



ENTREVISTA | LIC. EDUARDO KASTIKA

LA *Creatividad*
SE MOTIVA CUANDO HAY
ESPACIOS PÚBLICOS VIVOS
DONDE PASAN COSAS

El miércoles 21 de mayo de 2014 se desarrolló la VI Jornada de Administración: de la Creatividad a la Acción en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata.

Organizada por el Departamento de Ciencias Administrativas y el Instituto de Investigaciones Administrativas de la casa de estudios, la actividad fue proyectada en tres espacios simultáneos, dado que asistieron alrededor de 900 personas. En ese marco entrevistamos al Lic. Eduardo Kastika, Prof. de Innovación y Creatividad en la Universidad de Belgrano y en la Universidad de Buenos Aires.

No es la primera vez que el Lic. Eduardo Kastika, experto en Creatividad y la Innovación, brinda una conferencia en la Facultad de Ciencias Económicas. En esta oportunidad tuvimos la posibilidad de conversar con él por más de 30 minutos. Y el resultado de ello, fue una entrevista en la que se expusieron sobre la producción permanente de aportes nuevos y valiosos en la creatividad. Además, analiza en qué medida se puede ser innovador en las organizaciones de hoy y, como cierre, reflexiona sobre lo que para él es el trabajo ideal.

¿Cómo definiría creatividad e innovación?

La creatividad es la producción de aportes que son nuevos y valiosos para alguien. Uno es creativo si produce aportes de manera intencional con cierta continuidad, aportes que alguien considera nuevos y valiosos.

En principio para la creatividad no importa ese alguien, uno puede ser muy creativo por más que tenga un grupo de fans de 500 personas que lo sigan, bueno eso ya alcanza para definir la creatividad. Si esas 500 personas piensan que tus aportes son nuevos y valiosos ya es ser creativo. La creatividad se define por esas dos palabras: novedad y valor. Es decir, originalidad, utilidad, diferencia, valor, como sinónimos.

Lo que diferencia a la innovación de la creatividad, es que en la primera hay una implementación de ideas nuevas y valiosas. Lo que iguala a la innovación es lo nuevo y valioso y lo que diferencia es que la innovación necesita que se implementen las ideas y que estas sean adoptadas por la sociedad o por una parte o un mercado, contexto y que esa adopción implique una transformación que puede ser instrumental, radical,

intermedia. Ahora vos podés no ser creativo, pero sí implementar ideas de otros y ser innovador.

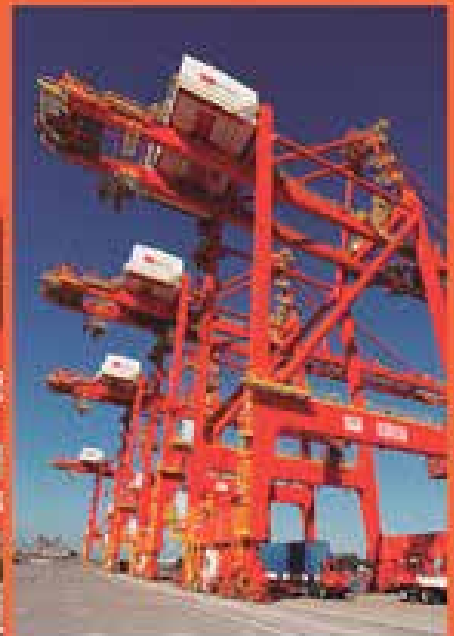
¿En qué tipo de organizaciones el “ser creativo” forma parte de las competencias requeridas?

En todas. Lo que las organizaciones necesitan no es un “ser creativo”, sino que la gente produzca aportes creativos no sólo para que luego se conviertan en innovación, sino que sean nuevos y valiosos también es una forma de mejorar el bienestar de la propia persona. En los últimos 10 o 15 años se ha demostrado que el proceso en el cual una persona produzca cosas novedosas mejora su bienestar y condición y por ende se trabaja mejor.

Lo que busca la organización no es un “ser creativo”, porque a veces hay gente que trabaja en una organización y es súper creativa por fuera de la misma. Por ejemplo tiene su taller personal y en ese ámbito es súper creativo pero no lo aplica al espacio laboral.

“Lo que es importante en la organización es que la gente produzca aportes nuevos y valiosos. Ahora si esa persona se denomina creativa es otro tema que tampoco es tan importante.”

