ideas imprescindibles

“

Confiemos en nuestra intuición, resiliencia y empatía para poder alcanzar grandes objetivos

Pág. 3

ideas
imprescindibles

Ignacio Pi Corrales
Responsable Global Mediapost

ATREVERNOS

Mientras cuestionamos constantemente nuestras propias creencias, ¿por qué no debemos cuestionar también las de los diferentes expertos?
Es fácil sentirse (hasta) intimidado por personas con mucha experiencia y credenciales, salvo que las coloquemos en el lugar que les corresponde ya que confiar demasiado en los expertos de este mundo puede ser realmente peligroso.
Mi experiencia vital es que muchas veces es mejor nuestra apuesta "irrazonable" y dejar de prestar atención a los expertos; averiguando por nosotros mismos que es lo que puede y no puede hacerse en la vida personal o en el campo profesional.
He escuchado y leído en varias ocasiones que los expertos en cualquier campo padecen la enfermedad del especialista; sus conocimientos, educación y experiencia pueden convertirse en desventajas. Las creencias rígidas y patrones de pensamiento inamovibles solidificados durante el tiempo no son infalibles en un mundo sumido en una constante incertidumbre.
Muchos expertos tienden a no apoyar como se debería a las personas que están intentando innovar. Presentan argumentos brillantes sobre los motivos por los que algo no va a funcionar y muy posiblemente convenzan a mucha gente porque llegan a ser sensacionales presentando argumentos brillantes. Pero quizá es que no reflexionan sobre los motivos por los que pueda funcionar. Demasiadas veces son motivos tan limitantes como la experiencia y la educación los que impiden ver una buena idea.
Los expertos prevén incontables predicciones basadas en sus vastos conocimientos cuando deberíamos tener en cuenta también nuestra intuición y nuestro carácter.
Hay una cita memorable de Robert Anson Heinlein, escritor estadounidense de ciencia ficción que reza: "Escuche siempre a los expertos. Le dirán que no puede hacerse y por qué. ¡Luego hágalo!¨
Quizá más tarde (y quizá también sea tarde) nos sorprendamos al descubrir que los llamados expertos tenían muy poca idea de lo que estaban diciendo. Neguémonos a abandonar nuestras "ideas irrazonables", porque para muchos lo eran bajo el prisma de sus creencias limitantes, y aprendamos a ignorar a cualquiera que nos diga que no deberíamos intentar algo atrevido porque todos nosotros, quizá con menos educación, experiencia y conocimiento, podremos acabar consiguiendo.
Olvidémonos de nuestras calificaciones y de nuestra poca experiencia y confiemos en nuestra intuición, resiliencia y empatía para que podamos abordar nuestros mayores objetivos y aspiraciones.
Es mucho más fácil de lo que parece.

CONTENIDO

04 Todo va a cambiar

10 ¿Nacionalidad? Humano

14 El pensamiento híbrido: el pensamiento del futuro

18 ¿Por qué no se habla del suicidio?

22 Happycracia: la obligación de ser feliz

26 Coronavirus: ¿Y después qué?

32 Light Humanity: ¿Cómo luchar contra la pobreza energética? | Eugenio García Calderón

34 Cohousing senior: compartir piso para envejecer juntos

38 El mundo que viene será GloCal | Ana Eseverri Mayer

40 El Efecto Dunning-Kruger: el síndrome del cuñado

44 Rui-katsu: la terapia japonesa del llanto

48 El momento de reinventaRSE | May López Díaz

50 ¿Para qué sirven los Días Internacionales?

54 Refugiados climáticos: los migrantes invisibles

58 Fairtrade trabaja en el empoderamiento de las mujeres | Paula Mª Pérez Blanco

60 El principio de Dilbert: por qué los incompetentes ascienden en las empresas

64 Aporofobia: el rechazo a las personas pobres

Todo va a cambiar

La crisis del coronavirus nos ha estallado en la cara. De repente, el mundo se ha detenido, como si un gran dedo invisible hubiera pulsado el botón de pause. Parece una película de Hollywood. Pero la maldita pandemia es real. La estamos viviendo en directo. Y el futuro es un mar de incertidumbre. Sin embargo probablemente estemos ante una oportunidad única, extraordinaria. Y en nuestra mano está aprovecharla para reconstruir nuestra civilización con nuevos criterios, más solidarios y más sostenibles. Será el mejor homenaje que podamos rendir a todas las víctimas del coronavirus. Y el mejor legado que podamos dejar a las generaciones venideras.

