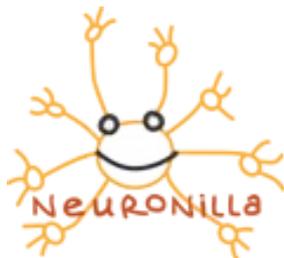


Cómo gestionar las Emociones en los procesos de Creatividad e Innovación



David Díez Sánchez, 2012



Fundación Neuronilla
para la Creatividad y la Innovación

formacion@neuronilla.com

(+34) 91 366 09 79 / (+34) 646 895 014

www.neuronilla.com

Cómo gestionar las Emociones en los procesos de Creatividad e Innovación

Autor:
David Díez Sánchez,
director de la “Fundación Neuronilla para la Creatividad y la Innovación”.
www.neuronilla.com

05 / 08 / 2012.

*Las emociones y sentimientos tienen un papel crucial en los desarrollos creativos y proyectos de innovación.
Te ofrecemos algunas claves para aprovechar sus aportes y superar las dificultades que nos plantean.*

Índice

	Página
Lo que hay detrás de las técnicas de creatividad	2
La importancia de lo emocional en la creatividad y la innovación	3
Una visión integral de la creatividad y la innovación	4
Regular las emociones	5
La vergüenza	7
La ansiedad	10
La desmotivación	13
El miedo	14
Emociones agradables	16

Lo que hay detrás de las técnicas de creatividad

Pocas empresas o individuos son conscientes de su relevancia y menos aún utilizan intencionadamente **estrategias de gestión de la dimensión emocional en sus proyectos creativos.**

Más efectivo incluso que un equipo que sepa utilizar todas las técnicas de creatividad, es aquel que sabe cómo integrar sus emociones.

Las emociones, sentimientos, deseos, afectos, motivaciones, están presentes en todas las facetas de nuestra vida y en todo grupo humano.

La vieja creencia de que en el trabajo profesional serio no hay cabida a la dimensión emocional es ingenua y perjudicial. **Son los factores invisibles que determinan si un proyecto de innovación funciona mal, bien o mejor aún.**



Como principal aliado tenemos la **pasión**, el deseo de utilizar parámetros y métodos creativos. Pese a ser algo tan obvio, pocos responsables realizan deliberadamente acciones para fortalecer la motivación intrínseca de las personas de las que espera unos resultados excepcionales.

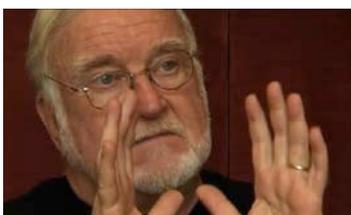
En el otro lado del campo tenemos las experiencias emocionales que nos complican el éxito, entre otras la vergüenza, la ansiedad, la desmotivación y su líder el **miedo**.

En Neuronilla nos hemos encontrado con muchas personas y grupos que afirman que “no se me ocurren ideas”; unas cuantas preguntas bastan para darnos cuenta de que existe una emoción detrás que está taponando ese flujo.

Podemos ser grandes expertos en gestión de la innovación pero encontramos con la falta de participación de unos equipos poco motivados, dominar a la perfección el “scamper” pero no atrevernos a decir nuestras ideas en público, estar ilusionados por un proyecto y dejarlo a medias porque no hemos sabido superar una frustración, afincarnos eternamente en el “no tenemos tiempo para la creatividad” o tener una gran oportunidad en nuestras manos con todos los recursos disponibles y desaprovecharla en la parálisis del temor.

En este artículo encontrarás muchas **claves útiles y prácticas** para regular las emociones en los procesos para generar ideas novedosas y valiosas. También sugerencias para las y los dinamizadores de sesiones creativas. Pueden aplicarse tanto en el mundo de las organizaciones como en los procesos individuales, en la creatividad para nuestra vida.

