



Liderar, Aprender, Innovar,
Emprender, Comunicar,

CREALOGAR

Carlos A. Churba | Ricardo Colusso

Crealogar

Liderar, Aprender, Innovar, Emprender, Comunicar

Ricardo Colusso y Carlos A. Churba

Este libro está a la venta en <http://leanpub.com/crealogar>

Esta versión se publicó en 2013-08-25



This is a [Leanpub](#) book. Leanpub empowers authors and publishers with the Lean Publishing process. [Lean Publishing](#) is the act of publishing an in-progress ebook using lightweight tools and many iterations to get reader feedback, pivot until you have the right book and build traction once you do.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported License](#)

¡Twitea sobre el libro!

Por favor ayuda a Ricardo Colusso y Carlos A. Churba hablando sobre el libro en [Twitter!](#)

El tweet sugerido para este libro es:

Estoy comenzando a #Crealogar con @RColusso y @CarlosChurba a través de <http://leanpub.com/crealogar>

El hashtag sugerido para este libro es [#crealogar](#).

Descubre lo que otra gente está diciendo sobre el libro haciendo click en este enlace para buscar el hashtag en Twitter:

<https://twitter.com/search/#crealogar>

Índice general

Prólogo	2
Creálogo	3
La definición de Creatividad	4
¿Por qué Desarrollar la creatividad en las empresas?	5
Crear con los otros: Crealogar	6
Ganar-Ganar	7
La diferencia entre intercambiar manzanas e ideas	8
La Era de la Potenciación de la Creatividad	9
Breve historia de la creatividad	10
La Creatividad ¿es una cuestión de creencias?	11
La complejidad, la transdisciplina y la creatividad	13
Los Niveles de la Creatividad	14
Invertir en creatividad	15
Crealogar con obras de arte	16
EUREKA: El grito de Arquímedes	17
La Personalidad de los Creadores	18
Pensamiento de Einstein sobre las crisis	20

Crealogar



Ganar-Ganar

Liderar, Aprender, Innovar, Emprender, Comunicar,

CREALOGAR

Carlos Churba - Ricardo Colusso

Prólogo

Hoy asistimos a uno de los acontecimientos más revolucionarios en la historia de la humanidad: La Era de la Potenciación de la Creatividad Humana.

Estamos en condiciones de concretar lo que antes era una utopía: lograr el desarrollo, la formación, la capacitación en creatividad para que todas las personas puedan convertirse en creadores de conocimiento y nuevos desarrollos artísticos, empresariales, espirituales, científicos.

Hace unos años en el libro: La Creatividad ... planteamos que “*El ser humano es el ser creador por esencia y por excelencia*” y diseñamos el M.I.F.A.C. (*Modelo Integral Facilitador de la Creatividad*) () para plasmar en la práctica nuestras propuestas.

Con el MIFAC contamos con conceptos, instrumentos, métodos y técnicas que hacen realidad los objetivos propuestos y permiten producir un salto cualitativo para arribar a un nuevo paradigma: “*crealogar*”. Los paradigmas actúan como filtros que condicionan nuestra manera de percibir, escuchar, pensar determinando nuestra realidad subjetiva.

Aplicar el nuevo paradigma del *Crealogar* nos permite abrirnos a una extraordinaria generación de visiones diferentes, superadoras del paradigma del “yo gano/tú pierdes” o de la colaboración (trabajar juntos) para lograr la co-creación (crear juntos).

El *Crealogar* modifica nuestra manera de trabajar, de crear, de cooperar y nos guía en el camino hacia lo nuevo, lo aún no transitado, hacia la escucha y la resonancia selectiva, hacia la valoración diferida, hacia la flexibilidad, la originalidad para generar nuevas ideas y no repetir las ya conocidas, hacia la predisposición a un modo empático de funcionamiento donde el ganar-ganar tenga un lugar y el yo gano-tú pierdes no tenga cabida.

Hemos además planteado que la creatividad es transdisciplinaria, se aplica en todos los campos, profesiones, disciplinas, oficios.