Mientras se acerca el momento de la reconstrucción, la pandemia del coronavirus nos va aportando pistas sobre el rumbo que deberíamos emprender. Antes de tomar las decisiones oportunas algunas cosas deberían quedarnos muy claras.

1. La naturaleza nos ha puesto en nuestro sitio

Somos capaces de enviar naves a Marte y ahora llega un diminuto virus y nuestro mundo se tambalea. Nos creíamos inmortales y el coronavirus nos ha demostrado que somos muy frágiles. Debemos aceptar que somos vulnerables y que formamos parte inseparable de un organismo superior llamado Tierra.

2. Los gobiernos son más poderosos de lo que creíamos

Pensábamos que el poder de los gobiernos se había esfumado. Por un lado, la subordinación a instituciones supranacionales como la Unión Europea, y por otro, la práctica extinción del sector público en muchos países, habían reducido el margen de maniobra de los gobiernos. Sin embargo, ahora estamos comprobando que los gobiernos nacionales son capaces de movilizar recursos colosales. ¿Por qué no aprovechamos ese poder para resolver problemas como la pobreza, la desigualdad, el desempleo o la falta de vivienda? Ahora ya no va a ser fácil inventar excusas.

3. La economía no son números, son personas

Nos hemos acostumbrado a estudiar la economía como una disciplina basada en curvas y cifras. Ahora nos hemos dado cuenta de que detrás de esas cifras hay personas de carne y hueso. Hemos sublimado la economía y en su nombre hemos legitimado conductas detestables. Ahora es el momento de poner la economía al servicio de las personas. Ideas como la renta básica universal o la nacionalización de sectores estratégicos como Energía, Banca o Telecomunicaciones saltarán al debate político.

4. El sector público es esencial

Ahora de repente hemos convertido a los profesionales sanitarios en unos héroes. Y lo son. Pero no caigamos en el error de romantizar la precariedad. Dotemos a nuestra Sanidad Pública de los recursos y profesionales necesarios. La Sanidad debe llegar a todos los ciudadanos. Y los pobres nunca serán buenos clientes. Además la educación pública debe reforzarse para atraer el talento. Venga de donde venga.

Ha llegado el momento de reconstruir nuestro tejido industrial con un sector público fuerte y próspero. Después de la crisis del coronavirus ya nadie en su sano juicio podrá defender la idea de nuevas privatizaciones.

5. La ciencia debe adquirir un papel protagonista

Ahora daríamos lo que fuese por disponer de una vacuna contra el coronavirus. Pero las vacunas no llueven del cielo. Los Estados deben destinar más recursos a investigación si quieren que las mentes más brillantes trabajen en busca de soluciones que aseguren el bienestar presente y futuro de nuestra sociedad. Y eso hay que financiarlo con dinero público. Para que todos los ciudadanos puedan acceder a los medicamentos y vacunas necesarios.

6. El capitalismo extremo ha fracasado

¿Qué más tiene que ocurrir para que certifiquemos la defunción del neoliberalismo? El mercado globalizado ha aumentado la desigualdad, ha degradado el medio ambiente y ha empobrecido a los países del Sur. Todo al servicio de unos beneficios que nunca parecen suficientes. Esta versión extrema del capitalismo, sin alma y autodestructiva, sólo funciona para una minoría. ¿Qué hace el 1% de la población mundial con el 82% de la riqueza de todo el planeta? Ha llegado el momento de probar nuevas alternativas. Sin complejos. Hacen falta nuevas ideas y nuevos líderes.

7. La digitalización de las empresas abre nuevas oportunidades

El teletrabajo ha llegado para quedarse. Las empresas han descubierto otra forma de relacionarse con sus empleados. La transformación digital se ha acelerado de golpe y muchas empresas se replantearán sus procesos y sistemas. El tiempo y el espacio han cambiado para siempre. La digitalización de las empresas afectará al mercado inmobiliario, a las fórmulas de remuneración y a los modelos de contratación. Además, las grandes empresas están obligadas a asumir una mayor responsabilidad en la sociedad.

8. Nuestra dieta ocasiona graves problemas colaterales

El Mercado Huanan de Wuhan (China) fue el epicentro del coronavirus. Allí suelen venderse una enorme variedad de animales exóticos para su consumo culinario. En el 2002 fue el Mercado de Qin Ping, en la provincia de Cantón, donde se registró el primer caso de SARS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo), que infectó a 8.000 personas y acabó con la vida de 800 personas en todo el mundo. Las últimas crisis sanitarias – no olvidemos la gripe aviar ni la gripe porcina – tienen un origen común: provienen de virus que saltaron de animales a humanos. Ha llegado el momento de cuestionar nuestros hábitos culinarios y de considerar el vegetarianismo una alternativa real.

