

## DESPERTANDO AL ARTISTA EN CADA TRABAJADOR

**Jorge Andere y Agustín Fernández**

“Son sólo palabras y palabras es todo lo que tengo para conquistar tu corazón.”  
Unión Gaps

Muchas empresas han cambiado la denominación de “Recursos Humanos” por la de “Valores Humanos”. Sabemos que el ser humano no es la pasividad del recurso sino el nervio de la acción: la causa y el fin de la acción; no es un objeto que mediáticamente pueda ser manipulado con fines enajenantes, aunque en muchas realidades se presente lo contrario.

Lo que necesitamos para aceptar las ideas que respaldan a las palabras son hechos que respalden las ideas: congruencia. “De lengua me como un taco”, decía mi padre cuando, niños, le hacíamos promesas de portarnos bien toda la vida.

Si las palabras no son acompañadas de acciones consistentes provocan desconfianza y falta de credibilidad. Como lo ilustra el caso de aquel gerente que, tras lanzar una campaña de austeridad con un discurso efectista, llegaba todos los días en su Ferrari importado y lo estacionaba frente a la planta, a la vista de todos los obreros.

Sobre esta cuestión atesoró una experiencia que, en un proceso inconsciente, estimuló el compromiso y el entusiasmo de la gente. Para inaugurar nuestras nuevas oficinas se nos ocurrió organizar un concierto de cámara. Y este hecho despertó en todo el grupo de trabajo un tremendo entusiasmo que giró alrededor de un evento cultural.

Era como descubrir una nueva faceta de su identidad, de pertenencia a una empresa que empieza a proyectar su interés por el arte.

Al acercarse la fecha, un impulso creativo comenzó a revolotear en el ambiente y a hacerse oír. El único trabajo de la dirección fue escuchar y facilitar los recursos.

Silvia se fue a Xochimilco y llegó con las flores y macetas necesarias para convertir los matojos del jardín en un patio sevillano; Javier, su esposo, quien es un extraordinario herrero, con sus manos y de su cosecha forjó en hierro los arabescos de la puerta de la entrada; el maestro Pablo, pintor de brocha gorda, se acercó a decirle al director: soy joyero también y puedo moldear en cobre el logotipo de la fachada y así fue; Marce, Araceli y Álvaro crearon el nuevo folleto del grupo, con el diseño más bonito que hemos tenido en 25 años. Era tal la energía del grupo que no les importaba trabajar por la noche y durante el fin de semana, sin que se les solicitara. Agustín, nuestro consultor-artista, que en estas líneas colabora, se echó el trompo a la uña: “A ese espacio le hace falta un mural”, y lo terminó en cuatro días y parte de sus noches, lleno de colorido y fuerza; era su primera incursión en obra de gran formato.

Alrededor de Vivaldi, Brahms y Bach, entretejidos con las cuerdas y la flauta, el grupo decidió dejar salir al artista en cada uno.

En muchas empresas se piensa, y en estos casos se piensa mal, que tienen que ser frías y calculadoras, que la cultura empresarial es una maquinaria que produce maquinarias, tal como lo expresa el genio de Chaplin en su película *Tiempos Modernos*, con la dramática imagen del obrero mimetizado con la palanca o con la llenadora.

Hemos aprendido que el verdadero líder sólo tiene que desarrollar tres habilidades: visionar, energetizar y facilitar. Estas habilidades son las mismas que se requieren para poder despertar al artista.

### **Visionar**

La visión es de todos. Cómplice del inconsciente colectivo, la visión colectiva. Dejar que fluya la imaginación, la proyección del futuro: ¿hasta dónde podemos llegar? El “regreso al futuro”, todas las alucinaciones de Da Vinci, Einstein, Nostradamus, Verne, Wells, Swift, Spielberg y Orwell juntas. Dejar que, en el equipo de trabajo, el negocio tome dimensiones de sueño, que pueda adelantarse a los tiempos, estimular la innovación y crear la empresa del mañana. Éste fue el modo que aplicaron artistas como Giotto (que rompió para siempre la bidimensionalidad de la pintura), Picasso (que generó una cuarta dimensión), o Manet y los impresionistas que abandonaron para siempre la obsesión por la forma, en pos de la luz.

### **Energetizar**

Esto significa facilitar el surgimiento del entusiasmo originado en la participación, en la sinergia (sinergizar); es decir, la pasión por dejar algo propio en todo lo que hacemos. Es común bautizar los proyectos innovadores muy queridos, muy nuestros, como “nuestro bebé”, tal vez porque sólo en el acto creativo nos encontramos, de verdad, con ese ser propio que se despoja del vegetal y del puro animal y procrea el espíritu pujante.

### **Facilitar**

Lo hemos experimentado siempre: cuando se trata de meternos a crear, a generar ideas o cosas, no es nuestro genio el que falla, no son nuestras hipótesis las que flaquean, no es nuestra imaginación la que se decolora, sino lo que nos encontramos en el camino: falta de recursos, políticas conservadoras a ultranza, desconfianza, oídos sordos, aun de los que se dicen progresistas que, desde luego, a la larga, desgastan cualquier interés.

Recordemos a Pasternak y a Soljenitsyn, a quienes les impidieron asistir a la entrega de su Premio Nobel. Sabemos, también, la frase contributiva del genio de los negocios, Henry Ford I, quien a la pregunta sobre de qué color pintarían el Ford T, respondió: “Cualquier color, mientras sea negro”, y nos burlamos del afán del cardenal Della Rovere por vestir a los titanes de la Capilla Sistina.

Parece mentira, pero en la mayoría de los casos el mundo de la cultura y del arte, comparado con el mundo de las finanzas y el del fútbol son como planetas distintos, que giran en órbitas diferentes.

Hagamos una encuesta entre los altos ejecutivos y asombrémonos del exiguo porcentaje de interés por la lectura seria, por la buena música (que la hay en todos los géneros y épocas). No faltará quien critique a la cultura griega, que

hacia estatuas sin brazos o sin cabeza... o que confunda a Borges con otro escritor.

Si entrevistásemos a esos ejecutivos encontraríamos un área de su conversación repleta de lo que hacen y de lo que tienen y otra casi completamente vacía, respecto de lo que son.

### **¿Cómo hacerle?**

Lo primero que hay que tener en cuenta es la responsabilidad por la colectividad. Sólo en los tiempos prehistóricos tenemos testimonio de expresión artística colectiva puesta al servicio de la productividad (una expresión fantástica, si se quiere), con fines prácticos: reproducir pictóricamente a la naturaleza para, mágicamente, evitar su extinción o su escasez. Si lo tengo a la vista no se acaba, si reproduzco mi habilidad cazadora permanece: trasciende.

En tiempos posteriores el arte colectivo se transformó en tradición artesanal y las obras de arte se ciñen a individuos, a genios como Cranach, Rubens, Miguel Ángel, Rodin, Dalí o Tamayo.

La teoría económica no ha tenido empacho en distribuir las responsabilidades entre el capital y el trabajo, entre los activos y la plusvalía.

Los conceptos de sinergia y trabajo en equipo son venerados y obsequiados con extensa investigación cuando se ponen al servicio de la administración de la producción, de la guerra o del deporte, pero rarísima vez se manifiestan en procesos de cultura o talento artístico, en el que no son las constelaciones las que brillan, sino los cometas.

Actualmente, la empresa no puede desligarse de una finalidad que, si no está incorporada en su misión, más le vale comenzar a incorporarla: la facilitación al surgimiento del talento.

En segundo lugar, las empresas punteras ya no pueden quedarse en considerar que el equipo humano que las integra tiene, como última finalidad laboral, la plusvalía de su trabajo y la multiplicación de las utilidades. Una organización es un centro de desarrollo, y como tal debe pensar en liberar mecanismos dinámicos que ofrezcan a su gente condiciones para llegar a su máxima expresión.

Nuestro afán analítico nos puso a manejar, desde hace décadas, la pirámide de Maslow. Encontramos, en el ámbito laboral, muchos esfuerzos de higiene y supervivencia, muchas pujas por la seguridad, bastante tendencia a tejer redes sociales, con mayor o menor apertura y flexibilidad... y hasta allí llegamos. Al subir al escalón de la autoestima ya la empresa se mantiene más al margen, al nivel del deseo, al nivel del aplauso y el elogio, pero poco hace, en realidad, para darle el lugar que se merece, y ya ni hablar de la autorrealización.

La autorrealización es el nivel de necesidad que se satisface en lo que se es, no en lo que se tiene ni en lo que se hace. Mucho de la autorrealización de los seres humanos y de los pueblos está en sus bibliotecas, catedrales, palacios, teatro, música y museos; es decir, en el mundo de la manifestación artística.

Una empresa que quiere llegar a tocar la autorrealización de su gente —que es la propia autorrealización de la empresa— debe tender caminos para la expresión artística, que es el grado más alto de actividad y comunicación humana.

### **En tercer lugar, comience.**

- 1 Comience a realizar actos culturales y a ofrecer prestaciones que impliquen arte.
  - 2 Dedique un presupuesto a la inventiva, a la creación pura; pague el intento de trascender, partiendo de las realidades y los ámbitos del trabajo.
  - 3 Patrocine concursos de creatividad entre su personal.
  - 4 Forme un acervo cultural y artístico al alcance del grupo interno de su empresa y de la comunidad social en que ejerce su influencia.
  - 5 Contribuya a fomentar la cultura y el arte en su entorno social.
  - 6 Preocúpese por los aspectos estéticos de su ambiente laboral.
  - 7 Forme artistas: Incluya en sus normas las partituras que despierten al artista en cada trabajador.
- Una breve verificación de su liderazgo aplicado a despertar al artista en su gente.

Una breve verificación de su liderazgo aplicado a despertar al artista en su gente.

Al visionar:

Conteste con una V (verdadero) o F (Falso)

- 1 Usted piensa que soñar no cuesta nada y que, mientras no intente algo, nada se pierde.
- 2 Usted pide a cada colaborador que haga una lista de ideas basadas en la cordura y la prudencia, para que sean fácilmente aceptadas.
- 3 Usted tiene más a la vista las propuestas que concuerdan con la historia de la organización antes que las ideas que puedan significar quiebres abruptos.
- 4 Usted aleja de su mente cualquier cosa que se acerque a lo irracional o suene poco lógico.
- 5 Usted piensa más en rutas a seguir que en aventuras que emprender.

Por cada respuesta en V, anote una gota de narcótico al visionario que vive dentro de usted.

Al energetizar a otros:

Conteste V o F

- 1 Da por hecho que trabajando colectivamente puede despertar un monstruo de mil cabezas.
- 2 Le asalta la idea de que entre sus colaboradores pueda surgir un genio.
- 3 Teme perder el control sobre las fuerzas desconocidas que podrían manifestarse.
- 4 Está dispuesto a celebrar la obra que surja de la sinergia del grupo.
- 5 Le importa menos instrumentar los procesos que encender las voluntades.

Por cada respuesta en V, anote una chispa de fuego para despertar el entusiasmo colectivo.

Al facilitar la expresión de los demás:

Conteste con una V o una F

- 1 Se siente frenado por lo caro que resulta fallar en los intentos.
- 2 Libera recursos sólo cuando llega a entender completamente cada propuesta.
- 3 Condiciona la liberación de recursos a que las propuestas funcionen a la primera.
- 4 Se manifiesta parco en elogiar los esfuerzos por crear.
- 5 Apoya más lo conservador que lo innovador.

Por cada respuesta en V anote un punto a su capacidad para castrar las raíces de la creatividad.

**desafíos- desarrollo ejecutivo** es una publicación de Medios Editoriales Desafíos, S.A. de C.V. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción parcial o total sin previa autorización de los editores. El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión de los editores.