Alguien dijo que un libro puede cambiar la vida de una persona. Esperamos que este sea tu caso. Este libro, que está en tus manos, te invitará a descubrir y a utilizar tu potencial creador, muchas veces desconocido o subestimado y convertirlo en realizaciones concretas y exitosas: obras, diseños, proyectos, propuestas y emprendimientos.

En síntesis un libro práctico, aplicable e inspirador.

Creálogo

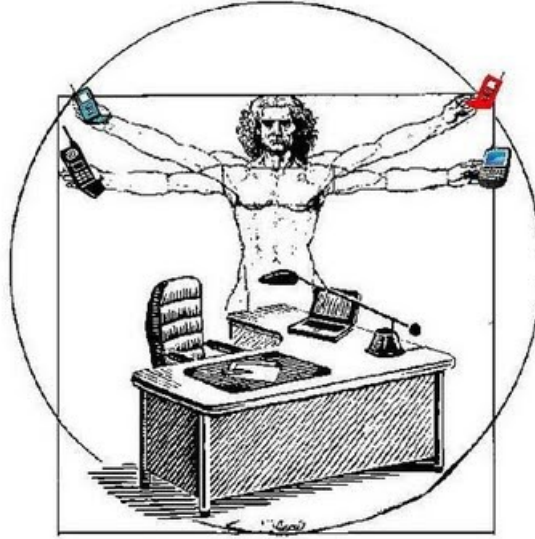


Imagen: Wired Man <http://www.flickr.com/photos/notionscapital>

- 1-SER HUMANO ES SER CREADOR, TODOS TENEMOS POTENCIAL CREADOR
- 2- TODO ABSOLUTAMENTE CUANTO EXISTE, HA SIDO CREADO POR LA NATURALEZA O POR EL HOMBRE
- 3- LA CREATIVIDAD PUEDE SER DESARROLLADA
- 4- “LA ACTITUD” FAVORABLE A LA CREATIVIDAD ES EL PRIMER PASO
- 5- “APERTURA” HACIA EL ENTORNO O HACIA NUESTRO INTERIOR
- 6- “ACEPTAR”, RECIBIR TODA IDEA QUE NOS SURJA
- 7- “DIFERIR EL JUICIO”. HAY UN MOMENTO PARA GENERAR IDEAS, OTRO PARA VALORARLAS Y OTRO PARA REALIZARLAS
- 8- “RESONANCIA SELECTIVA” ESCUCHAR LAS IDEAS DE LOS OTROS PARA DESARROLLARLAS, NO PARA DISCUTIRLAS
- 9- ESTIMULAR LA CAPACIDAD PARA EL ASOMBRO
- 10- “JUGAR”, EXPLORAR, EXPERIMENTAR CON LAS IDEAS, OBJETOS Y SITUACIONES
- 11- TOLERAR LA AMBIGUEDAD Y LA INCERTIDUMBRE
- 12- EXPRESAR, DAR FORMA A NUESTRAS IDEAS, EMOCIONES E IMÁGENES

La definición de Creatividad



Find the Idea, <http://www.flickr.com/photos/khalidalbaih/5134654297/#/>

La creatividad es

“Percibir, idear y expresar lo nuevo y valioso”

Consiste en la realización de tres acciones:

Percibir¹: Percibir de manera no habitual los Estímulos Externos a través de los 5 sentidos y estar abiertos a percibir los Estímulos Internos: la Imaginación, el Pensamiento, las Sensaciones y los Sentimientos.

Idear²: Generar ideas, utilizar técnicas de creatividad, realizar un proceso creador , tener en cuenta las etapas que lo componen.

Expresar³: Dar a luz, ex-presar: poner la presión fuera de nosotros en el mundo compartido, materializar, concretar, seguir un camino de descubrimiento.

¹<http://carloschurba.wikispaces.com/Ampliar+la+capacidad+de+Percibir>

²<http://carloschurba.wikispaces.com/Idear>

³<http://carloschurba.wikispaces.com/Expresar+la+Creatividad>

¿Por qué Desarrollar la creatividad en las empresas?



