

A man in a dark suit is seen from behind, pointing his right index finger at a central icon in a digital network. The network consists of numerous 'ADD FRIEND' icons connected by lines, all set against a dark, glowing background. The man's hand is in the foreground, reaching towards the center of the network.

Evite Ser un Jefe que Mata la Creatividad Laboral

Lamentablemente, algunos directivos consideran la creatividad como un tema para los artistas, inventores o "creativos" de agencias de publicidad, y olvidan que es una habilidad que se puede aprovechar en todas las áreas.

Se ha preguntado alguna vez si de repente es usted un gerente "asesino de nuevas ideas" o si tiene un jefe que lo sea? La mayoría de empresas tiende a matar la creatividad de sus colaboradores de múltiples maneras. Mario Morales, fundador y gerente general de la firma de consultoría Innovare para América Latina, con sede en Costa Rica, señala que la mayoría de personas con las que conversa refiere que sus buenas ideas mueren apenas se las cuentan al jefe, ya sea porque: (a) dice que no va a funcionar, (b) dice que no hay tiempo o recursos para llevarla a cabo o (c) se la roba para llevarse todo el crédito. Estas son poderosas razones para que los ejecutivos ya no quieran compartir sus ideas.

Sin embargo, la creatividad es muy importante para el éxito de cualquier negocio y, sobre todo, para la supervivencia de las empresas, que constantemente tienen que estar reinventándose. Por desgracia, no siempre ha estado en las prioridades de la mayoría de directivos, que consideran la creatividad como un tema para los artistas, inventores o "creativos" de agencias de publicidad, y olvidan que es una habilidad que se puede aprovechar en todas las áreas y personas de una empresa. Se pueden usar estrategias, diseñar procesos, asignar recursos y aprovechar todas las capacidades humanas en beneficio del éxito empresarial.

Crear las Condiciones

La creatividad es una habilidad que todos los colaboradores de una empresa pueden desarrollar, pero para ello es necesario saber enfocarla, crear las condiciones para apoyarla, dar estímulos para que despierte y brindar herramientas prácticas al personal para que pueda empezar a pensar diferente.

Entonces, está en los que dirigen las empresas el hacer que sus trabajadores puedan desarrollar esa creatividad, principalmente asignando

Los "Asesinos" de la Creatividad

Teresa Amabile, directora de la Escuela de Negocios de Harvard, en su libro *El espíritu creativo*, presenta los diferentes "asesinos" que acaban con la creatividad de los niños, que a la larga son los mismos que atentan contra la creatividad de los trabajadores. Básicamente, se refiere a cinco aspectos:

La vigilancia: Cuando hay un supervisor o jefe que constantemente está vigilando cada acción en el trabajo, el miedo al error aumenta, y eso puede quitar el impulso de hacer algo diferente o nuevo. Entonces, es mejor dar confianza al empleado, y así favorecer su creatividad. Si se equivoca, hay que corregirlo, pero buscando el momento adecuado.

La evaluación y la recompensa: Es importante y necesario el reconocimiento a un trabajo bien hecho o una nueva idea bien planteada, pero no lo único. A la hora de crear, debe ser más importante lo que aporta personalmente este trabajo que la valoración o recompensas recibidas a cambio. La motivación debe ser intrínseca primero.

La competencia: Genera estrés y angustia, y se puede perder el ánimo de colaborar con el compañero, más aún cuando se sabe que solo uno ocupará el primer lugar. En esos casos, se fomenta la desunión y desconfianza, cuando lo que se quiere es que el trabajo sea en equipo y el ambiente laboral siempre sea el mejor. La competencia es buena, pero hasta cierto punto; puede haber una competencia sana, que fomente el espíritu del equipo, pero nunca aquella en que ganar o perder convierta a un trabajador en mejor o peor que otro.

El exceso de control y restricción de libertades: Muchos directivos o jefes confunden su deber de instruir con su necesidad de controlarlo todo, diciendo exactamente qué actividades se deben realizar y con qué metodología se debe trabajar, cuando lo que se quiere es que cada trabajador pueda tener iniciativa y originalidad, para así alcanzar resultados de acuerdo a su propio criterio y habilidad.

La presión: Si se establecen expectativas muy altas en relación con una tarea, es posible que surja el rechazo a realizarla, sobre todo si es obligatoria. Sin embargo, si se incentiva el interés por esta tarea y se explican los objetivos o metas a cumplir, es posible que los trabajadores se motiven o al menos no sientan que es una orden, sino más bien la vean como una necesidad.

los roles adecuados a cada uno, de acuerdo a sus competencias y habilidades. La psicóloga y bloguera Jenifer Delgado, experta en el área de aprovechamiento de personal, señala que la tendencia a brindar los trabajos más urgentes a aquellas personas que nos resultan más "elegibles" es fatal a largo plazo si deseamos resultados creativos.

Además, también es importante dotar al personal de un ambiente de trabajo agradable, que estimule la tranquilidad y creatividad de los trabajadores, donde se sientan a gusto, integrados y reconocidos por sus pares y superiores. Esto motiva a innovar y crear permanentemente, porque hay una identificación con la empresa y una necesidad de apoyar su desarrollo en todos los ámbitos. ■