

(Nu) ne naștem creativi



Cei mai mulți dintre noi suntem speriați de faptul că nu putem fi creativi, ne este greu să avem idei originale sau pur și simplu idei, să contribuim la un proces de creație. De aceea, privim creativitatea ca fiind un drept din naștere, pe care doar unii, cei mai norocoși, îl primesc.

Ei bine, nu este așa. Primul lucru pe care trebuie să-l facem este să eliminăm fobia față de creativitate, față de inovare. Profesorul Albert Bandura, unul dintre cei mai importanți psihologi contemporani, este inițiatorul teoriei „self-efficacy” prin care ghidează oamenii să își depășească propriile fobii.

Teoria explică modul în care oamenii percep și interpretează propria existență din semnele, indiciile primite din exterior. Succesele și eșecurile sunt strâns legate de felul în care oamenii învață să se vadă pe ei înșiși și să per-

ceapă relațiile cu alte persoane. Această teorie descrie conceptul de „self-efficacy” ca un concept care se învață (și nu este dobândit la naștere), un concept organizat (într-un fel în care să se aplice la fiecare persoană în parte) și dinamic (în permanentă schimbare și diferentiat în funcție de vârstă).

Acest „self-efficacy”, pe care evit să îl traduc pentru a nu-i afecta sensul, se aplică și în cazul creativității: nu ne naștem creativi, creativitatea are nevoie de un proces organizat și de disponibilitatea permanentă față de schimbare. Deși, poate părea puțin surprinzător, procesul de creație, de inovare, necesită concentrare și perseverență și, în același timp, menținerea unui model mental și a unei culturi de organizație deschise către nou, către schimbare.

Despre creativitate ne vorbește și comediantul John Cleese care, într-un clip video pe care îl puteți găsi ușor pe youtube, ne prezintă o condiție simplă pentru a fi creativi: capacitatea de a trece din „close-mode” în „open-mode..”. Pentru aceasta, avem nevoie de 5 ingrediente: spațiu, timp, timp, încredere și umor.

Așadar, depășind fobia față de inovare, gândind „out of the box” și având încredere în noi, facem primul pas spre nașterea unei idei. De spațiu și de mult timp avem nevoie pentru a

găsi acele idei care se pot transforma în profit pentru companiile în care lucrăm. Pentru aceasta, trebuie să stăpânim două lucruri: empatia pentru clienții companiei, deprindere pe care fiecare angajat o poate dobândi pentru a fi creativ, pentru a inova, cât și abilitatea de a gestiona schimbarea, ce va exista întotdeauna cu titlu constant.

În timp, au fost dezvoltate metode și tehnici pentru a stimula creativitatea, pentru a genera idei și soluții, pentru a organiza procesul de creație și de inovare, pentru a asista schimbarea asociată acestui proces. Abordarea în mod organizat a creativității, a inovării sporește calitatea și impactul acesteia și reduce riscurile asociate intrării pe teritorii necunoscute, crește viteza de transpunere a noilor idei în practică, transformând astfel creativitatea și inovarea într-o resursă pentru competitivitate organizațională.

Vi s-a părut pesimist titlul? Eu sunt de părere că e o invitație optimistă pentru a avea încredere în noi, pentru a fi creativi și dornici să inovăm.

Alexandra POSTOLACHE
Consultant Svasta ICG România
www.inoventiv.svasta-icg.ro

