

Ética y creatividad en el trabajo

Mauro Rodríguez Estrada

RESUMEN

No es muy común encontrar unidos los términos creatividad y ética. Y las pocas veces que aparecen juntos, la ética parece ser un elemento restrictivo, inhibitorio; que funciona como un freno; como que los bribones se mueven más a sus anchas que los timoratos; llega uno a sentir que hay que ser creativo a pesar de las restricciones morales; por ejemplo, en los negocios y en el arte.

Vale la pena ponernos a relacionar entre sí los dos valores: la creatividad y la ética. Es lo que haremos en este artículo, en tres momentos; primero, en general, segundo, en el trabajo, y tercero, específicamente en la empresa.

ABSTRACT

As long as ethics implies the obedience to norms, it does not seem to be a privileged field for expressing creativity. But this first impression is false. Genuine ethics is the twin sister of genuine politics, as Aristotle and many philosophers taught. Both in synergy try to build happy communities: families, companies, cities, countries.

As we broaden our perspective, ethics is the most profitable and the most creative of arts. An urgent task is to denounce the related prejudices and promote awareness of the constructive aspect of ethics in general and particularly in the enterprises.

ÉTICA Y CREACION

¿Qué podemos responder a quien pregunta que no hay afinidad entre ética y acción creativa? ¿a quien alega que tienden a ignorarse o a pelearse?

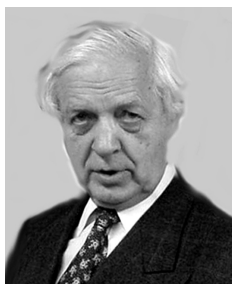
Muchos toman la ética y moral como conjunto de mandatos y de prohibiciones y deducen que allí queda poco lugar para la creatividad. El silogismo parece correcto, pero parte de un concepto distorsionado.

Hay una cosa que de inmediato llama la atención a quien lee los tratados de Aristóteles: el ilustre filósofo hace de la ética casi un sinónimo de la política, y viceversa. Hoy, al contrario, es frecuente que la política, lejos de coincidir con la ética, se enfrente a ella.

Las cosas serían diferentes si tuviéramos el concepto genuino de política, pero no lo tenemos, porque hemos hecho de ella el arte del poder, y esto es un abuso.

Vale la pena examinar y aclarar: *política* no viene directamente de *polis* = ciudad, sino de *polites* = ciudadano (por eso decimos "cosmo-polita"). La política en el sentido genuino se refiere al comportamiento adecuado del ciudadano; todo buen ciudadano es por eso mismo político. El equivalente latino de *polites* es *civis*. Entonces, política es civismo. El haberla etiquetado como la adquisición y mantenimiento del poder, es una deformación que nos pone una trampa y nos extravía.

El papel de la ética y la política unidas en sinergia, es nada más y nada menos que construir



Mauro Rodríguez Estrada

comunidades que funcionen bien, con bienestar y agrado de todos. Y cada comunidad es tan peculiar y tan única como lo es cada persona humana. No hay clichés que se apliquen automáticamente; hay que ser creativos.

Juntas la moral y la política constituyen el arte de vivir por antonomasia: el arte de vivir bien y ser dichoso. Las dos, en sinergia, se abocan a crear instituciones, ciudades y naciones bien organizadas y felices.

Estamos a mil millas de las inercias y de las obediencias pasivas. Y estamos de lleno en el reino de los valores humanos. De este modo la ética o moral se hermana con la creatividad que, por definición, se aboca a "producir cosas nuevas y valiosas".

CREATIVIDAD = VALORES EN GENERAL
ÉTICA = VALORES HUMANOS
POLÍTICA = VALORES COMUNITARIOS

Ya hace dos mil años Séneca, el ilustre filósofo español/romano lo había captado: "la naturaleza no nos otorga la virtud; ser bueno es un arte que se aprende". - La diferencia entre naturaleza y arte es que la primera es lo dado, lo innato, y la segunda lo creado por el hombre, la cultura humana.

Hay una razón de fondo que explica la deformación del concepto de política y cómo se fue alejando de la moral. Nos remonta a la historia milenaria, y nos enseña cómo se fueron consolidando sistemas bien articulados de manipulaciones. Por lo común las ciudades, y las comunidades en general, se organizaban en torno a una jerarquía compuesta de tres poderes: nobleza, clero y ejército, es decir, poder civil, poder religioso y poder militar, simbolizados en el centro de las poblaciones en la tríada: Palacio, Templo y Plaza de Armas o Cuartel General. No olvidemos que jerarquía significa poder sagrado.

