LECCIONES DE LEONARDO DA VINCI

Así son los momentos Picasso y por qué un jefe debe tenerlos

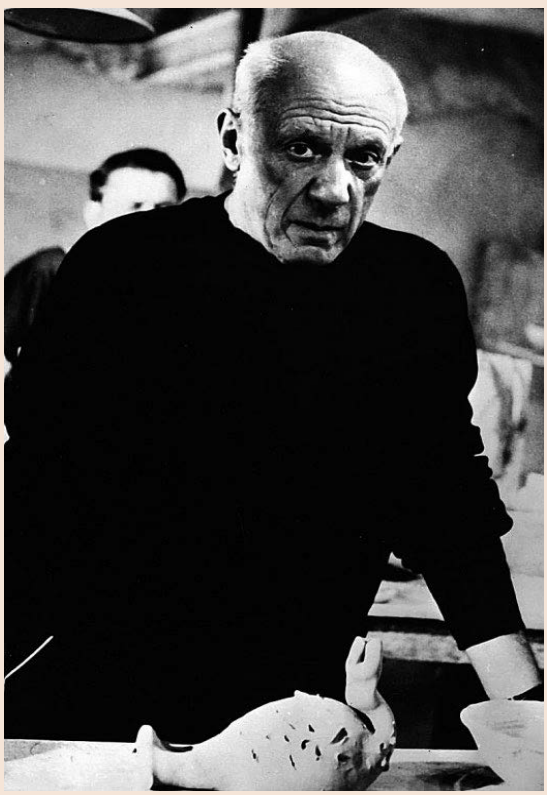
ESTRATEGIA La clave es liderar con creatividad, pero que dé a la vez resultados prácticos.

Javier Cantera Herrero. Madrid

Todos tenemos *momentos Picasso* y soltamos nuestra creatividad a pasear. Pero cada vez necesitamos líderes con más *momentos Picasso* para caracterizarse por su creatividad. La clave es ser creativo operativo, decía Leonardo Da Vinci, y no solo creativo, es decir, liderar con creatividad pero que dé resultados prácticos, tan importante es la creación de las ideas como la ejecución de las mismas. Lo creativo no hay que restringirlo solamente a la creación, de aquí de la importancia de aplicar el adjetivo operativo a la creatividad.

Pablo Picasso ejemplifica la creatividad y nos enseña que dicha creatividad necesita de una serie de hitos para convertirse en un auténtico líder creativo. En primer lugar, olvidarse de las reglas, es decir, no negarlas, sino simplemente tener momentos creativos donde actúas sin las limitaciones de las reglas.

En segundo lugar, no dar nunca por terminado un trabajo. Para Picasso dar por acabado una obra es matarla, mejor dejar que cualquier idea pueda ser mejorada. No menos importante es confiar en uno mismo porque como decía el genio malagueño. "Tu ser es un sol con mil rayos". Aunque la frase más famosa del pintor español es que "la inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando".



Pablo Picasso se enfrentaba a la realidad con una aproximación creativa.

La importancia de los datos

Hoy en día, además, la creatividad necesita de los datos, por tanto, puede ser muy potenciada por la propia inteligencia artificial (IA) porque sin los datos no puede surgir lo creativo, por tanto, la creatividad tiene una fuerte aliada en esta tecnología.

Decía Leonardo Da Vinci que, a partir de los datos, hay que generar conocimiento que se comprueba en la ejecución y se transforma en acción. Por eso, es tan importante tener datos que generan relatos, porque, al fin y al cabo, el conocimiento necesita de un relato. El líder creativo transforma su relato al trasvasar las normas de lo racional para dar una respuesta mejor, confiando en sus capacidades y dedicando esfuerzo por dar soluciones creativas.

Además, el líder creativo, a partir de los datos, debe probar sus soluciones, debe tomar distancia (perspectiva) y debe adecuar con sus esfuerzos al objetivo para ser una acción creativa que consigue resultados.

Tenemos en el mundo actual a Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, que con su antológica frase "Muévete rápido y rompe cosas" es un buen ejemplo de un líder creativo. Mark Zuckerberg tiene verdaderos *momentos Picasso* que refleja en su labor como líder empresarial. Desde "es muy bueno ser idealista, pero debemos estar preparados para ser incomprendidos" o aquella otra frase de "Facebook no fue el primer proyecto que desarrollé, sino el fin de un proceso creativo realizado en mis anteriores proyectos".

