 2008).

Si no hubiera sido un artista de los mejores, la prensa seguro ni siquiera le hubiera dado un pequeño espacio en la última página de algún *magazine* de variedades. La estrategia quizás fue nunca sentirse perfecto, ni virtuoso en demasiada; luchar día a día por ser un poco mejor. No creer que uno se las sabe todas: gran lección para alcanzar la creatividad:

Ser creativos es estar abiertos a la novedad. Si nos creemos expertos en un tema específico, nos encerramos en nuestros propios conocimientos ya aprendidos, perdiendo muchas veces la oportunidad de traer casos verdaderamente nuevos a nuestra vida. Un consejo muy importante para llegar a ser más creativos: nunca se sienta un experto del todo. La pretensión de sabiduría mata la creatividad. A los sabios siempre los termina traicionando su propio conocimiento (Parra, 2003).



Hasta los más imprescindibles de todos los maestros saben que pueden dar más de sí. Leonardo Da Vinci, considerado por muchos como el más genio de todos los artistas, alguna vez habló así: “He ofendido a Dios y a la humanidad porque mi trabajo no tuvo la calidad que debía haber tenido” (Zöllner, 2007). Tampoco es bueno darse tan duro, pero si hay una lección en ello es el hecho de siempre estar dispuestos a mejorar; de tener la aptitud de afrontar el camino con la mente abierta, con la disposición de aprender cada día algo nuevo, así seamos los más exitosos, galardonados y apreciados.

El arte de Da Vinci, sin duda alguna le ha ganado a todos los relojes; es perpetuo, perenne, imperecedero; en palabras del propio Leonardo esto sucede porque: “La belleza perece en la vida, pero es inmortal en el arte” (Zöllner, 2007). Vamos llegando al punto: *si enfrentamos la vida como artistas, hacemos lo que hacemos, viviremos muchos más años de los que alcancemos a tener.*

Nadie nunca supo cuál era la imagen real del físico de Da Vinci. No nos queda ni un solo autorretrato oficial del maestro⁹. Esto incluso lo hace más universal; por siempre será al mismo tiempo un joven creador carismático, y un viejo sabio experimentado:

[...] en el papel de anciano barbudo, Leonardo aparece ante nosotros como el sabio investigador y pensador, como una persona, en suma, que a lo largo de innumerables años de estudio ha amasado un tesoro de saber “científico” que honra su vejez. Al mismo tiempo, el modelo del adolescente representa el genio en estado natural, que ya antes de concluir su formación supera al viejo maestro. [...]

La sabiduría asociada al anciano es por tanto característica definitoria de Leonardo y su arte, como también lo es el talento juvenil, que precede a la experiencia de la edad y que se mantiene constante hasta el final de los días del artista (Zöllner, 2007).

Los opuestos no se contradicen; se complementan. El blanco no sería blanco si no existiera el negro; la luz del día no tendría sentido sin la oscuridad de la noche. Sí, aunque parezca extraño o inverosímil, se puede ser joven y anciano a la vez. Por mucho que crezcamos y nos vayamos haciendo adultos, no sólo si aspiramos a ser creativos, sino si queremos vivir una vida plena, algo de

9 Se habla del famoso *Autorretrato de Turín*, o de la misma *Monalisa* como posible retrato enmascarado del pintor, pero no existe evidencia suficiente que demuestre que esos son auténticos reflejos de la figura de Da Vinci (Zöllner, 2007).

nuestra niñez debemos conservar en nuestras actitudes. Según Freud, esa fue una de las principales cualidades de Da Vinci: “El gran Leonardo tuvo cosas de niño durante toda su vida. Suele decirse que todos los grandes hombres deben conservar algo de su infancia. Siguió jugando aún siendo adulto, por lo que en ocasiones para sus contemporáneos era un hombre inquietante e incomprensible” (Zöllner, 2007).

En últimas, un *artista integral*. Pablo Picasso comprendía esto muy bien; seguir siendo niño a lo largo de toda una vida es cuestión de carácter: “lleva tiempo llegar a ser joven” (Picasso, 2009). Por eso es que entre más pasaba el tiempo sus pinceladas se iban haciendo más frescas, inocentes, ingenuas, y logró que al final de sus días sus obras fueran apreciadas a través del prisma multicolor de la mirada de un infante. Tanto así que sus detractores (que irónicamente siempre acompañan a los grandes soñadores) lo catalogaban de mediocre, facilista y oportunista llegando a demeritar su obra diciendo cosas como: “eso lo puede pintar mi hijo de tres años” y “sólo porque es Picasso lo vende a un millón de dólares”. ¡Cuán equivocados estaban!

Algo similar le oí decir a alguien acerca de los Beatles. El que lo hizo fue un músico de conservatorio del que omitiré el nombre para no hacerlo quedar tan mal, que insistía que a estos tipos de Liverpool les sonó la flauta porque de virtuosos no tenían nada; de hecho, en casi todas sus canciones sólo utilizaban unos cuantos acordes de guitarra, un mismo golpe de batería, y ni qué decir de la simpleza del bajo que tuvo que tomar Paul McCartney por puro accidente ya que los tres creativos del grupo, John Lennon, George Harrison y él, lo que habían hecho hasta el momento era tocar la guitarra. El argumento se sustentaba en el hecho de que la música de los Beatles es tan básica y sencilla, que es lo primero que pueden interpretar los aprendices y principiantes. Increíble. Volvemos al punto: van Gogh, Juanes, Federico, Cezanne, Picasso y los Beatles no requirieron de un virtuosismo exagerado, ni de equipos técnicos ultra sofisticados, ni de delicadas y peligrosas acrobacias para llenar de alegría y satisfacción a la humanidad. Les bastó con persistencia, sentido común, ímpetu, y una capacidad inalterable de soñar despiertos.

De igual forma sucede cuando hablamos de innovación. Ésta no está ligada exclusivamente a la incorporación de tecnologías. Es mucho más un proceso creativo desarrollado por un equipo humano de trabajo; una manera de realizar las tareas. *La innovación es la aplicación práctica de la creatividad a una*



actividad específica. Eso es todo. No se trata de invertir extravagantes presupuestos en mejoras técnicas, ni en meticulosos procedimientos de vanguardia; es mucho más un asunto de encontrar soluciones alternativas a las lógicas y obvias; en apreciar la belleza que hay en los detalles más “insignificantes” y simples de este universo.

Un ejemplo diciente de este tipo de actitud aplicado a situaciones reales es el dilema que surgió cuando las dos superpotencias de la época, Estados Unidos y la Unión Soviética, se encontraban en plena batalla por la conquista espacial. El problema consistía en cómo lograr escribir algo en un entorno de ingravidez. Los norteamericanos determinaron asignar un multimillonario presupuesto para que un equipo de expertos científicos desarrollara una tecnología laser capaz de proyectarse y mantenerse en pantallas de plasma con una capacidad reutilizable de almacenar información, retenerla y proyectarla en cualquier momento. Los soviéticos, por su parte, decidieron mirar el problema desde otro punto de vista; se valieron del sentido común: *llevaron al espacio lápiz y papel.*

¿Cuál de los dos enfoques fue más innovador? Podemos responder con otra pregunta y que cada quién resuelva el asunto como le parezca: ¿qué pensarían los artistas?

Volviendo a ellos y a sus principios, sería desacertado irnos sin mencionar al más niño entre todos los adultos, aquel que nunca dejó de jugar y que por muy demente o insano que pareciera alcanzó en vida el sueño de convertirse en el fabuloso Peter Pan. El inolvidable rey del pop, Michael Jackson, no escatimó ni un solo arresto de energía para estar siempre un paso adelante. Por siempre nos va a incitar a seguir y seguir, a no parar en la conquista de nuestros propósitos: “Keep on with the force; don’t stop. Don’t Stop ‘til you get enough!” (Jackson, 1978)¹⁰.

No se dé por satisfecho hasta que no haya alcanzado sus sueños.

10 “Mantente con la fuerza; no pares / ¡No pares hasta que no estés satisfecho!” (traducción del autor).

CAPÍTULO 5

“LA BELLEZA ADORNA LA VIRTUD” CREANDO DE MANERA ESTRATÉGICA

“LA CIENCIA MÁS ÚTIL ES AQUELLA CUYO FRUTO ES EL MÁS COMUNICABLE”

LEONARDO DA VINCI

Lanzarse al agua, seguir la intuición y valerse del talento son elementos básicos al momento de crear. Esto funciona en cualquier ámbito y contexto. Por supuesto que vale la pena dejarse llevar; muchas veces “pensar con el corazón” es el camino más efectivo hacia el éxito. Si usted lo quiere y lo cree, tiene asegurada su satisfacción por lo menos. Lo cual es una porción fundamental de la felicidad. Va por buen camino.

¿Será que con esto alcanza? Todo depende de lo que uno quiera en esta vida.

Claro está que si uno pretende que la felicidad sea plena no sólo puede hacerlo en función de su propia satisfacción; la satisfacción de los demás entra a jugar un papel protagónico en la forma como nos relacionamos con el mundo y con nuestros semejantes... y es esencial al momento de competir en una economía global de mercado.

A la habilidad o a la genialidad innata siempre es bueno darles un empujoncito. Las palabras de Picasso vuelven a golpear nuestras conciencias: “la inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando” (Picasso, 2009). El que lucha sin descanso es el que alcanza las metas; el que no desfallece es el que obtiene; el que corre hasta después del minuto 90, a sabiendas de que el partido no se acaba sino hasta que el árbitro haga sonar su silbato, es el que alza la copa.

Pensar es perder, no intentarlo es fracasar, malgastar el tiempo es ganarse la propia desdicha... Sí, ya lo sabemos. Pero quizás peor aún puede llegar a ser saltar por saltar o arrojarse a las turbulentas aguas por el simple hecho de hacerlo. La intuición es de vital importancia al momento de tomar decisiones; mas si no va acompañada de preparación y perspicacia, el asunto puede terminar en una catástrofe. En este sentido, la mejor manera de hacerle caso a nuestros corazones es seguirles sus palpitos sin perder la cabeza. En otras palabras, si queremos trascender, debemos acompañar nuestra creatividad de una buena

estrategia. Es la forma más segura de alcanzar la felicidad total: la personal y la de quienes nos rodean.

El paso por dar tras haber tomado la decisión de desarrollar una idea es meterle ganas y esfuerzo. En eso consiste el genio verdadero que, como bien nos lo hace saber Thomas Edison, es: “1% inspiración y 99% transpiración” (Edison, 2004). Creo que ya tenemos claro cómo fue que Juanes hizo para dominar la guitarra, o García Márquez la pluma, o Dalí el pincel... no escatimando ningún esfuerzo y trabajando al límite. Leonardo, el inmortal genio joven-anciano, lo pone de esta manera: “Si una persona es perseverante, aunque sea dura de entendimiento, se hará inteligente; y aunque sea débil se transformará en fuerte” (Zöllner, 2007).

Pero volvamos a preguntarnos: ¿será que con esto alcanza? Todo depende de lo que uno quiera en esta vida.

También hay quienes se esfuerzan sin descanso, trabajan como mulas, sudan sangre y no se detienen ni siquiera por un segundo, ni alejan la atención de sus actividades; y no logran nada. Son los eternos herederos del mítico Sísifo quien durante una obstinada eternidad se dedica día y noche a empujar una enorme roca hacia lo alto de una empinada cuesta para que, después de insólitos esfuerzos y despiadadas penurias, una vez llegando al pico, la gigantesca esfera rueda cuesta abajo por el declive al otro lado de la cima. No le queda otro remedio que volver a bajar por el elemento y con sacrificio inmortal retornar al camino, esforzándose y esforzándose cada vez más, para al fin volver a alcanzar la cima y darse cuenta de que el arresto nuevamente fue en vano porque la roca volvió a rodar por el costado opuesto. Y así de por vida... peor aún, porque su existencia no tiene fin.

No todo es trabajo por trabajo; también hace falta un poco de sagacidad, de imaginación. Es por ello que el “músico” virtuoso, que se pasa la vida en el conservatorio y la academia, jamás llegará a ser un Beatle, así se lo proponga. Desahogará por siempre su frustración manifestando la “evidente” —para él— falta de técnica de los artistas populares. A ellos, realmente, les resbalará. O si no, acordémonos de lo que dijo Gene Simmons de la controversial banda Kiss, cuando criticaron su calidad musical en contraste con el gran éxito comercial

de la misma: “Ten years and a billion dollars later they can kiss my ass” (Simmons, 2005)¹¹.

Volvamos al Camp Nou de Barcelona en mayo de 1999: Bayern Munich y Manchester United se disputan la gloria. Los 22 jugadores en el terreno de juego son profesionales, quizás están los mejores que hay en el planeta: son técnicos, sólidos, entrenan diariamente, llevan dietas balanceadas, se preparan física y psicológicamente para cada uno de los enfrentamientos... y, sobre todo, se encuentran dispuestos a luchar por cada balón cueste lo que cueste. Es por eso que son considerados como la élite del fútbol mundial. Sin embargo, entre todos, hay uno que brilla con más luminosidad, uno que además de poner el balón donde quiera con una facilidad inquietante, enloquece en las tribunas a chicos y grandes, a hombres y mujeres, con sólo pisar el campo de juego. Es el capitán de los Reds (que, por cierto, fue protagonista de primera línea en los dos goles que silenciaron a la multitud alemana e hicieron delirar a los hinchas ingleses en esa inolvidable noche para el balompié británico): el inigualable, excepcional, sorprendente y espectacular David Beckham. Amado y, por supuesto —¿cómo no?, si es un gran soñador—, odiado por las masas.

¿Qué tiene que no tengan los otros? ¿Será que sus pies cuentan con más de cinco dedos? ¿O que su mamá fue una diosa y como a Aquiles lo sostuvo de los tobillos cuando niño mientras su cuerpo entero era sometido a un tratamiento perfecto de invencibilidad? O más bien, ¿será que es un tipo de contactos y desde que tiene uso de razón su familia ha sido íntima amiga de la reina Isabel II?

Tal vez un poco de todo; tal vez nada de nada. Nunca lo sabremos. El caso es que no pasa desapercibido: mientras que los demás jugadores se adhieren a la grama con sus zapatillas, David Beckham parece flotar en el terreno de juego... y, ciertamente, afuera de éste también. Su calidad como jugador de fútbol va acompañada de una imagen memorable y de una categórica estrategia de mercadeo.

¿Cómo lo hace? Tiene una destreza formidable de combinar varios factores a la vez: técnica, táctica, entrenamiento, profesionalismo, imagen, comportamiento y *glamour*, por ejemplo. No sólo es una estrella dentro del gramado,

11 “Diez años y un billón de dólares después, pueden besarme el trasero” (traducción del autor).

sino que lo es en la calle, en el teatro, en el cine, en la pantalla; en Asia, Europa y América. Quizás es porque desde muy joven tenía claro para dónde quería ir: “*When I was 7 I wanted to be a footballer, but when I was 14, I wanted to be a model. Look where it’s put me now!*” (Beckham, 2007)¹².

¿Se puede ser modelo y futbolista a la vez? Si Da Vinci es anciano y joven por siempre, Picasso comprendió que podía llegar a ser un niño a los 80, y Michael Jackson nunca creció, ¿por qué no? Los escenarios disímiles no se contradicen, no se niegan los unos a los otros, no tienen por qué enfrentarse. De hecho, el poner mundos diferentes en contacto y hacerlos jugar entre sí se constituye en una herramienta de gran valor para transmitir un mensaje. Es precisamente eso lo que uno necesita si quiere vender una idea.

Malcolm Gladwell (2000), en su excelente libro *The Tipping Point* o “El punto clave” o “El punto de inclinación”¹³ —bastante recomendable para quienes estén interesados en saber moverse y dar a conocer sus ideas en este mundo globalizado—, hace referencia a tres tipos de personalidades que son preponderantes en la transferencia de información: los *conectores*, los *vendedores* y las *fuentes de conocimiento* (“*Mavens*”). Veremos que una combinación de las tres posiciones se constituye en una estrategia de mercadeo infalible. Seguro que el niño prodigio del fútbol inglés tiene algo de todas en su manera de proceder. Analicemos, por el momento, su condición de “conector”, básica para entrar y salir indemne de estadios como el Old Trafford de Manchester, el Camp Nou de Barcelona, o el Santiago Bernabéu de Madrid: “The point about connectors is that by having a foot in so many different worlds, they have the effect of bringing them together” (Gladwell, 2000)¹⁴.

12 “Cuando tenía siete años quería ser un futbolista, pero cuando tenía 14 quería ser un modelo. ¡Miren a dónde me ha llevado esto ahora!” (Traducción del autor).

13 En realidad, no existe una traducción literal en castellano para el título de la obra de Gladwell, así como de muchos conceptos que se incluyen en ella. Por eso mismo, en adelante la citaremos en el idioma original, con la finalidad de captar todo el significado de sus planteamientos. La traducción aproximada en español podrá encontrarse en estos pies de página, lo cual también se constituye en una manera de incentivar su uso: ¡Para algo están!

14 “La clave acerca de los *conectores* es que al tener un pie en tantos diferentes mundos a la vez, tienen el efecto de juntarlos” (traducción del autor).

Ser capaces de dar varias respuestas alternativas a la vez a un mismo cuestionamiento nos hace más creativos. Juntar escenarios que parecen irreconciliables es clave para que nos hagamos comprender y, claro está, para que podamos persuadir. Así las cosas, como el ejemplo lo hace ver, Hollywood no está tan distante del picado del barrio.

No es para nada aconsejable quedarse con una sola de las dos caras de la moneda. Hay que ser flexibles y tolerantes. Soñar no basta; hay que crear. No sólo levantar castillos en el aire sin cimiento alguno, o construir fortalezas inexpugnables e inaccesibles en la tierra. El talento puro no alcanza; la persistencia y el esfuerzo ilimitado, tampoco. Se necesita algo más. Y esto tiene que ver con comprender el contexto en el que se actúa, y en hacerlo en el momento indicado. Es eso lo que diferencia a los triunfadores de los demás mortales. Los británicos sí que lo tienen claro; para ellos: “*Timing is everything*” (Sabiduría popular)¹⁵.

Ahora bien, si ha llegado el momento y uno tiene una buena idea que ha convertido en creación, ¿qué debe hacer? No hay que ser un gran erudito para comprenderlo. Alguna vez, el alcalde de Líbano, Tolima, un pequeño pueblo cafetero colombiano —guiado por la inefable sabiduría popular— lo puso de esta manera: “no basta con poner los huevos; hay que cacarearlos”. Esta simple y divertida aseveración resume el reto de mercadeo que tienen creadores, artistas y empresarios de todas las disciplinas y géneros en este mundo de competencia extrema donde el tiempo es oro, la información está desbordada, el conocimiento no para de acumularse, las tecnologías nos sorprenden al segundo, y donde hombres y mujeres, tal y como nosotros, de las más diversas nacionalidades, razas, colores, creencias y edades, luchan por sobresalir a diario. ¿Para qué nos sirve una idea si no la podemos transmitir o si nadie nos presta atención?

Creativos somos todos; estratégicos algunos. Creativos y estratégicos sólo son los vencedores. Nada más desvalido que pretender saber que tenemos la razón, pero no poder transmitírselo a nuestros semejantes.

El gran maestro del cuento moderno, del terror, del delirio y de la imaginación, Edgar Allan Poe, siendo una de las figuras literarias más reconocidas de su época, incluso en vida misma, tuvo que soportar una terrorífica existen-

15 “El ‘momento indicado’ lo es todo” (traducción de autor).

cia digna del más grotesco de sus relatos. Hasta el punto de que Baudelaire, al referirse al “maldito” poeta bostoniano, se cuestionó de esta forma:

¿Existirá entonces una providencia diabólica que prepara la desgracia desde la cuna y que arroja con premeditación a seres espirituales y angélicos a medios hostiles, como los mártires al circo? ¿Habrá entonces almas sagradas, dedicadas al altar y condenadas a dirigirse a la muerte y a la gloria a través de sus propias ruinas? ¿La pesadilla de las tinieblas persigue eternamente a esas almas elegidas? (Baudelaire, 1977).

Tristemente, la estrategia de mercadeo del gran artista norteamericano fue un completo desastre. ¿Destino?, ¿desdicha?, ¿señalamiento divino? Puede ser. También se dice que cada quien forja su propio devenir. “Sabemos que Poe sólo recibió en vida por sus obras la suma de 300 dólares, en un periodo de 20 años. De ahí su altiva miseria” (Conde, 2004). Un precio absurdamente bajo por tan increíble tarea. Se trata del mago de la escritura, con quien iniciamos este libro; nuestro maestro del principio y del final; el que de veras sabe cuándo es el instante justo para decir no más. Pues sí, el mismo, el que no deja de deslumbrarnos, el maravilloso revelador de sueños, no fue capaz de hacerse comprender. Siempre fue visto como un adefesio, como un bicho extraño, como un ser perverso. Terrible.

Por supuesto que no fue el único. Basta con repasar la tormentosa vida de Vincent van Gogh, quien llevó la palabra creatividad a un nivel de genialidad sin precedentes, pero nunca pudo vender un solo cuadro; quien se mutiló una oreja con sus propias manos por una decepción sentimental; quien antes de morir olvidado en un paraje inhóspito profirió esta sombría sentencia: “la miseria de este mundo no tiene fin”. ¡Qué lúgubre y desconsolada historia! Tan triste que hasta el día de hoy sus palabras tienen el poder de colmarnos de amargura y desazón: “Se puede tener, en lo más profundo del alma, un corazón cálido, y sin embargo, puede ser que nadie acuda a él” (van Gogh, 2008).

El propósito no es sentarnos a llorar y sufrir por las injusticias de este mundo, ni buscar culpables o argumentar que para que la humanidad pudiera evolucionar hasta el punto que lo ha hecho ha sido siempre imprescindible crucificar héroes. ¡No! Se trata más bien de reflexionar, de aprender de los errores cometidos y, por encima de todo, de tratar de no cometerlos de nuevo.

Dar el salto a la otra orilla, arriesgarse y acometer las misiones más peligrosas es absolutamente válido; pero hacerlo en contra de todas las leyes y sin

ni siquiera percatarse de que, a veces, puede ser innecesario por el simple hecho de que quizás existe un puente que nos comunica con ese otro lado sin requerir el hacernos daño, es inútil y perjudicial. Lo cual no quiere decir que el camino tenga que ser siempre el más fácil. En realidad, como alguna vez dijo Rainer María Rilke, “el hecho de que algo sea difícil, es un incentivo más para realizarlo”. Cierto y bastante valioso; sin esfuerzo ni voluntad jamás llegaremos a ningún lado. Asunto que no implica que debamos lastimarnos o sufrir innecesariamente para crear. Sencillamente es siempre conveniente medir los riesgos antes de actuar.

El famoso “caza-cocodrilos” de Animal Planet se creyó invencible y murió electrocutado por una inofensiva manta raya. Creo que es la primera vez en la historia de la humanidad que esto sucede. Todo porque se las tiró del héroe cuando no tenía por qué. Lo mismo le pasó al “Che” Guevara en su lucha revolucionaria en Bolivia, donde irónicamente yendo en contra de todos sus principios y de las tácticas de guerra que él mismo instauró, fue emboscado, capturado y asesinado, por el simple hecho de no medir los peligros de su accionar. Y Luis Carlos Galán, el gran líder político colombiano, al hacer caso omiso de las advertencias de su equipo de seguridad, en la noche más amarga de agosto de 1989, se presentó indefenso a la tarima saludando inocentemente a una multitud que lo aclamaba, para caer ensangrentado de forma estrepitosa en el pavimento tras recibir más de siete impactos de bala en su cuerpo. El peor de los desenlaces. ¿Mucho ímpetu? ¿Convencimiento extremo? ¿Pérdida de parámetros? O ¿Falta de estrategia?

Podríamos extendernos en interminables ejemplos de situaciones similares, todos dicientes e impactantes. De eso no se trata. Más vale referirnos al equilibrio. Aquella cualidad que poseen los que no temen hablar de sueños y de lógica al mismo tiempo; los que utilizan los dos hemisferios de sus cerebros. Kasparov, el estratega, nos ilustra de nuevo: “[...] ¿De dónde proviene nuestro éxito? La respuesta es síntesis: la habilidad de combinar creatividad con cálculo, arte y ciencia, para transformarlos en un todo que es mucho más poderoso que la suma de sus partes” (Kasparov, 2007).

¿Síntesis? ¿Quién más exitoso que Leonardo Da Vinci para saberlo? ¿Quién más estratégico que el inmortal genio florentino? No le bastó con ser un sobresaliente artista, que deslumbraba al más escéptico con cada una de sus piezas, o con sorprender al mundo de forma tan asombrosa que hasta alguien llegó a de-

cir que la naturaleza se podría ver como una ofensa frente a alguno de sus cuadros: ¡Instigador de sacrilegios!, podríamos decir por cuenta de la calidad de su arte. Así de neurálgico e impresionante es su aporte a la humanidad. A pesar de ello, ¡no le bastó! Sabía que poner los huevos era un paso decisivo, pero también sabía que por mucho virtuosismo y dedicación entregados a la creación, ésta no tomaría alas propias a no ser que la ubicara en el momento y en el lugar apropiado. Así fue que nuestro legendario personaje se dio a la gratificante tarea de cacarear su obra. Evidentemente no se trataba de cualquier cosa, ni de algún mediocre proyecto; hasta los productos más innovadores y las ideas más determinantes requieren un esfuercecito adicional para penetrar en el mercado, sea cual sea este. Lo cual, por oposición, nos lleva a formularnos la siguiente premisa fundamental del mercadeo: *¡Jamás se le ocurra cacarear un huevo con el que no esté del todo satisfecho; mucho menos se le pase por la cabeza hacerlo si no ha puesto ninguno!*

Leonardo no sólo fue un artista de la paleta y el pincel, lo fue también del cálculo, la ciencia y la diplomacia. Desde muy joven tenía claro que para trascender era necesario darse a conocer, y no debía hacerlo con cualquiera aparecido:

Con el encargo para la capilla de *San Bernardo* en el palacio Vecchio, y el retrato de *Ginevra de Benci*, Leonardo había entrado por primera vez en contacto con clientes relevantes: importantes representantes del gobierno florentino por una parte y por otra los Benci, unidos en una relación comercial y de amistad con los Medici, la familia más poderosa de la ciudad (Zöllner, 2007).

Fue tras la realización del citado retrato de la enigmática *Ginevra de Benci* que profirió – más bien, grabó con indeleble sello en la parte de atrás del lienzo – esta máxima: ¡“La belleza adorna la virtud”! ... y, por supuesto, ¡la virtud adorna la belleza! Aún así, no se dio por satisfecho. Confiaba en que podía llegar más lejos. No sólo cumplió a cabalidad su rol de “conector”, al mejor estilo de David Beckham, haciendo posible la unión de varios mundos a la vez, sino que se tomó muy en serio su papel de “vendedor”. Malcolm Gladwell, en su *Tipping Point*, identifica a este tipo de personas como seres carismáticos con poderosas destrezas de negociación, capaces de persuadir hasta a los más desconfiados y suspicaces; con una habilidad prodigiosa para poder convencer a las demás personas para que entiendan, estén de acuerdo y aprueben sus propios planteamientos (Gladwell, 2000). Pues Da Vinci, no contento del todo

con lo obtenido en Florencia, a los treinta años decidió buscar nuevos horizontes y tocar la puerta del duque de Milán: Ludovico Sforza. Lo hizo por medio de la siguiente carta de presentación, acerca de la cual me sentiría falso y sacrílego (aquí sí), en esencia, si le recortara una sola letra:

Muy ilustrísimo señor:

Habiendo visto y considerado los experimentos de todos aquellos que se dicen maestros en el arte de inventar instrumentos de guerra, y encontrando que sus invenciones no difieren de las conocidas, me animo, sin deseo de perjudicar a nadie, a solicitar a Vuestra Excelencia una entrevista en la cual le haré conocer algunos de mis secretos.

