Creatividad e innovación en la cultura digital

POR **JAVIER NADAL ARIÑO Y CARLOS ROMÁN**

Javier Nadal, Vicepresidente Ejecutivo de Fundación Telefónica
Carlos Román, Catedrático de Economía Aplicada. Universidad de Sevilla (*)

El tema de la creatividad y la innovación en la cultura digital es de una importancia y de una trascendencia difícil de exagerar. La capacidad creativa de los seres humanos es siempre decisiva en cualquier proceso de desarrollo y de cambio, pero lo es mucho más cuando nos encontramos en plena era del conocimiento. De modo que el estudio, la reflexión y la discusión sobre el conocimiento de la estructura molecular de la materia, por ejemplo, no parece que sea nada exótico ni, desde luego, prematuro. Éste es sólo un aspecto del poliédrico asunto sobre el que aquí se pretende establecer reflexión y debate.

Tratamos de analizar un tema muy singular, tanto en relación con el formato como de contenidos y resultados. Todo esto nos exige tener en cuenta mitos y realidades que envuelven a este concepto. En los últimos años hemos utilizado con profusión palabras relacionadas con creatividad e innovación, la necesidad de ser creativos, de contar con profesionales innovadores, de lanzar productos que marquen tendencia, de crear cosas nuevas, en definitiva. Existe todavía una mayor familiaridad con el término actual ?sociedad digital? que presenta como principal consecuencia la formación de una nueva cultura digital.

A veces utilizamos los términos creatividad e innovación como sinónimos. Aunque son muchas las definiciones existentes para estas palabras, podríamos convenir, en la línea de lo que proponen varios autores, que creatividad es la capacidad de concebir ideas novedosas y útiles, mientras que innovación se refiere a la aplicación de estas ideas. En la primera definición ponemos el énfasis en la generación de algo y en la segunda, el peso cae sobre la aplicación de ese algo en la actividad de las personas y de las organizaciones.

Fundación Telefónica

Existen otras definiciones de creatividad: «La creatividad es un proceso que se desarrolla en el tiempo y que se caracteriza por la originalidad, la adaptabilidad y sus posibilidades de realización concreta». «Creatividad es la capacidad de producir cosas nuevas y valiosas». «La creatividad es el pensamiento abierto divergente siempre preparado para imaginar cosas y soluciones en gran variedad». «Creatividad es la capacidad del cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original». Originalidad, aventura, audacia, riqueza de opciones, alternativas de solución, imaginación para ir más allá de la realidad, productividad talentosa? son ideas que solemos asociar a la creatividad y a la innovación.

Conviene tener en cuenta, no obstante, que por el mero hecho de crear, si la idea no es novedosa y útil para alguien no podremos hablar de innovación. Para que exista la creatividad aplicada (innovación), las aportaciones de los sujetos han de ser reconocidas como aportes e incorporadas al sistema de saberes y al sistema organizativo de las sociedades. Por otra parte, para que exista innovación, la creatividad ha de generar cambios de impacto y nuevas respuestas. Además, debe descartarse el elitismo en la creatividad ya que ésta no es patrimonio de unos pocos. Todos podemos ser o somos, en mayor o menor medida, creativos.

Por último, hemos de referirnos al contexto más inmediato de la creatividad y la innovación, es decir, a la cultura digital. ¿Estamos ante una cultura digital emergente o estabilizada? ¿Existe en realidad una cultura digital? Los expertos dicen que sí porque descubren un nuevo lenguaje digital, una nueva dimensión *on line* de la transmisión de conocimientos y, en fin, una forma de comunicarse basada en la interconexión y en la *globalización*.

Resulta apropiado, por lo tanto, apuntar que en la innovación digital van surgiendo nuevas formas de creatividad (la del *software* social, por ejemplo), de innovación (nuevos modelos de negocios). Además, a la vista de las contribuciones de los expertos, puede decirse que los actuales procesos de creación e innovación se sustentan más en representaciones digitales cada vez más universalizadas gracias a la Web.

