

# 1. *Lección sobre creatividad con Masterchef.*

julio 4, 2013alfredus



Como podéis comprobar, sobre todo los que habéis leído mis últimos post (ESTE o ESTE), no paro de darle vueltas a esto de la creatividad y la innovación en la empresa.

Esta semana estaba en Barcelona con un colaborador de la empresa que me demandaba para un cliente propuestas más creativas, más innovadoras y me sorprendía que mi mensaje, que constantemente giraba alrededor del concepto de innovación, no lograba llegar a mi interlocutor.

¿Por qué lo que yo creo que es innovador no consigo que los demás lo vean así?.....y parte de la respuesta me llegó en la habitación del hotel viendo Masterchef y es que la breve conversación de Ferran Adrià con una de las finalistas fué una fugaz lección de que todo es tan relativo y que muchas veces tenemos las propuestas de valor tan claras y tan sencillamente planteadas delante nuestra y no somos capaces de verlas (esto me lleva otra vez a mi teoría sobre la importancia de la perspectiva en el liderazgo).

La finalista estaba preparando ostras con crema de almendras. Adrià cogió la cazuela de la crema, la vertió en una copa de cóctel y le preguntó a Eva, la finalista:

-Eva, tu crema, puesta aquí, ¿qué sería?.

-Un zumo – contesto Eva.

-¿Y si la pongo en un plato sopero?, volvió a preguntar Adrià.

-Sería una sopa, dijo Eva.

-Ya, y supón que la pongo ahora en una salsa.

-Pues pasaría a ser una salsa, respondió Eva.

Y entonces, Ferran Adrià terminó diciendo: Entonces, ¿es un zumo, es salsa o es sopa?. Esto yo he tardado 30 años en comprenderlo.

La solución creativa de Eva del **TRES EN UNO**, Ferran Adrià no lo había conseguido ver hasta pasados muchos años demostrando que muchas de las propuestas innovadoras son realmente innovadoras para unos e imposible de ver para otros. Al final es todo tan relativo (trabajaré algún día sobre la teoría de la relatividad en el liderazgo).

Después de esta pequeña anécdota, se refuerza más aún el efecto “tapa ojos” de los autores Hickman y Silva cuando afirmaban que la resistencia al cambio, la dependencia de determinadas reglas, la conformidad, la desconfianza, el pensamiento en “blanco y negro”, el intentar ser demasiado prácticos, etc interfieren con la creatividad y con la innovación.

Cambiaré de estrategia para conseguir que mi socio catalán vea esa creatividad e innovación rebajando la intensidad del planteamiento y presentándolo como “pildoras” dosificadas de innovación (tómese una por día), lo llevaré a que considere y analice muchas soluciones distintas para crear en él esa motivación por ser creativo, lo invitaré a “macerar” las ideas y no descartarlas a la primera de cambio.....tengo que ser creativo e innovador para hacerlo creativo e innovador y que no tarde 30 años en verlo como le sucedió a Ferran Adrià.