La importancia de lo emocional en la creatividad y la innovación



Neuronilla preguntó al experto en creatividad **Mihaly Csikszentmihalyi** (comunicación personas, 2009) sobre la relación ente emociones y creatividad y esto fue lo que nos contestó: “Las emociones son importantes para todo. (...) Creo que realmente importan para la Creatividad, pero incluso para entender intelectualmente algo necesitas estar emocionalmente involucrado, y en la Creatividad

aún más porque si a ti realmente no te importa de alguna forma, no estás emocionalmente en lo que haces, pararás de hacerlo cuando llegues a los límites del conocimiento, a sus fronteras, simplemente pararás y dirás «Ok, ya hice lo que tenía que hacer, por qué voy a tener que hacer más...». La gente que realmente está interesada en lo que está haciendo es quien va más allá.” [[pincha aquí para ver la entrevista de Neuronilla a Mihaly Csikszentmihalyi](#)]



Pero también lo hicimos a la inversa, Neuronilla preguntó al especialista en emociones **Leslie Greenberg** (2009) sobre la relación con la creatividad, estas fueron algunas de sus palabras: “Creo que las emociones influyen las ideas en cuanto que mis sentimientos ahora están influenciando lo que pienso. Quiero decir, las emociones son obviamente muy importantes en la motivación. Necesitas la emoción para llevar a cabo tareas y actuar con las



ideas, pero pienso incluso que las propias ideas en sí, están influenciadas por las emociones que tenemos. (...) Para ser creativo debes reducir tu ansiedad y tu miedo, estar seguro y prestar atención a tus sensaciones corporales e intentar concentrarte en ello, en vez de a procesos racionales”.

Revisando bibliografía también encontramos que, aunque frecuentemente haya estado descuidada, **la dimensión emocional es de vital importancia en la empresa.**



“El éxito se basa en abandonar la noción de que las personas son criaturas racionales”. **Kjell A Nordström y Jonas Riddestråle (2008)**, los revolucionarios del management con la famosa saga “Funky Business” tienen menos pudor que pelos en sus cabezas para apostar por una “**empresa emocional**”. Y añaden: “Todos sabemos que los individuos contentos trabajan mejor, pero ¿Cuántas empresas incluyen palabras como «diversión» o «felicidad» en su planteamiento o en su declaración de objetivos? Recuerde que uno de los mejores indicadores del rendimiento de una empresa es el promedio de veces que se ríe un empleado cada día” (Nordström y Riddestråle, 2008).



Daniel Goleman, autor del best-seller “Inteligencia Emocional”, afirma junto con Richard Boyatzis y Annie McKee en “El líder resonante crea más” (2002) que “el éxito de una empresa está ligado directamente al estado de ánimo de sus líderes” y que “a pesar del gran valor que la cultura empresarial suele conceder al intelecto frío y despojado de emoción, nuestras emociones siguen siendo más decisivas que nuestro intelecto”.



Franc Ponti (2006), uno de los autores más representativos sobre innovación empresarial en España, nos dice: “alegrar la mente, es una de las claves más esenciales del trabajo creativo. Sin alegría, sin optimismo, no hay fuerza creativa. Y eso hay que recordarlo cada día de nuestra apasionante existencia...”.



Desde la psicología, quizá quien más claro lo deja es **Teresa Amabile (1983)**, que en su “Modelo Componencial” señala tres componentes básicos de la creatividad:

- **Destrezas relevantes para el campo** (es decir, dominar aquello sobre lo que somos profesionales).
- **Destrezas relevantes para la creatividad** (capacitaciones en estrategias).
- **Motivación por la tarea**, añadiendo que este es el factor más importante.

Una visión integral de la creatividad y la innovación



Marga Iñiguez, una de las pioneras en España del trabajo en Creatividad e Innovación y “madre honorífica” de Neuronilla nos recuerda frecuentemente cómo ha ido enriqueciéndose la visión sobre el tema.

En un principio por “creatividad” se entendía principalmente una habilidad que formaba parte del proceso para resolver problemas



(“creative problem solving”). Poco después, se amplió con el concepto de “pensamiento creativo” un gran avance pero aún muy reducido a los aspectos cognitivos.

Actualmente, al menos las propuestas más avanzadas, comparten un **modelo integral de la creatividad** en el que se contemplan de forma interrelacionada los aspectos no sólo cognitivos si no también los emocionales, corporales, biológicos, relacionales, éticos, contextuales... e incluso comunitarios desde por ejemplo la perspectiva de las **sociedades de la imaginación**.

Desgraciadamente, pocas entidades y profesionales son las que han dado este último salto y sigue imperando en el discurso mayoritario el “pensar de forma diferente”. Como consecuencia de ello se plantean modelos de formación y de actuación que tienen como casi único protagonista las técnicas de creatividad.