1. Puedo construir puentes muy livianos, fuertes y portátiles, con los cuales es posible perseguir y derrotar al enemigo; y otros más sólidos que resisten el fuego o el asalto y sin embargo son fáciles de colocar en el lugar adecuado; y también puedo quemar y destruir los del enemigo.
2. En caso de sitio puedo cortar el agua de las trincheras y hacer pontones y escalas, así como otras invenciones similares.
3. Si, debido a su elevación o a la fuerza de su posición no es posible bombardear un sitio determinado, puedo demoler cualquier fortaleza, siempre que sus cimientos no estén asentados sobre piedra.
4. Puedo también construir cierto cañón que es liviano y fácil de transportar, y con el cual se pueden arrojar piedrecillas como granizo y cuyo humo causa gran terror al enemigo, por lo cual no sólo sufren grandes bajas, sino que se sienten confundidos.
5. Puedo construir en cualquier lugar determinado y en el mayor silencio, pasajes subterráneos ya sean rectos o tortuosos, y si resultan necesarios, bajo las trincheras y bajo los ríos.
6. Puedo construir carros acorazados para llevar artillería, los cuales podrán irrumpir entre las filas del enemigo abriendo, así, paso a la infantería.

7. Si la ocasión se presenta, puedo construir cañones, morteros y artillería liviana de forma y utilidad diferente a la que se usa generalmente.
8. Cuando resulta imposible emplear cañones, puedo suplantarlos por catapultas, trabucas y otros instrumentos de eficacia admirable y poco usados. En una palabra, cuando así lo requiere la ocasión puedo proveer infinidad de medios de ataque y de defensa.
9. Y si la lucha se desarrollara sobre el mar, puedo construir máquinas que pueden servir tanto para el ataque como para la defensa, y buques que pueden resistir el fuego del cañón más pesado y de la pólvora u otras armas.
10. En tiempos de paz, creo poder daros tan completa satisfacción como cualquier otro en la construcción de edificios públicos o privados, y en la conducción del agua de un lado a otro. Puedo también, esculpir en mármol, bronce y yeso, y respecto a la pintura, me es posible competir con cualquiera, sea quien sea.

Además podría encargarme de la ejecución del caballo de bronce que asumirá con gloria inmortal y eterno honor la auspiciosa memoria de vuestro padre y la ilustre casa de Sforza (Da Vinci, 2006).

¿Será que consiguió el trabajo? Más bien deberíamos preguntarnos, ¿será posible que alguien hubiese podido hacer caso omiso de su solicitud? Lo más impactante de todo es que, mucho más contundentes que sus cañones y estrategias militares, resultaron ser un lienzo en blanco y un puñado de pinceles: *¡El arte es el arma más poderosa que se conoce!* Pues bien, esta es la otra faceta de los verdaderos creativos. A García Márquez, los Rolling Stones, Steve Jobs, Madonna, Barack Obama, Picasso, Dalí, Bill Gates y, por supuesto, Michael Jackson, no les alcanza con propuestas innovadoras y de la mejor calidad posible; saben que para trascender es imprescindible hacerse escuchar.

Ellos tienen la habilidad de contagiarnos con sus propuestas. En un mundo donde las “ideas, productos, mensajes y comportamientos se transmiten tal y como lo hacen los virus” (Gladwell, 2000), son los creativos que conocen de estrategia los que hacen que avancemos. Y, en menos de un abrir y cerrar de ojos, nos convierten en sus más fieles y delirantes seguidores; alcanzan el punto de quiebre, el punto clave, el punto de no retorno:

[...] three characteristics —one, contagiousness; two, the fact that little causes can have big effects; and three, that change happens not gradually but at one dramatic moment— are the same three principles that define how measles moves through a grade-school classroom or the flu attacks every winter. Of the three, the third trait—the idea that epidemics can rise or fall in one dramatic moment—is the most important because it is the principle that makes sense of the first two and that permits the greatest insight into why modern change happens the way it does. The name given to that one dramatic moment in an epidemic when everything can change all at once is The Tipping Point (Gladwell, 2000)¹⁶.

¿Podrán contagiar a la humanidad con sus ideas? Es cuestión de estrategia. Otra cosa que deberán tener en cuenta si quieren conseguirlo, es que no lo podrán hacer solos. Necesitan un equipo que los acompañe en el camino. Rodearse de los mejores los hace mucho más productivos. ¿Quiénes son los mejores? Los que saben. Toma sentido aquel refrán que reza que “la ignorancia es atrevida”, y peligrosa por encima de todo. No olviden nunca que “el que no sabe es como el que no ve”.

Aquí es donde entra a jugar el tercer rol fundamental en la transmisión de un mensaje, el de las Fuentes de conocimiento (“*Mavens*”), o aquellos que acumulan saber y tienen información veraz y al día acerca de productos, precios y lugares específicos (Gladwell, 2000). Para competir debemos entendernos a nosotros y conocer a nuestra competencia, debemos estudiar el mercado, analizar los distintos factores que están en juego, valorar las condiciones temporales, económicas y sociales, y considerar las consecuencias de nuestros actos.

La otra clave está en investigar, estudiar y adquirir conocimiento. No se trata de atarugarse de información sin sentido. Hay que ir a las fuentes seguras, no andarse con pasos falsos, evitar caer en la especulación. Y si para ello tienen que tomar prestado no duden en hacerlo, es mucho mejor aplicar un modelo con éxito comprobado a inventarse caminos improbables o saltos mortales donde hubieran podido cruzar al otro lado por una vía segura. Esto no signifi-

16 “...tres características —una, la capacidad de contagio; dos, el hecho de que pequeñas causas pueden tener grandes efectos; y tres, que el cambio no ocurre gradualmente, sino todo a la vez en un momento dramático— son los tres mismos principios que definen cómo el sarampión se mueve por un aula de escuela primaria o cómo los ataques de gripe se expanden cada invierno. De las tres, la tercera característica —la idea de que las epidemias pueden iniciarse o acabarse en un momento dramático— es la más importante porque precisamente es este el principio que hace que las dos primeras tengan sentido, y permite ver de forma clara por qué el cambio moderno sucede como sucede. El nombre dado a este momento dramático en una epidemia donde todo puede suceder al tiempo en un solo instante es el Punto Clave” (traducción del autor).

ca que deban limitar su capacidad de invención, que no planteen soluciones diferentes; sólo que sin bases sólidas, por muy elucubrados y novedosos que sean sus planteamientos, estarán destinados al olvido.

Si Pablo Picasso logró convertirse para muchos en el artista más exitoso e innovador del siglo XX fue porque se lanzó al agua, a explorar lo desconocido, a romper paradigmas y reglas, teniendo muy claro que contaba con las herramientas requeridas para ello. Estudió, investigó y se preparó intensamente para aquel salto que seguro no dio en vano:

La pintura es la libertad. Si saltas puede que caigas al otro lado de la cuerda. Pero si no estás dispuesto a correr el riesgo de romperte la crisma, ¿de qué te sirve? No saltas. Tienes que despertar a la gente. Revolucionar su forma de identificar las cosas. Tienes que crear imágenes que no acepten. Obligarles a entender que viven en un mundo muy extraño. Un mundo que no es tranquilizador. Un mundo que no es como ellos creen (Mailer, 1997).

No se trata de romper las reglas por romperlas, ni de atormentar al mundo por atormentarlo. El asunto va mucho más allá: *si comprenden el valor de la creatividad, sabrán que deben acompañar sus sueños de un proceso consecuente para poder convertirlos en realidad.* A este proceso lo han de llamar: *estrategia*.

CAPÍTULO 6

UN VIENTO ANCESTRAL DE LA CHINA SOPLA EN NUESTRA DIRECCIÓN

“EL PROBLEMA DEL HOMBRE NO ESTÁ EN LA BOMBA ATÓMICA, SINO EN SU CORAZÓN”

ALBERT EINSTEIN

Jueves, 10 de la mañana, julio de 2009. El pequeño Yair, con seis años, se esconde junto a su hermanastro Jonathan, dos años mayor que él, detrás de una pared de la escuela, mientras apunta con su improvisada metralleta de palo al enemigo, no como ha visto en la televisión —porque en su casa no hay—, sino como muchas veces tuvo que presenciar cuando su padre estaba en el hogar y la guerra llegaba a tocar la puerta... claro está, antes de que desapareciera para siempre. Los enemigos son Jennifer, de ocho años, ojos dulces y cabellos ensortijados, Freddy de ocho, el rey de las canicas de la cuadra, y Márjory, con apenas cinco añitos, pero que en la pelea es tanto o más aguerrida que el mismo Yair... por algo es sangre de su sangre, hija de su mismo padre, aunque ni él, ni ella, ni su madre lo saben: María nunca se enteró de quién fue el que la violó en una de esas tenebrosas noches de bombardeos y asesinatos; sólo se acuerda de que el tipo era un comandante paramilitar y que el no haberle hecho caso en todo hubiera significado la sentencia de su muerte.

Los niños juegan el único juego que saben jugar, claro que hoy han cambiado de bando para no aburrirse siempre actuando de la misma forma. El grupo que comanda Yair esta vez es el de los “guerrilleros” y el que encabeza Freddy, con inocente imaginación sanguinaria, es el de los “paracos”. La pelea no se acaba, sino hasta que alguno de los dos equipos quede completamente sometido y cada uno de sus integrantes le pida perdón a todos los de la escuadra ganadora para así proceder, uno por uno, a besarles los pies a los triunfadores.

Así pasan las horas en la olvidada vereda de “El Placer” en el municipio de La Hormiga, Putumayo, Colombia. Los hijos de la guerra, hijos de otros hijos de la guerra —que, por supuesto, es la misma guerra, pero al fin y al cabo, es otra muy diferente— sueñan con hacerse grandes para poder comprar relojes, motos, y muchas, muchas, armas.

No conocen la diferencia entre un paramilitar, un soldado del ejército o un guerrillero. Para ellos el asunto es exactamente igual; gana el que más poder demuestre y el que sepa usar todo su arsenal. No tienen por qué saber quién es quién, si además la escuela queda justo en frente del Cuartel de Policía —un edificio de tres plantas, el más alto del pueblo, cubierto por robustas trincheras verdes de arena—, que hasta hace un año y medio era el centro de operaciones del comando paramilitar, y que a su vez fue arrebatado a los guerrilleros de las FARC en esa inolvidable mañana de domingo en el año de 1999 en la peor masacre que haya vivido “El Placer” cuando, de un momento para otro, quedó instaurado en el lugar el denominado “régimen del terror” tan característico del accionar de los “súper-amigos”, como son llamados los “paras” en la región.

Mientras tanto, por las desoladas calles del caserío, se respira un aire descompuesto y trágico: no se ve ni un solo hombre entre los 16 y los 45 años por ahí, todos están en sus puestos de combate... o raspando, recogiendo o procesando la hoja de coca; las mujeres, con sus vientres abultados —algunas por su condición de gravidez, otras por simple y llana desnutrición— aguardan a que llegue la noche para poder irse a las cantinas; y los ancianos pasan su hambre perpetua en las esquinas esperando quizás a que caiga el agua del cielo para poder beber aún cuando sea una gota de líquido en el día.

La situación se repite una y mil veces, siempre a su manera, en otros lugares de Putumayo, en Nariño, en el Sur de Bolívar, en el Chocó, en La Guajira, en el Vaupés, en el Guaviare, en los Santanderes, en el Urabá antioqueño, en Tolima y hasta en Cundinamarca, a escasas horas de la capital colombiana. Desde finales de los años cuarenta el país se encuentra en estado de guerra, conflicto, alzamiento revolucionario, beligerancia, insurgencia, terrorismo, conflagración, hostilidad o como quieran denominarlo; incluso, hay quienes aseguran, y se creen su propio cuento, que este no es un conflicto... y, por muchos esfuerzos que se realicen, tácticas de inteligencia militar que se utilicen, apoyos internacionales que se implementen, aún se percibe muy lejos el final de tan aterrador panorama. Todo porque en algún momento, alguien que no estaba de acuerdo con alguien más, tomó la decisión de declararle la guerra...

De pasada se la declaró a todas las generaciones que estaban por venir, y, por supuesto, a nosotros que, aunque ni recabemos en ello, también somos “hijos de esta guerra”...

“ONE IS LEFT WITH THE HORRIBLE FEELING NOW THAT WAR SETTLES NOTHING; THAT TO WIN A WAR IS AS DISASTROUS AS TO LOSE ONE”.

AGATHA CHRISTIE

“Quien halle placer en la guerra perecerá y quien sólo vea las ventajas de la victoria caerá en desgracia” (Tzu, 2001), dice Sun Bin Bingfa, discípulo y homónimo del gran maestro Sun Tzu autor del *Arte de la Guerra*, escrito hace más de dos milenios atrás en la antigua China, y sobre el cual basaremos lo expuesto en este capítulo. Irónicamente fue la guerra la que encontró “El Placer” en el Putumayo. Triste ejemplo que nos hace advertir que el placer y la guerra juntos nunca producirán un buen resultado. Divertirnos puede ser una excelente manera para crear; realmente el hacerlo nos hace más creativos. No obstante, existen circunstancias en la vida que no son para reírse. Una de ellas es la guerra: terrible manifestación de la intolerancia humana. Complicada y devastadora, ha acompañado al hombre desde sus primeros pasos en esta tierra. Acarrea la destrucción y muchos otros males. Con ella no se juega; hay que tenerle mucho cuidado porque puede acabar en un abrir y cerrar de ojos con nuestras creaciones. Por definición se trata de una actividad opuesta a la creatividad. La guerra no puede tomarse a la ligera. Por eso es que el maestro Oriental empieza su obra con esta frase: “La guerra es un asunto de importancia vital para el Estado; un asunto de vida o muerte, el camino hacia la supervivencia o la destrucción” (Tzu, 2001).

Más vale estudiarla con juicio para poder comprenderla. Un antiguo proverbio sufi dice que “el camino es siempre el mismo, pero, existen infinitas maneras de recorrerlo”. Cada quien elige la suya. Así de sencillo: podemos ser violentos como también podemos no serlo.

Para acometer una empresa es necesario tener primero una meta clara hacia dónde se pretende llegar y entender que existe un punto definitivo en el que es imprescindible finalizar la acción; hay que luchar incansablemente para llegar a este punto con el mayor ímpetu y capacidad. Sobre todo, es primordial tener el valor, el criterio y las agallas requeridas para dar la estocada final. Para eso planeamos. Mucho mejor si lo hacemos de manera estratégica.

En la guerra, desgarradora compañera del hombre, las cosas suceden de forma similar. Los que planean y maniobran con astucia son los que vencen. Vale la pena preguntarnos si este “maniobrar con astucia” significa obligatoria-

mente entrar en conflicto con alguien más. Son muchos los que piensan que el mundo de los negocios es forzosamente un escenario de guerra. En realidad, cada vez que les hago este cuestionamiento a mis alumnos contestan indefectiblemente, y casi unánimemente, que así es, que este es un mercado beligerante y que hay que acometerlo como si se estuviera en una batalla a muerte. Es fácil suponer que en los tratados acreditados acerca del tema encontraremos las formas más contundentes de armar guerras y de salir victoriosos; que seguramente, tras haberlos leído y estudiado, estaremos incentivados a iniciar una cuanto antes para lanzarnos con las mejores armas al campo de batalla, y para combatir como leones porque de lo contrario nos arriesgamos a que nos arrollen.

Paradójicamente, la realidad es bastante distinta. *El arte de la guerra* del maestro Sun, quizás la obra más reconocida y popular de todos los tiempos sobre el asunto, asevera que la mejor manera de enfrentar una guerra es evitándola; alejándonos de ella a como dé lugar. ¿Qué estará sucediendo? ¿Será que buscamos en el lugar equivocado? Si lo que queríamos era conocer acerca de cómo ganar la guerra y de cómo pelear, incitar, incendiar y destruir al adversario con la mayor fuerza posible para dejarlo completamente destruido y sin reacción. Nos encontramos con que más bien debemos dejar las armas guardadas porque no es recomendable establecer un conflicto por mucho arrojo que tengamos. Lo dice uno de los mayores guerreros de la historia: “Debes combatir sólo cuando no haya otra alternativa” (Tzu, 2001).

La creatividad consiste en encontrar esas alternativas. Para poder ser estratégicos debemos comenzar por desarmar nuestras mentes, nuestros corazones... y nuestros espíritus. No todo es una guerra. El mundo de los negocios o de las empresas puede ser abordado desde perspectivas muy diferentes a la escueta y directa hostilidad. Se pueden establecer alianzas, compromisos, esquemas de cooperación con nuestra competencia; viabilizar distintas posibilidades de acción con ideas propositivas nunca antes pensadas; optar por soluciones en conjunto que le den trabajo a otros; o podemos incorporarnos a los modelos propuestos por los demás... en fin, hay mil y una posibilidades divergentes a la de pelear por el simple hecho de pelear. Lo mejor de todo es que aún así podemos salir vencedores: “Obtener cien victorias sobre cien combates no es lo mejor. Lo más deseable es someter al enemigo sin librar batalla con él” (Tzu, 2001).

Es precisamente esto lo que se denomina privilegiar la inteligencia sobre la fuerza. Ganar no es sinónimo de destruir o de aniquilar. El poder de la pala-

bra, por ejemplo, nos permite transformar al mundo y hacer actuar a nuestros semejantes sin necesidad de utilizar la fuerza; sólo por medio de la persuasión, mucho más poderosa que cualquier arma. Lo mismo sucede con el Arte, capaz de tocar las fibras más profundas del ser humano sin acudir a la violencia física.

En las artes marciales suceden transformaciones increíbles. Personas agresivas que buscan canalizar sus fuerzas para volverse más ofensivos y poder acabar con cuanto incauto se les atraviere en el camino, terminan por convertirse en excelentes componedores de conflictos; en émulos de paz; en individuos cargados de armonía y compasión. Una vez dominan las tácticas de combate, comprenden que no es necesario emplearlas para ganar una batalla, que hay muchas y mejores maneras de someter al enemigo, sin necesidad de entablar una contienda directa con él; y, sobre todo, se dan cuenta de que utilizar sus conocimientos y sus armas puede ser algo letal, sumamente peligroso y contundente que tiene la facultad de acarrear no sólo la destrucción del oponente sino graves consecuencias para la propia persona. *Tener el poder también es saber que no se necesita emplear la fuerza.*

Daniel Correa Senior, nueve veces campeón nacional de judo de Colombia, y actualmente cinturón negro sexto *Dan*, afirma que esta disciplina, más allá de ser una manera de aprender a pelear, es toda una filosofía a través de la cual se puede encontrar el equilibrio:

Se trata de una actividad armónica entre cuerpo y espíritu que permite al practicante realizar un ejercicio con el mayor respeto por su integridad física así como por la de su contrincante. Abogando por una competencia leal, de respeto por las normas y reglas; buscando el triunfo, pero aceptando la derrota. Aprendiendo a caer sin hacerse daño, para volverse a parar y estar dispuesto a seguir en la lucha. Porque tanto en la vida como en los negocios se está en un permanente combate en donde se pueden presentar caídas, derrotas y triunfos. Todos los cuales estructuran al individuo y a la empresa (Correa, 2009).

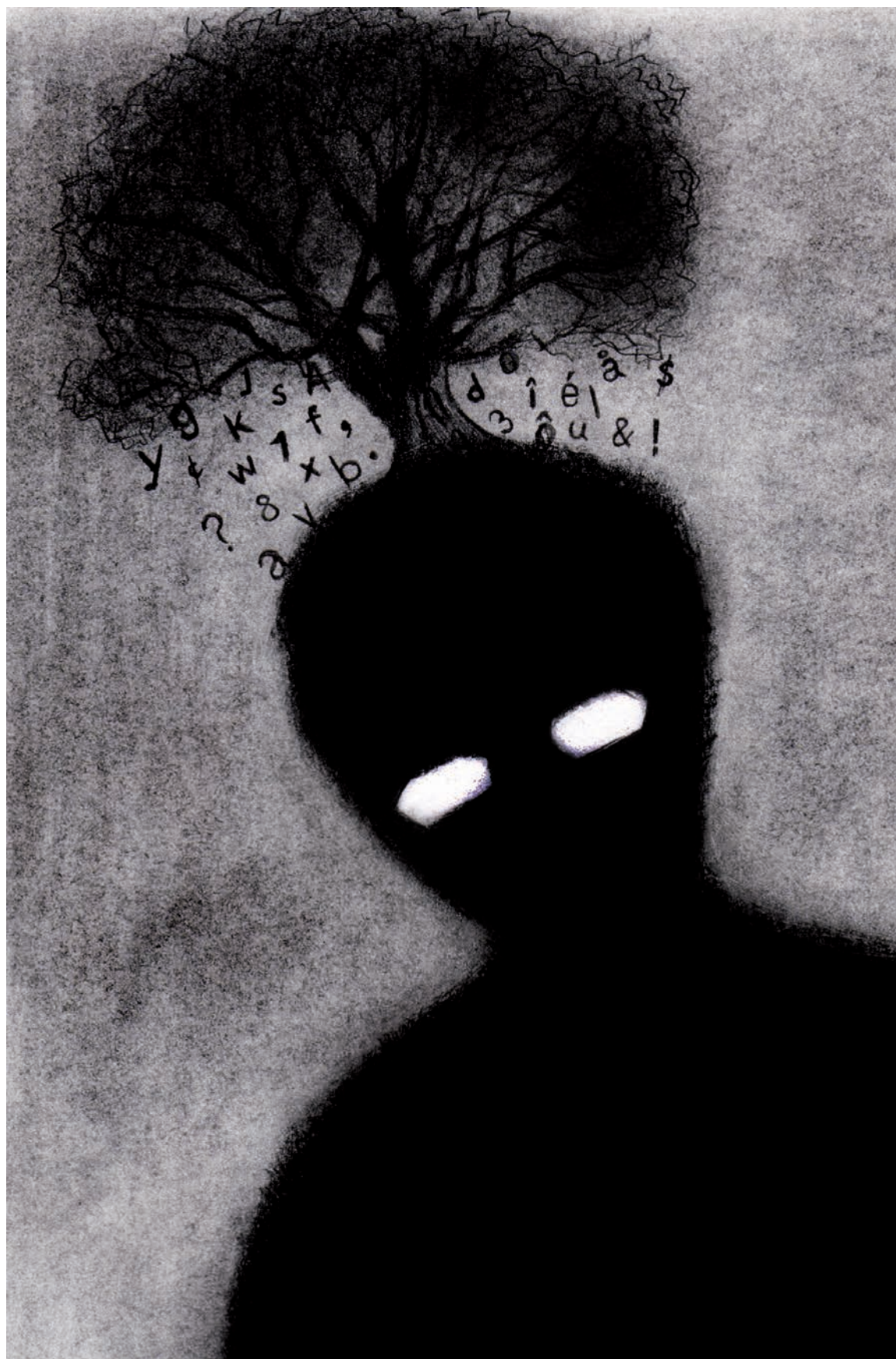
Si el combate es perpetuo, para que se pueda sobrellevar con sabiduría éste ha de ser armonioso. Por eso es que cuando vemos un enfrentamiento entre destacados maestros de las artes marciales pareciera como si estuviesen danzando. Las implicaciones de ello y el valor de la filosofía oriental se estudian panorámicamente en el capítulo 7 (“¿Qué pensarán de nosotros en Japón?”) donde existe la oportunidad de volver a encontrarnos con el *Sensei* del judo. Por ahora nos quedaremos con sus planteamientos acerca del hombre y de la empresa.

En el quehacer empresarial también es mejor no entrar en conflicto con los adversarios que aparecen en el camino. Se los puede someter de muchas otras maneras, haciendo uso, por supuesto, de la creatividad. Ésta permite acometer retos y enfrentamientos de formas alternativas sin hacernos daño y, en lo posible, sin hacerle daño al adversario. Un caso muy notorio y significativo para la economía colombiana fue la toma de Bavaria por parte de Julio Mario Santo Domingo, quien en vez de enfrascarse en una batalla campal para lograr que Águila pudiera llegar a competir con el monstruo de Bavaria, decidió irse por otro camino y jugársela toda sin necesidad de combatir. Optó por ingeniarse una estrategia, apoyada en una abrumadora campaña de compras secretas de acciones y relaciones públicas, para obtener el control de la empresa más rentable del país cuando precisamente Bavaria tomó la decisión de adquirir la Cervecería Águila de propiedad de los Santo Domingo, resolviendo —y aquí está la gran jugada— pagar con acciones de la propia empresa. Esta forma de pago, concebida y anhelada por los Santo Domingo, convirtió a los empresarios de Barranquilla en los mayores accionistas individuales de Bavaria en un “abrir y cerrar de ojos” (Reyes Copello, 2003).

Actuó de forma más inteligente que luchar contra el gigante atacándolo de frente y sin atenuantes. Lo que logró fue trascendental para el futuro industrial del país. Lo hizo con ingenio, conocimiento del terreno, sabiduría, perspicacia y paciencia, mucha paciencia. De a poquitos fue ganando una batalla, sin necesidad de combatir.

Hay que partir de la base de que la guerra es la última alternativa a la que queremos acceder. Reiteramos: “la guerra no se puede tomar a la ligera” como nos lo demuestra el gran Sun. La guerra no es como una cerveza Águila light de Bavaria cuyo slogan reza: “pásala fácil”. No, señores, es imposible que la guerra pase fácil. Una vez nos metemos en ella tenemos que atenernos a las consecuencias, muchas veces nefastas y dolorosas; sea cual sea el campo en el que nos estemos moviendo, incluso en el amor.

Un ejemplo dicente de esto es lo que ocurre en la película *La guerra de los Rose*, donde los protagonistas, Liz y Hopkins, quienes en un principio se juraron amor eterno, terminan transformándose en los peores y más enconados enemigos. Acaban con todo lo que habían construido en conjunto, y se hacen un daño tan profundo que llegan hasta el punto de sacrificar sus vidas. Lo hacen por la sencilla razón de haber convertido una discusión en un conflicto, y



un malentendido en una guerra campal. Dejaron que el problema se volviera visceral; ya no les interesaban los objetivos, lo importante era ganar a toda costa sin siquiera saber cuál sería el premio. Dejaron de pensar en los beneficios de un buen acuerdo porque lo único importante era vencer por vencer (DeVito, 1989). Les faltó paciencia... y creatividad. La misma que les sobra a los Beatles cuando cantan esta canción:

Try to see it my way,
Do I have to keep on talking till I can't go on?
While you see it your way,
Run the risk of knowing that our love may soon be gone.

We can work it out,
We can work it out.

Think of what you're saying.
You can get it wrong and still you think that it's all right.
Think of what I'm saying,
We can work it out and get it straight, or say good night.

We can work it out,
We can work it out.

Life is very short, and there's no time
For fussing and fighting, my friend... (Lennon/McCartney, 1965)¹⁷.

Así es: la vida es muy corta y el tiempo apremia; no es aconsejable malgastarlo en discusiones o peleas que nos pueden llevar al peor escenario de todos,

17 "Trata de verlo a mi manera / ¿Debo seguir hablando hasta que no pueda continuar? / mientras que si lo vemos a tu manera / Corremos el riesgo de que nuestro amor se acabe pronto... Podemos ponernos de acuerdo, / Podemos ponernos de acuerdo... Piensa en lo que estoy diciendo. / Puedes tenerlo mal y de todos modos crees que está bien / Piensa en lo que estoy diciendo, / Podemos ponernos de acuerdo, o decimos adiós... Podemos ponernos de acuerdo / Podemos ponernos de acuerdo... / La vida es muy corta, y no hay tiempo / para andar preocupándonos y peleando, mi amigo..." (traducción del autor).

uno en el que no existen más opciones. Las consecuencias de las guerras que ha vivido la humanidad son brutales y han dejado secuelas imborrables. Auschwitz, Guernica, Kosovo o Ruanda nos recuerdan aterradoras atrocidades de infamia y horror que nos remiten a la imagen de un hombre completamente des-humanizado. La *Guerra Santa* que inició hace tanto, tanto, tanto tiempo aún sigue latente y, con la creación de grupos extremistas como Hamas o Al Qaeda, ha tomado visos apocalípticos. Al denominado conflicto palestino-israelí se le suman las conflagraciones en Irak, Afganistán, Somalia, Pakistán, Sudán y la guerra del narcotráfico en México. Parece que este es un estado permanente.