Evento Agile Open Mayo 2013 - Montevideo, Uruguay

Por vivir y trabajar en una era dónde todo va cambiando necesitamos conocer, diseñar y aplicar estrategias creativas para enfrentar los nuevos desafíos y dar respuestas innovadoras.

La disyuntiva central hoy para las Empresas y Organizaciones es transformarse, innovar, crear o por el contrario estancarse y desaparecer ante la crisis internacional y los cambios multisectoriales (sociales, económicos, culturales y tecnológicos) de nuestro tiempo.

La revolución en la capacitación se fundamenta hoy en incorporar los modelos y las técnicas del campo de la creatividad en todos los niveles de la organización.

Crear con los otros: Crealogar



Capacitación Kleer en Universidad EAFIT - Medellín, Colombia

El tema de la educación en nuestro siglo tiene un eje fundamental en la creatividad.

Sin embargo, para no producir una exaltación desproporcionada del “yo” la creatividad debe permitir la relación con los otros:

- compartir nuestros proyectos, desarrollos, nuestras ideas
- entrar en interconexión con las ideas y desarrollos de las demás personas

El objetivo es lograr que un grupo, una organización, una empresa alcance sus objetivos.

Es en este sentido que hemos propuesto el concepto de “Crealogar”

Ganar-Ganar



Ganar-Ganar

Para operar en la práctica del día a día de manera eficaz proponemos relacionar el concepto de *Ganar- Ganar* con el concepto del *Crealogar*.⁴

Ganar - Ganar puede ser tanto una estrategia prometedora para resolver conflictos como una estrategia para la búsqueda de oportunidades creativas cuando en un grupo u organización debemos resolver problemas, generar ideas, concebir proyectos innovadores o crear nuevos productos o servicios

En estos casos aplicar el *crealogar* en el sentido del *ganar – ganar* permite la producción de más ideas y de que éstas se enriquezcan y se perfeccionen al tomar lo mejor del aporte de cada participante.

La integración de los aportes e ideas pueden provenir de diferentes áreas de la empresa y ser formuladas por trabajadores de diferente nivel jerárquico o incluso del *crealogar* con proveedores y/o clientes.

De esta manera superamos el viejo paradigma que planteaba que “para ganar nosotros, ellos deberían perder”.

Por lo expuesto aplicar el ganar-ganar por medio del crealogar facilita la creación conjunta y potencia la sinergia y la integración.

