



El síndrome del mal innovador

El recelo por proteger una idea impide el desarrollo de la misma a través de la colaboración

No se trata de poner en duda la importancia de patentar los productos, pero la innovación va siempre por delante si está bien enfocada

REDACCIÓN

LOGROÑO. Empapelar una habitación podría equivaler también a instalar lámparas en ella. Esto será así según un nuevo estudio que identifica una vía práctica para fabricar papel que lleve LEDs de luz blanca incorporados.

Si esta tecnología, para la que ya se ha solicitado una patente, prospera lo suficiente como para entrar en la fase comercial, dentro de algunos años se podría ver convertida en realidad otra sugerente idea de la ciencia-ficción, la de salas iluminadas por luz que emerge de las propias paredes. Todo dependerá de cómo evolucione el proceso innovador.

Detrás de este trabajo, el equipo de Gul Amin, Magnus Willander y Naved ul Hassan Alvi, de la Universidad de Linköping en Suecia, cree factible la formación de LEDs de luz blanca, hechos de óxido de zinc y un polímero conductor, directamente sobre papel, incluyendo papel de un tipo apto para empapelar con él paredes de habitaciones.

Una gran idea que sin duda puede tener éxito -dependerá como siempre del mercado- y que antes incluso de su puesta en marcha definitiva ya se conocen detalles interesantes. Entonces, ¿cómo se debe actuar?, ¿cómo desarrollar una idea reconociendo en la colaboración un elemento de vital importancia sin correr el riesgo de que alguien con más capacidad financiera pueda adelantarnos por los costados? ¿Innovación oscura o innovación colaborativa?

Muchas teorías analizan esta situación donde se pone de manifiesta la importancia o no de las patentes. Aseguran los grandes teóricos que uno de los elementos primordiales para innovar es la colaboración porque es el proceso de compartir conocimiento el que genera desarrollos innovadores que tienen opciones reales de ser necesarios y por tanto consumidos.

Las corrientes ideológicas más reconocidas es la que la pone en escena el prestigioso bloguero Enrique Dans. Para él, innovar no consiste en blindar lo que haces mediante oscuridad, secretos y patentes para que a otros les sea mucho más difícil seguir por el camino que tú has abierto. No consiste en castigar y multar al que te copia. Porque el que te copia, por definición, va por detrás de ti. La innovación es la capacidad para anticiparse, para observar las necesidades, para encontrar las soluciones.

«Innovar consiste en crear cosas



El verdadero innovador es aquel que se anticipa a todos aquellos que deciden copiar una y otra vez. Y el tiempo sí que importa. :: L.R.

«Innovar es crear cosas nuevas para aprovechar la ventaja temporal con la que cuenta el pionero»

Google no inventó la búsqueda en Internet, pero sí cambió la forma de interactuar con la Red

nuevas con la mentalidad de aprovechar la ventaja del pionero que obtendrás con ellos durante un tiempo corto y limitado, sabiendo que cuando los que te quieren copiar lo hayan conseguido, tú ya estarás en el siguiente paso de la innovación, y ellos solo serán eso: copias», explica Dans. Innovar es contribuir al progreso, no dificultarlo. «Ser innovador no es tener una idea y buscar vivir de ella en el futuro, sino tener una actitud que te permita tener esas ideas constantemente. Innovar no es un momento, es un continuo. Es una mentalidad, un estado de ánimo, un reto constante, no un acomodarse por que total, ya lo tenemos patentado».

Con este no se niega la necesidad de poner límites a la copia, pero sí se pretende resaltar y destacar que la innovación es un proceso continuo, ilimitado e irreversible. No debe verse como un hecho puntual para solventar una situación empresarial anómala. La innovación debe formar parte de la esencia misma del proceso empresarial. Si es así -con la inversión constante que ésta conlleva-, el proceso innovador estará bien enfocado y por tanto siempre se estará más cerca de estar por delante de los que tienden a copiar. El tiempo es oro, en este caso también.

Dice Dans que «se innova en las compañías, no en los juzgados. Si

tienes que pedir a los juzgados que protejan tu innovación, es que ya no eres realmente innovador. Decir que la victoria de ayer es una cuestión de valores implica, desgraciadamente, que has perdido esos valores. Al final del camino, puede incluso que Samsung haya sido la ganadora de todo esto».

Cuando Apple creó iTunes no sólo hizo un formato más barato, rápido y digital, sino que alteró la relación del consumidor con la música. Al igual que eBay, que cambió la manera en que vemos la experiencia de comprar. O Google, que no inventó la búsqueda en internet, sino que cambió la forma de interactuar con la Red.