El incauto ex presidente de Estados Unidos, George W. Bush, no leyó nunca a los chinos. Creyó que iniciar una guerra era tan fácil o banal como lavarse los dientes. Seguro que Yair, Freddy o la pequeña Márjory lo hubieran doblegado en un par de minutos. Hoy en día la mayor potencia económica del mundo se encuentra en serios apuros por cuenta de las acciones militares del abominable W. No sólo por lo sanguinarias, sino por su falta de previsión. Parece que las palabras de Sima Quian, otro de los legendarios estrategas del milenarismo asiático, proferidas hace miles de años, hubiesen salido de la boca misma de “Bush padre” hace tan sólo unos años atrás:

La guerra es el terreno de la muerte y, sin embargo, mi hijo habla de ella como si se tratara de algo simple. Si no obtiene el mando de las tropas no pasará nada, mas si algún día es nombrado general de las mismas, causará con certeza la ruina de nuestro país (Tzu, 2001).

Una cosa es contar con las mejores tecnologías y otra muy distinta es saberlas emplear. Volviendo a la música, de nada le sirve al virtuosísimo intérprete de conservatorio —por muchos estudios y esfuerzos que realice— una guitarra con doce cuerdas, si no tiene sentido común. Más vale una vieja citara o un triple bien afinado, si se toca con conocimiento pleno de causa. Sun es claro al respecto cuando afirma que: “El general que comprenda mis cálculos y los aplique vencerá: es preciso conservarlo; el general que no los comprenda y los aplique será derrotado: es preciso deshacerse de él” (Tzu, 2001). De nada sirve tampoco la aplicación a ciegas de teorías como el *benchmarking*, la planeación estratégica, los océanos azules o los modelos econométricos o micro-fundamentados, si no se entienden a conciencia.

Parece obvio pero, como la obviedad también es la madre de todos los vicios, tenemos que cuidarnos de pecar por cándidos. Casos los hay desde el más básico hasta el más elaborado. Está el del ignorante pescador que descubre la dinamita: la primera vez que utiliza el explosivo se sorprende de la “eficacia” de este arte misterioso y pirotécnico: surgen del mar miles y miles de pescados muertos que no caben en su pequeña canoa. Cree que se ha hecho rico. Pero increíblemente la plata que le pagan se va igual de rápido a como llegó. Así que vuelve a lanzar la carga al mar y se encuentra con un número más reducido de animales y con tamaños más chicos. Ya no alcanzan sino para llenar la mitad de su canoa. De igual forma consigue buen dinero y, ¡oh sorpresa!, éste se pierde tan velozmente como fue obtenido. Entonces, de nuevo vuelve a la faena explosiva... y esta vez se topa con la desolación más profunda: no obtiene sino restos de restos, residuos de residuos. Ahora morirá de hambre porque ya no habrá más pesca en la zona. Y lo peor de todo es que no sólo acabó con su comida y su trabajo sino con la de todos sus vecinos. Empleó una técnica que no comprendía.

Lejos de allí, en la gran ciudad, está el obrero avivato que recibe un nuevo equipo de soldadura y en vez de hacerle caso a las instrucciones que le advierten que sólo puede utilizar una carga máxima de hasta 300 amperios, lo hace por encima de los 350 aligerando el trabajo y soldando lo que no sueldan varios empleados a la vez. Obtiene resultados asombrosos en muy corto tiempo. Al año su equipo está atrofiado e inservible, y, por supuesto, ha perdido el trabajo, su sustento diario, y de pasada le ha hecho desperdiciar considerables recursos a la empresa que lo empleó. No entiende las implicaciones de sus acciones.

En algún otro lugar del mundo —irónicamente en la tierra de Sun Tzu— nos encontramos con un multimillonario empresario inescrupuloso que decide comercializar ingentes cantidades de juguetes con alto contenido de plomo para niños. En pocos años, acumula una formidable fortuna. Por su parte, en la casa de su hermano más querido, se vive una tragedia: su pequeño sobrino se encuentra moribundo en un hospital por insuficiencia pulmonar y cardiaca derivada del empleo y la manipulación excesiva de los juguetes elaborados por su tío. Y, pocos días después de la muerte de la “luz y alegría” de la familia, tras exhaustivas investigaciones, el “gran empresario” es encontrado culpable de estafa, engaño y perjuicio social: debe pasar los próximos diez años de su vida en un oscuro calabozo. No comprendió los cálculos, pero de todos modos los aplicó.

Leer el *Arte de la guerra* es recomendable para estudiar la estrategia; pero si se hace con superficialidad y sin intenciones de comprensión más allá de las propias narices, es tan peligroso como comprar un revolver. Punto. No sólo no sucede que uno gana en seguridad, sino que el riesgo de muerte aumenta en un 500%. Está comprobado. Lo mismo pasa cuando uno lee las obras del Marqués de Sade, el *Príncipe* de Maquiavelo o *Mi Lucha* de Adolf Hitler. Si no está preparado para digerir tales venenos, es mejor que se mantenga al margen. Así sucede hasta con la técnica más insignificante o fútil, como nos lo hace ver el enigmático escritor colombiano René Rebetez al referirse a una tradición oriental de la que hablamos en el Capítulo 7 (“¿Qué pensarán de nosotros en Japón?”): “No hay nada peligroso en lo que hacen los sufíes [o en el *Arte de la guerra*], pero algunas mentes están tan desequilibradas que pueden utilizar un teléfono para cascar nueces, incluso para suicidarse” (Rebetez, 1997).

Utilizar la guerra como instrumento para transmitir nuestras ideas es sin duda algo absolutamente *desequilibrado*. En igual medida lo es enfrentar el mercado de competencia con la cabeza y el corazón armados: se puede perder mucho por ganar muy poco. Los empresarios de la ya multinacional colombiana Alianza Team comprendieron muy bien esto cuando en vez de aniquilarse unos a otros, tomaron la decisión de unir fuerzas para constituirse en una de las asociaciones más sólidas del país. Se trata de la coalición de seis importantes compañías colombianas con actividades en el sector de grasas y aceites vegetales comestibles, varias de ellas con una experiencia de más de 50 años en el sector: Acegrasas S.A. fundada en 1959; Grasas S.A. en 1952; Faggrave S.A. en 1946, y Grasyplast S.A. en 1996. Antes de la alianza, que tuvo lugar en 1998, las sociedades actuaban de manera independiente lo que implicaba duplicidad de recursos y esfuerzos. Así que los accionistas determinaron trabajar en conjunto teniendo en cuenta que el mercado exigía de las empresas que quisieran permanecer en él, entre otras condiciones, altas economías de escala, eficiencia en las plantas de producción, optimización de costos y gastos, capacidad de ofrecer a los clientes y consumidores una oferta de bienes y servicios diversificada y diferenciada, colaboradores altamente comprometidos, y la internacionalización de sus productos (Team, 2007).

En vez de derramar sangre innecesariamente, se hicieron fuertes y competitivos por medio de la colaboración. En otras palabras, se pusieron de acuerdo como proponen los Beatles en su canción.

En Colombia, la sangre derramada sobre sangre derramada sobre sangre derramada ha dejado generaciones de generaciones inmersas en un conflicto caótico donde todos los escrúpulos han sido desestimados, y donde la crueldad del ser humano ha llegado a condiciones bestiales. Basta con visitar “El Placer”, Putumayo, para darse cuenta del horror de este conflicto. Hermanos, amantes, vecinos, han acabado por convertirse en los peores enemigos; todo por culpa de la perversa guerra. Ahí están los niños de la desbaratada escuela enfrente del cuartel general, sumergidos en un conflicto que los tiene tan obnubilados que se pasan sus vidas jugando al juego de matar y morir, mientras sus padres hacen lo mismo a escasos metros de distancia, sólo que con armas de verdad.

Un palenquero “champetudo”, Charles King, rey de los ritmos afro-caribeños, extiende un grito de desasosiego, zozobra y preocupación al respecto en una de sus obras musicales. Sabe que el problema no es sólo en su Caribe, ni siquiera en Colombia entera; sino que se trata de un flagelo que ha transgredido todas las fronteras:

¿Quién parará esta guerra?
 Más palabras entre los hombres y crece el llanto aquí en la Tierra;
 Más tristeza entre las madres y más dolor en cada niño;
 Hay soledad aquí en tu mente y error entre la gente;
 Hay palabras del futuro, pero el tiempo no es seguro...
 ¡Pero todo es culpa de nuestra maldita guerra!
 ¡Pero todo es culpa de nuestra maldita guerra! (CharlesKing, 2001).

Por lo mismo, siempre antes de iniciar una guerra hay que pensarlo dos veces. La lección más importante de *El Arte de la guerra* es precisamente esa: evitarla a toda costa. Lo interesante es que este viento ancestral de la China que hoy nos golpea ha logrado trascender las fronteras del campo de batalla y del tiempo; está más vigente que nunca: “Tras comprender las ventajas de esos cálculos es posible crear un potencial estratégico (*shi*) que incida en el exterior. ¿Qué significa crear el potencial estratégico?: ponderar y decidir en función del beneficio” (Tzu, 2001).

Si van a acometer alguna misión en la vida, primero hay que prepararse y conocer el terreno, y, ante todo, tienen que ser conscientes de las implicaciones de sus actos. Como el buen jugador de ajedrez, hay que pensar varias jugadas

antes, hay que tener un tercer ojo, hay que dejar el cortoplacismo y enfrentar la vida con visión hacia futuro. En un panorama de mercado tan complejo y cambiante, donde las cosas van a más de mil por hora, no nos alcanza con quedarnos exclusivamente en el presente o en lo que pasará de aquí a uno o dos años; hay que pre-ver, literalmente; hay que desarrollar la posibilidad de analizar lo que viene en periodos de tiempo superiores a los cinco, diez, veinte y treinta años. Así fue que Bill Gates llegó a ser lo que es: proyectándose, planeando y esforzándose para obtener las metas que se propuso. Él sabía que “el ordenador nació para resolver problemas que antes no existían” (Gates, 2009) (Gates, www.monterreylight.com, 2009) y por eso, con conocimiento de causa, vaticinó en 1980 que “en 25 años habrá una de éstas [Computadoras Personales (PC)] en todas las casas.” ¿Cómo lo hizo? Es mejor que nos responda con sus propias palabras: “Yo juego en un mundo de tres dimensiones, mientras que los demás se han quedado en un medio con sólo dos” (Gates, 2006).

En esto consiste el asunto de la estrategia; en hacer uso de los recursos con los que contamos de manera eficaz y enérgica. No se trata tampoco de pintar castillos en el aire. Tres dimensiones las hay; simplemente hay que saber moverse en ellas. Claro está que uno también puede ayudarse con un poco de astucia. Y aquí es donde llegamos a una de las sentencias más famosas del viejo libro chino: “El arte de la guerra, es el arte del engaño” (Tzu, 2001).

Tema complicado que hay que manejar con cuidado y cautela. No se trata de engañar por engañar, o de ser corruptos o de hacer trampa. Mejor, de no ser directos y de saber actuar con disimulo, con audacia y con contundencia en el momento menos esperado. Mejor dicho, de tener la capacidad de actuar como lo recomienda el maestro: “Finge confusión mientras aguardes en orden. Aparenta estar enojado mientras te mantienes en calma. Esconde tus armas más poderosas mientras enseñas las más pobres” (Tzu, 2001).

Eso fue precisamente lo que hizo Santo Domingo cuando asestó su gran golpe. Los accionistas de Bavaria jamás se esperaron que, comprando la Cervecería Águila y pagándola con acciones de su empresa, algo así pudiera suceder. En pocos años el empresario barranquillero y su familia ya se habían constituido en los accionistas mayoritarios de la empresa más grande de Colombia. Antes de que esto sucediera, en el año 1969, cuando fueron cuestionadas las intenciones de la familia Santo Domingo con la cervecera, Julio Mario declaró que: “ni tuvimos, ni tenemos el interés de apoderarnos de Bavaria” (Reyes Copello,

2003). Dos años después, en 1971, los Santo Domingo ya contaban con tres de los cinco puestos en la junta directiva de la empresa. Supieron planear sus golpes y, sobre todo, los ejecutaron cuando nadie los esperaba. Sun Tzu debe estar orgulloso de su discípulo colombiano: “Se obtiene necesariamente la victoria atacando al enemigo donde no se lo espera y sorprendiéndolo siempre. En esto consiste la esencia de la guerra. Pero se trata de un secreto que no se debe propagar jamás” (Tzu, 2001).

Pues bien, por eso es que cuando uno tiene una buena estrategia debe guardársela para sí. La discreción es fundamental en la definición de cualquier desafío. Tengamos siempre en cuenta que “en boca cerrada no entran moscas”. No por nada la gente que sabe de negocios y tiene uno entre ojos advierte a quienes también lo conocen que por nada del mundo deben divulgarlo sino hasta que se concrete. Es un principio estratégico irrefutable.

Hay quienes argumentan que los grandes triunfadores siempre se traen algo entre manos. Razón no les falta. Tai Gong Liu Tao, otro chino que golpea nuestros rostros por medio de este ancestral viento, asegura que “sin artimañas no es posible imponer autoridad y sin imponer la autoridad no es posible dominar al adversario” (Tzu, 2001). Sentencia compleja que nos pone a cavilar, lo cual no quiere decir que nos deba confundir. Penetremos en sus alcances. Pensemos por un momento en qué será una artimaña, o una argucia o un engaño... ¿Necesariamente tiene que ser algo malo o por fuera de las reglas? No lo creo. Pasemos, por ejemplo, al terreno del amor. Ahí están las admirables y deliciosas serenatas: un dulce engaño para hacer feliz a esa persona que queremos. Le ocultamos una sorpresa para que su dicha sea mayor al momento de recibirla.

Lo ven. No hay que quedarse con lo primero que uno se le pase por la cabeza. Es imprescindible *leer entre líneas*. Se puede pensar un poco más allá. Dejemos de lado la carga semántica que creemos implícita en algunas palabras sólo por el hecho de que las empleamos generalmente en un sentido negativo. Pensemos en esta figura de utilizar argucias para hacer feliz a otra u otras personas. He aquí otro ejercicio creativo. Siéntese a planear una estrategia, de comienzo a fin, en la que utilizará el engaño para mejorar las condiciones de vida de alguien o para hacer de una situación específica algo más provechoso. ¿Qué artimaña empleará para conquistar el corazón de aquella persona a la que desea con todas sus fuerzas? ¿De qué estratagema se valdrá para que sus vecinos los admiren? ¿Qué artilugio diseñará para convencer al mundo de que sus

ideas son oportunas y valen la pena ser tenidas en cuenta?

Para poder vencer en cualquier batalla en la que uno se enfrasque en esta vida, no sólo basta con estudiar el terreno, conocer a la competencia y utilizar artimañas; es fundamental definir quién será nuestro contrincante... que no inevitablemente tiene que ser un enemigo. Este no puede ser ni el tiempo, ni la palabra ni, de ninguna manera, nuestros clientes o seguidores. Ellos son precisamente los que nos mantienen en el combate: si los tratamos con desprecio seguro que los perderemos. Nuestras ideas jamás serán escuchadas. Bill Gates lo pone de esta forma: “Nuestra mayor fuente de conocimiento son nuestros clientes más insatisfechos” (Gates, 2009). Si alguien duda de lo que hacemos, no tomemos por sentado que lo hace por envidia o porque quiere hacernos daño, mucho menos si es alguien al que le hemos ofrecido o mostrado nuestras ideas; tomemos aire y escuchémoslo. Tampoco escojamos al más débil de la manada para atormentarlo con nuestro poderío; si así lo hacemos, quedaremos en ridículo: “Las victorias evidentes que no sobrepasan el entendimiento del vulgo no denotan la suprema excelencia” (Tzu, 2001).

Sun no deja de sorprendernos. Personaje estratégico e innovador en esencia. Tan innovador que comprendió que muchas veces lo más complicado es llegar a lo simple. Esta es una invitación para que nos sumerjamos en el antiguo tratado oriental y empecemos a ver la vida bajo otro prisma. La idea no es incorporar lo último de lo último en tecnologías para acometer nuestros propósitos, más bien es jugar con lo que tenemos, sacándole el mayor provecho a cada uno de los instrumentos que nos encontremos en el camino:

Las notas musicales no son más que cinco, pero, combinadas, producen más sonidos de los que puedan oírse; los colores básicos no son más que cinco, pero, combinados, producen más tonalidades de las que pueden observarse; los sabores no son más que cinco, pero, combinados, producen más gustos de los que pueden paladearse (Tzu, 2001).

¡Manos a la obra! No requieren fusiles, ni bombas, ni balas, ni granadas... les alcanza con un puñado de colores; o un juego de crayolas; o un lápiz y un papel.

CAPÍTULO 7

“¿QUÉ PENSARÁN DE NOSOTROS EN JAPÓN?”

“EL MUNDO NO FUERA BELLO, SIN SUS MÚLTIPLES COLORES.
¿QUÉ TAL QUE FUERA SÓLO BLANCO? SERÍA UN MUNDO SIN SABOR.
PARA AQUEL QUE SABE DE ARTE, ¿QUÉ INSPIRARÍA A LOS PINTORES?”

CHARLES KING

¿Qué pensarán de nosotros en Japón-pon?
Debe ser bueno lo que piensan en Japón-pon...
Ricky la pegó con el Chiqui-bon-bon...
y hasta en Hong-Kong se escucha reggaetón-ton [...]

Yo me llevo a la chinita con todo y sombrilla
la monto en la carretilla
y la llevo a pasear por encima de los bonsái
después paramos en Shanghái a comer chicken-patái
("¡estúpilo, eso es tailandés!")
No importa si es tailandés, chino o japonés
todos son iguales, todos hablan al revés
todos son iguales, todos hablan enredado
con los ojos achinados y comen sentados
sin zapatos se sientan a comer asopao de gato
y si no hay gato en el plato pues comen pincho de perro...
(Calle13, 2005b).

Nuestros amigos de Calle 13 vienen a revolvernos el panorama. Lo hacen a todo volumen y con una alta dosis de humor negro. Esta canción, muy divertida por cierto, no es sólo una muestra de un fuerte choque cultural, sino que habla de toda una actitud de ensimismamiento y de ignorancia que no permite a algunos pueblos ver más allá de sus propias narices. En realidad, para muchos, es esta la única imagen que se han hecho de Oriente.

Se trata de una multitud de individuos con ojos rasgados y piel amarilla que comen pescado crudo, caminan despacio, hacen venias cuando se saludan, se ríen pasito y tienen costumbres extrañas. Mejor dicho, son tan diferentes que es imposible comprenderlos; lo más que se puede hacer es burlarse de ellos.

Aunque suene exagerado, así es como enfrenta la vida un grupo significativo de personas¹⁸. Las generalizaciones son pan de cada día, la negación de perspectivas diferentes es asunto común de la cotidianidad, y, en ciertos círculos, si hay alguien que se sale un poco de lo normal o de lo rutinario, puede ser tildado de demente o, peor aún, corre el riesgo de ser agredido. Esta peste no distingue sexo, raza o posición social. Hace falta sólo con ir a un gueto de afrodescendientes en cualquier ciudad del mundo, o camuflarse entre pandilleros juveniles en el corazón de algún centro urbano, para darse cuenta de que irónicamente la actitud de marginación y de diferenciación total con el resto de la sociedad es algo muy similar a lo que sucede en ciertos clubes de prestigio de la alta sociedad o en peluquerías, boutiques o *spas* a los que asisten regularmente las acaudaladas —realmente algunas sólo lo son en apariencia— damas del *Jet-Set* internacional.

Nos hemos ido a los extremos, pero si penetramos un poco más en el tema, nos daremos cuenta de que algo parecido sucede en nuestros propios cerebros: muchas veces somos incapaces de comprender, ni siquiera de aceptar, los puntos de vista ajenos. No hay que sentirse culpable por ello: es una condición humana. Claro está que también es característico del hombre el vencer las limitaciones por medio de su voluntad. En algunas tradiciones islámicas y budistas del Oriente ésta —la voluntad— es la Luz que ilumina el camino. Tanto así que René Rebetez, nuestro misterioso compañero de viaje cuyo barco aún se encuentra anclado en las aguas cristalinas del Caribe colombiano en la isla de

18 ¿Será que dentro de ellos están los integrantes de Calle 13?, quienes en ocasiones se han tomado un papel protagónico de opinión en panoramas ajenos y en contextos que no han estudiado con profundidad. Un caso que generó gran controversia fue la entrega de los *Premios MTV 2009* en Bogotá donde, sin más ni más, René, “el residente”, vistió unas camisas aludiendo a la “Para-política de Estado” de Colombia, y a la súper POP-pular imagen del comandante Hugo Chávez. Si bien los músicos están en su derecho —y, además, en una posición privilegiada— de hacer política, quizás es mejor opinar cuando se tiene mayor comprensión de las problemáticas a las que se refieren. No es que yo tome partido con respecto a una u otra posición; sí me doy cuenta de que los creativos muchas veces pierden su rumbo cuando se meten en campos que no les pertenecen.

Providencia¹⁹, en su gran obra *La odisea de la luz: ciencia y sufismo* asegura que: “El alquimista contempla dos fuerzas contrarias: la inercia y la voluntad” (Rebetez, 1997). Nos podemos dejar llevar por lo que dicta la masa y seguir viéndonos las caras eternamente en un espejo, o podemos abrir las perspectivas a opciones diferentes para tratar de percibir el mundo con los ojos de quienes no creemos, a primera vista, que sean nuestros semejantes.

La idea de este capítulo es dejar de pensar de la forma como comúnmente lo hacemos, despojándonos por completo de la enorme carga de ser lo que creemos que somos, para asimilar una realidad donde los opuestos no se contradicen sino que se complementan, y donde el todo es mucho mayor a la suma de las partes. ¿Qué les parece? Suena interesante, ¿no? Para que no tengan miedo, me adelanto a decirles que si hacen el esfuerzo de apreciar la vida con una mirada diferente a la que usualmente están acostumbrados —por ejemplo, si son hombres hagan de cuenta que son mujeres; o si su piel es blanca sientan que más bien son negros cimarrones; o si son cristianos, abriguen la posibilidad de saberse judíos, palestinos o musulmanes...— no dejarán de ser únicos e irrepetibles, y mucho menos dejarán de ser lo que son.

En este caso les propongo un viaje panorámico por la cultura y costumbres orientales. Si quieren profundizar en el tema existe una infinitud de fuentes a las que pueden acceder o de lámparas por frotar. Acá nos basaremos en algunas referencias puntuales de maestros, pensadores e investigadores de la tradición y la vida —ancestral y moderna— en China, Japón, India, Arabia Saudita, Egipto, los Emiratos Árabes, Tailandia, Corea y otros lugares frecuentemente olvidados en el mapa geográfico de la mente occidental. Haremos especial hincapié en dos caminos místicos de Oriente: el Sufismo y el Zen que, sin necesidad de ser definidos y diferenciados con precisión, ayudarán a nuestros cerebros a so-

19 René Rebetez, uno de los más influyentes escritores de Ciencia Ficción del siglo XX, nació el año de 1933 en la ciudad de Bogotá. ¡Sí, es colombiano! Se adelantó a su tiempo y su obra aún está por descifrarse del todo. Para cualquier creativo que quiera comprender el mundo del siglo XXI vale la pena hacer el esfuerzo de conseguir en una olvidada librería algunos de sus escritos. En particular sus colecciones de cuentos *La nueva prehistoria y otros cuentos* o *Ellos lo llaman amanecer y otros relatos*; y, por supuesto, su obra máxima, *La odisea de la luz: ciencia y sufismo*, muy importante para aprender el valor de Oriente en este mundo altamente occidentalizado. Sus pasos de navegante universal lo llevaron a comprender que la vida no se puede vivir a través de una sola perspectiva, menos aún si uno es un animal que tiene un cerebro con dos hemisferios que crecen y construyen en conjunto; hasta anclar definitivamente en las costas paradisíacas del Caribe colombiano un tormentoso atardecer de finales del segundo milenio de esta era. Allí quedó su barco; su energía está con nosotros.

brellevar esta travesía. No se trata en ningún momento de “generalizar” lo que es el mundo de Oriente; sólo de dar una pequeña mirada a algunas de sus más reconocidas culturas y tradiciones.

¿Están preparados? Abróchense los cinturones. Más bien hagan de cuenta que no tienen cinturones. Mejor aún, olviden que la palabra cinturón existe, que el objeto cinturón existe, que las palabras son palabras y que este libro es un libro. Cierren los ojos y borren por un momento de sus memorias quiénes son y de dónde vienen. Traten de vaciar sus mentes de imágenes, sentimientos, prejuicios e ideas preconcebidas. Contemplan la claridad infinita que se aprecia en la *nada*.

“No te apegues a nada y nunca te sentirás defraudado”.

Sivananda

“Si desean saber permanezcan vacíos. Si desean saber, sean nada. Si desean saber desaparezcan en la nada. Solamente en la nada verán la llama de la vida” (Osho, 2003). El Zen dice que es imposible llegar a ser alguien porque, en realidad, somos nada. Así que es mejor olvidarse de lo que parecemos o más bien darse cuenta de que no tenemos nada que perder. Láncense al agua, nada malgastarán intentándolo. En definitiva, al final del camino les espera la nada. Claro está que antes de que lleguen allá, tendrán la oportunidad de preguntarse: ¿Dejaron algo en sus recorridos?

El hecho de vaciarse por completo y de contemplar la nada, no quiere decir que sus actos no acarreen consecuencias. En realidad, en este mundo, seamos norteamericanos, chinos, bolivianos, japoneses o colombianos, para nuestros coterráneos *somos lo que hacemos*. Así de sencillo.

Ya lo sugerimos, ahora lo aseguramos: *la única manera de ser creativos es creando*. Y para crear es bueno, de vez en cuando, soñar despiertos. Eso sí, debemos ser consecuentes con lo que soñamos porque, como bien nos lo dice la sabiduría del pueblo: “hay que tener cuidado con lo que deseamos ya que corremos el riesgo de que se nos cumpla”. Así las cosas, las palabras de un viejo maestro, en vez de ser absurdas, pueden esclarecer el panorama: “Si insistimos en entrar una y otra vez en un sueño, si ponemos en él nuestra energía e invertimos nuestra vida en él, con el tiempo se hará realidad. No hay posibilidad de que se nos escape, lo único que se necesita es persistir” (Osho, 2003).

Persistir, significativa y hermosa palabra. Precisamente eso fue lo que hizo el sapito sordo del comienzo de este libro: no se dio nunca por vencido; persistió y persistió sin descanso hasta alcanzar la cima de la gran torre. No en vano se trata de un cuento Zen. Si algo podemos aprender de los orientales es su gran capacidad de resistir, por muy inclementes que sean las circunstancias. Para ellos, y, por extensión, para los creativos de verdad, la paciencia se constituye en un valor esencial. Los japoneses, por ejemplo, fueron capaces de reponerse de la peor devastación que vivió el mundo en el siglo XX, para llegar al final de éste y comenzar el nuevo milenio como una de las más categóricas potencias económicas del planeta. Ellos no tienen afán. Y esto sucede tanto en la sociedad como en el plano personal, como indica Alison R. Lanier en su interesante libro *Cómo trabajar y negociar con los japoneses*: “[...] ellos esperan pacientemente su turno durante toda la vida” (Lanier, 1991).