⁴<http://crealogar.blogspot.com/>

La diferencia entre intercambiar manzanas e ideas



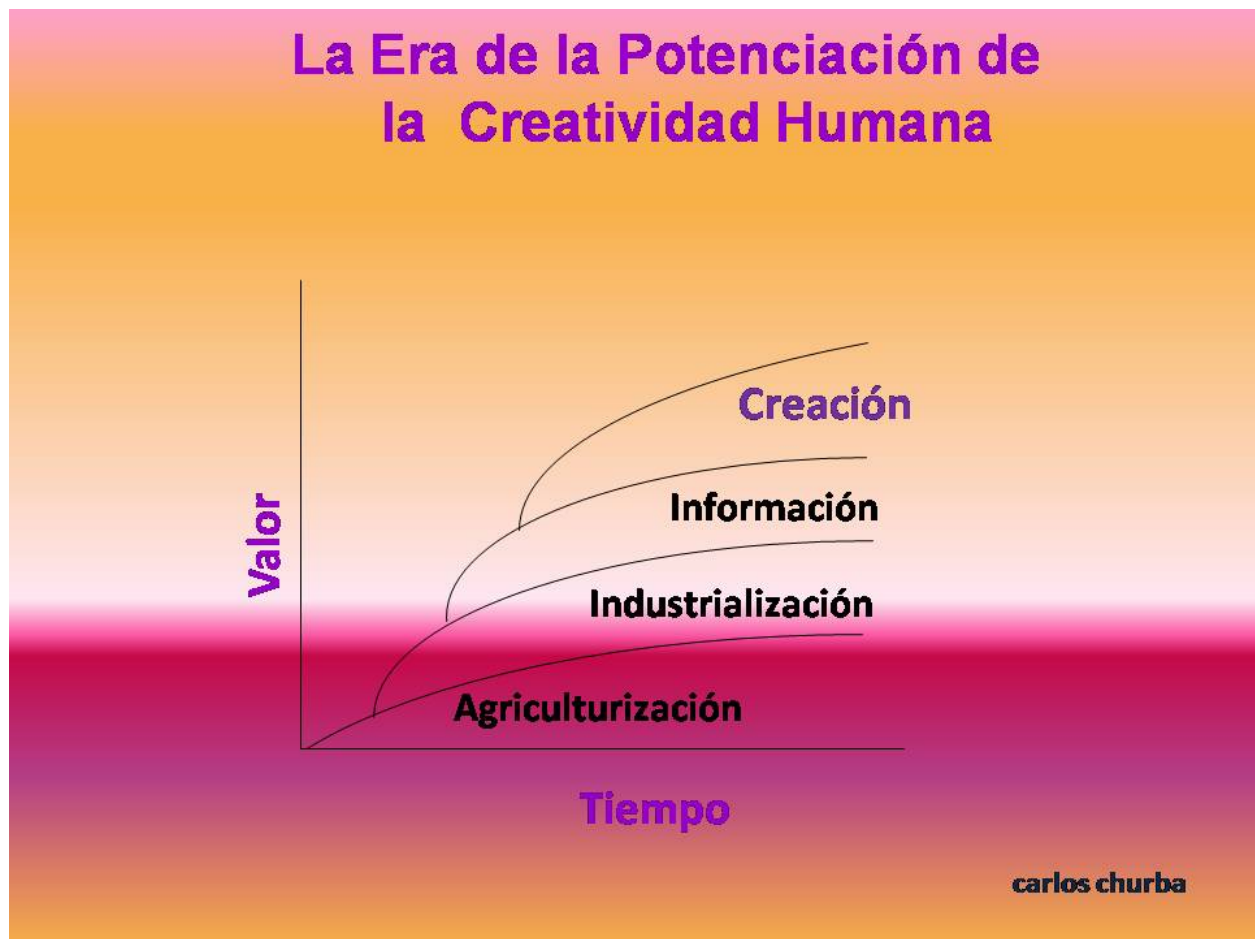
In the Garden of Eden, <http://www.flickr.com/photos/mysza/with/2918580867/>

Encontramos este pensamiento de Bernard Shaw al final de todos los mensajes de correo electrónico de uno de nuestros amigos, y nos pareció una frase muy interesante para compartir:

“Si tú tienes una manzana y yo tengo una manzana e intercambiamos las manzanas, entonces tanto tú como yo seguiremos teniendo una manzana cada uno.

Pero si tú tienes una idea y yo tengo una idea, e intercambiamos las ideas, entonces ambos tendremos dos ideas.”

La Era de la Potenciación de la Creatividad



Una nueva Era, Carlos Churba

LA HISTORIA EN CUATRO ACTOS

PRIMER ACTO: LA ERA DE LA AGRICULTURACIÓN.

SEGUNDO ACTO: LA ERA DE LA INDUSTRIALIZACIÓN.

TERCER ACTO: LA ERA DE LA INFORMACIÓN.

CUARTO ACTO: LA ERA DE LA POTENCIACIÓN DE LA CREATIVIDAD HUMANA

Breve historia de la creatividad

Vamos a realizar un viaje en el tiempo para acercarnos, en parte, a la comprensión del enigma o del misterio de la creatividad humana.