En contexto jerárquico el pueblo, la masa de los habitantes, no eran propiamente ciudadanos, sino súbditos y vasallos. A

ellos les tocaba obedecer y callar. No tenían voz ni voto en la definición de las normas éticas. Aquel tipo de política distorsionada, autoritaria y explotadora, eliminaba de raíz la creatividad de los "súbditos" y acababa por marchitarla y matarla.

Al romperse con la Revolución Francesa el esquema milenario, nos vamos liberando gradualmente del peso aplastante de los poderes sacralizados, y los "ciudadanos" nos podemos atrever a ser arquitectos de nuestro propio destino. Ahora cada uno podemos decir: Mi vida me la construyo yo; estoy al timón de mi propio barco.

Al vivir nosotros los modernos en ambientes democráticos, nos cuesta trabajo entender el grado de opresión en que vivieron nuestros remotos ancestros. Ellos ni siquiera conocieron las expresiones "desarrollo personal", "plan de vida", "superación personal". "auto-programación", ya fuera neurolingüística o de otro estilo. La educación consistía en meter a los niños y jóvenes en moldes prefabricados por la jerarquía sacral anclada en las tradiciones locales. El concepto de enseñanza dominaba francamente sobre el de aprendizaje; el papel receptivo de los alumnos eclipsaba y aplastaba a su posible papel proactivo. Se formaban hombres de obediencia, no hombres de ideas ni de decisiones libres.

Aunque en los sistemas autoritarios se reprime el desarrollo de las personalidades, hay una diferencia neta entre el ser humano y los animales: vista una golondrina están vistas todas las golondrinas; visto un perro dóberman están vistos todos los dóberman; pero visto un hombre no están vistos todos los hombres.

Apenas en los siglos XX y XXI empezamos a entrar en la atmósfera del pluralismo, donde se aprecian y se alientan las individualidades y se permiten las diferencias. En nuestra época se empieza a respetar, como nunca antes, la unicidad de cada ser humano.

ÉTICA Y CREATIVIDAD EN EL TRABAJO

En este orden de ideas, es importante distinguir bien entre trabajo, por una parte, y profesión y oficio por la otra.

La palabra *trabajo* de por sí alude a una actividad con la que el hombre (o los animales manejados por él) modifica la naturaleza; se refiere a las acciones *en sí* y a sus procesos.

Profesión y oficio son algo muy diferente; no enfocan el hacer en sí, sino su relación al entorno humano. Conllevan siempre *referencia a los demás*. Los términos *profesión* (de *pro* + *fateri* = hablar o actuar hacia delante, hacia el entorno), y *oficio* (de *ob* + *fâcere* = hacer algo al encuentro de alguien) aluden a un contexto social, lo cual les da connotaciones éticas.

Un puesto de trabajo puede enfocarse de tres maneras:

1- como un mero horario por cumplir: "Mi trabajo consiste en estar de tal a tal hora en esta oficina, o en esta aula..."

2- como un determinado paquete de actividades

3- como un haz de valores por realizar

El primero es de una superficialidad lamentable; es la actitud del burócrata irresponsable.

El segundo se enfoca demasiado en los "qués", sin dilucidar bien los "porqués".

Sólo el tercer enfoque llega al meollo del asunto y ubica al trabajo como actividad humana. Cuanto más el trabajo de una persona se enfoca en valores, tanto más se inscribe en la esfera ética y tanto más se abre a la expresión genuina del sujeto y a la creatividad.

ÉTICA Y CREATIVIDAD EN LA ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL

Las empresas viven inmersas en el mundo físico y tangible: las materias primas, los instrumentos, las instalaciones, los materiales, los insumos, los procesos administra-

tivos, las acciones y las reacciones, los resultados económicos, los tiempos, los números, los recursos financieros, etc... La creatividad organizacional se aplica casi siempre a buscar soluciones eficaces a problemas visualizables y tangibles, sobre todo los del aquí y ahora.

Pero existe otra dimensión de la creatividad que muy poco es tenida en cuenta: los dilemas éticos nos plantean exigencias creativas. En efecto, para evitar las tentaciones de la corrupción y para maximizar los beneficios a cuantos tienen que ver con la empresa, las situaciones deben ser afrontadas con una imaginación muy viva y muy abierta...

