

Innovación: ¿De dónde proviene realmente la creatividad?



Gerardo Enrique Arroyo Andonaire

Licenciado en Gestión por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Estudios de innovación en el Tec de Monterrey, México. Cursos de Design Thinking en Stanford University y Human Centered Design en IDEO.org. Docente de la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Apasionado por el desarrollo del potencial humano y la creatividad. garroyo@pucp.pe

Resumen

En los últimos años se busca que las organizaciones a nivel mundial tengan una mayor competitividad, en ese sentido, las organizaciones están exigiendo que sus trabajadores tengan la capacidad de innovar y ser creativos. Ante ello existe una proliferación de distintas herramientas para generar ideas innovadoras que atiendan las necesidades de las organizaciones. Las metodologías más conocidas son Design Thinking and Lean Startup. Sin embargo, distintos investigadores y especialistas han mencionado que pese a que estas metodologías están a la vanguardia, no se está llegando a generar soluciones innovadoras pues la verdadera creatividad ha sido aniquilada por el sistema educativo. Además las universidades hacen poco por revertir ello y las organizaciones aún menos. Hay evidencia que afirma que existe un poder creativo en cada persona y que ese potencial se puede redescubrir. De esta manera se generaría soluciones creativas en las distintas organizaciones.

Palabras clave

Innovación, creatividad, competitividad, talento.

Abstract

Organizations around the world are looking to be more competitive the last years, in that way, organizations demand workers with innovative and creativity skills. So now exist many tools for generating innovative ideas and impact in the organizations and its necessities. The most well-known methodologies are Design Thinking and Lean Startup. Nevertheless, many researchers and specialists mentioned that these methodologies are not enough to generate innovative solutions because the real creativity was killed by the education system. Also, universities and organizations do not help on that. There is evidence that affirms a creative power in each person and that potential we can rediscover. Based on that organizations can generate innovative solutions

Key Words

innovation, creativity, competitiveness, talent

La crisis financiera del año 2008 en Estados Unidos de América causó la desestabilización económica de muchas naciones alrededor del mundo. Ese hito dio paso a distintos cuestionamientos sobre los diferentes sistemas que operan en todo el mundo. Nace entonces la crítica al modelo económico capitalista que ha estado establecido en casi todo el mundo. El presente artículo no pretende generar una crítica a dicho modelo económico. Lo que busca es plantear ese magno evento como el inicio de distintas tendencias que hoy en día están cobrando importancia, a nivel económico, educacional y de desarrollo personal. Lo que rescato del modelo capitalista es que deja de manifiesto la importancia de generar competitividad entre las organizaciones para generar valor a los distintos usuarios. Sin embargo, tras la crisis económica, las organizaciones han visto la necesidad de ver al humano desde un campo mucho más integral, vinculándolo con su sociedad y necesidades reales. Desde ese punto de vista, las organizaciones buscaron seguir siendo competitivas dentro de un entorno responsable y ético, pero que al mismo tiempo esté centrado en el ser humano.

Es cuando el concepto de innovación ha cobrado importancia. Es claro destacar que la necesidad de innovar es vital en estos tiempos.

Esto se puede dar para aprovechar oportunidades que no han detectado las empresas, para resolver problemas que no están siendo atendidos en la sociedad o para transformar sistemas abiertos que no están impactando en la sociedad. Además de ello, sin innovación no se podría hablar de emprendimientos o iniciativas particulares para la resolución de problemas.

La necesidad de innovar es sencilla. Se necesita que las organizaciones sigan generando valor a la sociedad de forma sostenida y diferenciada, dentro de un ecosistema de competitividad responsable. Los grandes referentes de la innovación como Tim Brown y David Kelley, señalan que la innovación es un proceso centrado en las necesidades del usuario (Tim Brown 2009). Esta definición, independientemente de las críticas que pueda tener, tiene implícito que existe un proceso creativo de generar nuevas soluciones. Bajo esa mirada, la innovación se puede dar en organizaciones que ofrecen productos, servicios, procesos o experiencias.

Lo que resulta curioso es que actualmente la principal competencia requerida por las organizaciones es la innovación, y en los últimos años esta es la última prioridad a la que se han dedicado las distintas escuelas alrededor del mundo

TOP 10 SKILLS	
In 2020	In 2015
<ol style="list-style-type: none"> 1. Complex Problem Solving 2. Critical Thinking 3. Creativity 4. People Management 5. Coordinating with Others 6. Emotional Intelligence 7. Jugement and Decision Making 8. Service Orientation 9. Negotiation 10. Cognitive Flexibility 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Complex Problem Solving 2. Coordinating with Others 3. People Management 4. Critical Thinking 5. Negotiation 6. Quality Control 7. Service Orientation 8. Jugement and Decision Making 9. Active Listening 10. Creativity

En la siguiente tabla se puede apreciar la tendencia y modificación de las distintas competencias en estos años hasta el 2020.

