

# ¿Qué es lo que promueve la creatividad?

## RESULTADOS SELECCIONADOS DE UNA INVESTIGACIÓN

Heike vom Orde

Los sondeos muestran que la mayoría de los alemanes cree que es deseable e importante desarrollar la propia creatividad. Por lo tanto hay una amplia gama de libros, seminarios y ayuda que ofrece consejos para todas las formas de cómo “aumentar la creatividad”. La investigación académica está dividida sobre la cuestión de si la creatividad como tal puede ser aprendida, sin embargo, los estudios disponibles sugieren fuertemente que la creatividad es una capacidad que puede ser desarrollada y estimulada (ej., Preiser, 2006, pág. 51 y siguientes). Lo que sigue especifica algunos factores que se destacan en los estudios empíricos, como promotores de la actividad creativa.

Preiser, Siegfried (2006). *Kreativität*. In Karl Schweizer (ed.), *Leistung und Leistungsdiagnostik* (p. 51-67). Berlin: Springer.

### COLORES

Los resultados de la psicología del color indican que algunos colores pueden tener una influencia positiva en la generación de las ideas creativas. En 4 experimentos Lichtenfeld et al. (2012) estudió la creatividad de diferentes sujetos que previamente habían sido divididos en 2 grupos.

A un grupo se le dio para que mirara un color verde, al otro uno azul, gris o rojo. Luego todos los participantes tenían que hacer una lista con la mayor cantidad de ideas originales posibles sobre todo lo que se puede hacer con una lata. Posteriormente, 2 personas independientes evaluaron las ideas en términos de su creatividad potencial.

El resultado de la evaluación fue que en los 4 test el grupo que había sido estimulado con el color verde era el más creativo. Los autores explican esto por las asociaciones que el verde tiene para la gente: representa la vida, la esperanza y la naturaleza. La apertura de la “Verde llanura” se extiende al horizonte mental lo que podría ser determinado biológicamente (ibid, 2012, pág. 793) Mehta and Zhu (2009), por el contrario, concluyen que un fondo de pantalla azul lleva a una mejor actividad creativa.

Lichtenfeld, Stephanie, Elliot, Andrew, Maier, Markus & Pekrun, Reinhard (2012). *Fertile green: Green facilitates creative performance*. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(6), 784-797.

Mehta, Ravi & Zhu, Rui Juliet (2009). *Blue or Red? Exploring the effect of color on cognitive task performances*. *Science*, 323(5918), 1226-1229.

### EXPERIENCIAS INTERCULTURALES

El contacto con diferentes culturas puede promover la creatividad personal. Maddux y Galinsky han investigado en detalle la relación entre la experiencia internacional y la creatividad, en varios estudios (resumido en Maddux & Galinsky, 2009). La primera tarea de los sujetos fue resolver el problema de la vela de Karl Duncker. Para realizar esto se les dio una caja con alfileres, un par de cerillas y una vela. La tarea consistió en fijar la vela a la pared. La solución creativa era advertir que la caja de alfileres de cartón podía servir de candelero y fijar la vela a la pared. El resultado fue que el problema tendía a ser resuelto si el participante había

vivido en el extranjero durante un período de tiempo. Sin embargo fue la estadía prolongada y no un viaje de vacaciones lo que reveló algo sobre una potencial creatividad.

Otro experimento permitió mostrar que incluso la mera idea de permanecer en el extranjero (preparación) puede llevar a una mejor actividad creativa. La explicación de la relación entre experiencias interculturales y una mayor creatividad reside, según los autores, en la adaptación individual en el país receptor lo que lleva a nuevas y más flexibles maneras de pensar y actuar.

Maddux, William & Galinsky, Adam (2009). *Cultural borders and mental barriers: The relationship between living abroad and creativity*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(5), 1047-1061.

### DISTRACCIÓN Y ENSOÑACIONES

Las personas que tienen ensoñaciones resultan tener una originalidad mayor del promedio en los test de creatividad como lo descubrieron Baird et al. (2012). Los investigadores pudieron probar, por medio de experimentos, que las situaciones que alientan el alejamiento mental pueden estimular la creatividad. En un experimento pidieron a los participantes que hicieran en 2 minutos una lista de la mayor cantidad de formas posibles de utilizar un ladrillo. Luego los dividieron en diferentes grupos: a un grupo se le permitió descansar durante 12 minutos; los otros tuvieron que completar la nueva tarea inmediatamente la cual era o muy demandante o muy simple

para inducirlos a la ensoñación. El grupo que había sido “seducido” a la ensoñación por una tarea muy simple experimentó en una segunda ronda del test de creatividad un vigoroso aumento de la actividad. En contraste con los otros grupos, cuya actividad se estancó, este grupo encontró posibles usos de los ladrillos que fueron mucho más originales que en la primera ronda. Los autores explican el hecho de que el mismo efecto estimulante no fue percibido por los que no hicieron nada en el recreo y argumentan que una tarea simple asegura por un lado que uno permanezca alerta mientras que por el otro lado se puede también permitir que la mente vague libremente.

