

LA CREATIVIDAD NO ES ALGO QUE SURJA DE FORMA ESPONTÁNEA

La ley del mínimo esfuerzo

CÓMO CONTRARRESTARLA EN LA ERA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS



Isidro Rodrigo de Diego

Responsable de ADN de Master SA
isidro.rodrido@masterd.es

La ley del mínimo esfuerzo implica que ante dos opciones igualmente atractivas, el ser humano tiene tendencia a elegir de forma natural aquella que le supone menor gasto de energía. Aplicado a técnicas de generación de ideas (*brainstorming*, *Ishikawa*, *mindmaps*...) donde la mayoría de las veces no hay una recompensa clara y diferente para los participantes, esto supone que la cantidad y calidad de las aportaciones no será todo lo eficiente que se desearía.

En el siguiente artículo el autor propone ideas para reforzar la actitud creativa previa a la aplicación de técnicas de generación de ideas, y reducir el impacto de la ley del mínimo esfuerzo.

Imaginemos la siguiente situación: nos sentamos en nuestro mullido sofá para ver nuestra película favorita, nos acurrucamos hasta las cejas en nuestra manta y, justo en ese momento, observamos que la tele tiene puesta una telenovela y el mando a distancia está al otro lado del salón, fuera de nuestro alcance. Sinceramente ¿qué es lo primero que nos viene a la mente? ¿Algo parecido a «cómo puedo lograr que el mando llegue hasta mí sin tener que levantarme»? ¿Miramos a un lado y a otro a ver si hay algún familiar cerca que nos lo traiga?

Al final, muchas veces sacrificamos el mando y nos tragamos el culebrón que están emitiendo porque «al fin y al cabo, es igual de interesante».

Si has vivido algún momento como el anterior, seguro que ya has llegado a la siguiente conclusión: de

forma natural, el ser humano tiende a elegir las opciones que le generan el menor gasto de energía. Las madres y padres de este mundo dicen a sus hijos que eso es aplicar «la ley del mínimo esfuerzo».

El cerebro supone apenas un 2% del peso total de nuestro cuerpo, sin embargo su funcionamiento requiere por término medio un 20% de nuestro consumo metabólico en forma de glucosa (Clarke & Sokoloff, 1999)... Prácticamente lo mismo que consume nuestro cuerpo en un día relajado.

La resolución de problemas complejos no parece requerir en cada neurona individual mayor actividad energética que otras tareas de menor esfuerzo mental (Messier, 2005 / Gibson, 2007), aunque lo cierto es que en tareas de fuerte componente cognitivo (como las creativas) el número total de neuronas involucradas puede ser espectacularmente más alto. Resumiendo, ¿cuánto cuesta generar una idea?

¡Tenemos que movilizar un montón de neuronas y desplegar un enorme sistema eléctrico y químico! Proporcionalmente, seguro que por mucho menos esfuerzo se han quedado en el camino muchas iniciativas empresariales.

Si unimos la tendencia natural de nuestro cuerpo a ahorrar energía y el esfuerzo cerebral que supone generar ideas, comprendemos que la creatividad no es algo que salga de forma espontánea.

Utilizamos buenos métodos pero no hemos entrenado nuestro cerebro para romper su inercia natural al ahorro energético.

Teniendo esto en cuenta... ¿Qué pasa cuando nos eligen para hacer un «brainstorming» que desbloquee un proyecto o nos meten en un grupo para buscar alguna novedosa técnica o proponer nuevos productos y servicios? ¿Cuántas ideas de tipo «eureka» salen en estas reuniones, con carácter general? Añadamos a esta situación la siguiente variable: la actitud hacia la tarea, que también influye en nuestra percepción subjetiva de fatiga mental.