El carácter social de las profesiones y oficios resulta, no sólo de que hay destinatarios humanos, sino también de que el trabajo en las empresas y negocios en general, se ejerce cada día más en madejas de interacciones personales; en grupos y equipos ⁽¹⁾.

Muchas son las áreas donde caben conductas éticas - o bien, corruptas - en la empresa: salarios, precios, disciplina, reglamentos, calidad de los productos, contrataciones y despidos, asignación de puestos, regalos y comisiones, sobornos, pago y/o evasión de impuestos, publicidad, simulaciones, huelgas, monopolios, mercado negro, dumping, sindicatos y sus relaciones con los dueños y con los empleados, hostigamientos, promociones y descuentos, privilegios, premios y castigos, "ayudas a periodistas"...

Toda empresa se define por un sistema de valores: la justificación y la razón de ser de una fábrica, un banco, una escuela, un almacén, consiste en ofrecer tales y cuales servicios a la comunidad. Y además, cada una de las profesiones y oficios enarbola determinados valores. El factor "valioso" se define en la interacción con el entorno, en el "aquí y ahora": las necesidades, los gustos, la demanda en general. Quien siguiera fabricando ruedas de madera con aro de hierro para los automóviles, estaría fuera de

la jugada por más esfuerzos que pusiera en hacer ruedas excelentes.

Esto parece verdad de Perogrullo, pero la realidad es que el grado de toma de conciencia de los valores institucionales no siempre es alto; asecha constante el riesgo de que las rutinas prevalezcan sobre la creatividad.

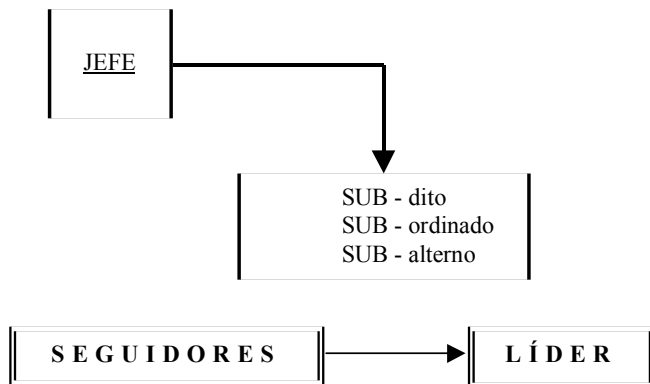
Y no se trata de los valores en general sino específicamente de los valores humanos. Hoy se ha puesto de moda la palabra "misión" para designar el sistema básico de valores de un individuo o de una institución. Es un acierto si se tiene en cuenta el significado básico de misión, que es "ser enviado" (forma pasiva del verbo latino mittere que significa enviar)

La empresa es una sociedad, y toda sociedad entra de lleno en el ámbito de la ética, no tanto porque debe ajustarse a normas y prohibiciones, sino porque debe realizar creativamente valores tales como la calidad, el respeto, la transparencia, el diálogo, la innovación y sobre todo el servicio a los usuarios y a la comunidad. Por su conexión con los valores, la creatividad es esencialmente humanista y social.

Aunque el tema es espinoso, podemos señalar los análisis sociológicos de Max Weber que concluyen que el concepto protestante del trabajo puede casar mejor con la ética que el católico tradicional; el enfoque protestante enfatiza la responsabilidad personal (cf. el "principio del libre examen") y los aspectos de servicio a Dios y al prójimo y la contribución a mejorar el mundo. En cambio, en el lado católico se tiende a enfatizar la obediencia a la autoridad sagrada, y a ver el trabajo como castigo. Se apela inmoderadamente al Génesis, en el relato del Paraíso Terrenal y la condena a Adán: "Por haber desobedecido y comido del árbol que te prohibí... te ganarás el pan con el

sudor de tu frente...".

A diferencia del jefe tradicional que imponía, el líder se perfila como el hombre del diálogo, de la relación humana, de la empatía, del respeto al otro, de la habilidad negociadora. Mientras la palabra jefe sugiere escalones y desniveles sociales, la palabra líder tiene como correlato al "seguidor", que muy bien puede estar en el mismo nivel.



Muy fina creatividad se requiere para integrar la esfera individual de cada miembro de la empresa, con la esfera grupal y social para que resulte la sinergia óptima.