Baird, Benjamin, Smallwood, Jonathan, Mrazek, Michael, Franklin, Michael & Schooler, Jonathan (2012). *Inspired by distraction: Mind-wandering facilitates creative incubation*. *Psychological Science*, 23(10), 1117-1122.

## EL DESORDEN EN LA OFICINA

Vols et al. (2013) pidieron a los participantes del test completar un extenso cuestionario, la mitad de ellos lo hicieron en una oficina ordenada y la otra mitad en una oficina caótica. Luego, a todos ellos se les permitió tomar una manzana o chocolate como recompensa y se los invitó a realizar una donación a una organización de caridad. El resultado: Los sujetos que habían trabajado en condiciones externas estructuradas tendieron a elegir la manzana y también a buscar en su billetera para hacer una donación. Eso correspondió a las expectativas de los autores: la gente ordenada no solo vive más sanamente sino que es más generosa porque tienen las cosas bajo control por eso pueden dar más fácilmente que la que vive en el caos y constantemente siente que les falta algo. En otro experimento 48 participantes en oficinas ordenadas o caóticas tuvieron que considerar en cuántas formas diferentes podrían utilizarse las pelotas de tenis de mesa. No hubo mayores diferencias entre

los dos grupos respecto al número de ideas pero si en cuanto a la originalidad de las mismas. La originalidad fue mayor entre los sujetos de la oficina caótica (III.1). La explicación de los autores para esto es que un ambiente desordenado estimula a la gente a idear acercamientos inusuales para resolver los problemas.

Vohs, Kathleen, Redden, Joseph & Rahinel, Ryan (2013). *Physical order produces healthy choices, generosity, and conventionality, whereas disorder produces creativity*. *Psychological Science* 24(9), 1860-1867.

## EL MOVIMIENTO FÍSICO Y LA EXPERIENCIA DE LA NATURALEZA

En varios experimentos Oppezzo y Schwartz (2014) investigaron si el movimiento físico puede ayudar a promover la creatividad y la capacidad de asociación. Los investigadores pidieron a los estudiantes que completaran 2 juegos creativos de palabras. En el primer test se les dio un objeto (por ej., una llanta) y ellos tenían que brindar la mayor cantidad de usos innovadores posible. El segundo test fue un test clásico de asociación de palabras en que los estudiantes debían dar una palabra por cada grupo de 3 palabras (ej., requesón- Suizo- torta) lo que completaría a cada uno (ej., queso). En diferentes rondas completaron esta tarea una vez mientras estaban sentados, luego una vez en una máquina de caminar y finalmente otra vez mientras caminaban en el exterior.

En el segundo test en el cual no era tan importante la innovación sino la combinación y la concentración, el caminar pareció no producir ventaja alguna. De hecho, en este test los participantes que se estaban moviendo actuaron en realidad un poco peor. Fue muy distinto en el primer test, sin embargo, en el que se requerían creatividad y nuevas ideas: los sujetos del test fueron significativamente más creativos mientras estaban físicamente activos. El mismo tiempo, los movimientos en el exterior

demonstraron ser particularmente efectivos en promover la creatividad.

Oppezzo, Marily & Schwartz, Daniel (2014). *Give your ideas some legs: The positive effect of walking on creative thinking*. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, 40(4), 1142-1152.

## CONSUMO MODERADO DE ALCOHOL

Jarosz et al. (2012) investigaron en su estudio una manera considerablemente menos sana de hacer arrancar la inspiración. Los investigadores examinaron el pensamiento creativo y la resolución de problemas bajo la influencia de alcohol en 40 estudiantes varones. El resultado fue que los sujetos que habían tomado alcohol, vodka, y que midieron una concentración en sangre de 0,75 por mil, actuaron considerablemente mejor que los del grupo de control en el que estaban sobrios. Pudieron completar un 40 % más de tareas y 3 minutos más rápido que los no habían bebido. Los autores asumen que la gente bajo la influencia del alcohol puede relajarse mejor y seguir su intuición. Aseguran que el cerebro reacciona más rápido a los estímulos visuales lo que a su vez tiene un efecto en el pensamiento creativo. Sin embargo, de cualquier manera, se advierte a la gente en contra del excesivo consumo de alcohol en nombre de promover la creatividad porque realmente el cerebro trabaja más rápido pero el alcohol influencia negativamente en el tiempo de reacción.

Heike vom Orde, M.A. (IZI)

Jarosz, Andrew, Colflesh, Gregory & Wiley, Jennifer (2012). *Uncorking the muse: Alcohol intoxication facilitates creative problem solving*. *Consciousness and Cognition*, 21(1), 487-493.

## NOTA

En colaboración con Maximilian Lanzinger, Ina Innermann and Hannes Valtiner.

## Traducción

María Elena Rey