

Recensión

La creatividad y las nuevas tecnologías en las sociedades modernas

(Menchén, 2009)

Por Julia Bernal Vázquez

Hacer la recensión del libro que presentamos ha sido un placer. Su lectura demuestra que se trata de una obra concienzuda, tenaz y muy elaborada, donde el autor sabe analizar e incorporar los nuevos y necesarios ingredientes para investigar la filosofía y los valores esenciales de las empresas que triunfan.

Cree el autor que si en la sociedad actual, las fuentes de riqueza son la imaginación el conocimiento y el capital humano, en las próximas décadas, el progreso de la sociedad del conocimiento estará centrado en tres grandes pilares: El desarrollo de la capacidad creadora de los seres humanos; el fomento de la cultura de la innovación en todos los ámbitos de la vida; el acceso a las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Por ello propone en este libro conjugar un nuevo escenario donde la creatividad, entendida como capital intangible, sea la dimensión que puede llevar el éxito a una sociedad moderna que cambia vertiginosamente,

El libro consta de 9 capítulos que abordan temas poco convencionales. Cada uno de los capítulos viene precedido del diálogo de dos personajes, **TIVI** y **BURO**, dos buenos amigos que, aunque piensan de forma diferente, con sus planteamientos van a conducir e iluminar toda la obra. Sus ideas novedosas, inusuales y atrevidas predisponen a la acción, motivando y provocando numerosas preguntas que orientan y guían al lector a descubrir su propia realidad.

En el primero, **hacia la búsqueda de una organización creativa**, utiliza la definición de creatividad, “capacidad para captar la realidad de manera singular, y transformarla, generando y expresando nuevas ideas, valores y significados”, y señala la necesidad de no reducirla a un campo específico (música, pintura, poesía), sino de reconocerla como la base sobre la que es necesario apoyar la enseñanza de cualquier disciplina.

Para poder transformar la realidad hay que conocerla y dominarla, y este es el camino que nos presenta el autor, donde lo central no es la temática que se aprende sino desde donde se está para aprenderla. Para analizar la dimensión creativa y el sentido de la innovación, hay que generar las respuestas que ofrecen las nuevas necesidades del siglo XXI.

Hay una constante que se mantiene en toda la obra con la intención de activar los valores fundamentales de una organización moderna, “transformar la realidad”, aquí está la base fundamental del mundo empresarial, que se puede alcanzar bien por la capacidad innovadora de la empresa, o por el uso de los recursos tecnológicos disponibles. Es el tema predominante del segundo capítulo que ofrece un título muy sugerente, **El ADN de las organizaciones**, donde avala su discurso con categorías conceptuales poco utilizadas en esta temática: el código genético, la variedad genética de las organizaciones, la energía para cambiar, etc.

Este nuevo lenguaje demuestra un planteamiento diferente de los elementos de una organización.

Diseña un nuevo enfoque basado en el acróstico de la palabra CENTRO (calidad, entusiasmo, nuevas tecnologías, trabajar con imágenes, renovación y objetivos audaces), considerando que se puede aplicar a cualquier tipo de centro: tecnológico, hospitalario, de investigación, etc.

Un modelo emergente de organización, es el título del tercer capítulo, donde la creatividad, imaginación, innovación, son los valores en alza del mundo empresarial, que se ven inhibidos por la burocracia, que bloquea la iniciativa y la creatividad, y limita la variedad de tácticas disponibles. Uno de los objetivos prioritario debería de ser reducir paulatinamente la carga burocrática que pesa sobre las instituciones, para que estas puedan concentrar todas sus energías en atender a sus trabajadores y clientes y como estrategia propone unos manuales de “mejoras prácticas”, “grandes éxitos”..., creando una cultura interna sobre las excelencias que surgen en los distintos grupos.

El capítulo cuarto **La energía necesaria para cambiar una organización** significa pensar en centros con: grandes dosis de fantasía y coraje, conocimientos y experiencia. Estos cuatro componentes son los pilares de cualquier tipo de organización que mire al futuro, proyectando unas orbitas que describen la energía y basadas en nuevas formas de gestión, cultura de pertenencia, innovación, nuevas tecnologías, y pasión por la excelencia; todas ellas, promovidas por la energía que produce un líder creativo responsable (constituyen el fluir de la creatividad).