(educación primaria, secundaria o terciaria). Por lo que los trabajadores actuales no están capacitados para innovar en las organizaciones de hoy (Ken Robinson 2009).

Particularmente para la educación superior, que es mi campo principal de acción, Anya Kamenetz (2010), afirma que el rol de la universidad debería ir a avocado a generar nuevas competencias en los alumnos como innovación y resolución de problemas.

Además, si se revisa algunas tendencias y estadísticas, el reporte The Future of Jobs, del Foro Económico Mundial desarrolla un estudio de las competencias que necesitan las organizaciones para los próximos años. Este reporte deja claro que existe una demanda creciente por la solución de problemas complejos y la creatividad (World Economic Forum 2016).

Muy importante es ver que en el año 2015 la prioridad de la creatividad se encontraba en la décima posición, pero se proyecta que para el año 2010 se encuentre en la tercera como prioridad.

Queda claro que existe un importante reconocimiento de esta capacidad a todo nivel. La pregunta que empiezo a tener es ¿cómo empezamos a ser más creativos?

Innovación por todos lados, ¿realmente qué es real?

Tras lo anteriormente descrito, queda claro que existe una tendencia marcada por la innovación. Hasta se podría mencionar que existe una moda al respecto. Probablemente las herramientas más relevantes en este aspecto son las metodologías como Design Thinking de Tim Brown o Lean Startup de Eric Ries. Existen algunas más como el Story Board, Business Model Canvas, Jobs to be Done, entre otras más, todas estas basadas en la generación de nuevas alternativas de solución, apelando a un proceso creativo de por medio.

Evidentemente se ha generado un mercado a nivel mundial tratando de buscar que todo

sea innovación, lo cual no me parece mal, pero hasta qué punto somos conscientes de lo que se encuentra detrás. Particularmente para el caso de Lima existe hoy en día una proliferación de cursos e iniciativas que buscan capacitar a los distintos profesionales en temas vinculados a la innovación y por ende a cómo hacer que la persona se vuelva mucho más creativa.

Quiero volver a mencionar lo que líneas arriba describí. Cuando se habla de innovación, existe un proceso creativo implícito. Proceso creativo del cual no somos conscientes, pero que al examinar la oferta de las nuevas metodologías de innovación, existe un común denominador. Al parecer, el proceso creativo de generar soluciones innovadoras viene del ensayo error, viene de interactuar profundamente con el ser humano y viene del caos.

Es aquí donde nace mi cuestionamiento ¿Por qué proviene del caos? ¿Qué significa eso?

Creatividad, ¿dónde has estado?

Normalmente cuando hablamos de creatividad, nos viene a la mente la idea de que este concepto está vinculado a los artistas. Se nos ha hecho creer que esto es solo para las artes plásticas, el teatro, el cine o para los escritores. Además, tenemos la idea de que la creatividad solo es posible dentro de ambientes determinados y que se genera por la presencia de un cúmulo de factores externos, como lo puede ser el tipo de educación recibida, la presencia de referentes artísticos durante la crianza o si es que se tiene la genética adecuada para ser creativos. Todo estos cuestionamientos son los que me motivaron a investigar profundamente sobre las bases de la creatividad

Lo que se puede afirmar con certeza, sin ser expertos en la materia, es que dentro de un medio artístico existe una mayor generación de ideas creativas, pero las personas siguen siendo inconscientes del proceso que se está dando para la generación de dichas ideas.

Pero ¿por qué el mundo artístico?, es ahí donde está la primera pieza del rompecabezas. Es un mundo donde, por un lado, está permitido el ensayo error y, por otro, la rigurosidad y la estructura de la educación tradicional no es lo común. En este ambiente se permite la intuición como un proceso natural del ser humano, generando interacción con otras personas y conectando con las mismas, entendiendo las necesidades del ser humano a un nivel más profundo.

La siguiente pregunta sería: ¿esto se debería permitir solo en el mundo del arte? Y ante ello Ken Robinson (2009) tiene la respuesta ideal. La educación tradicional se ha encargado de aniquilar la creatividad innata del ser humano, creatividad que tienen todas las personas de forma natural y que se manifiesta en los talentos de cada uno. Existe una fuente interna de creatividad que cada ser humano tiene y que va más allá de un proceso cognitivo de la mente. Esta fuente interna él la denomina El Elemento y con ello confirma algunas de mis hipótesis y desmitifica lo que se ha creído de la creatividad.