Singular manera de enfrentar la existencia. No se la pasan presionados por el inclemente reloj. Comprenden que antes de ellos vinieron otros hombres y que después llegarán muchos más. Quizás saben que provienen y se perderán en la nada, pero que lo que realicen en este mundo no quedará en el olvido. Es la única manera de entender por qué fueron concebidas construcciones como la *Gran Muralla* de China o las *Pirámides* de Egipto. Sus parámetros de tiempo van mucho más allá del día a día, e incluso pueden superar con creces una existencia humana:

Los orientales tienen una capacidad de ver los eventos de forma muy diferente a nosotros; en razón a sus culturas milenarias. Perciben los eventos como parte mínima de un devenir cósmico, dentro de unas proporciones posiblemente menos trascendentales que como se miran los eventos en Occidente. No cabe en la mirada oriental el corto plazo; y el inmediatismo, propio de nuestra cultura, ni siquiera se considera (Correa, 2009).

Otra vez el Sensei del Judo²⁰ nos da una clave de por qué vale la pena fijar los ojos en Oriente. La comprensión del mediano y largo plazo es de vital importancia para poder acometer cualquier empresa o reto en esta vida. Realmente eso es lo que marca la diferencia entre el Manchester United y cualquier otro equipo de fútbol de élite en el planeta —gracias a ello es que los “rojos” se llevaron la Copa de Campeones en 1999 mientras que sus rivales teutones quedaron fríos celebrando lo que aún no habían conseguido— y, por eso mismo, es que Sir Alex Ferguson sigue al frente del equipo tras 26 años en los que se ha consolidado como el más exitoso director técnico en la historia del fútbol británico. Como los orientales, los directivos de esta institución del balompié mundial han sido capaces de ver más allá de sus narices. Lamentablemente no ocurre lo mismo con muchos equipos latinoamericanos donde un estratega puede coronarse campeón, incluso en repetidas ocasiones, durante una o varias

20 *Sensei* significa maestro en japonés. Éste en particular ha dejado indelebles enseñanzas en mi camino, no sólo porque comprende perfectamente, tal y como lo plantea Rebetez, que “la diferencia entre un líder y un Maestro radica en que el líder necesita seguidores porque si no los tiene deja de ser líder y por este motivo resulta frecuentemente ser el último en la fila de sus seguidores. El Maestro, en cambio, es a sus discípulos como el Sol con relación a los girasoles: éstos giran siguiendo su trayectoria durante todo el día, pero el Sol sale siempre y sigue su curso luminoso aunque no haya girasoles que sigan su camino, porque el Sol no depende de los girasoles. Como el Sol, que no deja de ser Sol aunque no haya girasoles, un Maestro es siempre un Maestro aunque no tenga seguidores” (Rebetez, 1997); sino porque además resulta la casualidad de que es mi padre.

temporadas, y salir insultado y vilipendiado por seguidores, directivos y analistas en la campaña siguiente.

Es una realidad tanto en los deportes como en el quehacer empresarial donde una máxima célebre insta a las personas a abordar lo “urgente y después sí lo necesario”, con el triste desenlace de que lo urgente siempre termina por desbancar a lo necesario, y lo necesario nunca termina por constituirse en lo urgente. Y, así, muchas empresas se mantienen por años y años sobreviviendo y aguantando, mas nunca innovando o liderando las transformaciones sociales.

Pues bien, como este es un libro de creatividad en el que incluso nos hemos propuesto desde el principio vislumbrar el final, haremos el ejercicio de ingeniar una estrategia que concluya en 10 años, otra que haga lo mismo en 20 y otra en 50. ¿Por qué no pensar en una iniciativa que tenga la capacidad de transformar por completo el panorama del mundo y cuya transformación concluya en un plazo de 100 años? Vale la pena hacer el experimento. Aquí es importante aclarar que ello no implica que no pensemos en la realización de acciones puntuales cuyo fin se entrevea próximo; reiteramos y nos devolvemos al inicio de este cuento: *si somos inteligentes sabremos que después de un buen final siempre habrá nuevos comienzos.*

Pensar en el largo plazo de ninguna manera borra la posibilidad de hacerlo en el corto. De hecho, para llegar airoso al primero, debemos hacer un buen trabajo en el segundo. Asunto que no funciona al contrario. Si nos quedamos en el corto plazo, jamás accederemos al largo por muy meticulosos o efectivos que nos consideremos. Así las cosas, podemos estar aquí (hoy) y allá (en 50 años) al mismo tiempo; es sólo cuestión de proponérselo. Fue justamente eso lo que le sucedió a *Jesús*, quien perfectamente pudo haber sido un *sufi*, cuando dijo que una clave para enfrentar el paso por estas tierras consiste en “estar en el mundo sin ser del mundo”.

Sin necesidad de entrar en cavilaciones interminables acerca de los orígenes y devenires de las religiones, que nos podrían estar remitiendo a dilucidaciones tan profundas como aquella que se pregunta ¿qué fue primero: el huevo o la gallina?, basta con asimilar que en Oriente una cosa puede ser otra cosa a la vez, sin necesidad de dejar de ser esa misma cosa:

Las cosas pueden ser buenas y malas al mismo tiempo; correctas o incorrectas, negras y blancas. En Occidente actuamos como un metrónomo: bueno o malo; correcto o

incorrecto; negro o blanco. Para nosotros es difícil aceptar dos ideas en conflicto al mismo tiempo. Los orientales sí pueden y lo hacen (Lanier, 1991).

Una mente creativa no niega los opuestos, ni rechaza de buenas a primeras lo que le parece diferente. Más bien los acepta y trata de hacer lo posible para comprenderlos. Si de veras es equilibrada, sabe que lo uno no impide lo otro: “Un ser humano real y verdadero alberga contradicciones. Es la libertad pura. Tal es su libertad que puede ser esto y también puede ser aquello” (Osho, 2003).

Hoy en día, más que nunca, se necesita la capacidad de albergar diferentes posibilidades a la vez. Un pensamiento simultáneo es mucho más consecuente con el mundo globalizado que otro que se enfoca en principios inamovibles y no es capaz de ponerse en los zapatos de los otros. En este sentido, los administradores de empresa, los ingenieros, los abogados, los científicos y los directivos no pueden cerrar los ojos al panorama que les brinda el arte, las humanidades y la cultura; y, de igual manera, los artistas no pueden abstraerse del raciocinio, la lógica y la técnica que les proporciona el mundo de los científicos. El empresario no puede ser contradictorio; tiene que tener la habilidad de asimilar las diversas realidades que se presentan ante él. Y aquí confrontamos las palabras de Osho porque creemos que abarcar distintos mundos o dimensiones al mismo tiempo no es algo que genere contradicción; como él mismo nos lo indica en su frase, más bien se trata de una condición natural del hombre. Rebetez, por alguna razón, lo sabía: “Un intelecto que no es capaz de unificar los contrarios siempre será prisionero de la contradicción” (Rebetez, 1997).

Realmente eso es lo que significa tener *actitud*, en todo el sentido de la palabra. Lo digo porque una vez la vida me puso al legendario padre Enrique Gaitán en el camino, quien en una clase de literatura nos reveló el verdadero significado, y valor, de esta palabra. Tener *actitud* significa ser equilibrado en un mundo regido por el *esquema bipolar de contrapuestos*, uno de los principales conceptos que enseña el jesuita, padre, en todos los sentidos, de las letras en Colombia. Aunque suene un poco complicado, la cosa es mucho más sencilla de lo que parece: así como nuestros cerebros se encuentran divididos en dos hemisferios —de manera muy escueta el hemisferio izquierdo (racional) se encarga de la ciencia y los códigos lógicos, científicos y técnicos; mientras que los sentimientos, el arte y la empatía son atribuidos al hemisferio derecho (tendencial) —, el mundo funciona de manera *bipolar*. Las mujeres predominantemente actúan de forma tendencial, es decir, basan sus determinaciones más

en lo que dictan sus sentimientos, su espíritu y su intuición; mientras que los hombres, por su parte, generalmente lo hacen de manera racional, tomando en consideración los dictámenes de la lógica, la ciencia y la técnica. Se dice que lo hacen de forma predominante porque no todos son iguales y existen excepciones en la naturaleza. El caso es que en el ámbito social sucede algo similar: Occidente es altamente racional, Oriente, por su parte, es tendencial; y si la ciencia se basa en la razón, el arte lo hace en la tendencia. Las partículas mismas que componen la palabra “Actitud” tienen su enfoque bipolar: CT²¹ es el lado tendencial y TUD²² el racional; así, podemos escribir esta palabra de la siguiente manera: a-CT-i-TUD.

¿Hacia dónde vamos? Simplemente a percibir que para que exista un verdadero equilibrio es muy importante que los dos polos que rigen predominantemente a los sistemas humanos se *complementen* y nunca se contradigan; si así lo hicieran entrarían en conflicto, jamás pudiendo evolucionar en conjunto. Utilizar el lado derecho de nuestro cerebro no implica dejar de utilizar el izquierdo; ser occidentales no nos condena a no poder entender y valorar la vida con ojos orientales, y dedicarnos al arte no niega el poder valernos de la ciencia y la tecnología para realizar nuestras creaciones. Así como la condición perfecta de la pareja es la síntesis, representada por el fruto de la creación: los hijos; la actitud coherente en este mundo también se encuentra en la síntesis personificada por una mente universal: “Lo que está en gran demanda hoy en día no es el análisis sino la síntesis: viendo la película completa, cruzando fronteras y siendo capaces de combinar piezas dispares para formar un increíble y maravilloso nuevo *todo*” (Pink, 2006).

Las palabras son de Dan Pink, famoso autor norteamericano, que nos exhorta a desarrollar una compleja *nueva mente*; una que esté preparada a contraponer los opuestos. El creativo no es el que se especializa en un solo aspecto de la vida, ni el que domina una técnica a la perfección; es alguien flexible que no

21 CT: lexema que proviene del indoeuropeo, que representa el lado tendencial en la aCTitud. Se encuentra en palabras tales como aCTualidad, práCTica, aCTuación, o aCTo; todas sugieren la realización de actividades variables y dinámicas que cambian constantemente dependiendo de los estados anímicos de quien las practique.

22 TUD: lexema del latín que equivale al lexema ST del indoeuropeo, que representa el lado racional en la actiTUD. Se encuentra presente en palabras tales como conSTante, eSTablecimiento, conSTitución, o eSTable; todas sugieren conceptos estáticos e inamovibles que no varían con el paso del tiempo y que se encuentran estrictamente determinados.

necesita entrar en contradicciones. Aquí nos topamos con otra de las lecciones más importantes que nos dejan los orientales, y es la de la *flexibilidad*: “Los asiáticos [...] han aprendido que la fortaleza viene de ceder ante el viento como el bambú. Los occidentales tienden a ser más como el roble fuerte pero inflexible, con el riesgo de verse aplastado por el mismo viento que pasa sin hacer daño sobre el bambú más flexible” (Lanier, 1991).

Que no nos limiten las posiciones extremadamente firmes, ni la misma consistencia: “ser consistentes a veces entra en conflicto con la prioridad japonesa de la flexibilidad. Hay que entender que la flexibilidad es tan importante para ellos como la consistencia para nosotros” (Lanier, 1991). Una cosa es luchar sin descanso para alcanzar las metas que nos hemos propuesto y otra muy distinta es ser obstinados y testarudos con el convencimiento de que los asuntos se deben realizar siempre a nuestra manera. Nunca está de más afrontar un reto desde un ángulo diferente, incluso si esto significa volver a empezar de nuevo, tal y como lo pone Julio Cortázar en esta maravillosa sentencia: “Nada está perdido si se tiene el valor de proclamar que todo está perdido y que hay que empezar de nuevo” (Cortázar, 2008).

Esencial para salir airosos en cualquier batalla que se presente, incluso si se trata del más temible de los combates. Bajar la cabeza, estar dispuestos a instruirnos con humildad; comprender, en definitiva, que para triunfar es fundamental antes aprender a caer. Por lo menos es lo primero que enseñan los maestros de las artes marciales: “Aprenda a caer para no hacerse daño en la caída y para perder el miedo. Si usted pierde el miedo puede actuar; si tiene miedo no puede actuar. Se queda estático o se queda en una actitud defensiva” (Correa, 2009).

Por muy fuerte que sea el golpe, siempre está la posibilidad de volver a la lucha. Enfrentar el miedo, darle la cara, es mucho más valeroso que salir corriendo a esconderse. Jalaladin Rumi, el maestro de maestros del sufismo, lo pone de esta forma: “En una batalla todos temen la muerte, pero los cobardes eligen retirarse, en cambio, el valiente se lanza contra el enemigo. El miedo impulsa al valeroso a avanzar pero el pusilánime muere en sí mismo. El sufrimiento y el miedo son piedras de toque: diferencian al valiente de los cobardes” (Rumi, 2004).

Saber levantarse es, por tanto, mucho más meritorio que nunca haber caído. Incluso, como sucede con el caso de Cortázar, si esto significa que haya que

desechar todo lo que se ha hecho hasta el momento por problemas de desenfoque o, simplemente, por traspies propios del destino.

Alguien que comprende claramente esta lección, valiéndose de una flexibilidad tan notoria como la de sus caderas, es Shakira, hoy por hoy una de las artistas más reconocidas en el ámbito musical mundial. Cuando estaba por terminar su tercer disco, aquel que definitivamente la lanzaría a la fama, fue víctima de un cruel robo: al llegar al aeropuerto de Bogotá a mediados de 1998, su maleta fue hurtada por un grupo de “amigos de lo ajeno”; ésta contenía nada más ni nada menos que las letras y composiciones musicales completas del álbum que se disponía a grabar. Después de intentar por todos los medios posibles recuperar la mercancía extraviada, casi al borde del desespero, decidió, en vez de “tirar la toalla”, embarcarse en la delirante aventura de comenzar de cerros. Lo hizo con el mejor de los estilos: al disco le puso el inolvidable nombre de *¿Dónde están los ladrones?*, burlándose de los malandros que la situaron en este apuro y, por supuesto, de su suerte. Del resultado, ni hablar: más de 10 millones de copias alrededor del mundo; es el álbum en español más vendido en los Estados Unidos en su año de lanzamiento, y ha gozado de enorme aceptación de la crítica especializada internacional al ser considerado como uno de los mejores discos de su carrera y del *pop rock* en español.

Las composiciones de Shakira son globales. Además de mantener un ritmo sugestivo y pegajoso, combinan perfectamente elementos africanos, latinos, árabes, anglosajones y caribeños. Se trata de una música con sentido pleno de *actitud*. Una música incluyente, que se alimenta de diferentes tendencias, tradiciones y culturas; una música universal.

Probablemente el proceso creativo para llegar a componerla es, claro que en otro contexto, bastante similar a aquel empleado por los Beatles quienes, como nos lo hace ver Albert Goldman en su deslumbrante obra *The lives of John Lennon*, llevaron el significado de “universal” a todo un nuevo nivel:

To really locate the Beatles, you would have to project a point in space midway between America and India (both formerly parts of the British Empire) and a point in time equidistant between the music hall and the discotheque. You would also have to factor in the tradition of British nonsense, as well as those residues of European avant-gardism that had filtered down to the provincial English art college. A far more heterogeneous mixture than any tapped hitherto in pop culture, the substance from

which the Beatles drew their strength was no one tradition nor even of several but virtually everything that was in the air in their day (Goldman, 2001)²³.

Abrir los ojos y crear basándose en miradas diversas, como lo hicieron los fabulosos escarabajos, es una de las mejores estrategias creativas que se conocen.

Para los orientales, el más sabio no es el que más conocimientos posee, el que más títulos ostenta o el que más diplomas tiene colgados en la pared. Sabio también es el que es capaz de escuchar al otro y asimilar sus conocimientos; el que puede armonizar mundos aparentemente dispares, como lo hacen la cantante barranquillera y los geniales ingleses. Muchas veces el más sabio es el que logra despojarse de tantos prejuicios, cargas y limitaciones, el que puede vaciar su espíritu por completo, el que experimenta la luminosa claridad de la nada; el que es capaz de retornar al origen:

Cuando se aproxima a la práctica de judo usted tiene su mente en blanco, no conoce: es una hoja de papel en donde no está escrita ni siquiera una línea. Empieza a practicar y esa hoja de papel se va llenando de trazos, garabatos, letras, frases, párrafos, escritos, y se va ensuciando hasta convertirse prácticamente en una hoja de papel carbón que después cuando se pasa de mano en mano a los otros va perdiendo su color y cuando todo lo que está escrito en ella se ha aprendido, no se necesita manosearla más; llegará el punto en el que el papel se vuelva blanco otra vez. Comienza con mente en blanco y ya cuando ha obtenido todo el bagaje vuelve a tener la mente en blanco y su práctica obedece instintivamente (Correa, 2009).

Es por esto que cuando usted llega al más alto grado de maestría —tras haber pasado por los cinturones de color blanco, amarillo, azul, verde, marrón y negro— su cinturón vuelve a ser blanco. Ya no necesita hacer esfuerzos innecesarios, su accionar acata el dictado del instinto. La intuición se convierte en la más segura guía del camino. Ya no tiene que preocuparse por las minucias de la práctica; sencillamente puede dejarse llevar. Para ello es aconsejable no obse-

23 "Para realmente ubicar a los Beatles usted tiene que proyectar un punto en el espacio que se encuentre justo en la mitad entre América e India (los dos lugares antiguamente fueron parte del Imperio Británico) y un punto en el tiempo equidistante entre el *'music hall'* y la discoteca. Usted también tiene que tomar en consideración el 'sin-sentido' inglés, así como los residuos del *'avantgardismo'* europeo que se filtraron hasta las provinciales escuelas inglesas de arte. Una mezcla mucho más heterogénea que cualquiera que se hubiese grabado con anterioridad en la cultura *pop*, la sustancia de la cual los Beatles extrajeron su fuerza no fue una, ni siquiera varias tradiciones, sino virtualmente todo lo que estaba en el aire en su tiempo" (Traducción del autor).

sionarse sobremanera con la conquista de logros; es mejor dejar que el aprendizaje aparezca de forma natural. La intuición es la intuición, y no hay que ir en busca de ella. De nada sirve tratar de forzar una decisión “creativa”. Cuando llega uno sabe que ha llegado, y es en ese momento en el que se necesita el valor para concretar los sueños soñados.

La mente humana es el instrumento más poderoso que existe sobre el planeta; si logramos dominarla, veremos que es muy fácil actuar de forma instintiva. Para hacerlo es importante realizar una introspección constructiva que no quiere decir apreciar únicamente la superficie proyectada por un espejo. Es cuestión de actuar en consecuencia con nuestros verdaderos pensamientos. Si no queremos caer en la contradicción de un mundo donde lo diferente es incomprendible, primero se hace forzoso no contradecirnos nosotros mismos. El gran estratega Sun Tzu, quien nos mostró las verdaderas implicaciones de la guerra, lo tiene muy claro: “Quien conoce al enemigo y se conoce a sí mismo disputa cien combates sin peligro. Quien conoce al enemigo pero no se conoce a sí mismo vence una vez y pierde otra. Quien no conoce al enemigo ni se conoce a sí mismo es derrotado en todas las ocasiones” (Tzu, 2001).

De nada sirve hacer un exhaustivo análisis de mercado o aplicar a la perfección los principios del *benchmarking*, si no se tiene plena conciencia de los equipos técnicos y humanos con los que contamos en nuestra empresa o en nuestro propio vecindario. Se dice que los empresarios de hoy en día deben saber inglés, japonés y mandarín. Seguramente esto los hará más competitivos y nunca estará de más. En realidad, este capítulo es un incentivo para hacerlo, pero será un esfuerzo en vano si antes no aprenden bien el español. Es hora de utilizar el *Poder de la palabra*; de hacerse oír, de persuadir. Los japoneses centran sus miradas en ellos mismos antes de mirar a los otros: “ellos creen que es posible destacarse sobre los demás con solo tener un control real sobre sí mismo [...] solamente si uno está autocontrolado y autodisciplinado, dicen ellos, se puede exigir el respeto de los demás” (Lanier, 1991). No está muy distante de aquella máxima popular que dice: “no le hagas a los demás lo que no quieres que te hagan a ti”. Así pues, nunca saquen a la luz del mundo una creación con la que no estén satisfechos; si a ustedes no les gusta, ¿por qué le ha de gustar a los demás? Más vale seguir el sabio consejo de los sufíes: “No salgas de la concha hasta que la gota de lluvia se haya tornado en una perla” (Rumi, 2004).

Para comprender el pensamiento Oriental es necesario hacer el esfuerzo de dejar de vernos el ombligo permanentemente y de creer que por ser lo que somos siempre la razón estará de nuestro lado. De hecho, ni nosotros ni ellos poseemos la verdad absoluta porque, en realidad, ésta no existe. Lo que sí podemos alcanzar es un equilibrio por medio del cual nuestra existencia deje de ser unidimensional. No está de más darse una zambullida por los caminos de Oriente; lo peor que nos puede dejar es una mejor comprensión de la raza humana. Pero es que hay veces en que no nos tomamos ni la molestia, preferimos quedarnos con la imagen de unos seres extraños que se sientan “a comer asopao de gato; y si no hay gato en el plato pues comen pincho de perro”. Lo más increíble es cuando nos sorprendemos por sus niveles de productividad y porque están invadiendo “nuestro” Occidente. Alison R. Lanier tiene una explicación interesante al respecto:

[...] los hombres de negocios japoneses se han tomado el tiempo y la molestia de aprender inglés, así como también han estudiado el mercado y la cultura norteamericanos. El fracaso casi total de nuestros ejecutivos para hacer lo mismo, explica más nuestros problemas que la naturaleza cerrada de los mercados japoneses de que oímos hablar a los representantes de negocios americanos que no hablan japonés (Lanier, 1991).

Si no queremos quedar estupefactos y boquiabiertos ante la sagacidad, astucia y eficacia de los mercados económicos orientales, es mejor de una vez por todas dejar de extrañarnos con sus actitudes, y optar por empaparnos de su cultura, conocimientos y tradiciones milenarias.

CAPÍTULO 8

“COPY / PASTE”

“THE DIFFERENCE BETWEEN A BAD ARTIST AND A GOOD ONE IS: THE BAD ARTIST SEEMS TO COPY A GREAT DEAL; THE GOOD ONE REALLY DOES”.

WILLIAM BLAKE

La copia es un asunto controversial y delicado. No sólo en el contexto académico donde, según establecen los cánones, debe ser penalizada con la sentencia más grave de todas. En el mundo real —fuera del aula de clase— acarrea complicadas consecuencias. ¡El plagio es un delito!

Hemos visto cómo populares artistas de la música han tenido que enfrentar azarosos pleitos por no respetar, malinterpretar, omitir o, simplemente, ignorar los derechos intelectuales y de autor. Un caso conocido en Colombia es el de Carlos Vives, quien fue demandado por el supuesto plagio de dos de sus más famosas canciones: *Décimas* y *La tierra del olvido*, por cierto, célebres y admirables. En 2001 el músico caleño Herney Antonio Reyna Zapata entabló un juicio en contra del cantante samario porque, en su criterio, había tomado la melodía de su obra *Cali 3 de julio 1810* para componer la canción que le da el título a su sexto disco en estudio: *La tierra del olvido*. Reyna sostuvo que compuso su canción en 1985 y presentó como pruebas un casete de audio con su tema en voz de Margarita Rosa de Francisco, ex esposa del cantante, y un vídeo suyo, supuestamente grabado en ese año, donde él mismo la interpreta (www.cmtv.com.ar, 2008). Toda una novela, que hoy ha quedado “olvidada” en la *tierra del olvido*.

Por su parte, el compositor Efraín Mejía, director de la *Cumbia soledaña*, acusó de plagio a Carlos Vives y a su arreglista, Martín Madera, en 2003, por presuntamente apropiarse de las melodías y tonadas de las canciones *El Congo grande* y la *Danza del Garabato*, registradas en 1965 por Mejía como de su autoría, para realizar la canción *Décimas*. Mejía puntualizó que *Décimas* toma prestados —¿será que se puede utilizar esta palabra?— al menos veinticuatro (¡sí veinticuatro!) compases de su creación original (www.cmtv.com.ar, 2008). Tras agitados enfrentamientos en cortes y tribunales, finalmente Carlos Vives

fue exonerado por la Fiscalía del delito de plagio en ambos casos. Pero el asunto no terminó ahí: poco tiempo después, el famoso artista colombiano fue demandado por su abogado, quien lo llevó a ganar los dos pleitos, por no cancelarle por completo sus honorarios. Mejor dicho, el problema le salió caro y bastante molesto. Todo porque, a propósito o sin él, incorporó en sus creaciones las creaciones de alguien más.

Actualmente —cuando sea impreso por primera vez este libro— Coldplay, agrupación que ya es considerada por la crítica internacional como una de las instituciones del rock, enfrenta una demanda expuesta por Joe Satriani debido a que los acordes de la canción *Viva la vida*, según este último músico son copiados de los que él inventó hace 5 años en *If I could fly*. Al parecer las dos canciones contienen fragmentos, casualmente, muy similares. Ya veremos qué dirán los jueces al respecto. La cosa se complica porque una banda local de Nueva York que se hace llamar los *Creaky Boards* o los “tableros rechinantes”, interpuso a su vez una querrela contra el grupo inglés por haberse apropiado de manera flagrante de una melodía de una de sus obras para componer, ¡oh sorpresa!, *Viva la vida*. Los rechinantes incluso aseguran haber visto a Chris Martin, vocalista y líder de Coldplay, en una de sus presentaciones por lo cual, según expresaron, se sintieron muy orgullosos; pero tiempo después consideraron que la presencia de la estrella esa noche no fue en vano ya que les había hurtado su creación (www.rollingstone.com, 2008). Así las cosas, la melodía de la famosa canción de Coldplay, nominada a varios premios Grammy, pudo haber estado inspirada tanto en la prodigiosa guitarra de Satriani como en la espontaneidad de una banda de barrio de Brooklyn. Interesante, ¿no? Aunque fallen a favor o en contra de unos u otros, jamás sabremos del todo cuál es la verdadera historia o la fuente de inspiración real sobre la que los británicos basaron su composición.

Eso sí estarían exonerados por la sabiduría popular que dicta que “copiar de una sola fuente se llama plagio; copiar de dos se llama investigación”. No en vano una de las más reconocidas canciones de la banda lleva el nombre de *The scientist* o “el científico”, gran investigador por naturaleza. De aquí en adelante podemos llamarlos “los investigadores del ritmo”. Además, para algunos, como nos muestra el crítico musical Luke Lewis, lo que hicieron los británicos fue hacerle un favor a los norteamericanos: “¿Será que alguien hubiera oído hablar de

los Tableros rechinantes si no hubieran acusado a Coldplay de haberles robado la melodía de *Viva la Vida*?” (www.rollingstone.com, 2008).

A ellos se les suma nuestra universal Shakira quien tuvo grandes inconvenientes tras sacar al mercado su éxito escuchado en los cinco continentes... y más allá: *Hips don't lie* (o “Las caderas no mienten”). El compositor dominicano Luis Díaz la culpó de utilizar el estribillo “baila en la calle de noche, baila en la calle”, que según él, es de su propiedad desde 1984. Y, por su parte, Jerry Rivera, aseguró que no fue consultado para que la cantante colombiana utilizase una porción de su tema “Amores como el nuestro” en su obra; no la demandó porque, en realidad, él no la compuso tampoco. La canción es original de Omar Alfano.