9. Las empresas deberán relocalizar su producción

China se ha convertido en la gran fábrica del mundo. Todas las grandes multinacionales fabrican sus productos en Asia. Por un lado, esa situación asegura un abaratamiento notable de los costes, pero por otro, genera un espectacular aumento del consumo de combustible al requerir un alto número de desplazamientos, y por tanto una insoportable degradación del medio ambiente. Y resulta que ahora como consecuencia de esa deslocalización industrial, nos hemos dado cuenta de que somos incapaces de fabricar unas simples mascarillas y que debemos importarlas. Deberíamos cuestionarnos nuestra dependencia del gigante asiático y de otros países asiáticos. La relocalización de nuestras fábricas en España crearía empleo, reduciría la contaminación y fortalecería nuestro tejido industrial.

10. Todos dependemos de todos

En Occidente el individuo ha triunfado sobre el colectivo. Hemos construido costumbres, ideologías y creencias sobre esta premisa. Sin embargo esta crisis nos invita a mirar hacia Oriente, donde el colectivo prima sobre el individuo. Estos días miramos con una mezcla de envidia y curiosidad la disciplina y la organización que demuestran los pueblos de China, Japón o Corea del Sur.
Ahora aplaudimos a los sanitarios, al personal de limpieza, a los reponedores de los supermercados… Se trata de colectivos que muchas veces han pasado desapercibidos y que ahora resultan imprescindibles. Nuestras prioridades y nuestras urgencias han cambiado. No podemos abandonar a su suerte a los más débiles. Su bienestar es el bienestar de todos. Es el momento de unir fuerzas y remar todos juntos en la misma dirección. Todos dependemos de todos.

La crisis del coravirus lo va a cambiar todo. Nuestra forma de relacionarnos, de trabajar, de estudiar, de divertirnos… ¿Volveremos a asistir a espectáculos públicos con tranquilidad? ¿Besaremos a desconocidos? ¿Se extenderá el teletrabajo en todas las empresas? ¿Viajaremos con la misma frecuencia? ¿Será el fin del turismo de masas? ¿Compraremos aún más a través de Internet? ¿Seremos capaces de reconstruir la economía? Pronto iremos conociendo las respuestas. ■

GLOCAL
Piensa globalmente.
Actúa localmente
Los retos del futuro no tendrán fronteras. Pero para poder llegar más lejos deberemos cuidar lo que tenemos más cerca. Ahora más que nunca, el mundo necesita líderes conscientes, comprometidos y responsables.
En AIPC Pandora llevamos más de 18 años ayudando a los jóvenes a formarse como líderes éticos y globales. Desarrollando programas internacionales que combinan el voluntariado, el intercambio cultural y la práctica empresarial en más de 50 países.
aipc pandora
aipc-pandora.org
+34 915 50 26 28

¿NACIONALIDAD? HUMANO

El coronavirus ha demostrado ser un enemigo muy poderoso. Se trata de un adversario minúsculo, invisible al ojo humano, pero no imbatible. En unos meses, tal vez unas semanas, esta pesadilla habrá concluido y el confinamiento que nos mantiene en nuestras casas se habrá terminado. Sin embargo, cuando llegue ese día, ya no volveremos a ser los mismos.

Después de una guerra siempre llega la posguerra. El fin del confinamiento por culpa del coronavirus dará paso a un ciclo de incertidumbre y de crisis económica. Pero también alumbrará una nueva era de esperanza y nuevas oportunidades. La crisis del coronavirus nos ha alertado de repente sobre nuestra fragilidad. La humanidad ha alcanzado logros colosales, ha culminado grandes hazañas, pero sin embargo ahora sabemos que no podemos asegurar nuestra supervivencia ni siquiera unos meses. Esa es la realidad. Ha sido un aviso muy serio, tal vez el último, y ahora somos conscientes de que la extinción de la especie humana es una posibilidad más que probable. Y todo este sacrificio y este dolor no deben ser en balde.

Si algo hemos aprendido con esta pandemia es que nadie se salva solo, que los puestos fronterizos no frenan el paso de un virus y que todos dependemos de todos. Y cuando vuelva la normalidad a nuestras vidas, cuando regresemos a nuestros trabajos y salgamos a pasear por las calles, no se nos debería olvidar. El coronavirus nos está dejando numerosas lecciones que más nos vale aprender.

