

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
-------	--------	------	------	--------

22/04/2013 DIARIO PULSO - STGO-CHILE 8 8 ¡ORIGINALES, NO! ¡CREATIVOS, SÍ!

EnPáginaPar

¡Originales, no! ¡Creativos, sí!

PABLO FERNÁNDEZ



TENGO la teoría de que en algún momento la idea de ser creativo se cruzó con la idea de ser original y ambos conceptos empezaron a ser asociados de manera indisoluble. Desde entonces estamos en una persecución infructuosa por ser originales, como si eso fuera la piedra angular de cualquier innovación o emprendimiento que queramos llevar a cabo, cuando para mí (humilde aficionado al tema) la originalidad está sobrevalorada y la

creatividad mirada en menos. Ser creativo es simplemente tener la capacidad de crear, es decir, generar algo donde antes no había nada. No tiene que ser nuevo o completamente distinto a lo previamente existente, sino simplemente existir. Kirby Ferguson, en una excelente serie de videos, nos dice que "todo es una remezcla" ("Everything is a remix", búsqwenlo en la web). Más aún, él plantea que los grandes creadores partieron copiando la obra de otros. Para él la copia, la modificación y la combinación del trabajo de otros son las fuentes pri-

marias de la creatividad. En un mundo que nos bombardea constantemente con información, nuevas ideas y nuevos productos: ¿por qué gastar nuestras fuerzas en luchar contra ellas? Mejor usarlas a nuestro favor como fuentes de inspiración. Cuando los creadores de Dropbox presentaron su producto en una ronda de inversionistas, muchos les preguntaron para qué otra aplicación de hosting online (efectivamente había varias peleándose el mercado en ese momento). "¿Cuántos de ustedes usan alguna de estas aplicaciones?". Silencio en la sala. "Nosotros nos esforzaremos porque el día de mañana todos lo hagan". Su talento estuvo puesto al servicio de generar una plataforma lo más sencilla, amigable y práctica de usar, no en justificar qué tan nueva o única era su idea. No son el único caso. Facebook tiene un parecido indiscutible con MySpace y buscadores existían por miles antes de la llegada de Google. Así suma y sigue. En la mayoría de los casos, lo más creativo en una idea no radica en su originalidad, sino en la forma en que es ejecutada y puesta en práctica. Ahí radica su belleza. En eso está su valor. ☺

El autor es director de innovación FEN Universidad del Desarrollo.