Acusaciones similares han recibido artistas de las más diversas índoles, desde Don Omar hasta Jhon Lennon y George Harrison, desde los Black Eyes Peas hasta U2 y Oasis. Realmente el asunto es algo común en el quehacer de artistas y creadores, independientemente de a qué se dediquen. Por ejemplo, hace poco, el cineasta norteamericano Woody Allen fue denunciado por un escritor español de plagio por su película *Vicky, Cristina, Barcelona*, porque según el ibérico existen demasiadas similitudes entre su novela *Goodbye, Barcelona* y la obra cinematográfica (www.elpais.com, 2008). Es pan de cada día, e incluso ha hecho parte de la historia. Un caso interesante es el que plantea un estudio de la Universidad de Boston que asevera que Martin Luther King plagió aproximadamente un tercio de su tesis doctoral, y se apropió de los textos de otros, sin darles crédito, para sus discursos más famosos, incluyendo “*I have a Dream*” (“Yo tengo un sueño”) (www.snopes.com, 2007), el cual brevemente citamos en boca del actual presidente de Estados Unidos en el capítulo 3 de este libro: “El poder de la palabra”. Tal vez si Luther King se hubiera puesto en el trabajo de nombrar a todos los autores de sus fuentes, las alocuciones habrían perdido fluidez y, por tanto, el significado mismo se habría distorsionado, y entraríamos a preguntarnos si la Historia sería diferente. Quizás el haber señalado esos nombres hubiera impedido que años después Barack Obama llegara al poder. Nunca lo sabremos. El hecho es que, consciente o inconscientemente, a diario nos apropiamos de los pensamientos y las creaciones de otros, hasta el punto de dudar de nuestra propia originalidad, como le pasó al gran Paul McCartney cuando compuso la canción, por cierto, que más veces ha sido “copiada” o re-interpretada en la historia:

It's also perfectly possible to unconsciously repeat someone else's melody. Paul McCartney was aware of this when he wrote "Yesterday". It was so good, he was convinced he'd stolen it. "Eventually it became like handing something in to the police," he recalled. "I thought if no-one claimed it after a few weeks then I could have it" (Lewis, 2008)²⁴.

Los creadores siempre tendrán que enfrentar estos dilemas porque, por supuesto, antes de ellos hubo muchos otros creadores, y después de ellos vendrán muchos más. En realidad, el problema no está en la copia en sí, sino en la forma de hacerlo. Una sabia sentencia popular advierte que "no es necesario inventarse la rueda". ¿Para qué vamos a rompernos el coco buscando la esquivia "originalidad", si podemos utilizar los recursos que alguien más inventó? Salvador Dalí dice —porque su espíritu aún ronda nuestras existencias— que "siempre es más original una buena copia mejorada". Gracias a ello apreciamos gustosos y nos conmovemos con *Knocking on Heaven's Door* de Guns and Roses o bailamos pegados, a ritmo lento y muy enamorados al son de *Idilio* de Fonseca. Al momento de gozarnos la música y disfrutar de las interpretaciones, no necesitamos saber que la primera fue escrita por Bob Dylan y que, además de los locos mechudos de Los Ángeles, ha sido interpretada por Eric Clapton, David Bowie, Neil Young, Avril Lavigne, Roger Waters, U2 y Bob Marley entre muchos otros grandes de la música. Tampoco necesitamos saber que *Idilio* fue escrita por Willy Colón, ni que su tumbado salsero ha sido la sensación de las pistas caribeñas desde el año 2000.

Saberlo nos sirve a nosotros para comprobar de quién fue la idea inicial y admirar la magia de los grandes artistas, y, por supuesto, para ellos —tanto compositores como intérpretes— para recibir sus respectivas regalías y poder convivir en paz.

La creatividad, como pueden ver, es una empresa conjunta: se construye en equipo, no necesariamente haciendo parte de la misma institución, empresa, país, barrio o familia.

24 "También es perfectamente posible inconscientemente repetir la melodía de alguien más. Paul McCartney lo sabía claramente cuando escribió 'Yesterday'. Era tan maravillosa que estaba convencido de que la había robado. 'Eventualmente se convirtió en algo así como cuando uno entrega algo a la policía', recuerda, "si nadie lo reclama después de algunas semanas, entonces lo puedo tener" (traducción del autor).

¿De qué habría vivido el legendario maestro Rafael Escalona, si los múltiples intérpretes de sus canciones no hubiesen aceptado la autoría de ellas?²⁵ ¿Y qué sería de *Matilde Lina*, *La hamaca grande*, *El cantor de Fonseca*, y la misma *Gota fría*, si Carlos Vives no hubiera sacado al mercado sus *Clásicos de la Provincia*? Quizás seguirían siendo temas interpretados por muchos juglares en Colombia, y bailados y gozados por los conocedores de la tradicional parranda vallenata. Pero muy probablemente Leandro Díaz, Adolfo Pacheco, Carlos Huertas y Emiliano Zuleta, los compositores originales, no fuesen tan reconocidos mundialmente como lo son hoy en día, y seguro que no hubiesen recibido las mismas ganancias monetarias si a “Carlitos” no se le hubiera ocurrido incursionar en el mundo de la música.

¿Se copió Carlos Vives? ¿Se aprovechó? ¿Utilizó la tradición musical de Colombia para beneficiarse a sí mismo? Todas las respuestas pueden ser ciertas... ¿y qué?, nos preguntamos ahora. Le dio nuevos aires a la música colombiana, transformó el panorama artístico del país, puso a sonar el vallenato en círculos donde jamás se había escuchado, internacionalizó el folclor del país... y, por supuesto, se convirtió en un artista de talla internacional, orgullo de muchos colombianos. De hecho, unas de las mejores experiencias de mi vida han sido los conciertos de Vives a los que he tenido el gusto de asistir.

Muchos lo criticaron; algunos incluso lo tildaron de aprovechado y blasfemo (¿se parecerá a otros creadores e innovadores?). Al hombre le resbaló el asunto; no contento con ello, 15 años después, tras confirmar en diversos escenarios su capacidad artística, sacó al mercado otro controversial disco: *Clásicos de la Provincia II*. El trabajo superó todas las expectativas en ventas, sobre todo considerando los formatos de la era digital: el primer día vendió 42.500 copias

25 Es importante aclarar que justo antes de morir, el gran compositor colombiano se quejó de haber sido objeto de un engaño que lo llevó a perder los derechos de algunas de sus obras. El asunto aún está por discutirse. El caso es que él más que nadie sabía de la importancia de esos derechos, tanto así, que por varios años fue presidente de *Sayco* —la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia—, que es la entidad encargada de velar por ellos. Rafael Calixto Escalona Martínez, como fue bautizado desde la “pila”, ha sido quizás el compositor colombiano más importante de todos los tiempos; su obra no es sólo una maravilla musical y un legado para la humanidad, sino que hace parte inextricable de la sangre del país. Curiosamente no fue él el que la dio a conocer; los que lo hicieron fueron intérpretes de muy diversos lugares de la geografía nacional —y mundial!— quienes no sólo no perdieron popularidad aceptando que sus canciones fueron compuestas por el vallenato, sino que esa misma circunstancia les garantizó el éxito.

lo que quiere decir que ¡¡¡un colombiano compró un disco suyo cada segundo durante 12 horas seguidas!!!

¿La fórmula? Copiar, pegar, re-interpretar y darle un nuevo aire a los clásicos. Esta vez son Náfer Durán, Juancho Polo Valencia, Luis Enrique Martínez y, claro está, los mismos Carlos Huertas, Alejo Durán y Leandro Díaz, entre otros, quienes en voz de Vives, pusieron a sonar sus composiciones de forma masiva. *¡Y qué sabor el que le aportaron a este cuento!*

Así que no tengan miedo de copiar. “Quien no copia nada, no crea nada” señala Picasso, y si él —considerado como uno de los artistas más “originales” de todos los tiempos— lo dice, ¿por qué no lo pueden pensar ustedes? Entonces, ¡A copiar se dijo! Eso sí, no se olviden *nunca* de otorgar los créditos. A los creadores les gusta que los citen. Hoy en día es muy fácil hacerlo con las herramientas que vienen incorporadas en todos los programas de Office, y con Internet.

Este es un incentivo para que los alumnos, los creativos y los empresarios cultiven y mejoren cada vez más la técnica del “*Copy/Paste*” o del “Ctrl-C y Ctrl-V”, conocidísima por todos y aplicada por la mayoría. No les de pena decir que lo que están mostrando fue hecho por alguien más. En el mundo de los negocios, y en cualquier mundo imaginable, hay que optimizar los recursos con los que se cuenta. El mercado es un gran centro de ideas. Por eso es que existe el famosísimo *benchmarking* tan admirado por académicos y administradores de empresa. ¿Y en qué consiste, a grandes rasgos, esta técnica? En analizar el mercado —incluyendo, por supuesto, a la competencia directa e indirecta— y adoptar comportamientos, actividades, instrumentos, tendencias y tecnologías que ha sido comprobado que dan resultados. “Copiar”, lo llamarían muchos. ¿Qué nos importa a nosotros?

Otra cosa muy distinta es “ganarse Avemarías con Padrenuestros ajenos”, como dice la sabiduría popular. Creo que hay pocas cosas que le generen más satisfacción a un artista que ser citado —en su contexto, por supuesto— por otros. Pero también sé que no hay asunto que más ofenda a un autor, un creador o un empresario, que le roben impunemente sus ideas y las presenten al mundo —sin ningún tipo de transformación— como propias de otros individuos. Es a estos últimos a los que hay que perseguir con todo el rigor de la academia... y de la ley. Los que no respetan los derechos intelectuales y de autor. Los que plagian como viles ladrones; los bandidos, los borregos, los cara-de-lápidas.

John Mainard Keynes, escritor de escritores, economista de economistas, en el capítulo 23 de su *Teoría general del interés, el dinero y la ocupación*, y de forma muy acentuada en el apartado VII del capítulo, se vale de amplias citas de muy diversos autores —incluyendo pensadores, políticos, abogados, economistas y poetas— para dar luces acerca del mercantilismo, la usura, el dinero sellado y las leyes del subconsumo. Muchos lo criticaron. Dijeron que era un perezoso, que teniendo ideas propias no las estaba utilizando, que lo único que logró fue recopilar información. Otros fueron más lejos aún y lo tildaron de mediocre; aseveraron que no había derecho a que una cabeza tan ilustre como la suya se basara en palabras ajenas para defender sus ideas. Nosotros, los creativos, decimos que es un gran maestro y que optimizó los recursos con los que disponía, hizo un riguroso *benchmarking* de la situación y adoptó la solución que necesitaba. Por supuesto que no se olvidó de los créditos.

En este sentido, si hay que hablar de creatividad, de estrategia, de innovación... y de otros demonios, es mejor acercarnos a los expertos. Son muchas las voces que hablan por mí en este libro. Además de darle sustento a ciertas opiniones, me han sacado de apuros: en ocasiones, hasta dicen lo que tengo en la “punta de la lengua” y no puedo expresar. Este trabajo creativo se encuentra basado en una investigación particular realizada por mí, lo cual no quiere decir que no se hubiese podido llegar a conclusiones similares si se hubieran tocado otras puertas. Como específicamente fueron esas las puertas que se tocaron, recomiendo estudiar la bibliografía —que aunque muchas veces los alumnos piensan lo contrario, se constituye en el principal regalo que les hacen sus profesores— de esta obra para ilustrarse mejor acerca de los temas en cuestión. A continuación, llamaremos a algunos de estos “investigados” para que colaboren con nuestro propósito, y daremos pistas por dónde continuar la pesquisa:

Aquí, por ejemplo: www.centrodeinnovacion.com. Se trata de la página oficial del Centro de Innovación, una de las organizaciones que más han estudiado y aplicado al mundo empresarial la creatividad y la innovación en Colombia. Vale la pena navegar, picar por aquí y picar por allá, enterarse de lo que se habla y estudiar acerca del tema, y programarse para los próximos encuentros creativos que ofrece el centro. ¿Por qué no tomarse el curso “WakeUpBrain” para estimular el uso del hemisferio derecho de nuestros cerebros? O, simplemente, utilizarla a manera de puente para acceder a otras fuentes de investigación, como: www.mishabilidadescreativas.com, donde podrán medir su creatividad

tomando la prueba conocida como “Inventario Epstein de competencias de creatividad para individuos (ECCI-i)”, elaborada por el doctor Robert Epstein y que, según el mismo creador, puede servir para desembotellar la creatividad que tienen adentro de ustedes. Si quieren profundizar en el tema, es muy recomendable visitar el sitio oficial del doctor Epstein: www.drrobertepstein.com. Haciendo “click” en la opción “creativity” se toparán con un universo de posibilidades y vínculos para aprender, informarse, transmitir e, incluso, trabajar en temas que tengan que ver con la creatividad.

Si están cansados de utilizar el computador y de estar en línea, compárense o alquilen en la biblioteca más cercana el libro de Diego Parra Duque *Creativamente* o *Mente/creativa*. Da interesantes luces acerca de lo que es este cuento. Claro que si no están tan molestos con Internet pueden entrar en la red www.crearmundos.net y buscar un artículo de Parra Duque acerca del bloqueo creativo a manera de abrebocas. Eso sí, dense la oportunidad de perderse en la página de “crear mundos” donde, además de toparse con un magnífico diseño, podrán llegar a infinitud de propuestas, vínculos, fuentes y sitios de interés. Por ahora, escuchen a Diego Parra decir: “[...] cuando creamos nos parecemos un poco a Dios o a la madre naturaleza, de la que todos venimos” (Parra, 2003).

Crear es creer y creer es crear (¿se enciende una Luz?): “Ser creativos consiste en lograr fundirnos con la actividad que desempeñamos”. No se trata de hacer castillos en el aire; más bien de una actividad en la que se desarrolla plenamente el pensamiento: “[...] crear es pensar, es medir, es conectarse con el mundo real”. Para ello es muy importante dejar los prejuicios a un lado: “El arte de eliminar los supuestos o reglas implícitas que nos limitan es una de las formas más eficaces para despertar nuestras posibilidades creativas”, tanto así, que nos hemos encargado de enredarnos nosotros mismos con trámites, vueltas, formalidades y ‘supuestos’: “La burocracia de nuestros países no es más que la sumatoria de una cantidad de supuestos innecesarios”. Ser capaces de buscar formas alternativas para realizar las cosas: “[...] aunque esté muy seguro de la mayoría de sus ideas y éxitos, siempre hay maneras distintas de hacer lo que está haciendo”, y tener la habilidad de contemplar diversas posibilidades de manera simultánea: “Combinar mundos remotos es una de las formas más eficaces para ser más creativo” (Parra, 2003).

Esto nos puede llevar a experimentos fallidos; por eso es bueno aprender a caer para poder levantarse, saber que indefectiblemente se deben cometer erro-

res para poder llegar a ser creativos y que éstos, en vez de ser ocultados, han de ser *subrayados*: “[...] un error o un fracaso significa simplemente un cambio de rumbo en el proceso, lo que puede verse como una oportunidad de avance hacia el terreno de lo nuevo o lo desconocido. [...] Ser creativos consiste en convivir con nuestros errores, pues ellos son simplemente desvíos fortuitos del aburrido camino de la normalidad. [...] La historia nos muestra que ser creativo no es el arte de no tener problemas, más bien se relaciona con el talento que tienen algunas personas de inventarse muchos problemas” (Parra, 2003).

Además, nunca hay que olvidarse de que la palabra es poderosa; es innovación pura: “[...] la aparición de la escritura puede verse como uno de los cambios tecnológicos más determinantes en la historia de la humanidad” (Parra, 2003).

Si de escritura se habla, la mejor manera de acceder a la creatividad es leer a los creativos. Así que pueden regresar a la librería o a la biblioteca y tomar un ejemplar de *A whole new mind* (“Una mente nueva”) de Daniel H. Pink, fundamental para entender el papel del hemisferio derecho del cerebro humano en la “era conceptual”:

The future belongs to a very different person with a very different kind of mind — creators and empathizers, pattern recognizers and meaning makers. These people — artists, inventors, designers, storytellers, caregivers, consolers, big picture thinkers — will now rip society’s richest rewards and share its greatest joys (Pink, 2006)²⁶.

Porque el mundo está cambiando a pasos agigantados:

We are moving from an economy and society built on the logical, linear, computer like capabilities of the Information Age to an economy and a society built on the inventive, empathic, big picture capabilities of what’s rising in its place, the Conceptual Age.²⁷

26 “El futuro le pertenece a una persona muy diferente, con una muy diferente clase de mente: creadores y gente con la capacidad de relacionarse con empatía, reconocedores de patrones y constructores de sentido. Estas personas —artistas, inventores, diseñadores, narradores de historias, encargados de brindar cariño, pensadores de la película completa— ahora acapararán las mayores recompensas de la sociedad y compartirán sus mayores placeres” (traducción de autor).

27 “Nos estamos moviendo de una economía y una sociedad construidas sobre las capacidades lógicas, lineares, determinadas por los ordenadores de la *Era de la Información*, hacia una economía y una sociedad construidas sobre las cualidades inventivas, empáticas, y de la película completa propias de la *Era Conceptual*, que está surgiendo en su lugar” (traducción de autor).



Today, the defining skills of the previous era — the “left brain” capabilities that powered the Information Age — are necessary but no longer sufficient. And the capabilities we once disdained or thought frivolous — the “right brain” qualities of inventiveness, empathy, joyfulness, and meaning — increasingly will determine who flourishes and who flounders.²⁸ (Pink, 2006)

Para sobrevivir, es necesario ser creativos; innovar; dejar a un lado el trabajo rutinario; saber que todos llevamos a un artista por dentro: “Any job that depends on routines — that can be reduced to a set of rules, or broken down into a set of repeatable steps — is at risk”.²⁹ “Today we’re all in the art business”.³⁰ “The wealth of nations and the well-being of individuals now depend on having artists in the room”.³¹

No es necesario “inventarse la rueda”. Basta con ver la vida desde perspectivas diferentes: “Sometimes the most powerful ideas come from simply combining two existing ideas nobody else ever thought to combine”.³² Y con respecto a la palabra: “Language is what separates man from beast”.³³ (Pink, 2006)

Pink nos lleva por interesantes recorridos a través de la mente humana. Su libro puede ser una guía de ruta para enfrenar el contexto de economía y competencia global en el que vivimos. Además nos remite a muchos otros lugares para ayudarnos en esta travesía. Acá los vínculos, el sólo ejercicio de hacer

-
- 28 “Hoy, las habilidades que definen la anterior era — las capacidades del “hemisferio izquierdo del cerebro” que alimentaron la *Era de la Información* — son necesarias pero ya no suficientes. Y las capacidades que alguna vez fueron menospreciadas y vistas como frívolas — las cualidades del ‘hemisferio derecho del cerebro’ de la invención, empatía, alegría y sentido — de manera creciente determinarán quién triunfará y quién fracasará” (traducción de autor).
- 29 “Cualquier oficio que dependa de rutinas — que pueda ser reducido a un conjunto de reglas, o desglosado en un conjunto de pasos por repetir — está en riesgo” (traducción de autor).
- 30 “Hoy en día todos estamos en el negocio del Arte” (traducción de autor).
- 31 “La riqueza de las naciones y el bienestar de los individuos ahora depende del hecho de tener artistas en la sala” (traducción de autor).
- 32 “A veces las más poderosas ideas provienen simplemente de combinar dos ideas existentes que nadie antes pensó en combinar” (traducción de autor).
- 33 “El lenguaje es lo que separa al hombre de la bestia” (traducción del autor).

“*click*” sobre ellos se puede considerar como una gimnasia para abrir la mente y darse cuenta de que la creatividad está en todas partes:

Para comprender mejor el mundo del “diseño”, crucial para la creatividad:

www.sagmeister.com; www.ambidexttrousmag.com; www.dwellmag.com; www.bowdesign.com; www.idonline.com; www.metropolismag.com; www.oprah.com/omagazine; www.printmag.co; www.realsimple.com; www.karimrashid.com; www.ndm.si.edu; www.dx.org; www.designmuseum.org; www.eamesoffice.org; www.cooper.edu/art/lubalin; www.moma.org/collection/depts/arch_design; www.nbm.org; www.bam.ac.uk; www.design-museum.de; www.eisnermuseum.org; www.ratz.com; www.dcontinuum.com; www.animatrix.com.

Para “contar historias” – o vender ideas:

www.stoycorps.net; www.storytellingcenter.com; www.storytelling.yk.net; www.bayareastorytelling.org; www.dstory.com; www.indigo.ie; www.lanes.org/stf/sharing_the_fire.html; www.one-story.com; www.storycenter.com; www.fray.com; www.citystories.com; www.iusedtobealive.com; www.jcf.org/works.php.

Para desarrollar el sentido de la “sinfonía”, y poder llegar a la síntesis utilizando factores muy diversos:

www.drawright.com; www.roulette.com; www.randomwebsearch.com; www.whynot.net; www.halfbakery.com; www.marcelwanders.com.

Para mejorar la capacidad de “empatía”:

www.tinyurl.com; www.emotionalintelligencemhs.com; www.paulekman.com; www.ideo.com; www.jkp.com/mindreaqding; www.crossculturalsolutions.org; www.globalvolunteers.org; www.alternativebreaks.org.



Para “jugar”, paso clave al momento de crear:

www.laughteryoga.org; www.inventionatplay.org; www.gamespot.com; www.gametalk.com; www.gamezone.com; www.newsgaming.com; www.dmoz.org; www.there.com; www.wgamer.com; www.womengamers.com; www.games.yahoo.com; www.childrensmuseums.org; www.bluelavawireless.com.

Para encontrarle “sentido” a la creación y a la vida:

www.evergreen.loyola.edu; www.tinyurl.com; www.veriditias.labyrinthociety.org; www.labyrinthociety.org; www.labyrinthos.net; www.labyrinthcompany.com; www.relax4life.com.

Y, por supuesto, si quieren saber más al respecto, no olviden visitar:
www.danpink.com

Ya que están en frente del computador, pueden darle una ojeada al sitio www.creativeideas.org.uk donde no sólo aprenderán que la creatividad es una gran oportunidad de negocio, sino que tendrán la posibilidad de acceder a miles de opciones creativas e innovadoras. Otro sitio imperdible es: www.ideas4all.com; y si lo quieren en español: www.es.ideas4all.com.

Pero volvamos a los libros. Esta vez la historia será contada por un gran estratega: Gary Kasparov, quien en su obra *How life imitates chess* (“¿Cómo la vida imita el ajedrez?”) demuestra que el juego-ciencia es un vivo reflejo de la vida, y que en ésta se puede sobresalir si se emplean adecuadamente las estrategias ejecutadas en un tablero. No está de más aprender y practicar el viejo deporte. Además de abrir la mente, puede ayudar a que podamos adelantarnos en la toma de decisiones. Tal vez por eso es que pensé en leer el libro de Kasparov; en realidad, no sé por qué me siento tan identificado con él:

Promises of quick results and an easy road to improvement might sell more books, but such a book would not be very honest or very useful.³⁴ This is not a cookbook,

34 “Promesas de resultados rápidos y de un camino fácil para la mejora pueden vender más libros, pero esa clase de libro no sería ni muy honesto ni muy útil” (Traducción del autor).

and I'm not offering a recipe for success. Everyone must create his own successful combinations with the ingredients he has.³⁵ I worked hard because my mother taught me to.³⁶ (Kasparov, 2007)

¿Combinar factores? ¿Sintetizar? Creo que esto ya lo había oído: “[...] it requires a synthesis of some very different virtues all of which are necessary to good decisions: calculation, creativity, and a desire for results”.³⁷ ¿El que piensa, pierde?: “Over thinking numbs our instincts and turns what should be a quick decision into a mental committee meeting”.³⁸ ¿Arte y ciencia en el mismo lugar?: “Chess is a unique cognitive nexus, a place where art and science come together in the human mind and are then refined and improved by experience”³⁹ (Kasparov, 2007).

Sin un objetivo claro, estamos perdidos: “Without a goal your play will be aimless. You might be a master tactician, but you’ll have no sense of a strategy”.⁴⁰ ¿Cuál es, entonces, la diferencia entre la estrategia y la táctica?: “Whereas strategy is abstract and based on long-term goals, tactics are concrete and based on finding the best move right now”.⁴¹

35 “Este no es un libro de cocina, y no les ofrezco la receta para alcanzar el éxito. Cada quien debe crear sus propias combinaciones exitosas con los ingredientes con los que cuenta” (traducción del autor).

36 “Trabajé duro porque mi madre me enseñó a hacerlo” (Traducción del autor).

37 “Se requiere la síntesis de algunas muy diferentes virtudes que son necesarias para la toma de buenas decisiones: cálculos, creatividad, y un deseo de obtener resultados” (traducción del autor).

38 “Pensarlo demasiado obnubila nuestros instintos y convierte lo que debería ser una rápida decisión en un extenso comité mental” (traducción del autor).

39 “El ajedrez es un nexo creativo único, un lugar donde el arte y la ciencia se encuentran en la mente humana, y se refinan y mejoran con la experiencia” (traducción del autor).

40 “Sin una meta, el juego será inútil. Usted puede ser un gran táctico; pero carecerá del sentido de estrategia” (traducción del autor).

41 “Mientras la estrategia es abstracta y se basa en objetivos de largo plazo, las tácticas son concretas y se basan en determinar cuál es la mejor jugada para realizar ahora mismo” (traducción del autor).

"Why?" turns tacticians into strategists.⁴²"Why?" is the question that separates visionaries from functionaries, great strategists from mere tacticians.⁴³ (Kasparov, 2007)

¿Por qué? Pregúntenselo. Es esencial para poder diferenciarse en este mundo. Sin embargo, no se trata tampoco de ser diferentes por el sólo hecho de ser diferentes: "Avoid change for the sake of change".⁴⁴ Tampoco de investigar exhaustivamente el mercado y la competencia, si antes no se tiene plena conciencia de lo que somos nosotros mismos: "Don't watch the competition more than you watch yourself."⁴⁵ [...] don't spend so much time worrying about the other guy that you lose sight of your own goals and your own performance⁴⁶" (Kasparov, 2007).

El que no es capaz de "lanzarse al agua", está en la olla; y el que no lucha hasta el final, no es apto para la creatividad... ni para nada: "[...] courage is the first of human qualities because it guarantees all others".⁴⁷ Soñar no cuesta nada: "To accomplish great things we must dream as well as act".⁴⁸ "If you daydream a little about what you'd like to see happen, sometimes you find that it is really possible".⁴⁹ Así que, llegó la hora de innovar: "As risky as innovation can be... failing to innovate is riskier still"⁵⁰ (Kasparov, 2007).

42 "'¿Por qué?' transforma a tácticos en estrategias" (traducción del autor).

43 "'¿Por qué?' es la pregunta que diferencia a los visionarios de los funcionarios; a los grandes estrategias de los meros tácticos" (traducción del autor).

44 "Evite el cambio por el mero sentido del cambio" (traducción del autor).

45 "No mire más a su competencia de lo que usted se mira a sí mismo" (traducción del autor).

46 "No gaste tanto tiempo preocupándose por la otra persona que pueda perder la visión de sus propios objetivos y de su propio desempeño" (traducción del autor).

47 "El coraje es la primera de las cualidades humanas, porque garantiza todas las demás" (traducción del autor).

48 "Para acometer grandes asuntos en la vida, uno debe soñar y también actuar" (traducción del autor).

49 "Si usted sueña despierto de vez en cuando acerca de lo que quiere que suceda, a veces se dará cuenta de que es realmente posible" (traducción del autor).

50 "Así como la innovación puede ser arriesgada... no innovar es más arriesgado aún" (traducción del autor).

Lo cual nos lleva a las palabras de dos grandes innovadores, y otra más de la sabiduría popular, con las que remato este “Copy/Paste”. Claro que no lo voy a hacer sin antes recordarles que las mejores ideas están en todos lados; sólo hace falta abrir bien los ojos para poderlas ver. Y ser muy estratégicos para apropiarse de ellas... por supuesto que dándole los créditos a quien toque dárselos:

Pablo Picasso: “Los malos artistas copian; los buenos, roban”.

John Lennon: “There is nothing wrong with stealing, providing you steal from the best” (Goldman, 2001)⁵¹.

Y la más plagiada de todas, la sabiduría del pueblo... en este caso del británico: “Plagiarism is the greatest form of flattery”⁵².

51 “No hay nada malo en el hecho de robar, siempre y cuando se robe de los mejores” (traducción del autor).

52 “El plagio es la forma más grandiosa de adulación” (traducción del autor).

CAPÍTULO 9

MEGA-DIVERSOS; MEGA-RESPONSABLES

“SI SUPIERA QUE EL MUNDO SE HA DE ACABAR MAÑANA, YO HOY AÚN PLANTARÍA UN ÁRBOL”.

MARTIN LUTHER KING, JR.