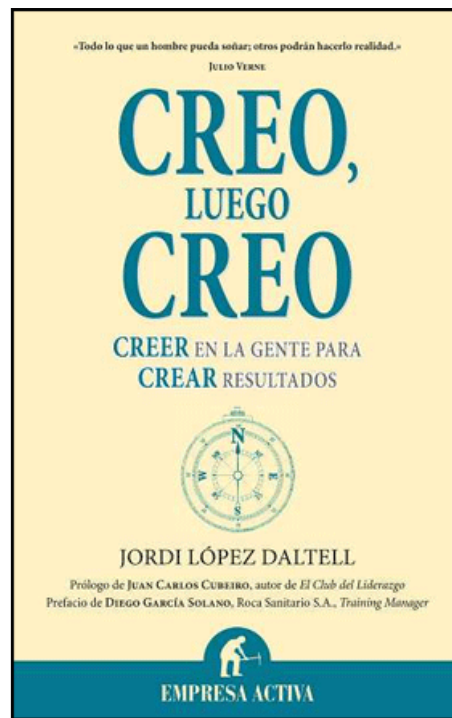
Desde el principio conjetural de los tiempos, se consideró a la creación como atributo divino, que merced a la gracia de Dios, era entregado como un “don” a ciertos seres humanos considerados por los demás como “elegidos”.

Fue necesario que se produjera un movimiento para superar los obstáculos que impedían pensar “la creatividad para todos” los seres humanos. Superar el obstáculo que proponía la creación como atributo divino, abrió así el camino a concebir al ser humano como posible creador.

Hoy sabemos, gracias a la investigación científica, que la Creatividad es una facultad, una potencialidad que todos los seres humanos poseemos, en distinto grado, y que puede ser desarrollada, estimulada si se dan las condiciones ambientales favorables.

Es en virtud de estos desarrollos científicos y de nuestra experiencia, en la formación en creatividad, que hemos propuesto ya hace muchos años la existencia de una nueva era: **La Era de la Potenciación de la Creatividad Humana**, debido a que contamos con conceptos, teorías, modelos (MIFAC), métodos y herramientas para estimular y desarrollar la creatividad de las personas, grupos, organizaciones y empresas.

La Creatividad ¿es una cuestión de creencias?



En el libro “*Creo, luego creo*”, Jordi López Daltell plantea la importancia de creer en la gente para crear resultados.

Relata la historia de la transformación que realizó en una empresa aplicando un sistema de gestión de las personas basado en confiar en la gente y creer en la gente para crear resultados económicos.

El título del libro me recordó un artículo que he publicado titulado “[No creer en la creatividad](http://carloschurba.wikispaces.com/No+creer+en+la+creatividad...)”⁵. Se me planteó la existencia de una cierta paradoja, ya que en dicho artículo expresaba lo siguiente:

“La creatividad no es una cuestión de creencias, es una realidad y tal vez es la mayor dimensión de lo que significa ser humano. Como decimos en otro lugar: “ser humano es ser creador por esencia y por excelencia”.

Claro que también planteaba que:

“La creatividad crea en mí, crea en ti, crea en nosotros. Por ejemplo cuando una persona realiza una creación, a la vez que transforma la realidad, realidad que todos compartimos, ya sea con la introducción de un nuevo producto, o de un nuevo servicio, con la creación de una obra de arte o

⁵<http://carloschurba.wikispaces.com/No+creer+en+la+creatividad...>

con cualquier otra expresión, entonces además se transforma a sí mismo, al crear se re-crea, al crear se enriquece con una nueva experiencia, con un constatar de lo que puede ser capaz de realizar, puede descubrir nuevos significados, puede extender su campo de posibilidades, puede abrir su horizonte a nuevos mundos, puede en definitiva, crear en el devenir de su vida una obra singular” . . .

“Entonces no creo (en el sentido de creencia) en la creatividad, la creatividad crea en nosotros! La creatividad crea ser! La creatividad al realizarse otorga al ser humano el estatuto de creador!”