La planetización, una nueva perspectiva para afrontar el futuro

Según afirma en un reciente artículo el arqueólogo, paleontólogo y antropólogo español Eudald Carbonell, “este es el último aviso para nuestra especie. Estamos ante una crisis que deja el sistema al borde del colapso”. Conocido por codirigir las excavaciones de Atapuerca junto a Juan Luis Arsuaga y José María Bermúdez de Castro, Carbonell afirma que “si hubiéramos tenido una conciencia crítica de especie socializada, probablemente esta crisis se habría

abortado en el primer momento". El análisis del profesor Carbonell pone en evidencia la incapacidad de los gobiernos nacionales para ofrecer un planteamiento alternativo y grupal en la lucha contra el coronavirus e introduce un nuevo concepto, la planetización. Sólo si empezamos a tener conciencia crítica de especie, por encima de las nacionalidades y las razas, lograremos sobrevivir a futuras pandemias. La planetización debería profundizar en la idea de la globalización, pero reforzando los aspectos sociales por encima de los económicos, e integrando la diversidad en vez de buscar la uniformidad.

La cooperación y la coordinación, claves para sobrevivir como especie

Si queremos sobrevivir como especie, todos los seres humanos que poblamos este planeta deberíamos actuar de forma coordinada, como si fuéramos un único organismo. A partir de ahora los intereses territoriales deberían estar subordinados a una causa mayor, al interés común, al interés de la especie humana. Los comportamientos egoístas sólo contribuirán a debilitar al grupo. Podemos estar acercándonos a una era donde prime la cooperación por encima de la competitividad y lo colectivo sobre lo individual. Una visión planetaria parece ser la única vía posible para la solución de problemas globales como el cambio climático o el crecimiento demográfico. El reto más urgente es sin duda alguna el coronavirus. Pero la humanidad tiene ante sí numerosos retos: el hambre, la contaminación, la falta de agua potable o la desigualdad son problemas que tarde o temprano acabarán afectando a todos de una forma u otra. En este nuevo escenario, ningún problema local debería ser ignorado por el resto de la humanidad.

No será un proceso fácil ni rápido, pero parece que no existe otro camino para asegurar la supervivencia de nuestra especie. La pandemia ha venido a recordarnos lo diminutos que somos, lo frágiles que resultamos ante cualquier fenómeno desconocido. Pero también lo poderosos que podemos ser cuando cooperamos, cuando trabajamos todos coordinados y perseguimos un objetivo común. La crisis del coronavirus debería servirnos como catarsis para mejorar nuestra sociedad, para empezar una nueva era marcada por la solidaridad y la colaboración, y para iniciar un nuevo período de prosperidad donde todos los seres humanos compartamos una única nacionalidad. ■

EL PENSAMIENTO HÍBRIDO

El pensamiento del futuro

¿Te imaginas un mundo en el que nuestro cerebro se conecte directamente a la nube? Según Ray Kurzwell, director de ingeniería de Google y una de las mentes más visionarias de nuestro tiempo, eso será posible a lo largo de la década de 2030. Nuestro cerebro, a través de nanobots, robots diminutos fabricados con filamentos de ADN, podrá conectarse directamente a la nube. Ese avance multiplicará espectacularmente la capacidad de nuestro cerebro, que estará permanentemente conectado a miles de ordenadores y podrá acceder en tiempo real a cualquier información disponible.

El pensamiento humano se convertirá en un híbrido de pensamiento biológico y no biológico