Es muy triste, peor aún, es tenebroso ver cómo las aguas del Gran Río de la Magdalena, la principal arteria fluvial de Colombia, se convierten poco a poco en nauseabundas, viscosas e infectas. Es terrible a simple vista. La situación se complica si tomamos en consideración que el río tiene influencia sobre 18 departamentos y divide las fronteras de 10 de ellos; en área ocupa el 24% del territorio continental del país, y en su zona de influencia vive la mayor parte de la población y se desarrolla el 85% del Producto Interno Bruto⁵³. Tan grave es la problemática que estudios han estimado que el cauce del Magdalena, justo en el lugar donde se puede apreciar el magnífico espectáculo de su desembocadura al mar —en *Bocas de ceniza*, muy cerca a la ciudad de Barranquilla—, se constituye en el foco de mayor contaminación que existe en el mundo hacia el Océano Atlántico.

Es desastroso sobrevolar la Amazonia —desde donde se le miré: Brasil, Perú, Colombia, Ecuador, Guyana, Venezuela...— y observar, en medio de la selva tropical más grande del planeta, claros de bosque completamente inertes, muertos y degradados a causa de extensivas deforestaciones o incendios premeditados. Sólo en Colombia, se estima que más del 12% de la cubierta de bosque

53 Los datos presentados en este capítulo hacen parte de una investigación de varios años realizada por el autor como parte del proyecto “Píldoras ambientales” que, como su nombre lo indica, busca presentar, a cuenta gotas, algunas cifras interesantes referentes al estado actual del medioambiente en Colombia y en el mundo. Las píldoras fueron publicadas en las páginas web del CESA y de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) por varias semanas con la finalidad de concientizar a las respectivas comunidades del valor del medioambiente, y del daño ocasionado a éste por el ser humano. Algunas de las fuentes consultadas fueron: Parques Nacionales de Colombia (www.parquesnacionales.gov.co); Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (www.minambiente.gov.co); Instituto von Humboldt (www.humboldt.org.co), www.eltiempo.com; www.elespectador.com; www.alltrivia.net; www.lightparty.com; www.earthcomfort.com; www.grinningplanet.com; www.bikeroute.com; www.energyquest.ca.gov; www.prodiversitas.bioetica.org; www.univalle.edu.co; www.sagan-gea.org; www.presidencia.gov.co; www.wrm.org.uy; www.biodiversity-day.info; www.opepa.org; www.andes.humboldt.org.co; www.pnuma.org, entre otras.

total de la Amazonia ha desaparecido, como también ha sucedido a lo largo y ancho de la tierra: en algún momento las selvas tropicales ocuparon 14% de la superficie terrestre, ahora sólo cubren 6%. Esto quiere decir que con la acción del hombre se han perdido más de la mitad de las selvas tropicales que alguna vez existieron. Aunque parece algo exagerado el asunto, no debe extrañarnos si tenemos en cuenta que cada minuto, únicamente en la región amazónica, son talados 200 árboles. ¡Esto equivale a 7 campos de fútbol cada minuto!

Es absolutamente aterrador transitar por la carretera que une a Santa Marta con Barranquilla y encontrarse con un maloliente cementerio de mangle, por cierto cargado de basura, en lo que 20 años atrás fuera un oasis multicolor de pájaros, y de flora y fauna de todas las especies. El siguiente es el encabezado de un breve informe multimedia de la Revista Semana colgado el 27 de julio de 2009 en su página web (los que quieran ver el desastre con sus propios ojos pueden picar aquí: www.semana.com, o tomar la carretera que va para la costa):

En 1956 esta ecorregión estaba cubierta con 511 km cuadrados de mangle. En 1995, como consecuencia de la construcción de la carretera Barranquilla-Ciénaga-Santa Marta, quedaban sólo 178 km cuadrados. Actualmente la zona está siendo amenazada por sedimentación, incendios forestales, expansión agrícola de ganaderos, cultivadores de palma y banano, por falta de mantenimiento en los canales, por la invasión urbana de Palermo, y la construcción y expansión del puerto en ese corregimiento (www.semana.com, 2009).

Es complicado sobremana sentir el insoportable calor de miles y miles de hectáreas que arden en el sur de California cada año, consumiendo inmensas reservas forestales, animales, casas, y hasta grandes mansiones de millonarios de Hollywood.

Es desconcertante saber que la radiactividad que fulminó en 40 segundos las ciudades de Hiroshima y Nagasaki en 1945, ronda por la profundidad de los mares, gracias a que sistemáticamente gobiernos ultra desarrollados, cunas de la civilización moderna, como Francia, Estados Unidos e Inglaterra, han decidido probar sus abominables armas nucleares. Con ello han abierto el camino para que otras economías en aterradora expansión, como China o India, sigan su ejemplo, y por supuesto, para que otras más —Pakistán, Irán, Corea del Norte—, con condiciones de crecimiento y desarrollo mucho menos notorias, lleven a cabo esta misma sórdida y desmedida práctica.

¿Qué pretenderán? ¿Sacar al mundo de su órbita? ¿Volarnos a todos en pedazos?

Ni qué decir de lo que siente un corazón humano cualquiera al ver cómo despiadados carniceros japoneses y chinos indiscriminadamente cortan a diario las aletas de enormes cantidades de tiburones (en un año son más de un millón de tiburones de diferentes especies los que caen a manos de estos “pescadores” asesinos), sin ni siquiera acabar con sus vidas, volviéndolos a arrojar al mar, dejándolos inútiles, indefensos y presas de otras fieras bestiales, ocasionando uno de los mayores desastres a los que la fauna mundial se enfrenta actualmente.

¿¿¿¿Sabían que en la última década, en la región del Atlántico norte, las poblaciones de peces con valor comercial, como el bacalao, la merluza, el abadejo y la platija han disminuido hasta en un 95%... Que durante la última década, más de un millón de galones de petróleo fueron derramados alrededor del mundo en alguna fuente de agua... Que cada día entre 100 y 150 especies de plantas y animales se extinguen por causa del hombre... Que en las próximas 24 horas, la deforestación arrojará tanto CO₂ a la atmósfera como el que arrojarían 8 millones de personas volando de Londres a Nueva York... Que anualmente se utilizan más de mil millones de árboles para fabricar pañales de usar y tirar... Que 35.000 pedazos de basura plástica flotan en cada kilómetro cuadrado de superficie del mar, y cerca de 100.000 mamíferos marinos y un millón de aves mueren anualmente al ingerirlos o quedar atrapados en su trama... Que, en Colombia, más de 2.600 kilómetros de ríos y quebradas han recibido el impacto de derrames de crudo como consecuencia de los atentados guerrilleros. Así como, alrededor de 1.600 hectáreas de ciénagas han sido contaminadas por estas acciones violentas... Que, de continuar el calentamiento global, desaparecerán 5 millones de especies en el planeta... Que más de dos millones de niños mueren cada año por falta de agua potable... Que una sexta parte de la población mundial, 1.100 millones de personas, no tiene acceso al agua potable, y dos quintos, 2.600 millones, carecen de sistemas de saneamiento... Que el cambio climático hará que el número de personas con grandes dificultades para acceder a fuentes de agua limpia se incremente en un 70%. Así, en 2020 alrededor de 40 millones de personas estarán en situación de riesgo por falta de agua para consumo humano??!!! ...las cifras siguen y siguen y siguen... como el conejo de Duracell.

Es desalentador, terrible, desastroso, pasmoso, doloroso, tenebroso, inaudito... bueno, no hay palabras para describirlo; pero así es. Nos hemos encargado de destruir nuestra casa y se supone que somos el animal más racional de todos, ¿no es irónico?

Al enfrentarnos a este deprimente panorama tenemos varias posibilidades de acción. Para simplificar el asunto, podemos dividirlas en tres clases: seguir acabando con los recursos naturales del planeta; hacernos los locos y dejar que la indiferencia nos consuma y sea como el silencioso aire que finalmente acaba por permitir el incendio; o, abrir los ojos —de los rostros y de nuestros corazones—, y hacer algo al respecto; en otras palabras, *actuar*.

Aquí es donde la creatividad viene a darnos una mano. En realidad, es para enfrentar situaciones como ésta que precisamos de ella. Sabemos que la etimología de la palabra proviene de “crear”, cuya primera definición en el *Diccionario de la lengua española* es “Producir algo de la nada” (Real Academia Española, 1998). Tal cual. Así de sencillo; es establecer, fundar, elaborar, construir. Y es precisamente eso lo que necesitamos ahora: crear, edificar, construir; avanzar, en definitiva. No destruir, acabar, aniquilar. Eso puede ser lo que sea; pero lo único que no es, es creativo.

Existen demasiados ejemplos en la historia del hombre para pensar que, francamente, quizás no seamos la especie más evolucionada en estas tierras. Más aún si penetramos en lo profundo de casos en los que lamentablemente la humanidad ha sido la más bestial de todas las fieras que han medrado en este planeta. Veamos sólo algunos para que no nos mareemos excesivamente. Slodoban Milosevic, ¿les suena? Más conocido como “el arquitecto de la masacre” —óigase bien: ¡arquitecto!—, entre otras acciones, en julio de 1995 mandó ejecutar a sangre fría a más de 8.000 varones de entre 16 y 60 años en la región de Srebrenica, ante la pasmosa mirada de un grupo de 600 soldados holandeses con vistosos, e inútiles, cascos azules en sus cabezas. Y todavía tienen el descaro de llamarlo “arquitecto”. Adolfo Hitler, ¿les parece familiar?, se encargó, por su parte de “dar de baja” a través de sofisticados métodos industriales de exterminio, como las famosas cámaras de gas, a más de 6 millones de judíos en la Segunda Guerra Mundial. ¿O han oído hablar del “Monstruo de los Andes”?, reconocido por llevar el título del “mayor asesino serial de la historia” —¡qué orgullo!, ¿no?—. Pues este pedazo de hombre, colombiano, por cierto, violó y estranguló a cerca de 300 mujeres en Perú, Ecuador y Colombia en varias dé-

cadadas de terror. Tenía un nombre el muy bárbaro: Pedro Alonso López, como cualquier hijo de vecino. Y ¿qué tal un tipo que se hace llamar “HH”?, quien tranquilamente confesó que en un año asesinó a más de 1.200 personas. Que ni se entere que lo estoy nombrando porque se me pone la piel de gallina; si el señor era capaz de decir, así como cualquiera dice que caminó dos cuadras para ir al trabajo o que se lavó tres veces los dientes en el día, que “había noches en que matábamos hasta veinte”. ¿Veinte qué? ¿Insectos, chigüiros, ratones?... claro, todos realizaron sus acciones por una causa... que, creo, ni siquiera ellos lograron nunca entender.

Lo más interesante es que muchas veces oímos decir de personajes como éstos cosas como: “oiga, ese tipo sí que tiene ingenio para la destrucción y la maldad”. Claro que lo tienen; si son las estrellas del crimen mundial. Gran cosa, ¿no? Pero, ¿será que podemos considerar a estos personajes como “creativos”? La respuesta es categórica: de ninguna manera; lo que son es “destructivos” en esencia. Justamente lo opuesto a lo que plantea la creatividad.

No se necesitan profusos estudios o larga experiencia para darnos cuenta de ello. A mediados de 2009, tuve la oportunidad de dictarle una clase de creatividad a un grupo de niños entre los 7 y los 10 años en el marco de la ya célebre Escuela de líderes del CESA⁵⁴. Sí que me hicieron pensar los chiquillos cuando les pregunté —después de ponerles al Papa de cabeza, de mostrarles el valor de lo diferente en un mundo donde la masificación se ha encargado de volver muchas cosas iguales, de hacerlos cantar al ritmo de Yellow Submarine durante un poco más de dos minutos (en realidad, fue el único momento en el que logré la concentración de todos)...— ¿qué ideas creativas tenían? Una pequeña de ojos azules y cabello encrespado habló de un lugar en otro planeta donde los árboles dieran frutos de algodón de azúcar y por los ríos corrieran bebidas gaseosas de todos los colores. ¡Qué dulzura! Otro, con porte de gobernador y chaqueta de cuero, propuso la construcción de edificios de mil pisos con apartamentos que tuvieran garaje —así dijo— para aviones y helicópteros. ¡Qué vértigo! Y uno, con la cara llena de pecas y su cabello colorado, muy tímido (creo que no

54 La Escuela de Líderes es un seminario taller de verano, para niños entre los 7 y los 10 años, en el que a través de ejercicios didácticos, simulaciones, charlas y visitas empresariales, de una manera sencilla y divertida se pone al niño en contacto con situaciones reales que se presentan en las empresas de nuestro país (www.cesa.edu.co, 2009).

había pronunciado ni una sola palabra en toda la clase), cuando le llegó su turno se desbordó en una explosión —porque eso fue— de furia contando de un sistema submarino de ataques nucleares con bombas capaces de destruir continentes enteros manejados cómodamente a distancia con un control remoto; contingentes —esa fue la palabra que utilizó— de aviones de guerra dotados con miles de millones de proyectiles; satélites asesinos con la habilidad de fabricar terremotos y tormentas de mar para ahogar en una sola pasada a varios países a la vez —¿será que quería decir tsunamis? —; moto-sierras de gigantes-cas proporciones con dinamita en cada uno de sus dientes; y no sé qué más espeluznantes máquinas para torturar, hacer sufrir y aniquilar...

Cuando lo escuché, quedé absorto tratando de imaginar lo que sería un mundo así. Algunos de sus compañeritos comenzaron a ayudar en la elaboración de ese despiadado escenario... y, los otros, simplemente se distrajeron y se pusieron a jugar entre ellos. Al terminar —¡por fin! — el que parecía un interminable descenso a lo profundo del infierno, y luego de una lucha, casi igual de interminable, para que volvieran a prestarme atención, les pregunté si creían que lo que había relatado nuestro intrépido ingeniero de la guerra era realmente creativo. Algunos callaron, otros dijeron que sí, y uno en la esquina del salón —quizás el único que, en definitiva, estaba poniendo atención a todo el rollo de los creadores— sentenció de forma enfática e indiscutible, la frase que hoy me ha devuelto la esperanza para siempre: “No, señor, eso no es creativo; es todo lo contrario: es *anti-creativo*”.

Para mí ahí terminó la clase; y, de pasada, todo un ciclo de años tratando de hallarle sentido a esto de la creatividad, la estrategia y la innovación. *Ese chiquillo hizo que se encendiera una Luz en mi interior*. Por fin encontré a alguien que supiera expresar lo que tantas veces pensé; y no fue un anciano, erudito y sabio; fue un pequeño cerebro de 8 años.

¿Ingeniosos estos personajes?, ¿los masacradores?, ¿los que ponen dinamita?, ¿los destructores?, ¿los que odian?, por supuesto. ¿Creativos? Nunca: *¡Así como creatividad sin estrategia no nos lleva a ninguna parte, ingenio sin responsabilidad tampoco!*

Es hora de volver a darle otra vuelta a la torta, de alejar a los anti-creativos de nuestro camino. ¿Qué tal hacer el esfuerzo de encontrar posibilidades donde otros las han desechado? ¿De hacer valer nuestras posiciones sin necesidad de entrar en conflicto con alguien más? ¿De construir un mejor mañana

para los que vienen? ¿De ver que esto no está perdido y que entre tanta miseria y descomposición, hay esperanza! ¡De proponer! ¡Levantar! ¡Edificar!

Aún hay corazones valiosos e ideas formidables que no tienen nada que ver con daño, opresión o contaminación. Aunque esté en cuidados intensivos, el Planeta respira:

¿iiii Sabían que en la Tierra se estima que hay alrededor de 100 millones de especies diferentes, de las cuales sólo se han identificado 1,7 millones... Que el hombre es sólo una de estas especies... Que con una superficie de 4,1 millones de kilómetros cuadrados, la selva del Amazonas se constituye en el pulmón más importante de la Tierra... Que contiene un quinto del agua dulce del mundo y el 30% de las especies de plantas y animales... Que en 2007 se encontraron 17 nuevas especies animales en Colombia: 4 variedades de hormigas, una rana cuyo veneno podría ser usado para el tratamiento de enfermedades, un saltamontes 'payaso' y la mariposa Forsterinaria, son unas de ellas... Que, además, se redescubrió la rana arlequín dorada en la Sierra Nevada de Santa Marta, la cual se creía extinta... Que Colombia ocupa el segundo lugar a nivel mundial en términos biológicos ya que es uno de los países más ricos del planeta: la variedad de sus ecosistemas comprende desde páramos y laderas andinas hasta selvas tropicales, humedales, llanuras y desiertos... Que aproximadamente el 10% del total de especies del planeta habita en Colombia... Que se calcula que entre agosto y octubre de cada año, entre 1.120 y 2.190 ballenas jorobadas o yubartas visitan las aguas del Pacífico colombiano... Que en el Chocó Biogeográfico, en Colombia, en 175 hectáreas de selva hay más especies que en todo Norte América... Que en toda Norteamérica hay 800 especies de mariposas, mientras en Colombia, en un área muchas veces menor, hay 4 veces más especies de mariposas, unas 3.200... Que los bosques del este de Norteamérica albergan 130 especies de árboles nativos; Europa entera cuenta con alrededor de 100 especies; mientras que en Colombia se estima que existen alrededor de 3.500 especies de árboles... Que en la cuenca media del río Calima, Valle del Cauca, Colombia, se encontraron 227 especies de hormigas, agrupadas en seis subfamilias y 53 géneros, las cuales representan el 33% de las especies reconocidas para el país y el 64% para el Valle del Cauca... Que las Áreas Protegidas del Sistema de Parques Nacionales de Colombia incluyen el 12% de los refugios húmedos y secos de Latinoamérica, cinco de las seis estrellas hidrográficas más importantes del país y más del 62% de los nacimientos de los acuíferos nacionales!!!!?

¡Así es! La riqueza de los colombianos —y posiblemente del mundo entero— no sólo se encuentra en sus industrias, en sus manufacturas, en sus bancos, en la bolsa o en el fútbol... ¡La gran riqueza de Colombia también está en el medioambiente! Es hora de empezar a ver cómo conservarlo, lo cual es el principio fundamental para lograr la sostenibilidad de la que tanto se habla por estos días.

Crear sin sentido de estrategia es como “dar a luz un hijo muerto”, como diría Wassily Kandinsky al referirse a un arte que no pertenece a su tiempo. *Es como si alguien intencionalmente apagara el bombillo de la creatividad justo después de haberlo prendido.*

Crear sin intensiones de permanecer es como soplar al viento en un día de tempestad, como levantar castillos de naipes, y hacerlo sin sentido de pertenencia es como gritar en medio de una muchedumbre histérica, como arrojar al océano una gota de agua dulce. Nada más. La creación se pierde en el vacío. Es olvidada por siempre, pero no ocasiona ningún deterioro. *Es algo así como cortar la corriente al flujo de energía.*

Lo peor es cuando se crea —con o sin intensiones— pero permaneciendo, y sin sentido de pertenencia. Esto sí es como arrojar dinamita a la explosión, como tratar de apagar el incendio con gasolina. *Es como si se destruyeran todas las lámparas a pedradas, como si se arrancaran los cables de raíz, como si se le entregara un puñado de armas a un grupo de anticreativos.*

Acá no nos sirven ideas que nos hagan ricos hoy, pero que mañana suman en la pobreza a sociedades enteras. Ni artificios, esquemas, proyectos o empresas que consuman indiscriminadamente los recursos que serán el sustento para las generaciones por venir. Mucho menos queremos soluciones que opriman, segreguen, ofendan o que trunquen los sueños de hombres.

Lo más *anticreativo* del mundo sería desperdiciar y dejar perder esta *mega-diversidad*. Lo mejor no es saber que la riqueza de la naturaleza es admirable y maravillosa; lo mejor es cuando nos ponemos a pensar en posibles remedios para los males que la aquejan, cuando nos ponemos creativos:

¿Sabían que arreglando las averías de grifos y cañerías se ahorra mucha, mucha, agua... Que una gotera en estos conductos puede ocasionar la pérdida de alrededor de 30 litros diarios... Que es preferible ducharse, que usar la bañera; con ello se estaría economizando alrededor de 90 y 100 litros diarios... Que en China el Gobierno está incentivando el uso de bolsas de tela y cestas al mo-

mento de comprar para tratar de reducir en dos terceras partes los 3 millones de toneladas de residuos plásticos anuales que producen ya que allá usan más de 3.000 millones de bolsas diarias... Que utilizando bombillas de bajo consumo en vez de las normales, se obtiene una disminución de fluido eléctrico hasta del 80%... Que cerrar el grifo al lavarse los dientes o afeitarse puede ahorrar hasta 10 litros de líquido, pues por minuto salen aproximadamente 9 litros... Que es recomendable sembrar plantas en nuestras casas porque ellas fijan el CO₂ causante del efecto invernadero, ayudando a mitigar el calentamiento del planeta... Que la energía recuperada por reciclar una botella sirve para operar un computador por 25 minutos... Que alrededor del 70% de lo que desechamos es reciclable... Que reciclar produce 6 veces más empleos que botar basura y hacer rellenos sanitarios... Que un árbol puede filtrar 60 libras de polución del aire por año... Que una batería genera 50 veces menos energía de la que se necesitó para producirla... Que la energía recuperada al reciclar una lata de aluminio, puede operar una televisora por tres horas y es equivalente a media lata de gasolina... Que el vidrio producido a través del reciclaje de este material en vez de con materia prima, reduce la polución relativa del aire en 20% y la polución del agua en 50%... Que el vidrio se demora un millón de años en descomponerse, lo cual significa que puede ser reciclado un millón de veces... Que reciclar una tonelada de papel salva 17 árboles, 2 barriles de petróleo (suficientes para operar un automóvil por más de 2.000 kilómetros); 4.100 kilovatios de energía (suficiente para 6 meses de luz en un hogar promedio); 3 metros cúbicos de espacio en rellenos sanitarios; y 60 libras de polución de aire... Que bajar la temperatura del planeta requiere reducir verticalmente el uso de combustibles fósiles, reforestar, e iluminar las noches con luces frías en lugar de luces eléctricas... Que las compañías colombianas que han adoptado estrategias de *Producción Más Limpia (PML)* en sus fábricas, consiguieron en los últimos 6 años incentivos tributarios superiores a 142.000 millones de pesos, y apalancaron inversiones por más de 400.000 millones en materia ambiental???!!!

Lo más increíble de todo esto es que ser responsables, *paga*. Y paga muy bien como vemos en el último ejemplo. ¿Estamos perdidos? Por supuesto que no. Lo que hay que hacer es generar estrategias responsables; ser creativos en todo el sentido de la palabra. El reto consiste en ingeniar alternativas viables que nos permitan encontrar un equilibrio entre el crecimiento y los recursos con los que contamos.



Cuando les pregunto a mis alumnos ¿cuál creen que es el fin último de la economía o de la administración de empresas?, casi siempre responden de manera mecánica que es algo así como la “asignación de recursos escasos para satisfacer necesidades crecientes e ilimitadas”. Primero, ese no es un fin, sino una función; segundo, ¿nuestras necesidades son ilimitadas? Habría que verlo; si fuera así, esto querría decir que el Planeta nos quedó pequeño, ¿no? Bueno, pero ahí no acaba el asunto; otros son más directos y responden terminantemente que la finalidad de cualquier actividad económica es, sin lugar a dudas, “hacer dinero”. Ahí sí que están equivocados porque por simple estructura el dinero no es un fin, sino un medio; además, les contesto con otra pregunta, ¿alguna vez han visto a alguien que se haya muerto de “dinero”? No lo creo; se mueren de hambre, de tristeza, de desolación, de frío, de calor, de amor, o de falta de amor... la plata —por mucha que se tenga en los bolsillos— no les sirve al momento de enfrentarse a ciertas circunstancias inevitables en la vida, como lo puede ser la propia muerte. En realidad, el fin último de cualquiera y de todas las Ciencias Sociales: economía, antropología, administración de empresas, literatura, derecho, comunicación, historia, periodismo..., es el bienestar. Y esto ya lo sabía un viejo indígena norteamericano: “Only when the last tree has been cut down, only when the last river has been poisoned, only when the last fish has been caught, only then will you find that money cannot be eaten (www.grinningplanet.com, 2007)”⁵⁵.

De nada sirve hacer —o encontrar— mucho, mucho dinero, si uno está encerrado en una selva inhóspita y cruel como les sucedió a los soldados de la Compañía Destroyer en la película y serie de televisión *Soñar no cuesta nada*. Menos aún les sirve en la calle si gastan la plata como locos de forma desmedida y terminan en la cárcel. ¿Qué provecho le hizo ganarse tantos millones de dólares al *Kid Pambelé*, el más grande boxeador que ha tenido Colombia en toda la historia, si tristemente hoy por hoy, hay que decirlo, es una piltrafa humana? Y pensar que alguna vez este genio del deporte pronunció la irónica sentencia: “es mejor ser rico que pobre”. ¿Mejor para qué? Tampoco sirve asignar los “recursos escasos” para desarrollar tecnologías insostenibles y altamente contami-

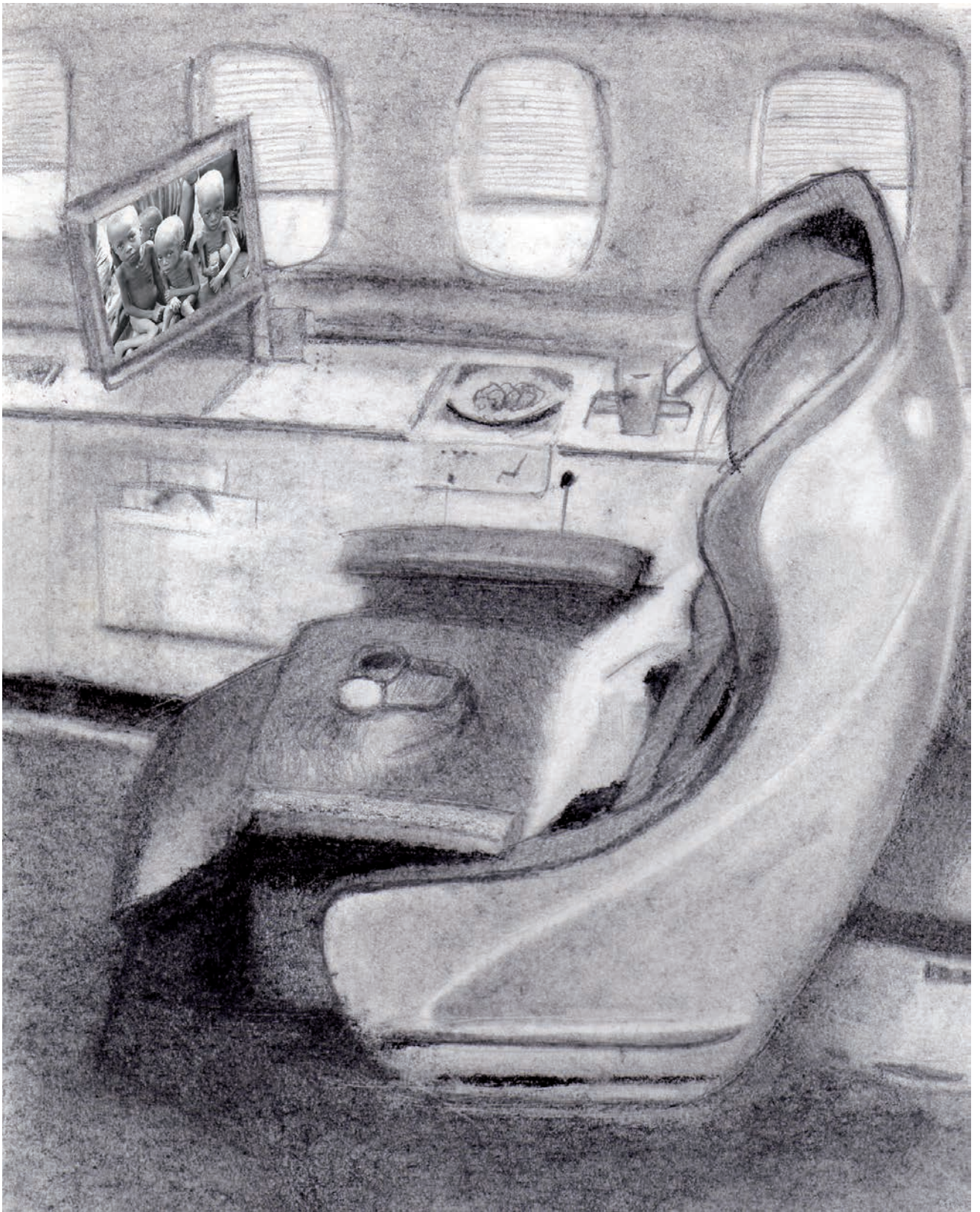
55 “Sólo cuando el último árbol haya sido talado / solo cuando el último río haya sido envenenado / sólo cuando el último pez haya sido pescado / sólo ahí sabrás que el dinero no se puede comer” (traducción del autor).

nantes que terminarán por ahogarnos en medio de su propia creación; peor aún asignarlos para construir armas o instrumentos de guerra.

