(O texto sequente é uma reflexão despretensiosa, isento de verdades absolutas e de preconceitos, empenhando-se apenas na boa prática do pensamento e observação do dia a dia e da sua relação com a Arte).

A influência das empresas no desenvolvimento intelectual da sociedade é colossal e simultaneamente subtil. Tudo o que nos rodeia é investimento, empreendedorismo, inovação, ideia diferenciadora ou vanguarda de conhecimento tecnológico. Nós somos o que consumimos e os serviços são feitos de quem os consome, mas a relação não é assim tão unilateral.

Num dado momento, há um receptor diferente, para o qual os serviços e a produção industrial servem para fertilizar novas ideias, novas formas de negócio.

Um corpo com identidade.

A natureza interactiva da expressão e manifestação artística é um veículo de inovação colectiva que, por conseguinte, influencia o aumento da produtividade. A presença do subjectivo desenvolve competências críticas, seja por via do debate, da participação ou da criação, porque provoca e porque questiona, estimulando a reflexão e o pensamento "outside the box", tão celebrado no empreendedorismo. É um recurso valioso de foro cognitivo na gestão de talentos e na selecção de perfis, é uma estratégia de motivação e de progresso pela sua estreita ligação com o observador, pois Arte é comunicação, actualização, mensagem instigadora de criatividade.

Não obliterar e menosprezar a sua capacidade de coesão e sobrevivência da ideia empreendedora é igualmente relevante.

É necessário valorizar o poder e impacto da imagem no consumidor, mas também na equipa dos trabalhadores que diariamente lidam com a monotonia das fórmulas e objectivos de aumentar as vendas. É preciso motivar, criar contextos para dar voz à sua interpretação e expressão artística, que certamente promoverão um ambiente benéfico e saudável trazendo novas ideias a debate.

Como acontece?

A Arte, enquanto objecto decorativo, enquanto actividade integradora ou enquanto expressão de diversidade, é diligente a criar reações, atitudes e posturas, consolidando relações e manifestando liderança, por influência ou por diferença. Por isso se deve praticar a Arte não só no quadrante do desenvolvimento da sensibilidade intelectual, ou da manifestação criativa, mas também como exercício intrínseco do progresso. Está presente no "Team Building", no "Design", no "Marketing", no "Branding", e em toda a restante extensão do negócio. Cada mente é um pontencial avanço.

A Arte é um instrumento de humanização num universo diariamente espartano e tétrico, profícuo na produção de relacionamentos frios e pragmáticos e estéril na construção de sentidos e sentires. No seio dos objectivos puramente comerciais das empresas encontramos esta ferramenta de cultivo de prosperidade, humana e financeira, e até da sua conduta moral. Nasce dos recursos humanos, superiores ou operacionais, internos ou externos, efectivos ou temporários – organismos expressivos e vitais para a saúde e diferenciação da empresa no mercado. Não seria possível enquadrar normas, nem criar objectos, sem os alicerces culturais e artísticos da providência humana.

À sua força criativa se deve o progresso.

"Making money is art and working is art and good business is the best art." – Andy Warhol.