La nueva terminal de contenedores del Río de la Plata.



www.tecplata.com

Lo que es importante en la organización es que la gente produzca aportes nuevos y valiosos. Ahora, si esa persona se denomina creativa, es otro tema que tampoco es tan importante.

Usted ha expresado en más de una oportunidad: “nadie innova solo”. ¿Podría explicarnos el sentido de esta idea y la importancia del trabajo en grupo?

En principio el “nadie innova solo”, no quiere decir que siempre innovemos en grupo, sino que tiene que ver con que todas las ideas que uno tiene, además de tener un destinatario que las mejora, también hay que pensar que se necesita que antes se hayan inventado otras cosas. Uno utiliza un lenguaje, lapicera, escritorio, es decir nuestras creaciones son siempre a caballo de otras y eso quiere decir que nadie innova solo.

Según su óptica, ¿cómo repercuten en las organizaciones la convivencia de distintas generaciones en el mundo del trabajo?

El hecho de que haya una diferente manera de trabajar de acuerdo a las distintas generaciones es algo nuevo, es algo de los últimos 20 años. A veces no queda muy claro qué es. Lo que sí creo que marca una diferencia sustancial tiene que ver con la gente que tiene incorporada en su vida el concepto de redes sociales y la gente que no.

El hecho de que una persona esté familiarizada con las redes sociales repercute en cuanto a la creatividad en el modo de entenderla. Nadie que participe en las redes sociales desconoce el concepto de crear junto al otro. Porque la red social es todo el tiempo.

Y hay otro tema que también tiene que ver con que las redes sociales son una enorme fuente de ideas, para inventar. Hay generaciones que viven entendiendo esto, que saben que las soluciones existen y que sólo hay que buscarlas. En este punto es donde se produce la gran diferencia con las generaciones que no incorporaron esto. Hay gente que tiene más de 50 años e incorporó este concepto.

Según su lógica de pensamiento, ¿en qué consiste el trabajo ideal?

“El trabajo ideal es aquel que te permite sentir que progresás en aquellos desafíos que vos sentís como significativos”

Desde el punto de vista de las teorías de la creatividad un trabajo es ideal cuando una persona puede sentir o percibir que su trabajo le genera algún tipo de progreso que para la persona es significativo. El trabajo ideal es aquel que te permite sentir que progresás en aquellos desafíos que vos sentís como significativos. Y si le querés agregar más: el mejor trabajo es aquel donde tenés metas claras, autonomía, donde tenés algún tipo de reconocimiento a tus esfuerzos, que no es lo prioritario, pero si necesario. Donde también tenés ciertos recursos, donde la escasez extrema no motiva a la creatividad y algo muy importante: siempre es ideal desarrollarse si estás en un entorno donde haya cierto sentido de la confianza y la cooperación.

Usted utiliza como recurso para sus seguidores o lectores, la idea de establecer, tips, técnicas, recomendaciones, consejos y otras formas de comunicar. ¿Cree que este tipo de mensajes son herramientas eficaces para movilizar al otro u otros y por qué?

Hay como una especie de red que tiene que ver con saber que siempre se puede hacer algo. Desde hace muchos años, desde 1985 por estudios o trabajos viajo y lo hago al exterior y siempre me entusiasmaron los libros que me dan algún tipo de recomendación o cosa vinculada a lo creativo. Estos son diferentes de los de libros académicos, pero yo los sigo consumiendo, porque por lo menos me conecta con gente que de alguna manera está interesada en una forma de entender el trabajo. Que tiene que ver con

“El hecho de que una persona esté familiarizada con las redes sociales repercute en cuanto a la creatividad en el modo de entenderla. Nadie que participe en las redes sociales desconoce el concepto de crear junto al otro.”

no repetirse, con aceptar la idea del otro, con mirar cosas nuevas, con tener una actitud de bienvenida, creo que en suma es bastante reconfortante y buena para la persona que trabaja el hecho de saber que hay un grupo de personas que nos ocupamos de estar todo el tiempo pensando en recomendaciones, por más que después no las usen.

¿Cuáles son los momentos más comunes, en su caso particular, en que surge una nueva idea? ¿Existe algún lugar o situación determinada en que usted se inspira más de lo común?