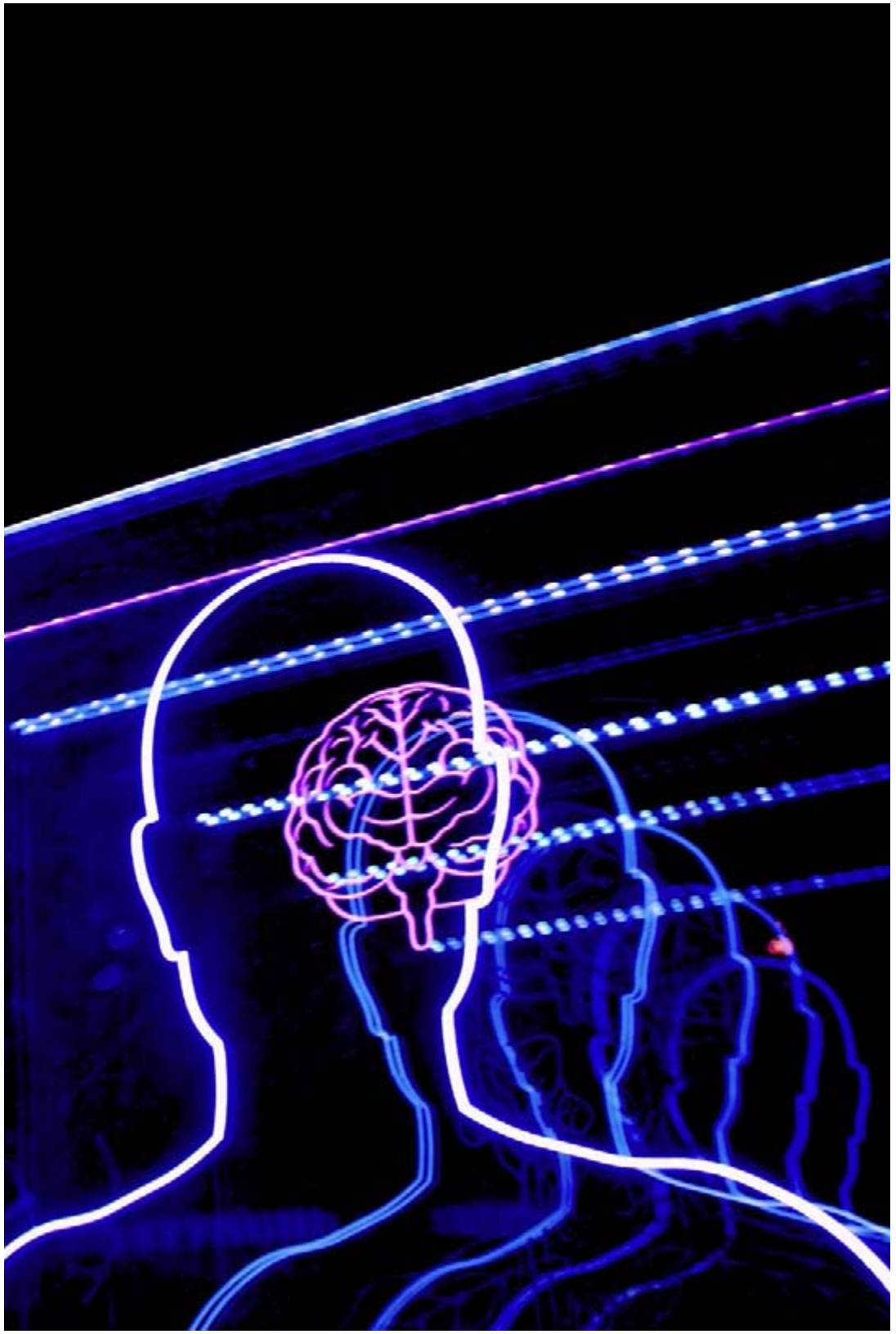
Ray Kurzwell, una de las mentes más lúcidas de Silicon Valley, expuso por primera vez su idea del pensamiento híbrido en 2015 durante una conferencia celebrada en Nueva York.

Ray Kurzwell (Massachusetts, USA, 12 de febrero de 1948) es un experto en Sistemas de Inteligencia Artificial y es conocido por el éxito de sus predicciones. Además es músico, inventor, escritor y empresario. Desde 2012 es director de Ingeniería en Google. En la actualidad también preside la compañía Kurzwell Technologies, cuya actividad se centra en el diseño y producción de dispositivos electrónicos de conversación máquina-humano y de aplicaciones de accesibilidad para personas con discapacidad.

En 1999 Kurzwell publicó su primer libro “La era de las máquinas espirituales”, que se convirtió rápidamente en un libro de culto. En este libro afirma que los ordenadores superarán a los mejores analistas financieros a la hora de tomar las decisiones más rentables. Desde entonces sus predicciones se han ido cumpliendo con la precisión de un reloj suizo.

Cuando en 2015 Ray Kurzwell concluyó su conferencia en la que expuso por primera vez sus ideas sobre el pensamiento híbrido, no dejó indiferente a nadie dentro de la comunidad científica. Como no podía ser de otra forma, la nueva idea empezó a correr como la pólvora entre los tecnólogos de Silicon Valley.

Según Kurzwell, el pensamiento híbrido será posible gracias al neocórtex, el área más evolucionada de nuestra corteza cerebral y que sólo está presente en los mamíferos. El neocórtex es una fina capa inundada de neuronas, que es la responsable del razonamiento humano y la encargada, entre otras funciones, de crear escenarios futuros para elegir la opción más adecuada. Gracias al neocórtex escribimos poesías, diseñamos apps o formulamos teorías. Las predicciones de Kurzwell pronostican que en 2030 podremos alojar nanobots en el neocórtex. Esos nanobots, diminutos robots que podrán fabricarse con filamentos de ADN, permitirán conectar nuestro cerebro a un gigantesco neocórtex sintético formado por los miles de ordenadores que se encuentran en la nube, multiplicando nuestra inteligencia y creando una nueva forma híbrida de pensamiento, mitad biológico, mitad robótico·

