

ALEXANDER FLEMING – La penicilina

En 1929 el biólogo británico **Alexander Fleming**, después de haber vuelto de unas vacaciones, se percató de que en una pila de placas olvidadas antes de su marcha, donde había estado cultivando una bacteria -Staphylococcus aureus-, había crecido un hongo. Con curiosidad científica, en vez de limpiarlo, se puso a inspeccionar... y descubrió que donde crecía el moho "**Penicillium notatum**" las bacterias habían muerto. Resultó que el hongo "fabricaba" una sustancia que producía la muerte de la bacteria; como el hongo pertenecía a la especie Penicillium, Fleming estableció que la sustancia que producía sería denominada "penicilina".

Anhelo de algo significativo – objetivo trascender

La competencia que queremos tratar en esta newsletter puede resultar algo chocante por grandilocuente. ¿Qué significa exactamente eso de "anhelo de algo significativo"? ¿Es algo espiritual, religioso? ¿Qué tiene que ver algo tan etéreo con la empresa?

Pues sí, claro que tiene que ver con la empresa, de hecho, no debemos olvidar que la empresa –como todo lo que construimos las personas- no está alejada de nuestro "funcionar" como individuos en todos nuestros aspectos, incluidos los que puedan parecernos menos economicistas.

En el espíritu de todo emprendedor existe siempre un anhelo de trascender: es la necesidad de realizar, crear, desarrollar algo que sea significativo. Es la búsqueda de algo nuevo que tenga un fuerte impacto y resonancia en el marco o ámbito en que se lleve a cabo. Es el deseo –muchas veces no formulado por temor a parecer ingenuos- de alcanzar nuestros sueños más íntimos. Esta es –en realidad- una competencia que se alinea mucho con las tan actuales innovación y creatividad.



En nuestra historia de hoy vemos que Alexander Fleming descubrió uno de los medicamentos que más vidas ha salvado (tal vez el que más). Su espíritu de búsqueda hizo que un hecho totalmente fortuito acabara siendo toda una revolución en el campo de la medicina. Podríamos pensar: "De nuevo, otra serendipia; otro descubrimiento afortunado que se realizó de forma accidental".

Pero ojo, todos sabemos que las casualidades no se producen porqué sí. Hay que estar ahí, ha de coincidir esa mezcla de curiosidad, perseverancia y anhelo de encontrar algo significativo para que cuando la casualidad se produzca sepamos reconocerla.

¿Nos podemos imaginar cuántos grandes descubrimientos se han ido a la basura por la falta de esta ilusión vital –y también, cómo no, de la disciplina necesaria para que la ilusión no se pierda en nebulosas- del entorno en que se han generado?

Una vez más tenemos que decir que la organización que fomente la innovación y la creatividad tiene muchas probabilidades de que en sus colaboradores despierte este tipo de anhelo escondido, esta energía vital.

Digamos como conclusión que, tanto para las organizaciones como para las personas, esta competencia que pueda parecernos un tanto fantástica es positiva y enriquecedora, siempre que sea conducida dentro de una estrategia conocida y compartida. Posiblemente, serán las empresas que consigan generar –y encauzar- este anhelo y las personas que sean capaces de conectar con el mismo, las que salgan más reforzadas de la actual situación, de esta crisis en la que estamos inmersos, de esta realidad cambiante y competitiva que nos ha tocado vivir.

Y, por último... después de todo lo dicho: ¿Te atreves a reconocer en ti un anhelo generador? ¿Y tu organización, sabes si tiene sueños por cumplir?