Nuestro mundo sufre graves problemas de corrupción, que amargan la vida de miles de millones de seres humanos. Observo que pocos se ponen a analizar la palabra corrupción. Las cosas inorgánicas se rompen, las orgánicas se corrompen. El verbo latino *corrumpere*, formado de *cum* + *rumpere*, indica romperse en conjunto o en cadena. Obviamente se trata de una metáfora tomada de la biología; porque la sociedad es percibida como un organismo vivo. La corrupción es un mal gravísimo porque es reacción en cadena; como el cáncer, que se propaga. Por su naturaleza misma, se requiere muy alta creatividad para superar tan agresivo mal.

La ética es rentable. Hay que proclamarlo, porque la gran mayoría de las personas no tienen madera de héroes. Una de las peores distorsiones que nos corrompen y enervan consiste en reducir la ética a listas

de prohibiciones y de mandatos categóricos: "Tienes que..."; "no puedes...". Y en creer que si tenemos "escrúpulos" éticos, éstos, en vez de darnos alas, nos frenan en nuestro camino al éxito: "Quien no transa no avanza"- se suele decir, con cinismo, en algunos países de Latinoamérica.

Lo que se logra con esta visión miope es hacer odiosa la ética. Se olvida que la ética fundamenta y estructura y garantiza la buena arquitectura de la sociedad y la buena marcha de sus instituciones, y que los negocios súper-exitosos suelen ser éticos.

Hay que proclamar el "evangelio" (buena nueva) de que la ética empresarial es rentable

- Es un hecho: muchas poderosas empresas son éticas
- Un gran activo para cualquier institución es la buena imagen corporativa
- Un alto estándar moral motiva a las personas a trabajar con calidad
- Realizar habitualmente valores para la comunidad eleva y refuerza la autoestima del personal
- La buena conciencia causa higiene mental y social, y crea bienestar
- Se da una clara y cercana analogía con el reglamento de tránsito; al parecer coarta y restringe, pero de hecho facilita el buen flujo de los vehículos

EN CONCLUSIÓN

El trabajo debe ser enfocado como servicio, así lo exige la esencia de las profesiones y de los oficios. Y nuestra época ha ido propiciando un creciente predominio de los servicios (actividades terciarias) sobre el sector primario y el secundario. El perfil de nuestra cultura y las experiencias laborales cotidianas nos recuerdan con tal intensidad la importancia del buen servicio, que ya resulta imperdonable olvidarlo. Y, por supuesto, *todo lo que es servicio genuino, es conducta ética.*

La creatividad es mucho más que un rasgo de carácter o que un paquete de técni-

cas para producir ideas originales. Es una apertura hacia la vida y hacia los demás. Representa la síntesis del desarrollo personal. Ya no vivimos oprimidos bajo los tres poderes sacralizados que imponían "obedecer y callar". Ya no hay excusa para vivir en inercias y rutinas.

Hoy es no sólo posible sino fácil desarrollar y desplegar la propia creatividad; hay muchos estímulos ad hoc. Hoy el individuo que no es creativo se delata a sí mismo como el indolente que dejó atrofiar y abortar su propio desarrollo. Si en el pasado podía alegar atenuantes, ahora que hay clima propicio para desarrollarse, no los hay.

No cabe duda, la moral laboral y empresarial es un enorme reto creativo. Cuando, a través de la creatividad y el compromiso ético, las empresas funcionan bien, resulta el bienestar para todos.

A cada persona compete realizar en su vida el postulado kantiano: La moral nos enseña no tanto cómo hemos de ser felices, sino cómo hacemos dignos de la felicidad. (2)

NOTAS

- (1) "Business and industry are now conducted on the basis not only of strategic alliances and partnerships, but also on the basis of networks of learning and innovation"; (traducido: Actualmente los negocios y la industria son manejados sobre la base de redes de aprendizaje e innovación) - comentaba en un congreso de Creatividad en la isla de Malta la Dra. Susan Moguer, de la Manchester Business School (3)
- (2) Para una ampliación del tema me permito mencionar el libro *Holoterapia: ciencia y arte de la felicidad*, obra de Alma Martín, médica, y Mauro Rodríguez, psicólogo.- Editorial Manual Moderno, México
- (3) Achieving creativity through networks: the role of the network activator. En *Creative Thinking*, Malta University Press 2002 pag. 31