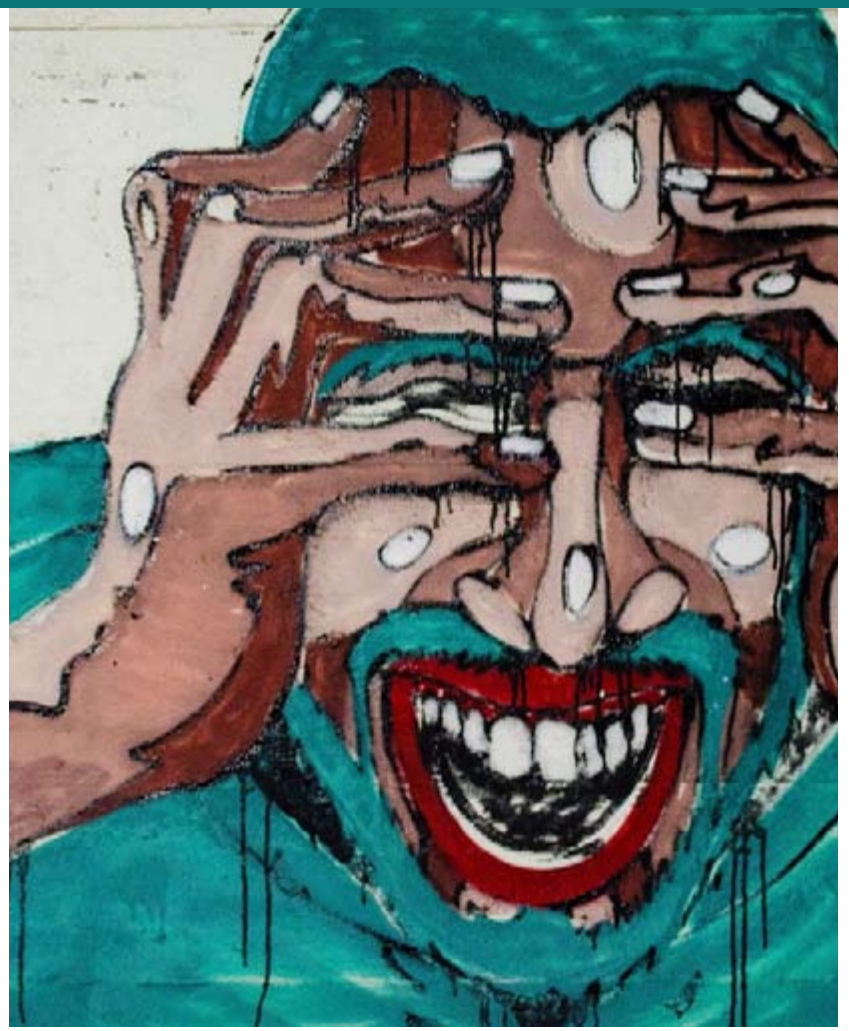


¿Está la humanidad preparada para un pensamiento híbrido?

Sin duda la idea del pensamiento híbrido plantea profundas cuestiones morales. ¿Perderemos nuestra capacidad de emocionarnos? ¿Nos alejaremos de nuestro pensamiento consciente? ¿Nos convertiremos finalmente en robots? ¿Dejaremos de tener voluntad? ¿Seremos fácilmente manipulables?

Por otro lado este nuevo tipo de pensamiento ofrecerá numerosas ventajas. En décimas de segundo accederemos a cualquier información: rutas en Google Maps, datos en Wikipedia, charlas TED, redes sociales, traductores, bases de datos, etc. Nuestro conocimiento no tendrá límites y seremos capaces de tomar decisiones con márgenes de error casi inexistentes. Además la capacidad de nuestro cerebro crecerá al ritmo que aumenten los datos disponibles en la nube. ■

¿Por qué no se habla del suicidio?



Según datos de la Organización Mundial de la Salud, cada año se suicidan en el mundo cerca de 800.000 personas. Es decir, una cada 40 segundos. Y eso sin tener en cuenta los intentos frustrados, que podrían multiplicar nada menos que por 20 las estadísticas. El suicidio puede producirse a cualquier edad. Entre los jóvenes, el suicidio es la tercera causa de muerte.