Paralelamente los términos de “inteligencia” y “emoción” han ido manteniendo un idilio cada vez más consolidado:

- Hasta 1969, la inteligencia y las emociones pertenecían a campos de estudio separados entre si.
- De 1970 a 1989, empiezan a coquetear y **Howard Gardner** esboza la teoría de la Inteligencias Múltiples.
- De 1990 a 1993, recibieron el flechazo de unos cupidos llamados **John Mayer y Peter Salovey** que crearon el concepto de **Inteligencia Emocional**.
- De 1994 a 1997, **Daniel Goleman** consigue que se popularice su relación convirtiendo a la pareja en portada de todas las revistas.
- Desde 1999, **Rolando Toro** da un giro de tuerca al concepto con la expresión “**Inteligencia Afectiva**” que aporta una direccionalidad ética a las habilidades de la Inteligencia Emocional. Este maestro de ceremonias dotó de un nuevo significado a la pareja: “la inteligencia puesta al servicio del amor, de la felicidad y de la alegría de vivir”. Esta visión trasciende la tradicional consideración de la Inteligencia Emocional como un conjunto aséptico de habilidades que se pueden utilizar tanto para objetivos benefactores como dañinos.



Tenemos una influencia cultural muy poderosa hacia lo racional. La revolución cognitiva ha supuesto uno de los avances más influyentes del siglo XX. Pero con la popularización de la Inteligencia Emocional, estamos viviendo un inicio de atención a nuestra dimensión emocional desde otros enfoques.

Regular las emociones

¿Qué hacemos con los afectos que favorecen o dificultan nuestra creatividad?
¿Qué hay que hacer para crecer en inteligencia emocional y afectiva?

Antes de adentrarnos en las peculiaridades de cada experiencia emocional, vamos a presentar los tres pasos básicos que ilustran la mayoría de los autores para la integración de las emociones:



- Percibir y aceptar las emociones.
- Entenderlas.
- Regularlas.

La disociación se produce cuando entran en conflicto lo que pensamos, lo que sentimos y nuestros actos. Vivir las emociones es aprender a sentir lo que estamos sintiendo, aceptarlo, y con ello, aceptar cómo “estamos siendo” y aceptar a las demás personas. Así podremos entender nuestras emociones, expresarlas y canalizarlas de forma provechosa.



Percibir y aceptar las emociones

El primer paso es permitirnos sentir lo que estamos sintiendo. Algo que parece obvio pero que es el inicio de todas las dificultades de integración emocional.

Sobre esto parecen estar de acuerdo, aunque con diferentes expresiones, la gran mayoría de autores y corrientes psicológicas (cognitivo-conductual, psicoanálisis, humanista, positiva, gestáltica, budista, terapia de aceptación y compromiso, mindfulness, terapia centrada en las emociones...).

De la misma forma que no podemos salir de una habitación sin antes haber entrado en ella, no podemos dejar de estar tristes si antes no hemos dado “la bienvenida” a esa emoción aunque sea desagradable.

La “evitación experiencial”, el evadir el contacto con lo que sentimos, muy probablemente conlleve la aparición de otras emociones (secundarias) que tergiversan todo el proceso de regulación.

Por supuesto, no se trata de “quedarnos enganchados” a un determinado estado si no de admitirlo para después poder trascenderlo.

Entenderlas

El siguiente paso es captar el mensaje ayudador que se esconde en cada emoción.

Las emociones y sentimientos son una valiosa brújula en nuestro viaje de y hacia la felicidad. La tristeza nos puede estar avisando de una pérdida, el enfado de que nos están faltando al respeto, el miedo de que quizá debemos sopesar con prudencia una acción...

Regularlas



El último paso sería actuar de una forma que sea beneficiosa para mí y para mi entorno.

Eso es en lo que consiste la regulación, que no hay que confundir con intentar “controlar”, “dominar” o “taponar” nuestras emociones, sino con establecer una sinergia entre la energía y el mensaje que nos aportan para pasar a la acción de forma saludable.

Emociones centrales y secundarias

Otra aportación relevante al campo de lo emocional es la visión de **Leslie Greenberg** que diferencia cuatro experiencias:

- **Emoción central adaptativa:** son las primeras que experimentamos ante un estímulo cuando resultan saludables y valiosas.
- **Emoción central desadaptativa:** siguen siendo afectos básicos y primarios pero en este caso no son sanos. Se suelen basar en un aprendizaje previo, en muchas ocasiones traumático.
- **Emoción secundaria:** son aquellas que surgen a consecuencia de otra emoción (suele ocurrir cuando las centrales se ocultan, no se perciben o no son aceptadas).
- **Emoción instrumental:** aquellas utilizadas por los beneficios que pueden llegar a aportar (manipuladores).