Quienes trabajamos de producir contenidos y tratamos que nuestros aportes sean novedosos y valiosos, vamos buscando nuestros propios momentos, pero tenemos como nuestra propia mecánica basada en el trabajo constante. Las buenas ideas surgen por sentarte permanentemente a escribir o a dibujar a pintar, pensar o tirar ideas con tu equipo dentro de la organización.

No hay determinado momento per se, sino que tienen que ver con cómo uno se organiza el día. Nos organizamos de manera tal que podamos tener todos

“Siempre es ideal desarrollarse si estás en un entorno donde haya cierto sentido de la confianza y la cooperación”

los días momentos para ayudar a que las ideas surjan.

¿Qué significa para usted brindar este tipo de conferencias en universidades públicas y en particular en esta casa de estudios?

Por algún motivo sigue siendo para mí algo significativo, sigue siendo algo que yo siento que vale la pena ser realizado. En principio es un honor que me inviten pero, independientemente que uno lo pueda hacer por las redes sociales (y hay más gente incluso) a mí me parece que la esencia de esto tiene que ver con que los espacios como las universidades donde viene gente abiertamente, son espacios fuertemente estimulantes para la creatividad de una sociedad.

Hoy había más de 850 personas, y por ahí estaba la novia de un chico que estudia arquitectura pero vino y escuchó y algo de lo que yo dije, o de lo que dijo el profesor Góngora y le pegó o inspiró, e hizo algo a partir de esto. A mí me gustan que pasen cosas en espacios públicos, creo que la creatividad se motiva cuando hay espacios públicos vivos en donde pasan cosas, no me gusta la creatividad de country o el concepto de juntarse 12 exclusivos para que alguien venga y nos hable. Por supuesto que si me contratan, y considero que es un buen cliente o lo que sea, como parte de mi profesión lo hago, pero poniendo un montón de condiciones que aquí no lo hago.

En cambio acá, yo creo en esto porque yo crecí con esto, fui a la universidad pública y muchas de las cosas que aprendí y hoy recuerdo son estar sentado en una conferencia gratuita de la UBA escuchando a

Alberto Levy. De repente decía no estaba mal que uno leyera cosas que no tienen ver con la administración y en mi época (1984) decir eso era raro, era rupturista. Especialízate y lee de lo tuyo.

¿Sobre qué temáticas está investigando en la actualidad y qué libro recomendaría a aquellas personas interesadas en la creatividad e innovación?

Yo ahora estoy dedicado específicamente a estudiar lo que se llama creatividad organizacional, es decir estudiar desde el punto de vista científico de las ciencias sociales los diferentes niveles en que la creatividad se puede plantear en una organización. Y esto tiene que ver con el nivel de las personas que por ahí les gusta tanto el trabajo que están haciendo o les encaja tanto el trabajo con la profesión que tiene, o está tan motivado en el momento X de la vida y que por más que la organización no le dé absolutamente nada, logra producir aportes nuevos y valiosos.

Desde el punto de vista científico y de las ciencias sociales, los diferentes niveles en que la creatividad

se puede plantear en una organización. Son: el nivel grupal, del micro entorno haciendo o no un equipo; el nivel de la organización como un todo, cómo soy creativo por ejemplo en Banco Provincia; y finalmente está el nivel interorganizacional, cómo soy creativo en mi organización, porque tengo acceso a otras estando en la mía. En este momento estoy estudiando eso y estoy estudiando cómo los circuitos para la creatividad se producen en Argentina para estos tipos de niveles.

En cuanto a libros dependerá del enfoque que quiere la persona. En castellano y si estás en el tema del Marketing recomiendo leer a ciertos clásicos. Si alguien quiere saber sobre la creatividad en Marketing, si o si tiene que leer Ries y Trout, es un libro recontra viejo pero hay que leerlo y de Administración si o si hay que leer a Simmons.

Y en cuanto a libros en la actualidad, leería libros de Richard Florida que habla de las sociedades creativas y me parece súper importante para nosotros, un libro es "La clase creativa". Y por último a Mihály Csíkszentmihályi que ha escrito sobre creatividad. ■

UNION Industrial
U.I.
del Gran La Plata

Promoviendo trabajo para dignificar al hombre.

Calle 47 N° 271 e/ l y l15 • CP 1900
TEL (0221) 423 4505 • FAX (0221) 423 4507
www.uiglp.org.ar