Un líder creativo debe saber que las ideas se van haciendo realidad al trabajar con ellas y que, en este mundo tan digitalizado, todo lo que hagamos planteará problemas en el futuro, pero esto no debería echarnos atrás. También, que todos los éxitos más importantes se consiguen cuando existe la posibilidad de fracasar.

¿Cómo se desarrolla un líder creativo? Las investigaciones de la psicología aplicada a la creatividad descubren qué es fundamental:

1. **Combinar e hibridar conocimientos diferentes.** Por eso es importante tener personas con diversidad en tus grupos, y fundamentalmente con diversidad académica. En este momento de auge tecnológico, es todavía más importante una visión híbrida de una misma realidad. Las ciencias sociales con su mentalidad *fuzzy* (difusa) ayudan a comprender la forma de utilización de la tecnología y agregarla a un pensamiento *tech* (técnico) como visión complementaria de la realidad. La creatividad necesita de la mezcla de visiones distintas de historias de aprendizaje diferentes.

2. **Favorecer las conexiones originales.** No solo tener conocimientos diferentes, sino que el líder creativo busca y refuerza el desarrollo de conexiones inusuales entre conocimientos diferentes. Hace una fecundación cruzada interrelacionando conceptos de discursos y ciencias diferentes para crear un nuevo escenario al mezclar ambos conceptos.

3. **Extrapolar ideas de otras realidades.** Además de cruzar conocimientos y conexionar conceptos diferentes, también se puede extrapolar una teoría de otro ámbito de conocimiento a otro. Esta extrapolación cognitiva genera un cambio de paradigma que permite generar un nuevo universo creativo.

4. **Comprobar el pragmatismo de lo creativo.** La psicología del trabajo insiste que el prototipado ha llevado hacer pruebas en la realidad donde está la base de lo creativo. La creatividad es operativa en un entorno empresarial, por tanto, no se habla de tener grandes ideas sino de tener ideas, grandes o pequeñas, que cambien la realidad.

Con estas vías de desarrollo de la creatividad, cualquier líder con *momentos Picasso* debe crear una cultura creativa en la empresa donde se valore este tipo de liderazgo y que se base en valores. El primero es que la excelencia actual en los negocios no basta con la excelencia operativa, sino que necesitamos de la parte creativa si queremos ser diferenciales en nuestra tecnología.

El segundo, que el error puede ser creativo, un error para aprender rápido, como dice Mark Zuckerberg, y la creatividad necesita del trabajo sobre los errores cometidos anteriormente. Porque aprender del error debe estar en la base de la solución creativa. También es importante que la empresa tenga una gobernanza y espacio que dejen florecer las respuestas creativas y evaluar a las personas no solo por su saber experto, sino también por su saber creativo.

Tanto Pablo Picasso como Mark Zuckerberg se enfrentan a una realidad con una aproximación creativa. Ser un líder creativo conlleva saber gestionar sus fracasos previos y pensar que siempre hay un camino original para conseguir los resultados. Ser un líder creativo es pensar en ser eficaz y eficiente, pero a la vez original.

Autor de 'Si Leonardo Da Vinci fuese tu CEO' (LID Editorial)

PARA DESCONECTAR

Paula Comitre, Florencia Oz y Carmen Angulo en 'Parcas'.

DANZA

Teatros del Canal de la Comunidad de Madrid acoge del 2 de septiembre al 19 de diciembre una nueva edición del ciclo Canal Baila, que este año reúne a diez compañías y creadores que han desarrollado sus piezas en residencia en el Centro Coreográfico Canal durante la última temporada. El ciclo arranca con *Parcas. La voz, el ojo, la carne*, que podrá verse el 2 y 3 de septiembre y que mezcla danza española y flamenco.

TEATRO

El próximo 22 de septiembre, Juan Mayorga volverá al escenario de Teatro del Barrio para interpretar *La Gran Cacería*, obra que él mismo ha escrito y que produce el citado teatro. Tras ser interpretada por distintos actores desde su estreno, ahora Mayorga da un paso al frente y se convierte en protagonista de su propio texto. Contará con el acompañamiento escénico de la artista Luz Arcas.

OCIO

Si no puede pasar agosto en la playa o en el campo, hay una tercera opción nada desdeñable: hacerlo bajo la cúpula de Mandarin Oriental Ritz, Madrid. Estos días el restaurante Palm Court pone el foco en los platos fríos, como el gazpacho, el gazpachuelo, la mazamorra, el cóctel de gambas kimchee, ostras al natural, carpaccio de carabineros y una selección de tartares.

Platos fríos en el Ritz de Madrid.