Nos presenta el autor la organización del futuro inspirada en una filosofía donde la noción de servicio no debe ser una estrategia más del proyecto, sino lo básico, el núcleo, la razón de existir de la organización y por lo tanto precisa

mantener una atención permanente y entusiasta, que en definitiva son detalles que forman la imagen de la empresa.

Describe el trabajador creativo como la persona que considera el centro de trabajo de distinta manera, que se abre a una forma nueva de establecer las relaciones, el sentido del éxito, la formación y el proceso de aprendizaje. Su rendimiento ha de ser equivalente a su entusiasmo y disfrute y además sentirse orgulloso de sus logros.

El quinto capítulo lo utiliza para describir y fundamentar **Los principios del liderazgo creativo** (innovación, interdependencia, incertidumbre, complejidad, reticular, desaprendizaje y axiológico). Los desarrolla ampliamente para concluir resaltando la necesidad de que el líder creativo del siglo XXI sea esa persona capaz de crear una cultura de trabajo centrada en la visión, la valentía y la humildad de aprender, emprender y crecer constantemente.

El modelo de líder creativo basado en el trabajo de guiar, aconsejar, entusiasmar, alertar..., lo presenta en el sexto capítulo, que resulta complejo y no exento de esfuerzo. Las nuevas funciones del líder creativo, las fundamenta en considerar al líder como: coach, arquitecto, gestor del conocimiento, promotor de las nuevas tecnologías, y responsable de asumir retos.

La nueva situación planteada requiere otras formas de organización, de dirección y de relación, por lo que a través de una serie de fases diseña, en el séptimo capítulo, **Visualizar la organización del futuro**, una organización creativa y configura un modelo de esa nueva forma de entenderla. Incorpora dos notas esenciales: que al frente de una organización moderna tiene que haber un auténtico líder creativo, y que la gestión y funcionamiento de un centro moderno que pretenda

optimizar los resultado necesita el desarrollo de la creatividad de todo el personal, y fomentar la innovación tecnológica.

La organización como, generadora de riqueza, lugar de poder, plataforma creativa, se presenta en el octavo capítulo bajo el título **Un nuevo paradigma**, a la que añade los tipos de relaciones y la implementación de las nuevas tecnologías, considerando que el cerebro es el ejecutor último de las ideas creativas.

Para finalizar la obra presenta, **La evaluación de la innovación** en las organizaciones, ampliamente justificados cada uno de los siguientes aspectos: *Crear una cultura innovadora. El contexto teórico. El perfil innovador de una organización. Descripción de los instrumentos de evaluación. Los criterios de valoración. Los indicadores de una organización creativa.* La innovación afecta a una serie de dimensiones como cambios en los procesos, en los procedimientos, en las estrategias y en la propia cultura de la organización, y no puede limitarse a la incorporación de las nuevas tecnología. Las organizaciones seguirán evaluando la consecución de sus objetivos, pero también es necesario evaluar la competencia innovadora del equipo directivo y de los sujetos. De ahí que el modelo propuesto de evaluación de la innovación cree el autor que ha de constar de cuarenta criterios específicos, que darán a conocer las carencias y posibilidades de innovación a medio y largo plazo.

Para concluir nos recuerda el autor que el futuro de las organizaciones depende de su capacidad de adaptación al cambio, lo que supone saber generar ideas, procesos y proyectos innovadores que den respuestas a las necesidades del entorno.

A nivel personal, valoro de forma muy positiva la presentación que hace del tema. Es destacable el dominio documental que presenta el autor, así como el

esfuerzo realizado para hilar los nueve, a veces tan dispares, capítulos. Las muchas e interesantes preguntas y respuestas que provoca a lo largo de este interesante recorrido, están basadas en referencias de autores de reconocido prestigio dentro del mundo de las organizaciones, de la literatura, del pensamiento, de la creatividad que el autor ha sabido conjugar con una gran maestría.

Considero que esta obra es muy útil para los profesionales de las diferentes ramas; administración pública, empresas privadas, organizaciones educativas y comerciales, maestros, psicólogos, pedagogos, directores de recursos humanos..., en definitiva de todos aquellos que de una u otra manera dirigen cualquier tipo de organización.

Como bien señala en su prólogo Saturnino de la Torre, además de poseer las cuatro cualidades del formador creativo, ser integral y comprometido, ganas de saber, competencia para actuar y voluntad para convertir dificultades en oportunidades, el autor es una persona creativa, emprendedora y sin lugar a dudas, abierto a lo nuevo