Incluso el suicidio infantil ha aumentado dramáticamente en los últimos años. Y Rusia, Corea del Sur, Japón, India o Lituania figuran entre los países que registran la tasa más alta de suicidios. En España se suicidan cada año cerca de 4.000 personas, más de 10 al día, mientras que, por establecer una comparación inevitable, en 2019 murieron en nuestro país 1.053 personas como consecuencia de los accidentes de tráfico. Es decir, la cuarta parte. Y sin embargo los medios de comunicación dedican un seguimiento frecuente a las víctimas en carretera, mientras que nunca dedican espacios para tratar el tema de los suicidios. ¿Por qué?

¿Por qué el suicidio es un tema tabú?

En España el suicidio se ha convertido en la primera causa de muerte no natural, y aunque parezca mentira, nunca se habla de ello. Ni los telediarios, ni los programas de radio, ni la prensa escrita dedican atención al suicidio, a no ser que la víctima sea una persona famosa, como un cantante de rock o una actriz de Hollywood. ¿A qué se debe este silencio?

Algunas voces señalan a un hipotético efecto contagio. Según algunos expertos, hablar abiertamente del suicidio podría normalizar este fenómeno y acabaría propagándose como un virus. Si la TV emitiera habitualmente programas abordando el tema del suicidio es probable que muchas personas encontraran una fuente de inspiración para solucionar sus problemas por la vía rápida. Es lo que se conoce como “el efecto Werther”, formulado en 1974 por

el psicólogo David Phillips, y que debe su nombre al personaje de Johann Wolfgang von Goethe, que en la novela "Las penas del joven Werther" decide quitarse la vida tras un desengaño amoroso. La decisión del joven Werther influyó en muchos jóvenes de la época que le imitaron – estamos hablando de finales del siglo XVIII – y la obra desató una ola de suicidios en toda Europa. De hecho, la novela llegó a estar prohibida en Italia, Alemania y Dinamarca.

También es interesante tener en cuenta la posición histórica de la Iglesia Católica en torno al suicidio. En la tradición católica el suicidio se considera pecado, el suicida no tiene derecho a un entierro cristiano y además está condenado a quemarse en el infierno. Tal y como escribió el Papa Juan Pablo II en su Encíclica Evangelium Vitae: "El suicidio es siempre moralmente inaceptable, al igual que el homicidio. En su realidad más profunda, constituye un rechazo de la soberanía absoluta de Dios sobre la vida y sobre la muerte". En un contexto así el suicida se siente angustiosamente solo, incomprendido, desamparado. Su soledad se mezcla inevitablemente con un profundo sentimiento de culpa, provocando una combustión de consecuencias devastadoras.

¿Es el suicidio una prueba del fracaso de nuestro estilo de vida?

Las voces más críticas señalan a nuestro estilo de vida como el verdadero causante del alto índice de suicidios. El estrés, el desempleo, la infelicidad, las deudas, la soledad, el miedo al futuro, el alcoholismo, las desigualdades, los problemas económicos, la incertidumbre, la competitividad o la falta de contacto con la naturaleza pueden estar pasándonos factura. Los problemas del primer mundo pueden parecer banales comparados con el día a día de los habitantes de los países subdesarrollados, pero lo cierto es que están detrás de muchos de los casos de suicidio. La angustia vital del suicida se vuelve inaguantable y sólo encuentra una solución.
Parece obvio que las sociedades modernas deberían reconsiderar sus modelos socioeconómicos pero esta vuelta de tuerca podría producir efectos colaterales. ¿Este debate no nos llevaría finalmente a poner en cuestión el sistema capitalista?

Es evidente que jamás habíamos alcanzado unos índices de bienestar tan altos, pero es igualmente cierto que nunca habían estado tan llenas las consultas de psicólogos y terapeutas. ¿Qué estamos haciendo mal? ¿Tiene nuestra sociedad del bienestar un lado oscuro? La falta de oportunidades, la falta de valores o la desigualdad pueden estar socavando los cimientos de nuestra sociedad. ¿Reside ahí la verdadera razón del silencio que existe en torno al suicidio? ¿A determinados grupos y organizaciones no les interesa que hablemos de los altos índices de suicidio porque son la prueba evidente de un fracaso?