[...] hay mitos en torno a la creatividad. Uno de ellos es que solo la gente especial es creativa. Esto no es cierto. Todo el mundo nace con tremendas capacidades creativas; la cuestión está en desarrollarlas. La creatividad es muy parecida a la capacidad para leer y escribir. Damos por sentado que casi todo el mundo puede aprender a leer, a escribir [...].

Otro mito es que la creatividad tiene que ver con actividades especiales. Que trata de –campos de acción creativos – como las artes, diseño o la publicidad que, a menudo, implican un alto grado de creatividad; pero también la exigen la ciencia, las matemáticas, la ingeniería, dirigir un negocio, ser un atleta y empezar o dejar una relación [...].

El tercer mito consiste en creer que las personas o son creativas o no lo son. Este mito sugiere que la creatividad, como el coeficiente intelectual, es un rasgo supues-

tamente fijo, como el color de los ojos, que no se puede hacer demasiado por cambiarlo. Pero la verdad es que resulta muy factible volverse más creativo en el trabajo y en la vida. [...]. (Robinson, 2009, p. 88)

“ Cuando se habla de innovación, existe un proceso creativo implícito. Proceso creativo del cual no somos conscientes, pero que al examinar la oferta de las nuevas metodologías de innovación, existe un común denominador”

Entonces, en la sociedad dinámica en la cual vivimos ¿cómo se puede empezar a ser más creativos dentro de las organizaciones? La respuesta es fácil y compleja al mismo tiempo. Por un lado se sabe lo que se tiene que hacer, pero no se sabe si existe la voluntad de hacerlo.

Queda claro que todos tenemos el potencial de ser creativos. Pero casi nadie es consciente de ello debido a las estructuras mentales construidas desde nuestra educación tradicional. Esas mismas estructuras las llevamos a las distintas organizaciones, y por ello encontramos siempre la misma problemática.

Recordemos que cuando estábamos en la escuela y teníamos a un profesor frente a nosotros que realizaba una pregunta, todos teníamos miedo de levantar la mano por miedo al error. Brene Brown (2012) en una de sus investigaciones cuenta una anécdota cuando buscaba el origen de la carencia creativa en las organizaciones. “Hay momentos en que puedes preguntar o cuestionar ideas, pero si tienes un profesor al que no le gusta eso o los compañeros de clase se burlan de la persona que se atreve a hacerlo, es fatal. Creo que la mayoría de nosotros aprendemos que es mejor bajar la cabeza, cerrar la boca y sacar buena nota” (Brown, 2012, p. 174).

Ese pasaje es el resumen perfecto de la creencia que tenemos la gran mayoría de trabajadores hoy en día. En la escuela se nos enseñó el paradigma del perfeccionismo, no el del ensayo error. Al llegar a la universidad las mismas estructuras educativas han seguido y más bien se han reforzado. Muchos docentes universitarios, sobre todo en escuelas de negocios, tienen un discurso de “te evaluaron por tus resultados”, “si te equivocas le puede costar mucho a la empresa”, “tienes que ser muy eficiente si quieres impactar”, “a veces el mínimo error te puede costar mucho”. Todo esto sigue teniendo la misma raíz, el miedo a equivocarse.

“Queda claro que todos tenemos el potencial de ser creativos. Pero casi nadie es consciente de ello debido a las estructuras mentales construidas desde nuestra educación tradicional”

Con base en ello, es común encontrar en las organizaciones la cultura del reconocimiento, de la competencia, de los reglamentos, o del seguir procedimientos estandarizados. Si bien hay algunos incipientes esfuerzos por cambiar ello, aún ésta cultura es permanente en la mayoría de las organizaciones.

Es por ello que los trabajadores hoy en día tienen mucha vergüenza a expresar sus ideas, a proponer soluciones, y generar espacios de honestidad dentro de un espacio de trabajo. Brene Brown (2012) afirma que el primer paso como adultos para empezar a conectar nuevamente con nuestra creatividad es empezar a ser vulnerables, eso significa ser completamente honestos con nosotros mismos y con las personas que nos rodean. Se debería hablar de nuestras limitaciones mentales, hablar de los miedos que tenemos, de la vergüenza que subyace en el día a día y de ser honestos en los momentos de incertidumbre. Parece ridícula

su propuesta, pero existe evidencia científica que demuestra como las organizaciones se han vuelto muy creativas al realizar estas prácticas (en un próximo artículo desarrollaremos este concepto a mucho más detalle). Entonces, “para reactivar la creatividad, la innovación y el aprendizaje hemos de rehumanizar la educación y el trabajo. Esto significa comprender de que modo está afectando la escasez a nuestra manera de liderar y de trabajar, aprender a aceptar la vulnerabilidad y reconocer y combatir la vergüenza” (Brown, 2012, p. 175).