Es precisamente la creatividad la que diferencia al *crecimiento* puro del *desarrollo*. Y hay que tener en cuenta que no son conceptos contradictorios. Crecimiento se puede dar sin desarrollo; y algunos aseguran que desarrollo también podría darse sin crecimiento (aunque lo dudo); pero realmente cuando hay progreso y evolución es cuando los dos se juntan en función del *bienestar social*. En el primer caso se trata, como su nombre lo indica, de crecer, expandirse y forjar asuntos cada vez más grandes y complejos. Si hay que buscar un ejemplo de una actividad humana para crecimiento esta sería el fisiculturismo. Si se hace con conciencia puede arrojar interesantes resultados, pero si no se miden las consecuencias, y se crece y se crece sin restricciones, resulta que las personas por muy musculosas, corpulentas o fornidas que sean, pierden la capacidad de actuar de forma natural e incluso de moverse. En cambio, el Desarrollo implica un equilibrio donde se puede crecer o no crecer (preferiblemente si se hace), pero siempre de forma integral; sin privilegiar una porción sobre las demás. Por eso hay que tener mucho cuidado cuando los indicadores nos digan que tal economía, o tal otra, creció en un 5 ó 10 ó 25%. Si esto implica que los beneficios se distribuyen de manera equitativa y que además se utilizan tecnologías que no van en detrimento ni del medioambiente ni de la salud humana, se puede hablar sin vacilaciones de un modelo económico exitoso, dinámico y creativo en esencia. Pero si no es así, y si esto implica que en la misma sociedad unos son ahora mucho más ricos que otros, y en algún lugar hay trabajadores muriendo —por cuestiones de hambre o esfuerzo— para lograr el nivel de auge, o que los ríos se cargan de desperdicios de forma inclemente y sin restricciones, de lo que se trata no es de creatividad, sino de destructividad: “Growth for the sake of growth is the ideology of the cancer cell” (Abbey, 2008)⁵⁶.

Tampoco se trata de dejar de prosperar, o de encadenarse a un árbol para que no lo talen, mucho menos de cerrar las empresas por el hecho de que contaminan. ¡No!, eso sería fanatismo, y es lo último que quieren las mentes creativas. La clave está en encontrar el equilibrio, en poder hacer esto y poder hacer

56 “Crecer por el simple hecho de crecer es la ideología de la célula del Cáncer” (traducción del autor).



aquello al mismo tiempo; sin necesidad de dejar de ser lo que siempre hemos sido. Si se está empleando una tecnología que contamina, hay que encontrar la manera de que ésta contamine menos y hallar alternativas para sustituirla en el futuro por una que sea aún más limpia; y, mientras tanto, hay que hacer la tarea de revertir el daño ocasionado de alguna forma. La naturaleza es tan pródiga que tiene la facultad de reponerse y de resurgir de forma constante; eso sí, hay un punto en el que no resiste más y simplemente muere: la idea es nunca llegar a este punto. Evidentemente los árboles se pueden talar, siempre y cuando sembremos otros cuantos árboles para poder utilizar en el futuro; se puede pescar si se respetan las tallas y se utilizan artes de pesca adecuadas; se puede consumir lo que queramos si no desechamos lo que nos parece inútil y no lo es. Es cuestión de mirar más allá de nuestras propias narices: “In the long term, economic sustainability depends on ecological sustainability” (www.ginnngplanet.com, 2007)⁵⁷.

Pues bien, la tarea que tienen los creativos de verdad es encontrar oportunidades donde otros las desechan. Saber que para recibir es importante también dar. Y no sólo se trata de dar por el simple hecho de dar; o de aumentar el nivel o la sofisticación de limosna que recibe la humanidad día a día. Un viejo proverbio de la sabiduría popular dice “regala un pescado a un hombre y le darás alimento para un día, enséñale a pescar y lo alimentarás para el resto de su vida”. Tampoco se trata de cumplir con la cuota y ya está. O porque es la moda. Hay que hacerse a la idea de que estructuralmente nuestras creaciones deben tomar en consideración de forma natural los factores sociales y ambientales que se encuentran implícitos en toda actividad humana.

Basta con darle una mirada panorámica a dos situaciones puntuales que recientemente he vivido para comprender la diferencia entre la *responsabilidad social* y la *falsa filantropía*. Son casos que le podrían suceder a cualquiera de ustedes, en un día común.

Hace poco volé en American Airlines de Bogotá a Washington D.C. Como era un vuelo internacional, la aerolínea se tomó la molestia de darnos almuerzo. Así que procedimos a tomarnos nuestra merienda. Yo devoré en pocos minutos

57 “En el largo plazo la sostenibilidad económica depende de la sostenibilidad ecológica” (traducción del autor).

cada uno de los pequeños platos que nos sirvieron. Mi esposa no quiso tomarse un yogurt para guardar la figura... en realidad, no tenía ganas de tomárselo. Cuando la azafata llegó a retirar nuestras bandejas, mi querida niña vio con desconcierto cómo arrojaba absolutamente todo en una misma bolsa de basura plástica, incluyendo su yogurt sin abrir. No pudo evitar preguntarle por qué lo hacía si se lo podían dar a alguien más, e incluso utilizar para alimentar a otros pasajeros en otros vuelos, ya que el producto aún estaba intacto y su fecha de vencimiento sería en algo más de un mes. Ella respondió muy tranquilamente que era inútil porque “de todos modos, al llegar a nuestro destino, la aerolínea desecha todo por igual, haya o no haya sido utilizado”. La “clara” respuesta no nos dejó muy tranquilos que digamos.

Justo después de que habían terminado de recoger todos los platos y estaban sirviendo el café, descendieron las pantallas de la cabina para mostrarle a los viajeros una conmovedora iniciativa de American Airlines para ayudar a superar el hambre a los niños más pobres del África. Las imágenes mostraban rostros descompuestos, familias enteras desconsoladas sin ropa ni techo, pequeños inocentes con barrigas abultadas por falta de comida, entre otros ejemplos de desazón y pobreza total. La idea era que los pasajeros entregaran el cambio que no utilizarían — “una cuantas monedas pueden hacer la diferencia” — para reunir fondos y ayudar a que algunos elegidos, en medio de los millones de pobres de África, pudieran conseguir un techo en dónde dormir y una sopa qué tomar, al menos por una semana. Realmente quedamos desconcertados: ¿no les podían, más bien, entregar a los africanos los yogures, las mermeladas, los *steaks*, las pastas, y hasta los platos que no se utilizarían más para apoyarlos en su triste paso por la vida? ¿Más aún sabiendo que tienen aviones y rutas diarias hacia todos los continentes? Pues no. Todo esto va a parar a un botadero de basura, mientras que las monedas supuestamente se multiplican como pan y vino en medio de un desierto⁵⁸. Absolutamente paradójico. Absurdo. Pero, como hay

58 Si bien se es consciente de que existen leyes estrictas con respecto al manejo de productos alimenticios, especialmente en los Estados Unidos, el hecho de desechar un producto perfectamente consumible denota un desequilibrio estructural. Además, la normatividad no es excusa para quedarse con los brazos cruzados: si se es verdaderamente creativo, se tiene la capacidad de “buscarle la comba al palo”, de utilizar las reglas a favor de la humanidad y no en contra de ella. Acordémonos de las palabras del irreverente Prince: “...*Make the rules (Rules), Then break them all cause you are the best!*” (¡Fabrica las reglas y después rómpelas porque tú eres lo mejor!), sobre todo vale la pena “romper las reglas” si se trata de asegurar un mejor mañana para todos.

veces que la gente no se toma la molestia de mirar un poco más allá de la superficie, no fueron pocos los que dieron todas las monedas y billetes que no utilizarían en el viaje, ya que tenían que cambiar de divisa, para apoyar esta “magna” obra. Además, seguro que salieron del avión diciendo que esa sí era una empresa seria que se preocupa no sólo por sus ganancias, sino que distribuye y provee sonrisas a los más necesitados.

¿Es esto *responsabilidad social*? Por supuesto que no. Podríamos decir que es más bien una estrategia para recibir exenciones tributarias o para mejorar la imagen de la empresa o, si no somos tan “mal pensados”, simplemente es una carencia total de enfoque. Sea lo que sea, no es una posición creativa. Es lo que yo llamo *falsa filantropía*. Meramente cumplir con la cuota y, de una y varias maneras, seguir “tapando el sol con un dedo”.

Siguiendo con mi trayectoria de consumo, mis pasos en ese viaje fueron a dar a Nueva York. Quizás la ciudad más consumista de todo el planeta. Caminando por la séptima avenida, obnubilado por los magníficos avisos de neón de Times Square, y en medio de un derroche desconcertante de luz, actividad, tecnología y movimiento, vi una imagen conocida, la de un viejo campesino y su burrita. Pues sí, en pleno siglo XXI, Juan Valdez llegó a la “capital del mundo”. Como buen colombiano que soy, no tuve más remedio que hacer un alto en el camino para tomarme un buen cafecito, de la variedad Cumbre, acompañado de panela producida por campesinos de los departamentos de Huila y Santander, servido en un portavasos artesanal —para evitar quemarse las manos —elaborado por una comunidad de indígenas del Cauca.

Al tomarme el café —que por cierto tenía un excelente sabor y aroma, y me dejó listo para gozarme la “ciudad que no duerme” — no sólo me hice un bien porque de verdad que me subió el ánimo, estaba a punto de dormirme, sino que de cierta forma sirvió para apoyar a los paneleros y a los indígenas de mi país, y a alguna de las 560.000 familias campesinas que conforman la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC). Mal contados, se trata de al menos 2 millones de pequeños caficultores que en su gran mayoría (95%) cuentan con menos de 5 hectáreas sembradas de café. La sola actividad cafetera de la FNC, que apenas es una porción de la totalidad de la industria del café en Colombia, tiene un gran impacto social en el Desarrollo del país ya que representa:

25% del PIB agrícola.

8% de las exportaciones totales del país.

27% del empleo agrícola.

1 millón de empleos directos.

560.000 familias viviendo de la actividad.

2 millones de personas dependiendo directamente del ingreso del café.

580 municipios con actividad cafetera (53% de los municipios de Colombia).

20% del PIB de 4 departamentos (Federación Nacional de Cafeteros, 2008).

Pues bien. Esa taza de café me sentó mucho mejor que el yogurt que mi señora nunca se tomó. ¿Falsa filantropía? Claro que no. Filantropía en el sentido pleno de la palabra. De hecho, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) no es una institución que lleve a cabo actividades de responsabilidad social, sino que *es* de Responsabilidad Social desde su base.

Tras enterarme de ello, el sabor del cafecito incluso se hizo mejor. Además, siempre me ha sorprendido la solidez, pujanza e importancia que tiene esta institución tanto en Colombia como alrededor del mundo. Con más veras sabiendo que fue fundada en 1927, hace ya más de 80 años atrás. Esto me lleva a concluir que es realmente una institución sostenible y altamente creativa. Puedo decir, sin vacilaciones, que uno de los secretos de su éxito es precisamente la labor social que cumple. *Eso también es creatividad.*

Está comprobado que las empresas que invierten en responsabilidad social, además de tener mejor imagen, contar con la satisfacción de sus clientes, y la de sus empleados por estar en un ambiente laboral agradable, en el mediano y largo plazo alcanzan niveles de competitividad y productividad más altos que

las empresas que no invierten en el tema. Así que: *si estamos inmersos en un panorama de mega-diversidad, ¿es hora de ser consecuentes con ello y también de pensar en forma mega-responsable!*

CAPÍTULO 10

¿ALGUIEN ENCENDIÓ LA LUZ?

“MUCHO MEJOR ES ENCENDER UNA VELA QUE MALDECIR EN LA OSCURIDAD”.

PROVERBIO CHINO

El camino nos trajo hasta aquí. Hemos tenido que aguantar el intenso sol golpeando nuestras espaldas desnudas, así como resistir las inclemencias de la intemperie; hemos tropezado y equivocado el camino en repetidas ocasiones, hemos dado uno que otro paso en falso, y hemos sabido levantarnos para retornar por el escarpado sendero con la cabeza en alto. Desde un inicio nos advirtieron: esto no era simple; ahora nos encontramos en medio de un laberinto, cansados, adoloridos y expuestos. Sabemos que estamos muy cerca de alcanzar los sueños soñados, pero también comprendemos que podemos estar muy lejos. Todo depende de nuestra voluntad... y de las decisiones que tomemos en este preciso instante.

¿Cuál será la forma más fácil o rápida de salir de este embrollo?, nos preguntamos. Si el caso es que nos hallamos extraviados en lo profundo de un oscuro laberinto formado por un bosque de inmensos y espinosos pinos —y lo único que nos dijeron al encerrarnos aquí es que “si queríamos salir airoso debíamos realizar el esfuerzo de buscar donde menos lo imaginábamos”; tamaña pista, ¿no? —, la respuesta podría ser, no ponerse con tantos escrúpulos, conseguir un helicóptero con una escalera, salir cuanto antes de aquí, y olvidarnos para siempre del asunto; o, mejor aún, como aconsejarían los más “astutos”, podríamos valernos de una poderosa moto-sierra para derribar cada uno de los árboles que obstaculizan nuestro paso, salir al otro lado, y gritar de furia. *Fácil, sencillo, rápido...* alguien podría incluso afirmar que la cuestión “no tiene ciencia”.

¿Será que ésta es la solución oportuna? Por lo menos es la que emplearían los que no necesitan esforzarse demasiado, los que optan por lo obvio y ya está, los que no les gusta pensar, los que no miden las consecuencias de sus actos, los que se la quieren ganar toda sin mover un dedo, los que promulgan la cultura del “facilismo” a toda costa, los que aún creen en el “dinero fácil”. En realidad, no es la solución adecuada, porque tampoco es la pregunta adecuada.

El tema aquí no es cómo hacer las cosas de forma más simple, fácil o veloz; no, señores. La clave está en cómo hacerlas de la mejor manera posible, en cómo sacarle provecho a los recursos con los que contamos; en cómo proclamarnos vencedores sin derrotar a nadie más; en cómo salir airoso y alejarnos del peligro o de la zozobra sin huir como cobardes.

No se trata, ni mucho menos, de elegir la alternativa más difícil que exista, o de retar nuestros nervios y destrezas para promulgarnos como los más fuertes, resistentes y valerosos. Se trata, más bien, de no abandonar la lucha si ésta se complica, de no emplear la fuerza desmedida, ni la violencia, y, ante todo, de recorrer el camino con entereza, pero también con humildad. En definitiva, de enfrentar los desafíos; así de sencillo, de darles la cara. Esto es lo que diferencia a los que alcanzan el éxito de los que se quedan siempre a la deriva envidiando su suerte. Lo primero que hay que hacer para ser creativos es alejar la pereza de nuestros caminos; olvidarnos de que esa palabra existe, y disponernos a trabajar sin descanso. Un conocido proverbio inglés reza que “el perezoso considera suerte el éxito del trabajador”. Por su parte, Gary Kasparov, asegura que “cuando más entreno es cuando más suerte tengo”, y Pablo Picasso, como lo dice en alguna otra parte de esta travesía por el universo de la creatividad, no se cansa en reiterar que “la inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando”. *El camino más directo hacia la creatividad —no necesariamente el más fácil—, es el trabajo.*

Si queremos alcanzar un alto grado de creatividad, si pretendemos algún día salir del fondo de laberinto, debemos saber que el primer paso por dar en la estrategia para conseguirlo es ponernos el overol. Con persistencia y paciencia, tarde o temprano, lo turbio se va aclarando, y lo complicado se transforma en simple. Leonardo Da Vinci, estrategia entre todos los artistas, y artista entre todos los estrategas, es muy claro cuando afirma que: “Si una persona es perseverante, aunque sea dura de entendimiento, se hará inteligente; y aunque sea débil se transformará en fuerte”. No dejen nunca que el primer tropiezo —o el segundo, o el tercero— apaguen sus ansias de trascender, de proponer o de construir. Deben saber que “el éxito consiste en aprender a ir de fracaso en fracaso, sin desesperarse”, como alguna vez aseguró Winston Churchill, triunfador entre triunfadores.

Si ya llegaron hasta el centro del laberinto, si se encuentran en el mismísimo ojo del huracán, no se les ocurra desistir, hacerse a un lado o entrar en des-

espero. Lo único que les puedo decir es que opten por seguir el consejo de las palabras más sabias de todas, las que son dictadas por el pueblo: “¡Para atrás, ni para coger impulso!” Hagan de cuenta que de sus decisiones depende el futuro de toda una empresa, de todo un pueblo, y, desligándose de cualquier ideología, escuchen la voz de un incondicional guerrero: “Si avanzo, seguidme; si me detengo, empujadme; si retrocedo, matadme” (Ernesto “Che” Guevara). O sigan el ejemplo de Juanito “el caminador”, que gracias a su eterna perseverancia ha hecho famosas sus botellas rojas, verdes, azules, doradas y negras: Keep Walking!

Además, importantísimo, tomen partido, pero nunca se casen ciegamente con algún bando en particular; ni con los ejércitos rojos del comunismo promulgados por los seguidores del Che (quienes tal vez, en muchas ocasiones, han tergiversado su legado), ni con la personificación de un capitalismo despiadado representado por el viejo Johnny Walker y su estilo de vida frívolo, elitista y mundano. Jamás se dejen etiquetar; ustedes son mucho más que simples productos. Aprovechen lo positivo de ambos mundos, y rechacen lo negativo. Pero nunca se nieguen la oportunidad de conocer diferentes puntos de vista, incluyendo aquellos que pueden parecer contradictorios. El juntar distintas perspectivas a la vez también es una clave para alcanzar el éxito, y se constituye en una virtud de las personas creativas.

No piensen en problemas. Piensen en soluciones. Mejor aún, agradezcan a la vida si les presenta problemas en su paso: esa es la mayor inspiración que existe para los creativos. No hay nada que hacer, los caminos se enredan y eso es lo bonito de la vida. La lucha constante es lo que nos hace mejores personas. Reiner María Rilke, como también expresa en otro lugar de este cuento, alguna vez dijo: “si hay algo difícil en la vida, eso es un incentivo más para realizarlo”. Si verdaderamente asimilan este planteamiento sin la necesidad de tomar el camino más truculento de todos en cada una de sus decisiones, el alcanzar las metas propuestas se convierte en la mayor satisfacción que se conoce.

Los Beatles, aquellos músicos que hemos invitado para acompañarnos en este trayecto, recorrieron el largo y tortuoso camino con ímpetu, energía y, lo más importante de todo, con libertad; siempre supieron que era el único camino posible para abrir las puertas, para salir del laberinto:

The long and winding road
That leads to your door
Will never disappear
I've seen that road before
It always leads me here
Lead me to your door.

The wild and windy night
That the rain washed away
Has left a pool of tears
Crying for the day.
Why leave me standing here?
Let me know the way.

Many times I've been alone
And many times I've cried,
Anyway you've always known
The many ways I've tried.

And still they lead me back
To the long, winding road
(Lennon/McCartney, 1969)⁵⁹.

Este es el precio que se debe pagar por elegir el camino que, aunque largo y tortuoso, al final resulta ser el más gratificante de todos. Ser creativos implica crear. Esto no es sólo “soplar y hacer botellas”, como dicen por ahí. La creación, la posibilidad de dar a Luz, de entregarle al mundo el producto de

59 “El largo y tortuoso camino / Que conduce a tu puerta / Nunca desaparecerá / He visto ese camino antes / Siempre me trae aquí / Me trae a tu puerta... La salvaje y tempestuosa noche / Que la lluvia se llevó / Ha dejado un pozo de lágrimas / Llorando por el día. / ¿Por qué me dejas aquí? / Muéstrame el camino... Muchas veces he estado solo / Y muchas veces he llorado / Aún así tu siempre has conocido / Las muchas maneras en las que lo he intentado... Y de todos modos siempre me traen de vuelta / Al largo y tortuoso camino (traducción del autor).

nuestra imaginación e intelecto, se puede considerar, sin exageraciones, como un real parto. Hay que luchar incansablemente —aguantar el peso y los dolores que ello implica— para llegar a formar parte de la creación. Es duro, pesado; se requiere mucha paciencia y amor para poder lograrlo. Las tribulaciones son demasiadas, las falencias agobiantes, las privaciones tormentosas, los ardores extremos...; pero, el fruto recibido paga con creces cualquier dificultad que hayamos encontrado en el camino. Nos acerca a la felicidad, y ésta es quizás la verdadera y única finalidad de cualquier creador.

¿Están dispuestos a asumir el riesgo que la creación implica? ¿A enfrentarse a los más despiadados escenarios? ¿A recibir reiteradas ofensas y burlas por sus propósitos? ¿Creen que pueden soportar las inclemencias del destino, del universo, de los demás hombres? Y, sobre todo, ¿se sienten preparados para luchar contra sus propios bloqueos, indecisiones y controversias?

Si no es así, apaguen y váyanse de una vez por todas: la creatividad está adentro de cada uno, pero no es para ustedes. No llamen a su puerta a menos que se encuentren preparados para comprometerse con creaciones por las que estén dispuestos a meter las manos en el fuego. Si no sienten que es así, es mejor que mantengan el bombillo apagado. ¿Para qué se toman el trabajo o la molestia?

En cambio, si creen que pueden soportar lo que se les viene encima; si están listos para ser consecuentes con las metas que se han planteado; si de veras quieren pasar de la palabra a la acción; no hay nada más que decir o explicar: es hora de crear. Así como esta obra comienza por el final, ¡termina, también, por el comienzo! ¿Cuál es el comienzo de un acto creativo? Naturalmente, ponerse en la tarea de realizarlo. Ya saben que se trata de un parto. Antes, deben iniciar por concebirlo. Así que, suelten por ahora este libro, aléjense del pensamiento común y ordinario, abran los ojos de sus mentes y corazones, y dejen que la Luz interior de la creatividad ilumine sus días.

Las ideas son las que mueven al mundo. Hoy, más que nunca, se necesitan creativos y no *hombres-máquina*. Por eso es que hay que creer en el poder de las ideas. Ellas sobrevivirán incluso a sus propios creadores: “A los hombres se les puede matar, pero nunca sus ideas” (Che Guevara). Idear es soñar despierto y también es despertar los sueños. Si en realidad quieren crear, no deben esperar más; lo que tienen que hacer es sentarse a escribir su propia historia. No se limiten a hacer “lo que se puede”; es el momento de convertir sus sueños en realidad: ¿¿¿Tienen una idea!!!... no permitan que se pierda por nada del mundo.

Yo les puedo dar ciertos consejos para acometer su trabajo. De hecho, uno de los objetivos de este libro es, de alguna forma, proveer elementos aptos para enfrentar ese camino, *inspirar*; pero nunca, de ningún modo, puedo convertir a nadie en creativo, ni encender el bombillo de la creatividad por él. Eso es tarea de ustedes, y cada cual lo hará a su manera. La intención es incentivarlos para que accedan por sus propios medios a ese interruptor que sirve para iluminar sus mentes, y para que se den cuenta de que la cosa realmente no es tan complicada como parece; que aunque se necesita esfuerzo, valor y persistencia, la única condición para despertar esa creatividad es tener la disposición de hacerlo. Eso es todo. Terminen por el comienzo: que lo que aquí está escrito valga para que tomen algún instrumento en sus manos y se pongan en la tarea de iniciar una empresa (sea cual sea su carácter o contexto); que sirva para empujarlos al torbellino de la creación... estoy seguro de que el asunto no va a ser fácil, ni simple, y tal vez terminen por no quererme. No me importa, por lo menos le pondrán un poco de color a su paleta.

No busquen más allá lo que se encuentra más acá. Muchas de las respuestas a los interrogantes que surgen en el camino ya están escritas adentro de ustedes: “Si tu corazón es una lámpara, deja que te muestre el verdadero camino” (Rumi, 2004), es lo que reza una antigua máxima sufí. El reflector de la creatividad es una característica con la que cuentan todos los hombres; lo que diferencia a unos de otros es la forma de emplearlo. No sirve prenderlo una vez y abusar de su luz hasta que se funda, ni dejarlo que se llene de telarañas por olvidarnos de él y mantenerlo en el rincón más relegado de nuestras memorias. Hay que utilizarlo con prudencia, constancia y eficiencia. Muchas veces lo más complejo no es encender la Luz, sino alimentar la llama, tal y como lo aseguran, ¡gritando!, unos músicos bogotanos que se hacen llamar *BombaEstéreo*:

Mantenlo prendido, fuego;
¡No lo dejes apagar!
Mantenlo prendido, fuego;
¡No lo dejes apagar! (BombaEstéreo, 2009).

Aticen la llama; no se les ocurra dejarla morir.

En apartes de este texto sugiero que realicen ejercicios que pueden ayudarles en la travesía de la creación. No son los únicos que existen, tampoco los

más efectivos de todos. Son pocos. Lo que propongo con este escrito es un breve viaje por un mundo diverso que permita remitir a otros lugares y posibilite la opción de abrir un universo nuevo de posibilidades ante ustedes. No poseo el secreto para crear de mejor manera ni para acometer los retos con una estrategia infalible. Menciono algunas ideas que pueden apreciar en los otros capítulos, si decidieron empezar por aquí y proseguir el viaje creativo. Lo que sí les sugiero es que para ser más creativos y para estimular eso que tienen adentro, lo que yo he llamado “Luz”, es preciso estar alertas a fin de aprender algo nuevo todos los días y no sentir que lo saben todo; abonar el terreno para que el conocimiento pueda entrar sin trabas. Mejor dicho, enfrentar el camino como lo hizo aquel célebre filósofo que tras alcanzar la más alta sabiduría se dio cuenta de que “sólo sabía que nada sabía”. En esta forma, afrontar el camino se hace más hacedero y gratificante; no tendrán el riesgo de chocarse de frente contra una barrera insondable creada por sus propios prejuicios.

Así como no existen recetas ni fórmulas inapelables para convertirnos de la noche a la mañana en personas más creativas, sí hay algunas formas para estimular aquello que todos tenemos adentro. Yo les presento aquí tres acciones, muy conocidas por cierto, a través de las cuales es posible hacer que la luz que irradia adentro de nosotros se haga más clara y penetrante: *caminar*, *viajar* y *soñar*. Puede parecer muy simple, pero han sido infalibles para grandes creadores y estrategas.

Caminar, asunto que realizamos a diario sin reparar mucho en ello, puede ser de gran ayuda para despejar la mente y compenetrarnos con nuestro entorno. Además es un ejercicio apreciable y alimento para el alma. Muchas veces preferimos cualquier otra manera de transportarnos que por nuestros propios medios; pues esta vez les recomiendo —claro está que siguiendo el consejo de los expertos en creatividad— que lo hagan a conciencia. Puede ser por el campo, el bosque o en medio de la ciudad; si lo hacen solos, mejor; pueden entablar una conversación con ustedes mismos y quizás vean el interruptor que tienen en sus cabezas, o en sus corazones. Además, apreciarán la cotidianidad de la vida de primera mano, oxigenarán sus cerebros, desentumirán el cuerpo y eliminarán parte del *estrés* que acumulan a diario. Si caminan con frecuencia —mejor aún, sin un destino determinado— encontrarán muchas respuestas y, sobre todo, muchas más preguntas que, en definitiva, los harán más creativos.