Según su teoría, podemos transformar las emociones desde la emoción misma. Para ello es esencial reconocer el tipo de emoción que estamos sintiendo, lo que nos está diciendo y decidir cuál es el rumbo de acción.

Los pasos de ese Proceso Emocional Básico son:

1. Ser consciente de tus emociones
2. Dar la bienvenida a tu experiencia emocional
3. Describir tus emociones con palabras
4. Identificar tu experiencia primaria (central)
5. Evaluar si un sentimiento primario es saludable o no
6. Identificar los pensamientos destructivos que acompañan a la emoción desadaptativa
7. Encontrar emociones y necesidades adaptativas alternativas
8. Transformar la emoción desadaptativa y los pensamientos destructivos

Vamos a revisar a continuación cuatro de las emociones que más enredan nuestros trabajos en creatividad.

La vergüenza

Imaginemos que tengo una gran idea. ¿Me atrevo a contarla?

Casi todas las ideas que conllevan un crecimiento notable suponen una ruptura con lo establecido, una visión diferente, y consecuentemente un miedo a ser juzgado por nuestro entorno y a **poner en peligro nuestro estatus social**.



Más difícil todavía, imaginemos que tengo una idea tan sólo esbozada, que resulta descabellada con respecto a lo habitual pero que intuyo que encierra un importante potencial. ¿Tengo el coraje de expresarla en grupo?

Cuando dinamizamos una sesión de generación de ideas debemos tener en cuenta que están funcionando dos niveles:

- El **explícito**, formado por las ideas que se comparten con el resto tanto verbalmente como por escrito.
- El **implícito**, en forma de “diálogo interno” que discrimina qué idea expreso y cuál me callo. Una lucha interna filtrada por los propios sentimientos que cada persona resuelve de manera singular.



En una sesión de generación de ideas la **fase de desinhibición** es esencial aunque frecuentemente sea obviada. Es un momento destinado a generar un buen nivel de funcionamiento socio-afectivo en el grupo, es decir de todo aquello relacionado con el clima y la cohesión grupal. De acercar al equipo al juego, al “todo vale”, al pensamiento “ilógico”, al pensamiento “divergente”, al “desbloqueo”.

Si somos dinamizadores del proceso, podemos proponer técnicas de desinhibición, preferiblemente juegos que impliquen movimiento corporal, puede ser cualquier juego popular o de dinamización de grupos. No obstante, recordemos que es mucho más importante la actitud con la que nos dirigimos al grupo que la realización de cualquier actividad (puede valer con unas pastitas y unos chistes en grupo).

También suele ser efectivo cambiar un poco los espacios habituales de trabajo (cafetería, jardines...), siempre y cuando tengan la suficiente intimidad. Igualmente son útiles los pequeños cambios de la disposición del mobiliario (sentarnos en círculo, retirar las mesas...).

Un clima de permiso reducirá la timidez de los participantes. Siempre generará más y mejores ideas un equipo en el que abunde la motivación, el respeto, la apertura y la

confianza aunque no tengan ni idea de lo que es una técnica de creatividad, que cualquier otro equipo “experto” en técnicas de creatividad en el que la competitividad, el formalismo, la desconfianza o la descalificación tengan el terreno ganado.

Basta con dedicarle unos 15 minutos a este paso, aunque la desinhibición es algo que debemos alimentar durante todo el proceso.

Percibir y aceptar la vergüenza

Todos podemos sentir vergüenza. No hay porqué “avergonzarse” de ello :) El primer paso como siempre será permitirnos sentirla.

Algunas personas sienten una vergüenza más desproporcionada con respecto a la situación a la que se enfrentan que la mayoría. O bien, actúan de forma poco útil ante eso que sienten. Son de quienes decimos que son especialmente tímidas.

Si no “aceptamos” la vergüenza es posible que la transformemos inconscientemente en otra emoción secundaria. Por ejemplo mutándola en desmotivación que asentamos en nuestro interior afirmándonos con expresiones como “lo que pasa es que me parece una tontería esto que estamos haciendo” o “no participo porque no va a servir de nada”.

En una sesión de generación de ideas no faltarán silenciosos pensamientos como: “no sé qué decir”, “tengo que hablar porque si no va a resultar raro”, “me estoy poniendo rojo”, “seguro que lo están notando”, “¿cómo salgo de aquí?”.

