

Los porqués de la innovación

Por Alejandro Katkownik

¿Para qué sirve la innovación?, ¿cuál es su verdadero fin? ¿Qué relación guarda el aporte del diseño con la innovación?

La innovación y la eternidad

El marketing nos demostró que la palabra «nuevo» es uno de los términos más efectistas al momento de promover la venta de un determinado producto. En otro sentido, los diseñadores justificamos nuestro trabajo a partir de esta seductora palabra, convertida convenientemente en concepto y valiéndonos de uno de nuestros mejores recursos: «la creatividad», cuya administración resulta a veces un tanto mística, pero siempre se dispone a crear alguna innovación.

Esa búsqueda tan ferviente y constante de aquello que no existe, por algunas razones, ha logrado que el concepto de innovación adopte un grado de valor tan alto y tan deseado como lo es el de la belleza o el de la inteligencia.

La novedad solo es posible si logra dejar de lado el universo de lo conocido, teniendo que eludirlo y contraponerse. En términos relativos, lo existente se constituye en lo estático y lo nuevo en aquello que debe alcanzarse, aquello que el mercado establecerá como «lo deseado».

Así como la belleza se constituye en un valor casi funcional dentro de la naturaleza, ya que es un parámetro de selección, utilizando por ejemplo la morfología de la simetría y determinadas proporciones, quizás también el acto de innovar sea el resultado de un instinto de supervivencia o de cierta pulsión de vida, en oposición a la propia entropía. El movimiento, la evolución y la acumulación surgen como respuesta a la muerte, dado que lo que no se mueve, lo que no nace, o lo que no evoluciona, es aquello que no posee vida.

Una de las prácticas históricas que justifican cruelmente a la innovación es la guerra. Muchas estrategias y tecnologías son desarrolladas, con la intención de asegurar los recursos que resulten más eficaces para vencer al enemigo. Una supervivencia en una lucha establecida con un opositor, una perversa puja por lo deseado. Estos recursos ya desarrollados y comprobados, luego de un tiempo migran a la sociedad civil, con un asombroso cambio de contexto, aunque en la mayoría de los casos, su origen se diluye u olvida.

Desde un punto de vista temporal, crear lo es siempre para un tiempo futuro: el pasado y el presente, solo se encargan de contener o desechar los objetos ya existentes. Proyectar es un mecanismo, algunas veces complejo y otras veces sencillo, que los humanos disponemos para

incluir dicho futuro en nuestro presente y que nos permite hacer tangible lo que aún no ha ocurrido: simularlo. Quizás de un modo más inconsciente, proyectar facilitaría también que dicho futuro nos incluya: «si hay proyecto habrá futuro», fórmula que nos proporcionaría cierta fantasía de eternidad, un peligroso juego que muchas veces el ego experimenta, sin tener en cuenta un sistema real de necesidades.

Patología de la Neofilia

Con la gran inercia que la innovación conlleva y constituyéndose en un valor de carácter consensuado e históricamente constante, resulta retrógrada, o por lo menos inoportuna, la pregunta: «¿para qué y por qué seguir innovando?».

Me pregunto si a esta altura de los acontecimientos, nuestros cerebros no se han transformado en adictos a lo nuevo, una neofilia instalada con las formas de un nuevo arte, con valores equivalentes y con similar inmunidad. Es interesante y develador destacar su antónimo: «neofobia», que se define como temer a lo nuevo y a la evolución, sosteniendo estos términos casi como sinónimos.

El círculo actuario denominado «innovación», devenido en consumo, provocó además que el tiempo que separa el «concebir» del «desechar» sea cada vez menor, a lo que un matemático concluiría en que el ciclo de vida de los productos tendería a no existir.

En términos de sanidad individual, se ha transformado el desechar en una buena acción: «lo descartable es higiénico y por lo tanto clínicamente sano», otorgando así a la descartabilidad, un valor tan ponderable como el del buen vivir. Esta asociación peligrosa relaciona de una manera casi perversa, el desecho como parte de una buena práctica de vida. De este modo se fue creando un nuevo contexto, que fue dando lugar al «necesitar algo cíclicamente» casi como un alimento, un goce en el reemplazo por objetos concebidos de modo tales, que aseguren que también deban ser reemplazados.

La innovación infinita

¿Cuál es el límite que vulnera a la innovación? Siempre parece haber lugar para algo nuevo, aunque en otro sentido tendería a pensar, que cuanto más cosas nuevas surgen, menos espacio van dejando a las existentes y menos aún a las que están por crearse. Quizás esto es lo que provoque que el carácter innovativo de un producto sea un tanto efímero ya que cuando una innovación se masifica, esta se diluye; la aparición de otras innovaciones va desterrando de aquella gloria de novedad a la anterior.

El mecanismo compulsivo de la búsqueda de lo nuevo, de aquello anhelado, funciona basado en que no se puede desear aquello que se posee, ya que si se posee, no es necesario desearlo, pero la propiedad del deseo es lo que le permite a la humanidad mantener su género ya que las necesidades primarias de supervivencia están asociadas a él: el deseo sexual, el deseo de comer, el deseo de vivir, etc.

Por momentos la innovación en términos relativos pareciera estar en crisis, los objetos

existentes parecen tener comparativamente cada vez menos distancia entre sí, pero abstrayéndonos de la realidad inmediata, la creatividad como técnica de innovación, es un ejercicio constante, al parecer producto de un instinto permanente.

Si bien en la actualidad podemos determinar a la innovación dentro del marco de la cultura, ésta pudo haber sido la reelaboración de un comportamiento natural o corporal, que gracias a la evolución, desencadenó en un complejo sistema virtual, basado en el deseo.

Publicado el 13/11/2011



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/los-porques-de-la-innovacion>

