



Carlos Luna, la Fundación Botín, en el escenario donde impartió la ponencia práctica 'Estimulando el pensamiento creativo'. :: ROBERTO RUIZ

«Introducir la creatividad en el aula es sembrar la semilla del liderazgo»

Carlos Luna Profesor de UFV y director creativo de PuedesMasMarketing

«Vivimos en la dictadura del pensamiento inmediato», dice tras «despertar a la bella durmiente», en el curso de la Fundación Botín

:: MARTA SAN MIGUEL

SANTANDER. Pocas cosas tienen tanto sentido como pensar, pero pensar sin sentido es peor aún que no hacerlo. Algo de juego y riesgo tienen los trucos casi infantiles que propone el director creativo de la agencia PuedesMasMarketing y profesor de la Universidad Francisco de Vitoria para despertar a la bella durmiente; la creatividad. Lo hizo en la última planta de la Fundación Botín, exponiendo a sus alumnos (una treintena de personas vinculadas al área de la educación y las artes) a reformularse la manera que tienen de ver y enfrentarse al mundo. «¿Por qué cambiar si siempre se ha hecho así?», se cuestiona este consultor, que apea a renovar no tanto el pensamiento y la búsqueda de soluciones en empresas, familias, colegios o cualquier forma de sociedad, sino el modo de hacerlo: «La creatividad complica, implica y exige poner en crisis toda nuestra manera de mirar», dice. El resultado es descubrir soluciones donde antes no había. **Aunque lleva una década trabajando en ello, la Fundación Botín ha dedicado la última semana a**

profundizar en la idea de cómo despertar la creatividad, ¿por qué es necesario hacerlo?

«No sólo es necesario, es una cuestión 'vital'. Tanto a nivel personal como organizacional, la creatividad es la única ventaja competitiva sostenible en el tiempo. Todo lo demás es copiable, imitable. Está demostrado que el 80 por ciento de los proyectos que se lanzan al mercado fracasan, y este dato, en mayor medida, es al pensar y crear proyectos y productos que siguen siendo 'más de lo mismo'. Ser creativo es también una actitud vital, ya que recuperamos esa alegría profunda (más allá de la diversión) que muchas veces vemos que falta en nuestra sociedad.

«Creatividad es un término que choca en la mente de la sociedad actual, ya que se vincula a hechos artísticos alejados de lo que se presupone prioritario: la mentalidad productiva. ¿Qué le diría a los escépticos?»

«Creo que el ser humano en su esencia es un ser creador, con una facultad creativa que le permite elevar cualquier realidad a su máximo esplendor: desde un lienzo, un bloque de granito, un problema de tráfico en una ciudad, hasta una cena cotidiana en cualquier hogar familiar... Y que lo mágico está en que cuando lo hace, y es consciente de que lo hace, se le abren nuevas posibilidades, y nueva energía para transformar su entorno. El problema son las categorías mentales

y el pensamiento eficiente que hemos desarrollado en esta sociedad: un pensamiento atrapado en lo inmediato, que busca la solución más rápida y eficiente, y que imposibilita contemplar las infinitas posibilidades que existen.

«¿Se puede hablar de creatividad en un país con cinco millones de parados?»

«No se puede. Se debe. Dado que existen más de cinco millones de razones para hacerlo. Muchas ve-

ces el problema no es el problema, sino la concepción del problema que se tiene. Ya que si esa perspectiva es errónea, lo más seguro es que las 'soluciones' que se diseñen también lo sean. Lo que ocurre es que la creatividad complica, implica y exige poner en crisis toda nuestra manera de mirar, pensar y hacer las cosas, despojándonos de nuestra zona de confort en la que tan 'a gustito' estamos.

«La crisis va a cambiar la forma de percibir el mundo? ¿Qué papel puede jugar un pensamiento creativo en estos tiempos cambiantes y convulsos?»

«Eso dicen, pero ¿realmente estamos cambiando nuestra mirada ante esta situación o queremos seguir agarrados a nuestros modelos del pasado? Sinceramente creo más que estamos en la segunda, ya que estamos buscando soluciones dentro de la misma 'caja' y así es muy probable que no se generen soluciones radicalmente distintas y transformadoras. La creatividad requiere valentía para atrevernos a poner en crisis nuestro modelo de sociedad, ciudadanía, productividad, empresa, gobierno... Pero cuando lo haces y desarrollas un pensamiento creativo estableciendo nuevas relaciones con ámbitos distintos, descubres soluciones que jamás pensabas que existirían.

«No han faltado algunos políticos demandando más iniciativa por parte de los jóvenes para crear nuevas empresas y generar em-

pleo, ¿cree que falta ese tipo de creatividad en España?»

«Creo que necesitamos más espíritu emprendedor... Pero antes de eso necesitamos enseñar y desarrollar un pensamiento flexible (que no blando) y relacional que nos permita salirnos del 'más de lo mismo' en el que estamos sumergidos... Además necesitamos desarrollar nuevos procesos creativos que permitan hacer tangibles las ideas empresariales para que sean innovaciones sostenibles, rentables y que valor a nuestra sociedad. En mis sesiones, me encuentro con emprendedores que muchas veces están empeñados en encontrar ese 'algo nuevo' para hacer o lanzar al mercado. Creo que hoy en día es más importante la creatividad de los 'comos' que la de los 'ques', es decir, encontrar formas nuevas de prestar un servicio o producto que a lo mejor ya existe.

«En su intervención en el curso de la Fundación Botín abogaba por cambiar la forma de mirar para descubrir otra realidad... ¿Hay más miopes o directamente vivimos un ensayo sobre la ceguera?»

«Vivimos en la dictadura del pensamiento inmediato, eficiente, e invariable que nos dice: ¿Por qué cambiar si siempre se ha hecho así? Y esto, unido a una falta de conciencia de nuestra existencia y de sus múltiples posibilidades, nos hace que en muchas ocasiones vivamos con mucha, mucha miopía. ¿Aboga por reconstruir la propia identidad desde la creatividad? ¿Qué papel juega en esto las prácticas artísticas?»

«Totalmente. En este mundo globalizado, frenético, cambiante, y cada vez más conectado, podemos correr el riesgo de olvidarnos cada uno de nosotros de lo que realmente somos, de lo que nos apasiona, y de la huella que deseamos dejar en este mundo, perdiendo así lo que nos da nuestra identidad. La creatividad es sacar tu verdadero yo afuera, es atreverse a ser la persona que realmente eres, aportando el carácter único de tu ser a tu momento de la historia. En esto el arte, como una actitud creativa en el día a día, nos puede ayudar a remover, apasionar y en definitiva a despertar nuestra bella durmiente.

«En la actualidad incluso la cultura se presupone como un producto más, en ese caso de ocio, ¿qué riesgo corremos al convertirla en un acto más de consumo?»

«¡Simplemente que nos perdemos parte de la película! Sin dejar que esa realidad nos hable profundamente, nos implique, nos transforme, y nos recuerde que somos creativos.

«En cuanto la educación, ¿qué efecto tendría introducir la creatividad en las aulas, en el método didáctico que se sigue?»

«Sembraríamos la semilla del liderazgo en la sociedad... Potenciando un talento que se atreviera a emprender, con mayor autoestima, mayor visión, originalidad en sus ideas, mayor proactividad... Pero claro, esto supone muchos cambios a nivel institucional, cultural, etc... Y no sé si estamos realmente dispuestos a asumirlos.