Admitiendo en nuestra intimidad sin tapujos que estamos experimentando vergüenza, podremos superarla si consideramos que hacerlo nos resultará beneficioso.

Entender la vergüenza

Al igual que el resto de las emociones puede resultarnos muy ayudadora, en este caso para **garantizar que no perdemos nuestra dignidad**.

Preguntémonos:

- ¿En qué grado estoy sintiendo vergüenza?
- ¿En qué medida está justificado sentirla?
- O lo que es lo mismo ¿el riesgo social al que me expongo es tan alto como creo?
- ¿Me está ocurriendo ahora de forma ocasional o es algo que me sucede en más situaciones de mi vida de las que desearía?

Con la respuesta a las tres primeras preguntas generalmente encontraremos que el expresar nuestras aportaciones es algo justificado.

Recordemos que las sesiones de generación de ideas han de pasar por esa fase sin juicio en la que exploramos en la “locura” para posteriormente juzgarlas en la fase de evaluación.



Regular la vergüenza

En la mayoría de los casos conviene hacer ese pequeño salto y exponernos aunque nos resulte difícil. Salir de nuestra zona de confort y “hablar”. Ser por unos instantes ese “desconocido” capaz de regalar flores.

Podemos ser progresivos empezando por frases cortas que nos den seguridad.

Si quien dinamiza la sesión es un poco hábil habrá podido generar ese entorno ausente de juicio que nos dará las primeras “experiencias de éxito”, necesarias para corroborar que no se produce la debacle que vaticinaban nuestros fantasmas.

En el caso, menos frecuente de lo que imaginamos, de entornos que resulten verdaderamente punitivos ante la expresión genuina, aquellos en los que hay sanciones objetivas cuando una persona expresa su singularidad, bastará con participar con una cierta precaución y acentuar la progresividad.

Si detectamos que esa actitud es una constante en nuestras vidas, es decir que la vergüenza representa para nosotros/as una “emoción central desadaptativa” quizá es más indicado aún que lo transformemos en acción siempre con la progresividad más delicada.

Escuchemos nuestros temores, observemos en qué grado son desproporcionadas afirmaciones como: “se van a reír de mi y eso supondrá un desastre”, “esperaré a que haya un silencio largo para asegurar que no interrumpo a nadie” o “lo que voy a decir seguro que les resulta una tontería”.

También podemos hacer un pequeño ejercicio de recuerdo de nuestros **objetivos y valores**, es decir, pararnos un minuto a pensar en porqué estoy aquí qué busco y si estoy dispuesto a ir de la mano con la vergüenza en dirección a mis objetivos.

Será también muy ayudador que expresemos nuestra dificultad ante una persona significativa, alguien con quien nos sintamos queridos y valorados y que sepamos que puede escucharnos sin juzgarnos. Verbalizar que sentimos timidez ya consigue que se reduzca. En casos extremos haremos bien en consultar con un experto.

En definitiva, sigamos la máxima “hablo aunque me dé corte”.

La ansiedad

Es la hermana pequeña del miedo.

Aparece cuando tememos no cumplir los objetivos que nos hemos propuesto, muy frecuentemente un listón demasiado alto al que nunca llegamos. Cuando tenemos un evento preocupante o **una amenaza incierta** susceptible de ser edulcorada con infinidad de pronósticos fantasmagóricos.

Un cierto grado de ansiedad puede ser beneficioso para la creatividad. Entendiendo esta como la que nos activa el sistema simpático y nos prepara para la acción. De lo contrario, una excesiva relajación (activación del sistema parasimpático) en una sesión



de generación de ideas nos suele llevar a la parquedad o a aportar ideas que aunque sean muy imaginativas, nos ponen difícil aterrizarlas en aportaciones adaptadas a nuestro objetivo.

En la base de una ansiedad mal llevada muy probablemente encontraremos pensamientos muy extremos y catastrofistas.



Percibir y aceptar la ansiedad

Una fotógrafa acudió a la consulta de Neuronilla afirmando que no se le ocurrían ideas para su próxima exposición. Una pequeña conversación bastó para observar cómo ante una mínima semilla de idea le aparecía inmediatamente la imagen de la cara despectiva de un crítico o visitante imaginario de la futura exposición.

Para conseguir la parálisis de un grupo, bastaría con que un desastroso facilitador comenzara una sesión de generación de ideas indicando “Díganme ideas novedosas para alcanzar este objetivo; por favor, para no perder nuestro valioso tiempo, expongan sólo aquellas que sean verdaderamente revolucionarias, nunca vistas y que realmente se puedan poner en práctica”.

