

Soriano de Alencar, Eunice & Formiga Sobrinho, Asdrúbal Borges (2017). *A gestão da criatividade: cultivando a criatividade nas organizações*. Curitiba, Brasil: Editorial Prisma.

El presente libro nos brinda el estado actual de la cuestión en los estudios de la creatividad dentro del ámbito organizacional en la Era del Conocimiento. La actual Era supone cambios rápidos e intensos en nuestras vidas, y conlleva al inicio de emprendimientos que involucran modificaciones intensas. Más aún, las características de estas transformaciones están íntimamente vinculadas al rol decisivo que juega la creatividad en las mismas.

En un escenario marcado por los riesgos y la incertidumbre, se observa una búsqueda hacia la innovar en el proceso de toma de decisiones bajo presión, y es aquí donde la creatividad cobra un papel determinante. Los entornos altamente competitivos que afrontan las organizaciones, generan la necesidad de fomentar la creatividad desde el desarrollo individual, así como dentro del marco organizacional, a nivel del estado. Es así que la pérdida de eficiencia se relaciona con el uso limitado del potencial para crear, que, en situaciones extremas puede llevar a las organizaciones a desaparecer del mercado.

La creatividad constituye un tema fascinante que moviliza un interés creciente de instituciones y profesionales de las más diversas áreas. Basta observar el intenso trabajo que se desarrolla en empresas y universidades de los países más desarrollados en ciencia y tecnología, en este campo. Cada año, decenas de miles de ejecutivos y funcionarios de empresas participan en programas enfocados en la creatividad. Ejemplo de ello son empresas como Google, que con su programa 20-por ciento del tiempo, propone a sus ingenieros trabajar en proyectos personales una hora, por cada cuatro horas dedicadas a los proyectos de la empresa.

A lo largo del libro se describen los fundamentos de los diferentes componentes de la creatividad, focalizando los aspectos individuales, del pensamiento creativo y de los atributos de personalidad asociados con la creatividad. Asimismo, aborda actitudes, valores, conductas y prácticas que requieren ser cultivadas para el desarrollo del potencial



y de los recursos creativos. Los mismos que suelen permanecer bloqueados por entornos limitantes, que no favorecen el desarrollo de la creatividad.

La primera parte del libro se enfoca en el papel decisivo de la creatividad en las organizaciones modernas, a través de temas como la importancia de la creatividad en la era del conocimiento, la relevancia del estudio de la creatividad e innovación y los factores asociados con el desarrollo de la creatividad. En la segunda fase, se aborda al individuo creativo, desde las estrategias para mantener su capacidad de crear, pasando por las estrategias para implementar el pensamiento creativo asociadas con las características y atributos de la personalidad creativa. Asimismo, se trata el tema de la identificación de los bloqueos mentales y el uso de técnicas de solución creativa de los problemas. En la tercera y última fase del libro, se discute la creatividad en el ambiente de trabajo, realizando un análisis de los factores facilitadores de la creatividad, así como aquellos factores inhibidores, que puedan constituir barreras para su desarrollo en el ambiente laboral. Se pone especial énfasis en el clima favorable que facilita la conducta creativa.

Es así como los autores visibilizan la necesidad de romper con algunos valores arraigados en las instituciones que minan la autoconfianza de la persona respecto a sus propias competencias y capacidades, y que, por lo general limitan sus posibilidades de desarrollo y realización personal. Es por ello necesario promover un ambiente laboral que busque la mejora en la calidad de vida desde el enfoque psicológico, en el que se puedan desarrollar sus deseos de aprender, de ser apreciado, de realizarse como persona, de mantener relaciones auténticas y poder encontrar la armonía entre sus talentos y potencialidades. Asimismo, se presenta información indispensable para la promoción de los ambientes que posibilitan a las personas la maximización de su potencial para crear.

Sheyla Blumen
Profesora principal PUCP