

| Fecha | Fuente | Pag. | Art. | Titulo |
|-------|--------|------|------|--------|
|-------|--------|------|------|--------|

15/04/2013 DIARIO PULSO - STGO-CHILE 8 8 JUGANDO EL JUEGO VERDADERO

EnPáginaPar

Jugando el juego verdadero

PABLO FERNÁNDEZ

HA SIDO tema recurrente de este columnista la necesidad de buscar maneras de ser más creativos en nuestra forma de trabajar. Y una de las propuestas que he esgrimido es la del juego como una metodología para innovar y crear. Como la falta de canas en mi cabeza puede hacer parecer mi propuesta infantil e ilusa, voy a tratar de justificar mi hipótesis para abrir más el debate. En su libro "Creative intelligence", Bruce Nussbaum detalla las ventajas que tiene el juego como fuente de inspiración creativa.

Cuando jugamos rápidamente descartamos lo que no nos sirve y cancelamos los prejuicios que podemos tener (abriendo las opciones de "lo posible"), quedándonos sólo con la experiencia o el objetivo que nos interesa y nos aporta. Podemos jugar con el objetivo de vencer a otros o simplemente por pasarlo bien. En algunos colaboramos en equipo o simplemente es un desafío personal. Nos enfrentamos a situaciones distintas que van cambiando y nos obligan a improvisar respuestas para perma-

necer en el juego. Podemos perder, pero no fracasar, porque siempre está la posibilidad de volver a empezar. En palabras del escultor Richard Serra, "jugando uno nunca vislumbra un producto final definitivo". Pero ojo, jugar no es una anarquía ni un mundo sin reglas. Es imperioso que existan reglas claras y simples. Pueden evolucionar y modificarse para hacer el juego más entretenido y productivo, pero los cambios deben ser aceptados por todos. Y se requiere gente que confíe en los otros participantes del juego. Tal como los niños no juegan con los que consideran tramposos, yo no estaré dispuesto a jugar en la oficina con gente que creo pueda quitarme el crédito por mis ideas o reírse de los aportes que proponga. Cuando le encargaron a la consultora Design Continuum encontrar una solución más práctica para tomar desde envases de Tetra-Pak, un equipo se encerró con cientos de envases a probar distintas maneras de beber de éstos. Discutiendo, conversando y tomando, la experiencia se volvió un juego. En la misma línea Apple, P&G y varias empresas tienen sus "centros de juego". No hay receta única, pero de que entrega resultados, lo hace. ●

El autor es director innovación FEN Universidad del Desarrollo.