Una excesiva ansiedad hace válido aquello de que “**lo mejor es enemigo de lo bueno**”.

La imaginación es inmediata. Ante casi cualquier tema, es casi imposible no poder generar una idea; otra cosa es dar con una buena idea. En un sencillo ejercicio que proponemos en los cursos de formación de Neuronilla enunciamos un objetivo creativo y experimentamos cómo el 90% de los participantes de un grupo es capaz de visualizar una idea o más en tan sólo dos segundos. Únicamente no han plantado ninguna semilla quienes tenían ocupada su mente con pensamientos como “no se me va a ocurrir nada”, “debo ser creativo”, “tengo que decir algo, tengo que decir algo..” o habían divagado hacia otros lugares.

Escuchemos las sensaciones físicas que la acompañan: respiración mas agitada y principalmente en la parte alta de los pulmones, ritmo cardiaco acelerado, inquietud...

Permitirnos sentir la ansiedad nos ayudará a poner en su lugar la dificultad que experimentamos y a no atribuir nuestra “escasez” de ideas a causas erróneas.

Entender la ansiedad

La principal receta es **diferenciar lo “subjetivo” de lo “objetivo”**.

- ¿En qué medida son realistas las catástrofes que auguro?
- ¿No serán desproporcionadas las repercusiones que estoy anticipando?
- ¿Me estoy dejando llevar por afirmaciones demasiado radicales?
- ¿Hasta qué punto estoy entrando en una excesiva auto-exigencia?

No todo puede ser urgente.

Decidamos conscientemente qué es lo que realmente merece nuestro estado de alerta y qué no.

Regular la ansiedad

“No tengo tiempo para la creatividad” es una de las excusas más torpes del conformismo, inconscientes de que actualmente lo peligroso es permanecer sin reinventarse. El tiempo dedicado a la creatividad no es un tiempo extra que se añade al de trabajo si no una parte esencial del mismo. Tener el estrés como acompañante habitual deja fuera las aspiraciones que más nos enriquecen.

Los “hasta que no” son malos consejeros de nuestra creatividad: “hasta que no salgamos de esta situación no podemos ponernos a cosas nuevas”, “cuando llegue el mes de julio ya podré dedicar tiempo a mis proyectos”, “cuando los niños sean más mayores me pondré a escribir mi libro”.

Actuemos empezando por lo que es al mismo tiempo **urgente e importante**.

Pero igual de perjudicial para creatividad que la actitud procrastinadora es la marcada por la exagerada auto-demanda. Los “tengo que”, tampoco nos ayudan nada: “tengo que ser el más creativo”, “hay que dar una solución valiosa a este problema”, “si no lo termino a tiempo estoy perdido”, “debo conseguirlo sea como sea”.

Muchas personas, al descubrir su potencial creativo, se preguntan en su euforia inicial si deberían llevar la ideación y el cuestionamiento a absolutamente todo lo que hay en su vida. Eso nos llevaría a una ineficacia que poco tendría de creativa. Einstein vestía siempre con la misma ropa para no tener que invertir tiempo en pensar qué ponerse. Equilibremos divergencia y operatividad.

Propongámonos retos asumibles y a ser posible **descompuestos en pequeñas metas**.



Si observamos que la ansiedad nos escolta demasiado habitualmente, **cuestionemos nuestra tendencia a exigirnos demasiado** o a esperar demasiado de nuestros tiempos y recursos. También nos hará bien acudir a un especialista.

La desmotivación

Los procesos creativos tanto individuales como grupales, pueden ser largos y llenos de montañas y valles. No siempre mantenemos vivas las llamas de la pasión.

¿Cómo logramos mantener la constancia en nuestro empeño tanto si las musas nos son favorables como desfavorables?

Percibir y aceptar la desmotivación

Como siempre, permitámonos sentir esa desgana. Taparla y no escucharla no evitará que siga estando y no nos informará de lo que necesitamos cambiar.

Sentirla íntimamente puede aportarnos luz sobre los obstáculos que nos están alejando de nuestros propósitos, de los aspectos que queremos desechar de nuestras vidas y de las alternativas a las que podemos abrir la puerta.