En realidad se trata de algo muy sencillo y común; sin embargo, tiene un poder majestuoso:

Caminando, se aprende en la vida
Caminando, se sabe lo que es.
Caminando, se cura la herida,
Caminando, que deja el ayer.

En Puerto Rico, en Panamá
En Colombia o en New York
El que no vive, no prueba
El sabor que da el amor.

Caminando, di mil tropezones,
Caminando, y nunca paré,
Caminando, entre risa y dolores,
Caminando, pa'lante y con fe.

Con el tiempo, comprendí
Que la vida da pa' to',
Que nada borra el recuerdo
De lo que uno caminó (Blades R. , 1983).

La forma más acertada de recorrer el camino es, por muy simple que suene, *caminándolo*. Y si lo que les gusta es hacer más ejercicio, pues consigan una bicicleta. Como dijo Albert Einstein, “La vida es como andar en bicicleta, para conservar el equilibrio hay que mantenerse en movimiento”.

De cierta forma, a través de cualquiera de los dos sencillos métodos, se está viajando... por éste, y por muchos otros mundos presentes en la imaginación. Pedaleen y pedaleen; ahí está una de las claves para enfrentar el destino. Y, si pueden, tómense unos días y váyanse de viaje. Cambiarán de ambiente, conocerán nuevos aspectos de la vida, otras perspectivas, otros corazones, otras mentes. Viajar no es sólo tomar un autobús, un carro, un tren o un avión. ¡No!

Es meterse en el cuento, salirse de sus ropas, estar en la capacidad de ponerse en los zapatos de alguien más. No lo hagan sólo como turistas, sino que traten, en la medida de lo posible, de entrar en la cotidianidad de aquellos que son diferentes a ustedes. Verán el gran valor que hay en ello. Ante todo, estimularán características de sus propios pensamientos que jamás hubiesen pensado que existían. Y, si la vida se los permite, aléjense de cualquier lugar rutinario, busquen algún sitio recóndito e inesperado que sea muy, muy diferente a donde ustedes viven; si se quiere, accedan a donde no reconozcan nada ni nadie familiar, e incluso, a donde las *calles no tengan nombre*:

I want to run
I want to hide
I want to tear down the walls
That hold me inside
I want to reach out
And touch the flame
Where the streets have no name...

I want to feel
Sunlight on my face
I see the dust cloud disappear
Without a trace
I want to take shelter from the poison rain
Where the streets have no name...

Where the streets have no name...
Where the streets have no name... (U2, 1990)⁶⁰.

60 "Quiero correr / Quiero esconderme / Quiero derribar las murallas / Que me mantienen adentro de mí / Quiero extender mi mano / Y tocar la llama / Donde las calles no tienen nombre... Quiero sentir / La luz del sol tocando mi cara / Veo la nube de polvo desaparecer / Sin dejar rastro / Quiero refugiarme de la lluvia ácida / Donde las calles no tienen nombre... Donde las calles no tienen nombre... / Donde las calles no tienen nombre..." (traducción del autor).

Es hora de transitar por caminos nunca antes pensados, de apartarse de lo habitual, de abrir las ventanas de la imaginación. Es hora de soñar. Si de verdad quieren encontrar la creatividad en sus vidas, lo más recomendable es acudir a las puertas del mejor consejero: el sueño, por cierto, ligado inextricablemente a la labor de crear desde el origen del hombre: “soñar es la actividad estética más antigua”, dice Jorge Luis Borges, admirable creativo y soñador. Primero tienen que edificar las creaciones en sus pensamientos para que después puedan convertirlas en realidad. De eso se trata este cuento. Hay que proyectarse hacia el futuro; estar en la capacidad de visionar, de prever. Si no lo hacen, pueden perder mucho tiempo, como nos lo hace ver el grandioso William Shakespeare: “Un hombre que no se alimenta de sus sueños envejece pronto”. Sobre todo, pueden perder sus ideas.

Esta es una invitación para que sueñen sistemáticamente, con veras y con persistencia. Si los sueños son soñados desde la base, con solidez en su estructura, pueden resistir ciclones, temporales, tsunamis, y cualquier tipo de tormentas; siempre y cuando se mantengan firmes y sigan creciendo en el tiempo. El espíritu y la voluntad se complementan. Nos llenan de fuerza y energía; si queremos transformar al mundo, crear, les extiendo este consejo: ¡Que no les dé miedo soñar en grande!

“Si soñar un poco es peligroso; la solución no es dejar de soñar, sino soñar todo el tiempo”.

Marcel Proust

“Los que sueñan de día son conscientes de muchas cosas que escapan a los que sueñan sólo de noche”.

Edgar Allan Poe

“El hombre que ha dejado de soñar, ya no tiene por qué estar en la tierra”.

Anónimo

Soñar es seguir viviendo. No permitan que nada ni nadie en el mundo trunque sus sueños. En esto reside el secreto de la creatividad. Eso sí, deben estar dispuestos a luchar por ellos y a pagar el precio que se necesite para que puedan

hacerse realidad. No desistan nunca, así todos los demás dejen de creen en ustedes, así la multitud se congregue para vilipendiarlos, ultrajarlos o despreciarlos. Se darán cuenta de que el oficio de creador siempre trae consigo una dosis de tormento, como nos lo hace ver el genial Salvador Dalí, con estas palabras:

[...] La historia del creador auténtico no es otra cosa que una historia de insultos y usurpaciones... Toda idea profundamente original que osa presentarse sin "antecedentes conocidos" es sistemáticamente rechazada, disminuida, mutilada, masticada, escupida, destruida y, lo que es peor, reducida a la más monstruosa mediocridad. La coartada ofrecida es siempre la vulgaridad de la gran mayoría del público. Pero yo insisto: ello es absolutamente falso, porque el público es infinitamente superior que esas basuras con que es alimentado todos los días (Neret, 1999).

No tengan miedo, las manifestaciones pioneras generalmente sufren por incertidumbre e incredulidad en sus comienzos pero, si se mantiene el paso firme y la entereza de comienzo a fin, no hay nada que pueda detenerlas. Así los demás piensen lo que piensen: los que triunfan en la vida son aquellos que logran romper paradigmas.

¿Qué tienen en común Steve Jobs, Juanes, Bob Marley, John Lennon, Madonna, el Che Guevara, Margaret Thatcher, Pablo Picasso, Bill Gates, Albert Einstein y Mahatma Gandhi? Entre otras cosas, fueron capaces de luchar incansablemente para convertir sus sueños en realidad. Supieron leer el mundo y a su gente. Aunque a la mayoría no les creyeron en un principio, decidieron seguir adelante y crear desde sus propias perspectivas, despojándose de todo tipo de prejuicios. No se dejaron limitar por el "qué dirán". Acuérdense siempre que la innovación no es un proceso tecnológico, sino una actividad humana: consiste en aplicar la creatividad a un entorno específico. *Si quieren generar procesos revolucionarios, primero han de revolucionarse a ustedes mismos.*

La otra cualidad que acerca a todos estos personajes es el hecho de trabajar sin descanso, de luchar sin tregua hasta lograr sus cometidos. De no desfallecer. Y, por encima de todo, de amar sus creaciones. Tienen muy claro que la finalidad de sus esfuerzos es transformar el mundo. Ese es el verdadero sentido de la creatividad. No se trata de crear exclusivamente para conseguir bienes materiales, o para hacerse más ricos. Hay que tener mucho cuidado con pensar que el fin de la creatividad es el dinero; éste no les servirá de nada en la vida si no lo

acompañan de sentido de pertenencia, de amor propio, de querer lo que hacen. Por eso se dice que: “hay gente tan pobre, que lo único que tiene es plata”.

Casos los hay de todos los tipos. En este momento mencionaremos sólo el de aquel que nos guía desde el primero hasta el último capítulo, aquel genio de los “comienzos” y de los “finales”, el grandioso Edgar Allan Poe, escritor entre escritores, tal vez el más maravilloso narrador de cuentos anglosajón de todos los tiempos. Su obra ha llegado hasta acá y seguirá alumbrando las vidas de los que están por venir. Tristemente no fue vendida de la mejor manera mientras Poe estaba en vida, aunque sí fue muy apreciada y admirada. Tanto así que antes de morir olvidado, el maestro bostoniano era considerado como uno de los más grandes escritores de Norteamérica. Con eso se ganó la dignidad y el orgullo, mas no oro a borbotones; en realidad esto le sucedió porque realizó un par de acciones poco estratégicas en la negociación de los derechos de sus obras. La idea también es aprender de los errores que cometemos y de los que otros han cometido para no caer en la misma trampa siempre. Sin embargo, lo que hay que rescatar ahora es que el legado de su obra hoy está más vivo que nunca, y sus oscuras narraciones y poemas seguirán iluminando a la humanidad por siempre.

En el otro extremo tenemos a John Allan, padre putativo de Poe, quien acumuló mucho, mucho dinero en vida, y fue considerado como uno de los hombres más acaudalados de su época. No obstante, al parecer no le gustaba compartir su fortuna, ni siquiera con su propio hijo. Tanto así que años antes de romper para siempre con la tortuosa relación que llevaron, Edgar Allan le escribió a su padre, sin atenuantes, las siguientes líneas: “Quiero, pues, expresarlo con libertad: es a su parsimonia y su tacañería a las que hay que achacar todas las dificultades en las que me vi envuelto en Charlottesville” (Conde, 2004). Allá terminó muy mal nuestro magno escritor. El caso es que el uno murió abandonado y en una situación de pobreza muy triste para alguien de su talante, mientras que el otro acabó su vida en una cama dorada, rodeado de todas las comodidades posibles para la época.

La pregunta pertinente para hacernos aquí es: ¿quién le aportó más a la humanidad? ¿El millonario Allan o el creativo Poe? Creo que la respuesta es tan clara que no necesita ni siquiera ser nombrada... en realidad, hoy conocemos a John Allan, sólo porque fue el padre del maestro, por nada más; sus millones no le servirán nunca para ganarse el respeto o la admiración de nadie. Las



¡La fábrica de ideas!: Creatividad y estrategia en un mundo diverso

palabras desnudas de Poe, sí que lo harán. La mera creatividad, despojada de toda arandela, se encuentra allí presente; no permitan que el falso resonar del oro apague su Luz:

¡Que no nos importe que haya gente sin dinero, pero que nos remuerda la conciencia que exista gente sin ideas!

¡FIN!

AGRADECIMIENTOS

CREATIVAMENTE

Escribir es, a primera vista, una actividad personal. Se sienta uno frente a su vieja máquina o a veces saca lápiz y papel, y se conecta con el universo por medio de la palabra. Ese es el momento de la creación, cuando se encienden las luces y se pasa de la mera especulación a la acción; a la acción de convertir los sueños en realidad. De eso se trata este cuento: *¡La fábrica de ideas!* es un sueño que —sin dejar de serlo nunca— ha devenido en real. Aunque es mi sueño individual, jamás hubiera podido materializarse sin la colaboración de un gran número de personas. Todos ellos —mucho más que yo solo conectado con las musas— son los creadores de este libro.

Soy muy afortunado porque durante este proceso de creación siempre estuve rodeado de *creatividad*, es decir, del soporte de quienes no les bastó con brindarme un necesario apoyo desde sus espacios particulares, sino que construyeron conmigo esta obra. Es inevitable que algunos de ellos queden por fuera de estas palabras (no de la creación en sí, por supuesto); espero poder extenderles personalmente mi agradecimiento.

El primer ladrillo con el que comenzó todo me lo entregó el doctor Marco Fidel Rocha, quien, por algún motivo, vio en mí un espíritu creativo y me contrató como profesor de la Universidad. No conforme con ello, desde entonces ha sido un maestro, un amigo y un guía que ha iluminado mi camino con perspicacia y sabiduría.

Luego llegó a la carretera Mauricio Rodríguez Múnera a quien oficialmente le debo la escritura de este libro. Fue él quien me comisionó para hacerlo. No sólo eso; avivó en mí la llama de la creatividad, e hizo que abriera los ojos al maravilloso mundo de la innovación. Siempre ha estado comprometido con este proyecto, hasta el punto de regalarle un espacio de su precioso tiempo para escribir el prólogo. Más que palabras de gratitud, tengo la responsabilidad de mantener la Luz encendida y de acompañarlo en lo que se le ocurra.

Al doctor José Manuel Restrepo le agradezco el incondicional apoyo brindado, así como el propósito de compartir este sueño conmigo y de posibilitar su puesta en marcha.



Luis Hernando Rodríguez, pieza fundamental para pasar de las ideas volátiles a una estructura sólida y coherente.

Ana María Durán no sólo ha soportado mis caprichos, sino que ha colaborado decisivamente para que los pueda llevar a cabo.

A Tulia, Claudia, Alicia, Magda, Esperanza y todo el equipo administrativo, logístico y financiero del CESA les debo la consecución material de este proyecto. A Paula Cañas le doy las gracias por acompañarme en esta última etapa del camino hacia la publicación del libro; espero que apenas sea el comienzo de un gran recorrido. Juan Santiago: gracias por el soporte... y por permitirme la posibilidad de cambiar de nombre frente a nuestros pupilos. Arturo Huertas: impulso, apoyo crítico y permanente consejo. Y tres personajes que no sólo me abrieron las puertas a los lugares más importantes de la Universidad, sino que han tenido la generosidad de hacer mis días más felices: Celiar, Alvarito y Gustavo. Muchas gracias por todo.

Nada sería lo mismo sin la motivación y *elegancia* que han brindado a mis días los queridos alumnos del CESA. ¡Es gracias a ustedes que me meto en estas locuras!

Un especial reconocimiento para Catalina García que me asistió con la mejor de las voluntades en la elaboración de este libro. Así como para Laura Isaza, encargada por un buen tiempo de poner en orden el delirante cosmos de *Aprender a Pensar*.

Julianita Ortiz: compañera, amiga e inspiración, es tal el aprecio que siento por ella que “la quiero destruir”. Tatiana Rudd, siempre acompañándome en el camino.

A Guillermo Solano, el hombre que le cabe la innovación en la cabeza: si sigue por esa vía —y con esa *actitud*— no está muy lejos el día en el que la transformación de esta sociedad en una mucho más creativa sea una realidad.

Xavier Serrano, gracias por la valiosa crítica constructiva: tenemos adelante un largo camino innovador por transitar.

Charles King “el palenquero fino” y “Los inteligentes”: 100% pura creatividad en acción. ¡Qué sabor el que le han aportado a mi vida!

Para los “locos ADAMs” mi más sincero reconocimiento: ¡Qué equipo tan creativo! Juan Camilo, ¡Muchas ideas para una sola cabeza tan “brillante”!: compañero y colega constructor de sueños. Peter Doyle: se necesitan más estrategias así para que la creatividad florezca.

Los más cercanos, los incondicionales, José Miguelito: ¡Qué compañía, qué afecto y qué buen consejo!; María Magdalena: espíritu, ánimo y energía; doctor Sergio: sabiduría, estrategia y experiencia (admirable camino por emular); Pilarica: cariño, amor y capacidad para aterrizar las quimeras (la mejor profesora del mundo, sin ninguna exageración); Gloria Stella: apoyo; Laura: frescura; Carolina: actitud, alegría y estilo; Daniel (*Sensei*): ¡maestro de maestros!, una antorcha que alumbra mis ideas.

Claudita – mi pajarito – eres la Luz de mis días.

¡Gracias!

BIBLIOGRAFÍA

- Abbey, E. (8 de 8 de 2008). *www.grinningplanet.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de <http://www.grinningplanet.com/6001/environmental-quotes.htm>
- Anónimo (11 de 3 de 2009). *www.profesoragrahasta.com*. Recuperado el 9 de julio de 2009, de <http://www.profesoragrahasta.com/2009-cuentos/carrera-de-sapos.html>
- Baudelaire, C. (1977). *Works of Edgar Allan Poe: With a Study of His Life and Writings by Charles Baudelaire*. Boston: Ams Pr Inc.
- Beckham, D. (7 de julio de 2007). *www.saidwhat.co.uk*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de http://www.saidwhat.co.uk/quotes/sport/david_beckham/when_i_was_7_i_wanted_2964
- Blades, R. (compositor) (1983). *Caminando*. [R. Blades, intérprete, & R. Blades, dirección]. Panamá.
- Blades, R. (compositor) (2004). *Prohibido olvidar*. [R. Blades, intérprete]. Nueva York, NY, Estados Unidos.
- BombaEstéreo (compositor) (2009). *Blow Up*. [BombaEstéreo, intérprete, & BombaEstéreo, dirección]. Bogotá DC, Bogotá DC, Colombia.
- Bradbury, R. (1979). *The Martian Chronicles*. New York: Bantam Books.
- Breton, A. (25 de noviembre de 2000). *www.lices.com*. Recuperado el 16 de enero de 2010, de http://www.liceus.com/cgi-bin/ac/pu/Francisco_Arias_Breton.asp
- Calle13 (compositor) (2005a). *Atrévete* [Calle 13, intérprete, & Calle13, dirección]. Miami, Florida, Estados Unidos.
- Calle13 (compositor) (2005b). *Japón*. [Calle13, intérprete, & Calle13, dirección]. San Juan, Puerto Rico, Estados Unidos.
- Cameron, J. (1992). *The Artist's Way*. New York: Tarcher.
- CharlesKing (compositor) (2001). *La guerra de los cayaos* [CharlesKing, intérprete, & CharlesKing, dirección]. Cartagena, Bolívar, Colombia.
- Clark, T. (2007). *Starbucked*. New York: Little, Brown and Company.
- Coldplay (compositor) (2005). *If you never try*. [Coldplay, intérprete]. Londres, Inglaterra.

- Conde, J. A. (2004). *Edgar Allan Poe: el nocturno americano*. Bogotá: Panamericana Editorial.
- Correa, D. (13 de mayo de 2009a). *Oriente hoy y siempre* (J. D. Correa, entrevistador).
- Cortázar, J. (1994). *Cuentos Completos / 1*. Madrid: Alfaguara.
- Cortázar, J. (7 de agosto de 2009b). *lanoveladeunanovelistablogspot.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de lanoveladeunanovelistablogspot.com: <http://lanoveladeunanovelistablogspot.com/2009/08/yo-creoque-desde-muy-pequeno-mi.html>
- Cortázar, J. (29 de agosto de 2008). *taringa.net*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de <http://www.taringa.net/posts/info/1498489/Frases-c%C3%A9lebres-de-Cort%C3%A1zar.html>
- Cortázar, J. (13 de julio de 2009c). *www.mediosmedios.com.ar*. Recuperado el 13 de julio de 2009, de <http://www.mediosmedios.com.ar/Frases%20para%20no%20olvidar.htm>
- Da Vinci, L. (8 de mayo de 2006). *www.imagenes.telematica.net*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de http://imagenes.telematica.net/2009/Comunidad_Mujer/MANUAL_CUARTA_REUNION_DE_GRUPO_DE_GUIADAS.pdf
- Dalí, S. (30 de enero de 2009). *www.taringa.net*. Recuperado el 12 de julio de 2009, de http://www.taringa.net/posts/arte/2084551/Simplemente___Dal%C3%AD.html
- DeVito, D. (dirección) (1989). *La guerra de los Rose* [Película].
- Edison, T. (27 de julio de 2004). *www.todoarquitectura.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de http://www.todoarquitectura.com/v2/foros/topic.asp?Topic_ID=13121
- Federación Nacional de Cafeteros (2008). *El café en Colombia*. Bogotá: FNC.
- García Lorca, F. (1957). *Obras completas*. Madrid: Aguilar.
- García Márquez, G. (2004). *Memoria de mis putas tristes*. Bogotá: Norma.
- García Márquez, G. (2002). *Vivir para contarla*. Bogotá: Norma.
- Gates, B. (12 de julio de 2009). *www.monterreylight.com*. Recuperado el 12 de julio de 2009, de http://monterreylight.com/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=485

- Gates, B. (2006). *www.viadescape.com*. Recuperado el 12 de julio de 2009, de <http://www.viadescape.com/laignoranciamata/2006/01/frases-sueltas-microsoft-y-bill-gates.html>
- Gladwell, M. (2002). *Blink: the power of thinking without thinking*. New York: Little Brown.
- Gladwell, M. (2000). *The Tipping Point*. New York: Little Brown.
- Goethe, J. W. (24 de noviembre de 2002). *www.citas-comunidad.com*. Recuperado el 19 de enero de 2010, de <http://citas-comunidad.com/autores/johann%20wolfgang%20von%20goethe/citas.html>
- Goldman, A. (2001). *The lives of John Lennon*. Chicago: Chicago Review Press
- Gómez, J. H. (2001). Juan Esteban Aristizábal, Juanes: cantante, compositor rockero, parcero. *Diners*.
- Grijelmo, A. (2006). *Defensa apasionada del idioma español*. Madrid: Punto de Lectura.
- Guevara, E. (12 de julio de 2009). *misfrases.com*. Recuperado el 12 de julio de 2009, de <http://www.misfrases.com/blog/seamos-realistas-y-hagamoslo-imposible/>
- Jackson, M. (compositor) (1978). *Off the wall* [M. Jackson, Intérprete, & M. Jackson, Dirección]. Los Angeles, California, Estados Unidos.
- Jobs, S. (12 de junio de 2005). *Stanford University*. Recuperado el 12 de julio de 2009, de <http://news-service.stanford.edu/news/2005/june15/jobs-061505.html>
- Kasparov, G. (2007a). *Cómo la vida imita al ajedrez*. Madrid: Debate Editorial.
- Kasparov, G. (2007b). *How life imitates chess*. New York: Bloomsbury USA.
- Kasparov, G. (2007). *How Life Imitates Chess: Making the Right Moves, from the Board to the Boardroom*. New York: Bloomsbury USA.
- Kravitz, L. (compositor) (2000). *Believe* [L. Kravitz, intérprete, & L. Kravitz, dirección]. Los Angeles, California, Estados Unidos.
- Lanier, A. R. (1991). *Cómo trabajar y negociar con japoneses*. Madrid: Legis.
- Lennon/McCartney (compositor) (1969). *The long and winding road* [T. Beatles, intérprete, & Lennon/McCartney, dirección]. Londres, Inglaterra.

- Lennon/McCartney (compositor) (1965). *We can work it out*. [T. Beatles, intérprete, & Lennon/McCartney, dirección]. Londres, Inglaterra.
- Lewis, L. (10 de julio de 2008). *www.nme.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de <http://www.nme.com/blog/index.php?blog=121&p=5004&more=1&c=1>
- Llosa, M. V. (30 de enero de 2010). *Hay Festival 2010* (H. A. Faciolince, entrevistador).
- Mailer, N. (1997). *Picasso: Portrait of Picasso as a Young Man*. New York: Abacus.
- Metzger, R. (2008). *Van Gogh*. Colonia: Taschen.
- Michaelson, G. A. (2000). *El arte de la guerra para directivos*. Madrid: Gestión 2000.
- Neret, R. D. (1999). *Dalí: la obra pictórica completa*. Nueva York: Taschen.
- Obama, B. (16 de febrero de 2008). *www.youtube.com*. Recuperado el 13 de julio de 2009, de http://www.youtube.com/watch?v=_cd-AJeJvBE
- Ortega y Gasset, J. (1983). *El hombre y la gente*. Madrid: Alianza Editorial.
- Osho (2003). *Zen: el camino de la paradoja*. Madrid: Griffin.
- Cote, Ramón (2008). *Cezanne*. Bogotá: Panamericana Editorial.
- Parra, D. (2003). *Creativa/mente*. Bogotá: Norma.
- Picasso, P. (12 de julio de 2009). *www.sabidurias.com*. Recuperado el 12 de julio de 2009, de <http://www.sabidurias.com/cita/es/6227/pablo-picasso/el-principal-enemigo-de-la-creatividad-es-el-buen-gusto>
- Pink, D. H. (2006). *A whole new mind*. New York: Riverhead Trade.
- Prince (compositor) (1991). *Diamond and Pearls* [Prince, intérprete, & Prince, dirección]. Los Angeles, California, Estados Unidos.
- Real Academia Española (1998). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Rebetez, R. (1997). *La Odisea de la Luz*. Bogotá: Martinez Roca.
- Reyes Copello, G. (2003). *Don Julio Mario*. Bogotá: Grijalbo.
- Rumi, J. (2004). *Poemas selectos*. Londres: Penguin.
- Simmons, G. (15 de octubre de 2005). *www.jayofteror.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de <http://www.jayofteror.com/lofiversion/index.php/>

- Smith, R. (compositor) (2001). *Just Say Yes*. [T. Cure, intérprete]. Londres, Inglaterra.
- Sorzano, G. (2006). *Lógica de-mente*. Santo Domingo: Editorial Pagés.
- Spinetta, L. A. (compositor) (2001). Bajan. [L. A. Spinetta, intérprete]. Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Taibo II, P. I. (2005). *Ernesto Guevara más conocido como el Che*. Buenos Aires : Booket.
- Team, A. (5 de mayo de 2007). *www.team.com.co*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de <http://www.team.com.co/contenido/capitulo.asp?chapter=162>
- Tzu, S. (2001). *El arte de la guerra*. Madrid: Trotta.
- U2 (compositor) (1990). *Where the streets have no name* [U2, intérprete, & U2, dirección]. Dublin, Irlanda, Irlanda.
- van Gogh, V. (1 de junio de 2009). *www.lahueca.tumblr.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de <http://lahueca.tumblr.com/post/133554130/sue-o-mis-pinturas-entonces-pinto-mis-sue-os>
- van Gogh, V. (4 de noviembre de 2008). *www.misfrases.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de <http://www.misfrases.com/blog/encuentra-bello-todo-lo-que-puedas-la-mayoria-no-encuentra-nada-suficientemente-bello/>
- Wilde, O. (1997). *Un marido ideal*. Nuevo Siglo: Madrid.
- Wilde, O. (2002). *Vera o los nihilistas*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- www.cesa.edu.co. (6 de junio de 2009). *www.cesa.edu.co*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de www.cesa.edu.co
- www.cmtv.com.ar. (3 de enero de 2008). *www.cmtv.com.ar*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de http://www.cmtv.com.ar/noticias/show.php?bnid=301&banda=Carlos_Vives
- www.elpais.com. (30 de octubre de 2008). *www.elpais.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de http://www.elpais.com/articulo/cultura/Acusan/Woody/Allen/plagio/elpepucul/20081030elpepucul_10/Tes
- www.geocities.com*. (5 de 12 de 2000). Recuperado el 13 de 7 de 2009, de http://www.geocities.com/covidat/noeslo_mismo.html

- www.grinningplanet.com. (25 de noviembre de 2007). *www.grinningplanet.com*. Recuperado el 8 de febrero de 2010, de www.grinningplanet.com: www.grinningplanet.com
- www.rollingstone.com. (18 de junio de 2008). *www.rollingstone.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de http://www.rollingstone.com.ar/nota.asp?nota_id=1022586
- www.semana.com. (27 de julio de 2009). *www.semana.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de <http://www.semana.com/galeria-galerias/cienaga-grande-santa-marta-peligro/465.aspx>
- www.snopes.com. (2 de diciembre de 2007). *www.snopes.com*. Recuperado el 18 de agosto de 2009, de <http://www.snopes.com/inboxer/outrage/mlking.asp>
- Zöllner, F. (2007). *Leonardo Da Vinci: obra pictórica completa y obra gráfica*. Colonia: Taschen.

ESTE LIBRO FUE COMPUESTO EN
CARACTERES ADOBE GARAMOND PRO 12,3 PUNTOS
IMPRESO SOBRE PAPEL PROPAL LIBRO BEIGE DE 70 GRAMOS

JULIO DE 2010,
BOGOTÁ, D.C., COLOMBIA.