Los primeros pasos para empezar esta revolución creativa se están dando mayoritariamente en países desarrollados, lamentablemente en Perú la realidad es distinta. Muchos jóvenes aún tienen el paradigma de la educación tradicional muy instalada en sus mentes, y es por eso que se sigue alimentando el mismo sistema maquinista en las organizaciones, que busca la productividad a toda costa.

Todos los autores mencionados en este artículo, y muchos más, concuerdan que la única manera de romper el molde, es empezando a hacer cosas diferentes, radicales y disruptivas. Se debe empezar a aplicar el paradigma del ensayo error y el equivocarse para aprender. Sin embargo, existe una fuerte resistencia a estas prácticas porque es algo desconocido y puede generar costos muy altos a la empresa si no es bien dirigido y canalizado. Además, estas prácticas tienen un enfoque en el ser humano muy profundo que no muchos trabajadores están dispuestos a atravesar. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, las ganancias en términos de cambio y aprendizaje que tiene una organización son inimaginables.

Por un lado, las organizaciones se vuelven un espacio de colaboración y sinergia colectiva, lo que genera ideas innovadoras, propuestas arriesgadas y soluciones diferenciadas. Asimismo, las organizaciones se vuelven un espacio de mayor confianza entre los trabajadores y se empieza a perder el miedo al error.

Y por otro lado, personalmente los trabajadores se sienten con mucha motivación in-

trínseca. No tienen miedo a la crítica, se sienten que pueden opinar y que serán escuchados, empiezan a ser más espontáneos y se muestran muy reales en el trabajo dinámico del día a día. Curiosamente, en las organizaciones donde se ha aplicado esta metodología de trabajo, la comunicación entre colaboradores mejora independiente del cargo que tengan los trabajadores, además de generarse un clima laboral de bienestar interno.

Finalmente, deseo hacer hincapié en una idea que se mencionó anteriormente y que quiero que quede resaltada. Cuando hablamos de creatividad, a lo que yo llamo la verdadera creatividad, no estamos apelando a algo mental. Queda claro que hay una fuente creativa que va más allá de la imaginación y de los procesos cognitivos mentales. Además, distintos autores a nivel mundial como Julia Cameron, Sergi Torres, Alex Rovira, entre otros, han demostrado que existen distintas formas de contactar esta fuente y ponerla en práctica en nuestras vidas.

Julia Cameron, una de las personas más influyentes en el mundo en temas vinculados a la liberación de nuestro ser creativo menciona: “Lo importante no es tanto la teoría sino la práctica. Lo que hacemos es establecer canales en la propia consciencia, a través de los cuales puedan operar las fuerzas creativas. Una vez que aceptamos limpiar estos canales, la creatividad surge. En un sentido, la creatividad es como la sangre: así como la sangre es un elemento del cuerpo físico y no algo que uno haya inventado, la creatividad es un elemento del cuerpo espiritual, y no algo que haya que inventar” (2015, p.VIII)

Tal vez al hacernos conscientes de esta fuente creativa, y ponerla al uso de nosotros mismos, se podría generar soluciones innovadoras para los distintos problemas que se tiene en la sociedad, tanto en la empresa privada, el sector público o las organizaciones sociales. De esta manera se tendría un impacto profundo sobre la sociedad pues estaríamos actuando desde el ser humano hacia el colectivo social, y de esa manera se podría estar hablando de

“Muchos jóvenes aún tienen el paradigma de la educación tradicional muy instalada en sus mentes, y es por eso que se sigue alimentando el mismo sistema maquinista en las organizaciones, que busca la productividad a toda costa”

un verdadero desarrollo humano. Tal vez me pueda equivocar, pero ni siquiera lo hemos intentado, hemos hecho todo lo anterior y no ha funcionado, probemos algo distinto, ¿qué podría salir mal?

Bibliografía

- **Brown, T. (2009).** Change by Design. New York: HarperCollins Publishers.
- **Brown, B. (2012).** El poder de ser vulnerable. Buenos Aires: Ediciones Urano.
- **Cameron, J. (2015).** El camino del artista: un método para superar los obstáculos que nos separan de nuestro ser creativo. Buenos Aires: Troquel.
- **Kamenetz, A. (2010).** DIY U: edupunks, edupreneurs, and the coming transformation of higher education. Canada: Chelsea Green.
- **Robinson, K. (2009).** El Elemento. 2010: Grijalbo.
- **World Economic Forum. (2016).** The Future of Jobs. Geneva: World Economic Forum.