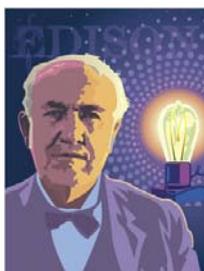
Grandes genios de la humanidad han pasado también periodos de profunda desilusión y apatía hacia el trabajo.

Negar nuestra desencanto puede hacer que aparezca una emoción secundaria, como por ejemplo la ira, muy a mano para culpar a nuestro entorno de los fracasos propios.

Entender la desmotivación

Básicamente, esta emoción **nos está recordando que hay algo que cambiar**. Algo que no nos gusta y que debemos eliminar o sueños a los que estamos renunciando.

Muchas veces, el origen se haya en la frustración. Intento conseguir algo y no lo logro. Intento de nuevo ese u otro proyecto y tampoco. Cuando se repite varias veces, me queda un mandato interno, muchas veces poco consciente que enuncia “para qué voy a intentarlo si no lo voy a conseguir”. Esto nos lleva a la inacción, y a dar por perdidas nuestras metas de antemano. Renunciar habitualmente a nuestros deseos nos pasa factura. Deja seco nuestro cultivo de ilusiones.



¿Cuántas veces nos caímos siendo bebés antes de aprender a andar? Las personas tenemos de serie un **gran potencial de resiliencia**. Como dijo Thomas Alva Edison: “No me equivoque mil veces para hacer una bombilla, descubrí mil maneras de como no hacer una bombilla”.

Los procesos de creatividad e innovación están vinculados al error y el fracaso. Se conoce como **Serendipity** el proceso de aprovechar el azar o los errores para dar con innovaciones valiosas. Descubrimientos



(como el de la penicilina) realizados supuestamente por azar realmente conllevan una gran dosis de trabajo, dedicación, motivación y habilidades de la persona creadora... Y de capacidad para sobreponerse de los fracasos. [[Pincha aquí para conocer el libro “Serendipity” de nuestro compañero de Neuronilla Guzmán López](#)]

Diferenciamos si nuestra falta de entusiasmo está relacionada con la explicación que damos a nuestros pasados errores (a qué atribuimos nuestros fracasos) o con la falta de confianza en nuestras propias capacidades y las previsiones pesimistas que hacemos del futuro.

Regular la desmotivación

A veces la motivación llega de la acción. La inspiración hay que buscarla; como declaraba Picasso: “Cuando llegue la inspiración que me encuentre trabajando.”

No es bueno hacer depender nuestros emprendimientos a nuestro estado de ánimo. De nuevo ayudan poco los “hasta que no”: “cuando tenga ganas ya me pondré con ello”.

Todo ello sin caer por supuesto en un activismo que no hace más que tapar lo que sentimos y nos priva de dirección.

Apostemos por nuestros deseos. No es necesario que si no nos gusta nuestro trabajo, lo dejemos de inmediato, pero sí a establecer los puentes para que eso se produzca. Tener un plan y seguirlo a pasos pequeños suele ser suficiente para revertir nuestra pérdida de entusiasmo, puesto que estamos dotándonos de esperanzas realistas.

Si tenemos indicios de que más que de una desesperanza pasajera, se trata de una depresión haremos bien en iniciar un proceso terapéutico.

El miedo

Quizá es la emoción más significativa en los procesos creativos y, quizá también, el sustrato más profundo en el que se asientan otras de las experiencias emocionales que estamos tratando.

Aparece cuando percibimos un peligro, ya sea real o imaginario y suele llamarnos hacia la huida.

Saber **transmutar el miedo en “valentía prudente”** será uno de los principales superpoderes de los heroicos creadores.

Percibir y aceptar el miedo

Huimos de quedar como cobardes ;) Es divertido ver cómo en la fase de evaluación de las ideas generadas, muchas personas son capaces de argüir razones rebuscadísimas en contra de una idea para dar un sustento “racional” a sus argumentos, en vez de afirmar que les provoca miedo por que consideran que supone un peligro.



Permitirnos sentir miedo **es muy valioso para detectar las amenazas**. El miedo sano nos informa de los peligros. Después podremos decidir si actuar o no.

Como actitud contraria, no faltan detractores de cualquier idea que suponga una trasgresión de lo habitual, por mínima que sea, aludiendo a la precaución. El miedo “no sano” habla de una dificultad propia para avanzar.



Los manuales de innovación están llenos de las experiencias de éxito de empresas y emprendedores que alcanzaron grandes cimas gracias a afrontar sus miedos. Lo que quizá no cuentan tanto es la cantidad de tiempo y dinero invertido en tentativas que han acabado en fracaso (y quizá sin haber aprendido de él).

