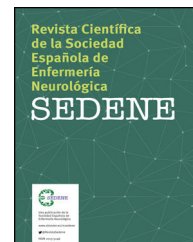




Enfermería Neurológica

www.elsevier.es/rcsedene



EDITORIAL

Imaginación, creatividad, diversión e innovación

Imagination, creativity, fun and innovation

Yolanda Higuera^{a,*} y Diana Molina Villaverde^b

^a Instituto de Investigación Sanitaria del Gregorio Marañón (IISGM), Universidad Complutense de Madrid (UCM), Madrid, España

^b Subdirección de Enfermería del Hospital General Universitario Gregorio Marañón, Madrid, España

Disponible en Internet el 22 de octubre de 2022



Una pandemia inesperada para la que no estábamos preparados; una profesión sanitaria con unos requerimientos exigentes y dispares reconocimientos profesionales; una sociedad que potencia cada vez más la competitividad y menos la colaboración: un contexto difícil que necesita herramientas para flotar sin hundirse. . . La crisis de la COVID-19 ha generado nuevas necesidades: la formación impartida en la actualidad cubre muchas de estas necesidades, pero han de ser completadas con el desarrollo de otras, las denominadas habilidades blandas, también llamadas *soft skills*, como la imaginación, la creatividad y el humor.

Imaginar es contemplar otros mundos, jugar con posibilidades, ser flexible. Eso ayuda cuando trabajamos la intención estratégica y de diferenciación de una organización, especialmente cuando buscamos innovar. Se ha demostrado una relación directa entre esas dos cosas: a mayor imaginación, mayor flexibilidad mental en una organización¹.

Nuestro día a día nos fuerza a ser divergentes, poniendo en marcha la imaginación y generando alternativas de acción para la solución de problemas o para el aprovechamiento

de oportunidades (el famoso «qué pasaría si» empleado por Einstein). Por ejemplo, en la planeación, la imaginación es básica: primero porque nos permite confeccionar escenarios posibles mirando al futuro con la ayuda de la prospección, y segundo, porque colabora en la formulación de estrategias apropiadas para llegar a ellos².

Biológicamente estamos preprogramados para realizar una constante divergencia, para buscar alternativas de acción y solución de problemas. Para ello, nuestro cerebro utiliza cualidades de la memoria como son la habilidad para viajar al futuro y recordar prospectivamente lo importante cuando necesitamos planificar soluciones³. Uno de los enemigos de la imaginación es la estructura burocrática rutinaria, que es altamente centralizada, con una jerarquía ordenada, proporcionando poco espacio para la imaginación. Nada frena más el despliegue de la imaginación en una compañía que la rutina, porque no genera ningún desafío.

La *creatividad* es la capacidad de generar ideas nuevas y valiosas. Para esa producción de ideas será necesario recurrir a la imaginación, ya que será ella la que nos proporcione todo lo referente a la variable «novedad». Pero la creatividad no se queda simplemente en lo nuevo, sino que va más allá. Para aportar valor necesitará tener un objetivo (una de las diferencias más importantes respecto a la imaginación) que cumplir, es decir, no valdrán todas las ideas, por imaginativas o rompedoras que sean. Servirán aquellas que solucionen el problema o foco que hemos determinado⁴.

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: yolandahiguera@gmail.com
(Y. Higuera).

Desde las organizaciones, no solo no se suele potenciar la creatividad como valor, sino que en ocasiones se penaliza. Las personas en ocasiones sienten la necesidad de pedir permiso para ser creativas. Perciben claramente que creatividad e innovación significan cambio, y entonces preguntan si se puede proponer por miedo al fracaso. Para generar soluciones creativas, las personas necesitan tener sensaciones de libertad para poder decir lo que piensan. El trabajo por objetivos, el foco en los resultados más que en las formas, la tolerancia al error... son condiciones de trabajo que las organizaciones pueden promover para favorecer esta creatividad⁵.

Estas mismas capacidades ya nos las proporciona nuestro cerebro. Las redes de conectividad frontales nos permiten manejarnos en la formulación de objetivos y monitorización de resultados. Somos capaces de percibir el error en una respuesta en tan solo milisegundos, generando una reacción neuronal que busca la identificación de una alternativa. El cerebro no penaliza los errores, al contrario, los utiliza como aprendizaje para promover soluciones alternativas y rápidas que poner en marcha para conseguir los objetivos^{6,7}.

El *humor* reduce el estrés, favorece la memoria, activa las emociones, acerca a las personas. Es un elemento transformador que, lejos de ser poco profesional, es una poderosa herramienta de gestión: se puede reformular una situación y resignificarla, ventilar frustraciones y hacer devoluciones en una situación *a priori* tensa sin ofender. En definitiva, es una válvula de escape muy eficaz para prevenir conflictos y hay una fuerte evidencia de que el sentido del humor favorece las conductas altruistas o de apoyo entre las personas y un mejor servicio/atención al usuario⁸.