Para terminar quiero comentar mi acuerdo con Jordi López Daltell cuando sostiene que creer en la gente puede permitir el logro de resultados.

pero afirmo **que no es suficiente creer para crear sino que es necesario contar con un Modelo para convertir la creencia en realidades.**

La complejidad, la transdisciplina y la creatividad



http://www.flickr.com/photos/developmentworks_photos/3765015637/

El conocimiento en la actualidad debe atender a una multiplicidad de disciplinas, de nuevas producciones, de constantes descubrimientos y de continuos entrelazamientos que a modo de fertilizaciones y fecundaciones mutuas y recíprocas generan nuevos avances del saber.

Según Edgar Morín el conocimiento debe enfrentar la complejidad. Sostiene que la complejidad se da cuando son inseparables los diferentes elementos que se constelan en un todo (por ejemplo lo económico, lo político, lo sociológico, lo psicológico, lo afectivo y lo mitológico) y que a su vez se produce una interacción y una inter-retroactividad entre por un lado el objeto de conocimiento y por el otro su contexto.

De esta manera la complejidad es la articulación entre la unidad y la multiplicidad. Puede resultar muy fecundo el desafío de relacionar el pensamiento de la complejidad con los desarrollos incipientes de la **transdisciplina**⁶ para abordar los nuevos proyectos a realizar y para abordar las diversas problemática que se presentan en el campo empresarial, educacional y social.

Para acometer semejante empresa es sin duda necesario contar con los aportes de la **creatividad**⁷ (tanto en lo conceptual como con lo metodológico y las técnicas), entendiendo que la creatividad es transdisciplinaria.

Aplicar la creatividad para dar lugar a la **innovación, a la creación de valor**⁸ y al diseño de nuevos saberes y nuevas comprensiones del humano existir.

⁶<http://carloschurba.wikispaces.com/Transdisciplina%2C+entre+la+Torre+de+Babel+y+el+Crealogar>

⁷<http://creatividad.wikispaces.com/>

⁸<http://crealogar.blogspot.com/search/label/Innovaci%C3%B3n>

Los Niveles de la Creatividad

I. Tylor_ clasifica las producciones de la creatividad en 5 niveles:

- 1) **La creatividad expresiva.** Dibujo de un niño-espontaneidad –libertad desprovista de aptitudes especiales.
- 2) **La creatividad productiva.** Se dispone de aptitudes y habilidades para dar forma a sentimientos y fantasías. El individuo se mide con la realidad.
- 3) **La creatividad inventiva.** Se opera con componentes propios, que se relacionan de modo nuevo, hasta ese momento no usual -inventos, descubrimientos. Se basan en la elaboración de relaciones novedosas gracias a la flexibilidad. Se pueden descubrir nuevas maneras de ver viejas cosas.
- 4) **La creatividad innovadora.** Dominio de los principios fundamentales del campo de actuación. Los productos ya no se miden en el nivel individual sino en ámbitos culturales.
- 5) **La creatividad emergente.** Se destacan las ideas de las nuevas escuelas. Los nuevos paradigmas. Hay un elevado grado de reestructuración de lo existente.

Invertir en creatividad



El gran creador catalán Ferrán Adrià creador del exitoso e innovador restaurant *El Bulli* disertó en la Universidad de Vigo e instó ayer a los empresarios cambiar el chip e invertir más en **creatividad** para superar la crisis. Adrià ha creado una fundación para dar aún más rienda suelta a la creatividad y recalcó con pragmatismo que en momentos de crisis severas es necesario invertir en pensar nuevas formas de creatividad, sin permanecer a la espera de que “las administraciones lo hagan todo.

“Instó a los emprendedores a “hacer un pacto ya por la creatividad”, además de a “ponerse a pensar”. Afirma que “todos no pueden seguir haciendo lo mismo todo el tiempo”, para recomendar que “hay que volver a generar” e instar a convertir la creatividad en negocio.”

Ferrán Adrià defendió en su intervención en un acto de la Universidad de Vigo, la creatividad como algo “esencial” y pidió que exista “compromiso social” para “hacer un esfuerzo” entre todos y que “cambemos el chip”.

Adrià resaltó, además, la relevancia de la creatividad “como negocio” e insistió en que “hay que ser valientes”. “Si no, no haremos nada”, advirtió.