Entender el miedo

Una vez que me permito sentirlo, puedo identificar el peligro del que me está advirtiendo y valorar en qué medida es sensato afrontarlo, o producir de nuevo ideas para **encontrar alternativas de realización que minimicen los riesgos**.

- ¿Qué peligro estamos corriendo?
- ¿Qué es lo peor que puede ocurrir?
- ¿Y lo mejor?
- ¿Puede retrocederse el proceso en caso de que no vaya bien?
- ¿Puede ser escalable o podemos hacer un piloto de prueba?
- ¿Podemos idear formas de realizarlo que no conlleven tantos riesgos?
- ¿En caso de caer, me puedo levantar?
- ¿Qué estoy perdiendo si no lo afronto?

En definitiva:

- ¿Estoy siendo demasiado cauteloso?
- ¿Estoy siendo demasiado imprudente?

Si voy a pasar por un callejón oscuro y siento miedo, muy posiblemente haga mejor en dar un rodeo por un camino más seguro. Sin embargo si siento miedo porque me han encargado dar una ponencia para trescientas personas, muy probablemente la acción más acertada sea lanzarme.

Regular el miedo

Si tras valorarlo considero que, objetivamente, la amenaza es demasiado grande, es preferible rechazar la hazaña.

También puedo **ingeniar versiones escalables**, que reduzcan los perjuicios, que permitan una remontada en caso de fracaso o poner huevos en distintos cestos.



Pero recordemos que la innovación siempre requiere de valentía.
Ser valiente no significa no tener miedo si no, una vez escuchado y valorado, actuar pese a él.

Podemos invocar a nuestro Frodo interno para decir aquello de “¡Yo lo llevaré! Aunque... no sé cómo voy a hacerlo”.

Si hacemos una eterna espera a que la confianza nos visite, muy probablemente nos quedaremos donde estamos. Y también sabemos que actualmente no avanzar es retroceder.



Emociones agradables

Por supuesto hay muchas otras emociones que pueden perjudicar o beneficiar obtener resultados innovadores.

Pero recordemos que **el mayor motor de nuestra creatividad son las emociones y sentimientos que nos resultan gratos.**



Por ejemplo, **Barbara Fredrickson**, afirma que, las muy frecuentemente llamadas “emociones positivas”, abren “nuestros corazones y mentes haciéndonos más receptivos y creativos”. Plantea un modelo con tres efectos en secuencia de este tipo de emociones:

- **Ampliación:** las emociones placenteras amplían las tendencias de pensamiento y acción.
- **Construcción:** como consecuencia de esa ampliación, se facilita la construcción de recursos

personales para afrontar los problemas o situaciones que nos generan dificultad.



- **Transformación:** esto conlleva la transformación de la persona, que se vuelve más creativa, maneja un conocimiento más profundo de las circunstancias, se integra mejor socialmente y adquiere mayor resistencia a las contrariedades. Esto lleva a una "espiral ascendente" que propicia que se experimenten nuevas emociones positivas.

La **pasión** por lo que hacemos, el **amor** por la humanidad que nos impulsa a creaciones ayudadoras, la **satisfacción** de obtener logros inesperados, el **orgullo** de realizar obras personales, el **alivio** de encontrar soluciones creativas a los problemas que nos acucian, la **fascinación** por lo desconocido, la **alegría** de vivir, la **seguridad** de hacer valer nuestros potenciales, la **esperanza** de ver realizados nuestros sueños, la **confianza** en que las cosas pueden cambiarse y la **libertad** que experimentamos al salirnos de lo establecido.



Formación para organizaciones

Si deseas cursos de formación sobre:

Creatividad, Innovación, Inteligencia Emocional y/o Felicidad para empresas, instituciones públicas y ONG's puedes contactar con :

formacion@neuronilla.com

(+34) 91 366 09 79 / (+34) 646 895 014

www.neuronilla.com

Autoría de las imágenes

- *Portada: Sandra de Rivas y David Díez.*
- *Imágenes de grupos: Sandra de Rivas y David Díez; tomadas en cursos de formación de Neuronilla.*
- *Imágenes de autores: Sandra de Rivas y David Díez para las fotos de Leslie Greenberg, Marga Íñiguez y Franc Pontí. Sandra de Rivas para las imágenes de la página 6. El resto autor desconocido.*

