

C Columna

Directora general de Vinculación con el Medio, USM, presidenta de EIVA

María José Escobar



Día Mundial de la Innovación y Creatividad

Hace unos días, a propósito del Día Mundial de la Innovación y Creatividad, que se celebra este 21 de abril, conversando con un colega, éste indicaba que a su juicio “todo depende de cómo definamos innovación”. La definición de innovación no es arbitraria, sobre todo aquella promovida por la política pública, vista como un acelerador de desarrollo para países y comunidades. En ese sentido, el Manual de Oslo plantea que “una innovación es un nuevo o mejorado producto o proceso (o la combinación de ambos) que difiere significativamente de los productos o procesos previos de la unidad institucional y ha sido puesto a disposición de potenciales personas usuarias (producto) o implementado en la unidad institucional (proceso)”.

Las personas siempre serán el principal motor para innovar, siendo además una fuente de creatividad y nuevas ideas. En ese sentido, las organizaciones que apuntan a una gestión que incluya una ágil respuesta a desafíos externos, promover el aprendizaje continuo, incentivar la investigación y desarrollo (I+D), alinear procesos en un objetivo común y fomentar la creatividad, invierten recursos para amplificar sustancialmente las capacidades internas de innovación.

Hoy en día, la creatividad se ha convertido en una fuerza motora del desarrollo de las naciones, la que debe ser alimentada de múltiples formas dentro de las instituciones y de la sociedad. Según Richard Florida, la innovación se nutre de la clase creativa

existente dentro de las organizaciones. Entendemos como clase creativa a un grupo heterogéneo conformado entre personas de los sectores de ciencia, ingeniería, I+D, arquitectura y diseño, arte, música y entretenimiento, quienes persiguen la creación de nuevas ideas, nuevas tecnologías y nuevos contenidos.

Tal vez lo más importante dentro de esta reflexión es que cada uno de los componentes mencionados son parte de nuestra identidad regional: múltiples instituciones de educación superior con fuerte representación en áreas de la ingeniería; centros de investigación acompañados de un activo ecosistema de emprendimiento e innovación. Por otro lado, las economías creativas son también parte de la identidad territorial, la que debe aún más promoverse como capital intangible de nuestra población. No es menor que, según la ONU (UNCTAD), las exportaciones globales de esta industria pasaron de 487 billones (2010) a 1,1 trillones de dólares para el 2020, siendo uno de los sectores con mayor crecimiento económico en el mundo.

Bien sabemos que la creatividad florece con la interacción entre las personas y su contexto sociocultural, siendo un proceso sistémico entre cada habitante de nuestra población. Trabajemos para que estas identidades y acervos culturales converjan en potenciar y enriquecer nuestra clase creativa, dotando a nuestro ecosistema regional de condiciones habilitantes para que esto ocurra. Asumamos lo que en el futuro podría convertirse en nuestra marca país, desde Valparaíso.