Al final mi negocio es la creatividad y mi manera de entender la vida es la creatividad” destacó, en cuanto a su experiencia. Así, repasó su carrera profesional y todos los pasos innovadores que ha ido dando, hasta recalcar en el proyecto de fundación en el que se encuentra embarcado.

Crealogar con obras de arte



Corroborando nuestra conceptualización sobre el *crealogar*, presentamos la creación de *Peter Greenaway*, director de cine británico, quien ha diseñado un juego de luces y música para poder apreciar aspectos ocultos en la obra de Leonardo Da Vinci: "La Última Cena"

El juego de luces se proyecta brevemente sobre *La última cena* y muestra detalles del cuadro que suelen pasar inadvertidos para quienes lo contemplan en el convento milanés de Santa María delle Grazie.

El montaje del cineasta británico, consiste en una iluminación basada en geometrías irregulares que revela detalles poco explícitos del cuadro siguiendo "una lógica musical".

El cineasta expresó su emoción por la oportunidad de "**crear un diálogo**" con una obra que calificó de "icono increíble de la civilización occidental" y anunció su intención de desarrollar proyectos similares con otras pinturas que posean "alto valor cinematográfico".

Se puede apreciar la nota completa en:

<http://www.revistaenie.clarin.com/notas/2008/06/30/01705416.html>⁹

⁹<http://www.revistaenie.clarin.com/notas/2008/06/30/01705416.html>

EUREKA: El grito de Arquímedes

Casi todos alguna vez hemos escuchado mencionar la palabra “Eureka” y quizá algunos escucharon la historia que se cuenta sobre cómo surgió dicha palabra. Para encontrar sus orígenes deberemos realizar un viaje que nos llevará a otro espacio y a otro tiempo.

En la antigua Grecia, vivía un señor llamado Arquímedes, que era un destacado matemático, geométra y físico. Arquímedes que nació en Siracusa, Sicilia en el año 287 a.c. es más conocido por enunciar el principio que lleva su nombre: Principio de Arquímedes: todo cuerpo sumergido en un fluido experimenta un empuje vertical y hacia arriba igual al peso de fluido desalojado.

Cuenta la historia que Hierón el rey de Siracusa, convocó a Arquímedes para que le solucionara un problema. El rey le había entregado a un orfebre una cierta cantidad de oro y plata para que le hiciera una corona. Al recibir el trabajo, Hierón, sospechó de la honradez del platero, por lo cual le solicitó a Arquímedes que investigara si había sido estafado.

Ya tenemos planteado el problema: Determinar, conservando la corona en su integridad, si el artífice se había quedado con parte del oro entregado para realizar la corona.

Preocupado Arquímedes por el problema, al que no encontraba solución ya que no podía ni romper la corona ni disolverla en ácidos, un día de mucho calor, decidió tomar un baño, ocurrió entonces al sumergirse el agua rebasó de la tina. Pensando en ello llegó a la conclusión que al entrar su cuerpo en la bañera, ocupaba un lugar que forzosamente dejaba de ser ocupado por el agua, y adivinó que lo que él pesaba de menos era precisamente lo que pesaba el agua que había desalojado, o sea que el peso de su cuerpo era igual al peso del agua desplazada.

Habiendo encontrado la idea para resolver el problema, fue tal su excitación que, desnudo como estaba, saltó de la bañera y se lanzó por las calles de Siracusa al grito de ¡Eureka! ¡Eureka! (que en griego significa ¡Lo encontré! ¡Lo encontré!).

A partir de este descubrimiento Arquímedes procedió a pesar la corona en el aire y en el agua verificando que en efecto, su densidad no correspondía a la que hubiera resultado de emplear el artífice todo el oro y la plata entregados, confirmando la sospecha del rey, el orfebre lo había estafado.

