

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

28/03/2013 DIARIO PULSO - STGO-CHILE 8 5 CREATIVIDAD Y OCIO

Creatividad y ocio

Escribo en respuesta a la columna de don Andrés Montero del día 26 de marzo. En ella, el autor pide mayor planificación y la necesidad de “producir de manera eficiente y en forma sistemática”. Se queja, entre otras cosas, de “los tiempos muertos que disminuyen la productividad” y nombra, entre otros ejemplos, el hecho de que algunas universidades tengan “ventanas, que no son otra cosa que ratos de ocio”.

No me asombra su visión de las cosas. Muchos empresarios aspiran a eliminar cualquier tipo de distractor que pueda sacar a sus empleados de sus labores productivas. ¿Internet? Pero bloqueando sitios de videos, correos personales y otros. ¿Café, sitios comunes? Eso es para los que “sacan la vuelta”. Esta visión limitada impide que se produzcan intercambios de ideas o oportunidades de generar negocios creativos.

El “ocio” o la oportunidad de tener tiempo libre puede ser una gran fuente de inspiración para innovar o generar ideas. Pero ello toma tiempo y no puede ser medido con métricas convencionales. Según el State of Create Study de Adobe, la mayor barrera para ser más creativo es la falta de tiempo.

Existen universidades que buscan que estudiantes de distintas carreras tengan “ventanas” similares para poder compartir ideas o pro-

yectos. Ellos diseñan sus edificios para generar espacios comunes donde conversar o trabajar en grupos. Las oficinas académicas están construidas de forma tal que la cocina o la fotocopiadora cumple el rol de reunir a la gente para que conversen e intercambien ideas (una pérdida de tiempo para don Andrés). Entregar mayor libertad y responsabilidad a los trabajadores es la mejor forma de convertirlos en agentes innovadores. Lo invito a leer mi columna del lunes 25 sobre el tema.

Pablo Fernández

Director de innovación FEN
Universidad del Desarrollo

