

## Innovación creativa para sobrevivir

Archivado en: Columnistas · Gonzalo Jiménez · Proteus Management & Governance

Gonzalo Jiménez Seminario | Lunes, 26 de abril de 2021, 07:50

[Compartir 1](#) [Twitter](#)

Innovación y creatividad forman una dupla salvadora. Un recordatorio fue el reciente Día Mundial de la Creatividad y la Innovación creado por Naciones Unidas para promover el pensamiento creativo multidisciplinario que nos pueda ayudar a conseguir el futuro sostenible que queremos y tanto necesitamos.

Aunque existen múltiples definiciones para creatividad, me quedo con la que equivale a una cierta respuesta original (o poco frecuente) para utilizar lo que está disponible, abriendo la posibilidad de hacer un uso infinito de recursos necesariamente finitos. Lo que nos lleva a concordar con el filósofo

Nelson Goodman cuando afirma que existen muchos mundos reales dentro de éste.

La innovación por su parte, no es solo un atributo aspiracional y, por supuesto, es mucho más que un motor empresarial. Más allá de la creación de nuevos productos, organizaciones e instituciones, implica aportar con nuevas miradas y capacidades de realización a todas las dimensiones de la sociedad y, evidentemente al acto de emprender.

La innovación creativa es la búsqueda permanente de una perspectiva movilizadora y transformadora que nos lleva a enfrentar las preguntas incisivas que cuestionan nuestro status quo y que, al mismo tiempo, nos obliga a desarrollar alianzas para construir futuro. La innovación nos ofrece una propuesta radical: volver a mirarnos como parte de comunidades que aprenden y que juntas construyen conocimiento.

Sí, ese conocimiento que hoy son saberes desunidos y compartimentados y que como sostenía von Hayek, incrementan de suyo nuestra ignorancia. Paradojalmente, al mismo tiempo vivenciamos los problemas sociales cada vez como más globales y multidimensionales. Es esa aislada relación con el todo, como diría el sociólogo de la complejidad, Edgar Morin, la que nos interpela a la apertura que posibilita la innovación.

Por supuesto, no es de cualquier manera. Algunos de los requisitos son que esa exploración innovadora creativa se convierta en parte de la cultura, las prácticas aisladas deben permear nuestro ADN. También que deben ser entendidas no como una respuesta automática del mercado, sino como una búsqueda activa y precursora de posibilidades sociales amplias. Por último, y como en todos los cambios, se requiere compromiso e inversión de energía vital.

Pero la evolución no es lineal, nos invita a avanzar en el movimiento. El matemático y ejecutivo Ralph Gomory (1995) planteó en su memorable ensayo publicado en Scientific American, la necesidad de distinguir entre, 'The known, the unknown, and the unknowable' (Lo conocido, lo desconocido y lo incognoscible). Esa mayor impredecibilidad, por la creciente complejidad de las interacciones entre los inconmensurables softwares existentes en el corazón de un mundo cada vez más artificial, nos trae crecientes desafíos a los seres humanos.

Pero a eso vinimos, a aprender junto a otros y otras. En ese sentido, por ejemplo, los directorios de las empresas tienen una misión muy significativa: en vez de intentar resolver "los problemas", su rol es formular los desafíos, abriendo el espacio de posibilidades a la co-creación, desafiando la creatividad de la alta dirección y estimulando la innovación. Los directorios, son los responsables de abrir posibilidades en términos redefinir y propiciar nuevos tipos de interacciones con stakeholders, aliados, socios estratégicos y colaboradores.

Pero la innovación creativa no se decreta ni se vacuna, se construye y se propicia. Por eso, la importancia de la diversidad en la composición de los directorios para ir generando apertura y las nuevas conversaciones. Necesitamos más mujeres y también protagonistas de diferentes edades, culturas, redes de contacto y bagajes educacionales. La endogamia empresarial, como la han llamado algunos, asfixia a la innovación y paraliza a la alta dirección.

La innovación creativa es una de las capacidades clave para que hoy generemos conocimiento que nos ayude a comprender lo que estamos viviendo, pero especialmente para que podamos utilizar dicho conocimiento para concebir y forjar un futuro mejor para todos. Ese conocimiento construido en conjunto es el que será motor de desarrollo y factor dinamizador del cambio social al que aspiramos y necesitamos.

Gonzalo Jiménez Seminario  
CEO Proteus Management & Governance  
Profesor de ingeniería UC