Cuando las personas están de buen humor también son más creativas. El buen humor favorece la flexibilidad cognitiva y conduce a un estado en el que más material cognitivo está disponible mentalmente. La mayor variedad de elementos considerados permite un pensamiento más complejo y flexible⁹.

Pero es inevitable experimentar todo tipo de emociones, las buenas y las malas. El estrés que asocia aumentos de cortisol en el organismo ha demostrado una alta relación con disfunción del hipocampo y, por tanto, fallos en nuevos aprendizajes y memorias¹⁰. La psicología positiva es una rama de la psicología que, lejos de negar o aconsejar que no se experimenten todo rango de emociones, se centra en promover el desarrollo de habilidades que nos permitan campar el temporal cuando surja. Busca entrenar habilidades como la resiliencia, que toma una situación de adversidad y la convierte en un reto a superar, no para evitar sentirse mal, sino para ser más felices.

El proceso creativo es una de las potencialidades más elevadas y complejas de los seres humanos, e implica habilidades del pensamiento que permiten integrar los procesos cognitivos menos complicados, hasta los conocidos como superiores para el logro de una idea o pensamiento nuevo. Según algunos expertos¹¹, gracias al buen humor las personas nos hacemos más tolerantes, somos capaces de enfrentarnos mejor con las dificultades y logramos mantenernos más saludables tanto física como mentalmente. El sentido del humor y la risa son tan naturales en los seres humanos como la creatividad. A través del sentido del humor se puede manifestar la creatividad al aprovechar las situaciones que ocurren a nuestro alrededor, o a nosotros mismos.

Innovar no es ser original (lo hemos visto en «imaginación»), ni siquiera es tener ideas creativas (se ha visto en «creatividad»), sino que va más allá. Innovar es todo eso llevado hasta la sociedad y aceptado por la misma. Imaginar una nueva oportunidad, generar una idea creativa al respecto, desarrollarla y ponerla en acción, y además que esta sea aceptada por nuestro usuario —y ahí entra el humor, por su evidente valor añadido— es innovar¹². Todas estas son las nuevas herramientas que debemos entrenar y que nos ayudarán a llegar a ideas innovadoras en el futuro.

Generemos individuos que se responsabilicen a desarrollar estas habilidades blandas, pero formemos también a las organizaciones sobre su valor y el resultado positivo de implantarlas.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Bibliografía

- Mendoza JM. The organizational imagination. *Ide@ concyteg*. 2011;6:940–58.
- MacDonald CJ, Lepage KQ, Eden UT, Eichenbaum H. Hippocampal «time cells» bridge the gap in memory for discontinuous events. *Neuron*. 2011;71:737–49, <http://dx.doi.org/10.1016/j.neuron.2011.07.012>. PMID: 21867888; PMCID: PMC3163062.
- Robinson JC, Brandon MP. Skipping ahead: A circuit for representing the past, present, and future. *Elife*. 2021;10:e68795, <http://dx.doi.org/10.7554/eLife.68795>.
- Nemhard IM, Lee YSH. Time for more creativity in health care management research and practice. *Health Care Manage Rev*. 2017;42:191. <https://doi.org/10.1097/HMR.000000000000171>.
- Anderson N, Potočník K, Zhou J. Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *J Manage*. 2014;40:1297–333, <http://dx.doi.org/10.1177/0149206314527128>.
- Van Veen V, Carter CS. Error detection, correction, and prevention in the brain: A brief review of data and theories. *Clin EEG Neurosci*. 2006;37:330–5, <http://dx.doi.org/10.1177/155005940603700411>. PMID: 17073172.
- MacKay DG, Johnson LW. Errors, error detection, error correction and hippocampal-region damage: Data and theories. *Neuropsychologia*. 2013;51:2633–50, <http://dx.doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2013.08.009>. PMID: 23999403.
- Galí JM. Gestión de personas y sentido del humor. *Farmacia profesional*. 2006;20:28–30.
- Wild B. Humor und Gehirn: Neurobiologische Aspekte [Humor and the brain: Neurobiological aspects]. *Z Gerontol Geriatr*. 2010;43:31–5. <https://doi.org/10.1007/s00391-009-0084-y>. En alemán. PMID: 20012064.
- Kim EJ, Pellman B, Kim JJ. Stress effects on the hippocampus: A critical review. *Learn Mem*. 2015;22:411–6, <http://dx.doi.org/10.1101/lm.037291.114>. PMID: 26286651; PMCID: PMC4561403.
- Bianchi A. Rethinking creativity. *Lancet Neurol*. 2016;15:670, [http://dx.doi.org/10.1016/s1474-4422\(15\)00355-5](http://dx.doi.org/10.1016/s1474-4422(15)00355-5).
- Watt SE. Edward de Bono: «lo mejor del pensamiento lateral es que cualquiera puede emplearlo». *Harvard Deusto Business Review*. 2008;165:26–30.