



Franc Ponti
Profesor de Innovación
EADA Business School Barcelona, España



Se Tiene o no se Tiene



Hay un proverbio bantú que me fascina. Dice así: “la fuerza del cocodrilo está en el agua”. Lo traigo a colación porque la mayoría de directivos piensa que las grandes habilidades (liderazgo, creatividad, inteligencia emocional, etc.), o se tienen o no se tienen. Craso error.

La obsesión por hacer depender nuestras capacidades de la genética está llegando a cotas francamente preocupantes. La nueva ciencia epigenética, al contrario, nos demuestra que el efecto del entorno, del aprendizaje y de los hábitos puede llegar a ser más importante que las predisposiciones marcadas por nuestros genes.

Vamos por partes: tener los ojos azules o marrones es, evidentemente, algo genético. Desarrollar una enfermedad de colon dependerá a partes bastante iguales de factores genéticos y de factores ambientales (alimentación). Pero ser más o menos creativo o inteligente está mucho más vinculado a nuestras creencias y a las facilidades que nos brinda el entorno que no a cuestiones hereditarias. Solo faltaría que le digamos a alguien: “oiga, no se esfuerce porque usted jamás en la vida podrá ser una persona creativa”.

Un trabajador de la mítica empresa californiana IDEO, especializada en proyectos de innovación para otras firmas, me comentó hace un tiempo que era tremendamente fácil ser creativo ahí, que todo estaba a disposición de la innovación: equipos de trabajo interdisciplinarios, instalaciones, metodologías (el famoso “Design Thinking”, etc.).



“Cualquiera puede ser creativo en IDEO”, me comentó. “Te hacen sentir creativo en todo momento: toleran los errores, son alegres y divertidos, la gente se escucha y aprenden los unos de los otros.”

“La fuerza del cocodrilo está en el agua”. Sin esta, los cocodrilos se vuelven lentos y perezosos. Con la creatividad pasa lo mismo. En entornos aburridos, jerárquicos y previsibles nadie es creativo. Pero cuando los líderes de una empresa impulsan una cultura de tolerancia a los errores, de diversión, reto constantes y de facilidades ambientales, la creatividad se dispara y alcanza crecimientos inimaginables.

En estos tiempos de crisis (o de postcrisis, como se quiera), el impulso creativo es más importante que nunca. Ya lo dijo Steve Jobs: el recurso más importante para innovar son las personas. Sin ideas no hay innovación.

Pero en muchas empresas prevalece todavía el paradigma antiguo. Parece que solamente los altos directivos sean capaces de generar ideas creativas. Es la excusa que utilizan para perpetuarse en sus cargos.

Una gran revolución se aproxima: la democracia de la innovación. Valorar a las personas por sus ideas y su entusiasmo y no por sus cargos. Valorar a las empresas por su capacidad real para enamorar a los clientes creando oleadas sucesivas de valor para ellos. Si no hemos aprendido estas lecciones es que la crisis de la que estamos empezando a salir no habrá servido absolutamente de nada. ☹