De esta manera se confirma una vez más un principio que se emplea en el campo de la creatividad, el principio de distanciamiento, que consiste en alejarse del problema que tenemos que resolver y dar lugar a que se produzca la incubación del tema en nuestro interior, hasta que un estímulo externo, en el caso de Arquímedes su baño en la tina y el desplazamiento del agua por el peso de su cuerpo, dispara el surgimiento de la idea que nos permitirá la solución creativa del problema que nos preocupaba.

La Personalidad de los Creadores



Torre Dinámica de Dubai, <http://www.flickr.com/photos/seeminglee/>

Presentaron el proyecto del “edificio giratorio”

Según el arquitecto italiano David Fisher la “Torre Dinámica” de Dubai permitirá a sus ocupantes girar cada piso para cambiar de vista o seguir al sol.

Ver la nota en http://www.lanacion.com.ar/exterior/nota.asp?nota_id=1024330

NUEVA YORK (AFP).- El curioso y ultramoderno proyecto llamado la “Torre Dinámica”, que fue presentado hoy en Nueva York, permitirá a sus ocupantes girar la orientación de cada piso para cambiar de vista o seguir al sol.

El arquitecto italiano David Fisher presentó a la prensa su idea de “Torre Dinámica” de 80 pisos rotatorios en torno a un eje vertical fijo, de módulos prefabricados y autosuficiente en energía, a construirse en Dubai.

Accionado por una simple orden vocal, cada piso puede girar sobre el eje a una velocidad variable entre 1 a 3 horas para una vuelta completa. Será un “edificio inteligente”, equipado con los últimos adelantos de la domótica.

Se puede desayunar mirando la salida del sol y cenar mirando el crepúsculo en la misma habitación, o agasajar a los amigos en un salón con vista variable.

Mientras leía la nota recordé lo escrito en mi libro: ***La Creatividad*** Editorial Dunken, publicado en Junio de 1995, sobre las características de personalidad: “... Para ilustrar lo expresado, pensemos en un arquitecto. Tiene como encomienda profesional el diseño de una vivienda familiar.

Si dicho profesional reitera lo ya hecho anteriormente a pesar de diseñar una casa correcta, no habrá realizado una experiencia creadora. Para aplicar tal calificativo, debemos estar frente a ideas originales, nuevas, poco convencionales.

Así, podría ser, de no existir: «una casa que gire, que rote según el momento del día, para disfrutar del sol o para protegerse del mismo según el deseo de sus habitantes; para disfrutar de un paisaje magnífico desde cualquier ambiente.»

Animarse a generar tales ideas, exige del arquitecto en cuestión, la disposición a suspender el juicio, a postergar la valoración racional y trascender los conocimientos adquiridos de manera tradicional. Argumentos razonables como, alto costo, complejidad tecnológica entre otros, si se emplean en el momento generador de ideas, conducen al asesinato de las mismas.

Un creador siente como inevitable y necesario correr riesgos. Estar abierto a todo, a lo desconocido. Escuchar como si fuera primera y única la demanda de su cliente, puede ser una fuente rica para logros innovadores.

Desarrollar la capacidad para jugar con ideas, con elementos permite descubrir nuevos usos para materiales y técnicas ya conocidas, permite innovar, proponer nuevos materiales.

Animarse a explorar estructuras nuevas, desconocidas. Descubrir sendas aun no transitadas. Tolerar el desasosiego, la intranquilidad que produce el dejarse llevar hacia la forma final que tendrá lo que busquemos, puede brindarnos una feliz sorpresa.

En mi caso la feliz sorpresa fue comprobar que lo que formulé en 1995 en el año 2008 se está llevando a cabo por el arquitecto Fisher. Un estímulo para que todos los creadores sigan animándose a diseñar el futuro deseable.

Pensamiento de Einstein sobre las crisis



Einstein en bicicleta, <http://www.flickr.com/photos/adambowie>

“No pretendamos que las cosas cambien si seguimos haciendo lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura.

Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera sí mismo sin quedar “superado”.

Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones.

La verdadera crisis es la crisis de la incompetencia. El inconveniente de las personas y los países es la pereza para encontrar las salidas y soluciones. Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia.