

ESTRUCTURA ES LO QUE DURA

EL ARTE EN LA ACTIVIDAD INNOVADORA DE LA EMPRESA

El Arte como proceso de producción se escinde de la actividad “industrial” en un periodo histórico entre los siglos XVII y XVIII por razones múltiples de orden tecnosocial que no podemos analizar ahora cuestión de espacio. Pero por razones de oportunidad que tienen que ver con la recuperación de un momento histórico y porque afecta de lleno a una actividad como la Comunicación Comercial, preñada de creatividad -la esencia del arte-, creemos llegado el momento de reflexionar sobre la producción de arte y la producción de bienes o de servicios.

Si queremos evitar que la presencia del arte en las empresas quede reducida a la ornamentación de halls y salas de juntas y que la creatividad traslade su potencial a la propia producción material, hemos de realizar determinados esfuerzos. El primero de ellos es asumir un cambio cultural abismal, y el segundo prepararnos y preparar a la propia empresa para encajar ese cambio. El innovador sabe que no hablamos de entelequias, **la innovación incremental**, la innovación ligada a desarrollos de procesos o de productos sobre la base de un hallazgo anterior es un proceso relativamente estable que se puede gestionar desde posiciones muy técnicas y poco “creativas”; pero las **innovaciones radicales**, aquellas que han transformado mercados (frío por compresión de un gas) o que incluso los han creado (digitalización de la información), nacen de un acto cargado de sentido creativo, con la presencia del carácter creador en alguna de sus fases.

Vamos a tratar de responder a ciertas cuestiones que resultan básicas para la recuperación del arte y la creatividad en la actividad de la empresa más allá del apoyo a la estrategia de marketing.

- **¿Cuál es el espacio natural del artista en la empresa?**

Sin duda el taller, la planta de producción. Pero cuanto más conectado se encuentre el taller con la oficina en la que se toman las decisiones sobre las operaciones de trabajo a desplegar en el taller tanto más seguro se siente el artista. Probablemente un taller cuya estructura y ritmo de trabajo estuviera sometido a la lógica Kan Ban o de **demanda de operaciones** sería el óptimo aunque muchos artistas lo desconocen.

El taller ideal para la evolución de trabajo artístico es un espacio de una amplia capacidad de producción y de enorme versatilidad. En este sentido no es una planta de producción, es el otro espacio en el que se ubica con total naturalidad el artista: **El laboratorio**. Porque el laboratorio es el lugar en el que las ideas toman la iniciativa y éstas no son sino el resultado de manejar abstracciones y el desarrollo de conceptos, agua para ese pez llamado artista. El laboratorio, la fábrica de diseños y prototipos es un espacio idóneo para el trabajo de corte artístico en la empresa.

- **¿Dónde encuentra dificultades de adaptación?**

Hay dos campos en los que la inserción del artista en la empresa debería ser compensada con algún tipo de actividad relacionada con el adiestramiento y la adaptabilidad a procesos de trabajo plurifuncionales. El primero de ellos, en nuestra

opinión el menos complicado de vencer, tiene que ver con la adquisición de conocimientos científicos y técnicos propios de la actividad de la empresa. Se trataría de provocar una inmersión en la base tecnocientífica del Know How que maneja la empresa. En realidad el apoyo a la inserción en este terreno desconocido para el artista es una mera acción de formación continua que forma parte de los procesos habituales de desarrollo de recursos humanos que son frecuentes en las empresas innovadoras. Por tanto este territorio hostil para el artista puede disolverse aplicando políticas de empresa al uso.

Hay otro campo de incompatibilidades del artista/creativo con la estructura de funcionamiento de la empresa. Es su alejamiento de los procesos de staff o de sostenimiento de la producción. No se trata de que como cualquier otro tecnocientífico de la empresa vaya tener diferencias de criterio con los responsables del área financierocontable o con la dirección de comunicación, por ejemplificar. Lo que ocurre es que el trabajo tradicional del artista comporta un grado de intuición y de improvisación que choca con toda estrategia que suponga gestión, control y valoración; y como todo gestor o coordinador de dirección de empresa sabe, control, valoración y por tanto criterios de gestión son elementos fundamentales para la pervivencia de la empresa. Sin los procesos de sostenimiento de producción, ésta no es viable.

Por tanto, en lo que se refiere a una inserción no traumática del artista en una unidad estructurada bajo **principios de “racionalidad económica”** y especialización funcional hay mucho por hacer y todo dependerá de la disposición de la empresa para realizar los esfuerzos necesarios, y del retorno de la inversión que se haga para incorporar la mentalidad artística en el conjunto de fuerzas creadoras de la empresa.