Estas reflexiones nos indican que nos encontramos en el umbral de una nueva etapa que podría caracterizarse por una especie de unión de producciones (contenidos significativos) que emanan de los cerebros, tecnologías y redes interconectadas. ¿Es esto todavía ciencia ficción? Es posible. Manuel Castells se ha atrevido a referirse en el contexto de esta nueva etapa digital a una posible ?mente colectiva?, de ?redes de cerebros?.

Fue precisamente el profesor Castells quien ideó y dirigió el seminario sobre el tema Creatividad, Innovación y Cultura Digital (Universidad de Sevilla, junio de 2007, auspiciado por Fundación Telefónica) cuyos contenidos se incluyen en este dossier. Pese a la distancia en el tiempo, el tema no ha perdido actualidad. Más bien la ha reforzado.

Dejemos, pues, a estos significados pensadores y profesionales ?un plantel de expertos internacionales de lujo en diferentes disciplinas? con sus juguetes mecánicos conceptuales y planteémonos la utilización de técnicas que, junto con los modelos actuales econométricos, nos permitan conocer mejor la estructura y el funcionamiento del cerebro y sus derivaciones creativas e innovadoras.

Fundación Telefónica
Telefónica

Bajo la coordinación científica del profesor Castells, estos destacadísimos especialistas nos ayudan en las intervenciones que siguen a comprender exactamente lo que está pasando en el mundo actual, con independencia de que algunos de los trabajos de los investigadores que aportan aquí sus conocimientos no sean suficientemente conocidos. Pero el debate está asegurado. Entre el público asistente, también con voz, a este seminario, se incluye una treintena de selectos profesionales: filósofos, periodistas, investigadores, politólogos, neurólogos, directivos, políticos, maestros, tecnólogos, emprendedores, gestores?

Esperamos que no suene a presuntuoso afirmar que, en cierto sentido, estamos haciendo un poco de historia. Efectivamente, se trata de recoger aportaciones del más alto nivel que nos van a dar luz sobre el funcionamiento de los mecanismos de la creatividad y la innovación a la que todos podemos contribuir.

La intervención de apertura de Castells desarrollando la introducción del Seminario bajo el título *Definiendo creatividad, innovación y cultura digital: mapa de sus interacciones* da paso a la aportación de Antonio Damasio y Hanna Damasio, de la Universidad de Southern, de California, quienes analizan *El interfaz entre biología y cultura en el proceso de inducir la creatividad* y *Cómo crea e innova el cerebro, respectivamente*.

A continuación el urbanista Peter Hall, de la Universidad College, de Londres, introduce el punto de vista de un urbanista con su ponencia sobre *El contexto social, especial y cultural de la innovación: entornos de innovación, clusters de innovación y ciudades creativas*.

Es digna de destacar la aportación de William Mitchel, arquitecto, director del Design Lab. Massachussets Institute of Technology con su ponencia *Ordenadores, diseño y creatividad: el arte y su significado en un entorno digital interconectado,* así como la intervención de Lawrence Lessig, de la Universidad de Stanford, fundador del movimiento *creative commons*, quien aporta la exposición en torno al tema *Creative Commons y cultura libre*. Finalmente el creador cultural y ministro de Cultura hasta hace pocos meses del Gobierno de Lula da Silva en Brasil, Gilberto Gil, analiza *La política de la creatividad en la cultura digital*.

Las aportaciones personales de todos estos especialistas de la sociología y la comunicación, el urbanismo y la arquitectura, las neurociencias, el derecho, la política y la cultura, de primera línea mundial, van seguidas de un enriquecedor coloquio entre los propios expertos y parte del público asistente, lo que permite que el debate culmine con reflexiones transversales sobre un tema que, volvemos a repetir, nos emplaza a seguir explorando.

(*) Cuando este dossier ya se encontraba en fase de edición, se produjo el fallecimiento de Carlos Román, que intervino junto con el otro firmante de estas líneas como introductor del Seminario, del que fue artífice insustituible. Mantenemos esta contribución como homenaje a su memoria y reivindicamos su legado personal y profesional.

Fundación Telefónica

Fundación Telefónica
Telefónica