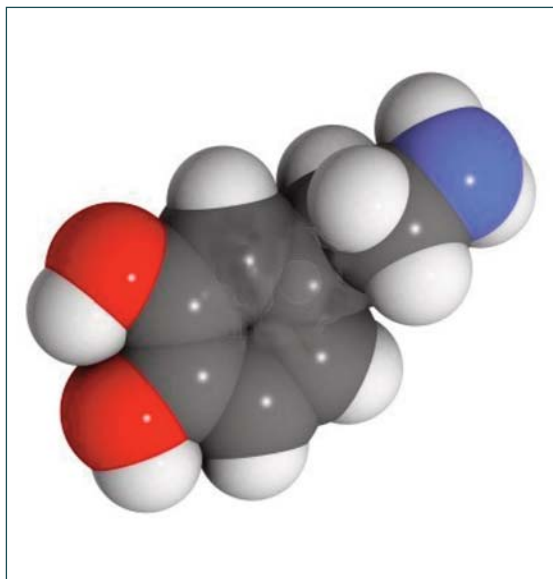
Muchas veces la baja cantidad de ideas que surgen al aplicar técnicas de creatividad provienen de olvidarnos de la existencia de la «ley del mínimo esfuerzo»: utilizamos el mejor método, pero no hemos entrenado nuestro cerebro para romper su inercia natural al ahorro energético.

¿Podemos entrenar nuestra «actitud creativa» (también la crítica)? Creemos que sí. Y además con trucos muy sencillos.

Lleva una vida activa

Las personas que hacen deporte ¿son más creativas? Es un debate que todavía no tiene una respuesta clara. Lo que sí es cierto es que la literatura científica demuestra que la actividad física (hacer deporte, andar, bailar...) favorece el mantenimiento de un sistema circulatorio sano (Warburton, 2006) y este sistema es el encargado de llevar alimento a todos los organismos de nuestro cuerpo. Sí, el cerebro está incluido.

Por tanto, es probable que mantener una vida activa no nos haga tener mejores ideas, pero mantiene nuestro cerebro alerta, activado y con el aporte energético necesario para el esfuerzo mental que requiere la creatividad.



Antes de pensar, sonríe

Esta foto es del Sr. Dopamina. No parece muy im-

ponente ¿cierto? ¡Pues atención! Es uno de los principales transmisores cerebrales implicados en los circuitos del placer y en la emoción placentera. ¿Me como un delicioso pastel? El cerebro suelta una inyección de dopamina; ¿sexo? Dopamina.

Aunque la dopamina y el placer están relacionados en todos los seres humanos, aunque los estímulos que la desencadenan y la cantidad liberada difieren según las personas y las circunstancias. ¿Su expresión más universal? Casi siempre la misma: una sonrisa.

Hemos consolidado tanto el circuito «inyección de dopamina – sonrisa» que... ¡Resulta que también funciona al revés!

Esta técnica se conoce como «feedback inverso»: si nos obligamos a mostrar los gestos faciales apropiados, nuestro cerebro disparará la química correspondiente (Le Doux, 1999). Y la dopamina está implicada, entre otros, en los procesos de satisfacción personal, autoconfianza y seguridad en uno mismo ¿crees que nos pueden ayudar a generar ideas?

Referente a esta técnica, un truco avanzado: si tu sonrisa dispara nuestros niveles de dopamina... ¡el efecto es mucho mayor cuando logramos hacer sonreír a otros!

Recarga tu energía

Cualquier actividad en la que nos vemos involucrados utiliza nuestras reservas de glucosa, que, por cierto, son limitadas. Bajos niveles de glucosa están relacionados con falta de atención, menores niveles de autocontrol y una reducción generalizada de la eficiencia cognitiva. Aunque el cuerpo suele regularse de manera eficiente, no debemos descartar ayudarlo ocasionalmente con un aporte extra en forma de bebida o comida azucarada.

Promueve el contacto físico

En el oficio de la hostelería dicen que los camareeros reciben propinas más elevadas cuando tocan levemente a los clientes (por ejemplo, en el hombro) mientras hablan con ellos. También en el mundo comercial se dice que la probabilidad de venta se incrementa cuando hay contacto físico.

Evidentemente este tipo de trucos hay que promoverlos con cierta cautela, pues no todos los clientes son iguales. Sin embargo son ideas bastante extendidas ¿qué hay de cierto en ellas?

Te presentamos otra de las herramientas del cerebro: la oxitocina. Esta hormona se libera, por ejemplo, cuando abrazamos o besamos a otra persona y facilita el compromiso, la confianza y la generosidad hacia otros (Morhenn, Park, Piper & Zak, 2008).

En la próxima reunión para generar ideas, proponemos ponerse en fila india y dar treinta segundos de

masajes en el cuello a las personas que están a uno y otro lado ¡Estamos convencidos que la sintonía creativa entre todos será mayor!

Uno de cada cien

En lugar de explicar el último truco, lo vamos a demostrar con un ejemplo: proponemos que el lector tome una hoja en blanco y dibuje una casa cuando haya terminado, tome otra hoja y dibuje una casa diferente a la anterior. ¿Ya? Una nueva hoja... ¡Y el dibujo de otra casa diferente! ¿Ya está?

Repitamos este proceso hasta tener diez casas en diez hojas ¿ha habido más creatividad en los primeros o en las últimos dibujos? Aunque podamos equivocarnos, creemos que no.

Quienes hacen este ejercicio suelen dibujar una casa en dos dimensiones sencilla, a la que pueden añadir un pequeño adosado lateral, un edificio más alto, un rascacielos y (creyendo que aquí están siendo REALMENTE creativos) las siguientes veces dibujan un tipi indio, un iglú, una cabaña en el árbol... ¿Coincide con la experiencia personal?

Este proceso es muy normal. Medimos nuestra creatividad según el grado en que nuestras nuevas creaciones se diferencian de nuestro primer «producto». Nosotros somos la referencia. Cuando son muy diferentes (por ejemplo, la casa y el iglú), la «ley del mínimo esfuerzo» gana fuerza y nos relajamos.

Pensamos que nos hemos desmarcado cuando realmente lo único que hemos hecho es avanzar un poco ¿y si medimos nuestra creatividad comparando nuestras casas dibujadas con las que existen en la realidad? ¿Seguimos siendo tan creativos?

Conclusiones

Cuando cambian las reglas de juego... ¿Somos capaces de reinventarnos? ¿Qué ha cambiado en tu vida en los últimos tres meses? Las cosas que han cambiado ¿Han venido impuestas o hemos tomado nosotros la decisión consciente y controlada?

Antes de usar cualquier método para generar ide-

as recordemos que la naturaleza juega en nuestra contra: tener ideas cuesta una energía que nuestro cerebro no está dispuesto a gastar de forma voluntaria. Es más cómodo y más natural dejarse llevar.

Más allá de las técnicas que utilicemos para generar ideas, la creatividad es una actitud que se puede entrenar de la misma forma que entrenamos un músculo: con ejercicios sencillos y constancia.

Estamos de acuerdo en que a veces el contexto nos pone las cosas difíciles, que no todo es actitud ni es controlable por nosotros. Al fin y al cabo, en esta vida quizás no seamos capaces de elegir los programas que ponen en la tele.

Pero estamos seguros que al menos podemos tomar el mando a distancia y elegir con qué canal queremos disfrutar.

Referencias

- Clarke, J.B. & Sokoloff, L. (1999): «Circulation and energy metabolism of the brain». In: Basic neurochemistry, 6th ed.
- Choeiri, C., Staines, W. & Messier, C. (2005): «Glucose transporter plasticity during memory processing». Neuroscience. N° 130.
- Gibson, E.L. (2007): «Carbohydrates and mental function: feeding or impeding the brain?» Nutrition Bulletin. Vol. 32 (pág. 71-83).
- Warburto, D., Nicol, C. & Bredin S. (2006): «Health benefits of physical activity: the evidence» CMAJ, N° 14.
- LeDoux, J. (1999): El cerebro emocional. Barcelona: Ed. Planeta.
- Morhenn, V., Park, J., Piper, E. & Paul, J. (2008): «Monetary sacrifice among strangers is mediated by endogenous oxytocin release after physical contact». Evolution and Human Behavior Mag. N° 29.

Poema visual

TV

**Teresa Suárez Domínguez**

Poeta

teresasuarez76@hotmail.com



RIESGO DE INTOXICACION

El poema visual «TV» nos habla de los riesgos que entran en casa a través de la televisión. Pasamos muchas/algunas horas al día escuchando, visualizando y estimulándonos a través de ella. Con este poema pretendo hacer una crítica a la TV actual, señalar la necesidad de una comunicación sin riesgo a intoxicarnos con agentes nocivos, eso quiere decir una información de calidad