Suicidio: la OMS está tomando cartas en el asunto

En el año 2014 la Organización Mundial de la Salud publicó un Informe titulado "Prevención del suicidio. Un imperativo global". Su aparición evidenció la preocupación de las autoridades mundiales en materia de salud en torno al suicidio y lo situó en la agenda de muchos gobiernos. Para la Organización Mundial de la Salud, los suicidios son prevenibles, pero para que la respuesta de los gobiernos sea eficaz, es necesaria una estrategia integral multisectorial de prevención. La OMS insiste en dificultar el acceso a los medios que facilitan el suicidio, como las armas y ciertos medicamentos. Además, los servicios de salud deberían incorporar la prevención del suicidio como un componente esencial de sus planes, ofreciendo tratamientos específicos para los trastornos mentales o el alcoholismo. Asimismo debería prestarse apoyo y seguimiento a los individuos más vulnerables, se debería luchar contra la estigmatización, y habría que apoyar a las personas que han perdido a seres queridos que se han suicidado. ■

Happycracia

la obligación de ser feliz

Hoy la felicidad no se desea. Ni se encuentra. Hoy la felicidad se exige. En la sociedad actual la felicidad se ha convertido en una obligación. Todos debemos ser felices y debemos exhibir nuestra felicidad a los cuatro vientos. No ser feliz es sinónimo de fracaso y supone un estigma que ensucia nuestra imagen. Pero cuando esta obsesión por la felicidad se mezcla con la necesidad de reconocimiento social, una personalidad frágil y el veneno del hiperconsumo, el cocktail puede ser una bomba.

Happycracia: una enfermedad de la sociedad moderna

En los últimos años han brotado como setas los oradores motivacionales, los cursos de coaching y los libros de autoayuda. Hace unos años, si buscabas libros sobre la felicidad en Amazon te aparecían unos 300 resultados. En la actualidad te aparecen más de 3.000. Los profesionales que están detrás de este gigantesca industria de la felicidad hablan de la felicidad como un objetivo fácilmente alcanzable. Hoy la vida parece haberse convertido en un reality show donde la felicidad ya no es el gran premio final sino las bases del concurso. Frivolizamos con la gestión de nuestras emociones y utilizamos las redes sociales como un escaparate para mostrar lo felices que somos. Sin embargo, las consultas de los psicológicos, los psiquiatras y los terapeutas están llenas. Y el índice de suicidios no para de ascender. ¿Qué nos está pasando?

La socióloga israelí Eva Illouz y el psicólogo español Edgar Cabanas son muy críticos con este fenómeno. Durante años han investigado la felicidad y han publicado recientemente sus resultados en un libro que se ha convertido en un best seller en Francia: Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas. Según Illouz y Cabanas “la industria de la felicidad, que cada año mueve miles de millones de euros, puede moldear a los individuos y convertirles en criaturas capaces de oponer resistencia a los sentimientos negativos”. Este planteamiento despierta una sospecha: ¿No estaremos ante una nueva argucia para convencernos de que la felicidad, al igual que la riqueza, el éxito o la salud, son simplemente una elección nuestra? ¿No estaremos asistiendo a una nueva vuelta de tuerca del ultraliberalismo cuyo objetivo es convertirnos en los únicos responsables de nuestra felicidad? En otras palabras, si no eres feliz es por tu culpa.

La búsqueda de la felicidad: un enigma para el homo sapiens

La búsqueda de la felicidad es un fenómeno relativamente reciente. En el pasado la inmensa mayoría de los seres humanos dedicaban sus energías exclusivamente a sobrevivir. En el año 1800 la esperanza de vida se situaba en los 37 años, y un siglo después, a finales del siglo XIX ascendía hasta los 48 años. Las guerras y las plagas acaparaban toda la atención. En la actualidad los largos períodos de paz y los avances científicos nos han permitido superar los 80 años de edad y no es extraño encontrar ancianos que celebran sus 100 años de existencia. Esta situación novedosa ha sorprendido a nuestro cerebro, que, pese a las innumerables cualidades que atesora, sigue siendo el mismo que hace un millón de años y ni siquiera tiene aún "la búsqueda de la felicidad" en su bandeja de tareas pendientes. Tenemos mucha experiencia en cómo alimentarnos, cómo reproducirnos o cómo defendernos, pero sin embargo somos unos absolutos ignorantes en el arte de encontrar la felicidad.

Según Edgar Cabanas, co-autor de Happycracia "el hombre feliz de la modernidad es un individuo excesivamente centrado en sí mismo, obsesionado por su vida emocional. Es un ser muy retraído hacia su mundo interior. Y esto tiene consecuencias". En este contexto la búsqueda de la felicidad parece haberse quedado reducida a una receta que ofrece resultados garantizados a todo el mundo por igual sin tener en cuenta su entorno social. Este modelo simplista se basa en que la solución a todos los problemas pasa por la satisfacción personal. Sin embargo a esta búsqueda obsesiva y egocéntrica de la felicidad le están surgiendo cada vez más críticos.

La psicología positiva: la ciencia de la felicidad

La psicología positiva es un movimiento surgido a finales de la década de los noventa, impulsado por Martin Seligman, profesor de la Universidad de Pensilvania (USA) y antiguo director de la Asociacion Estadounidense de Psicología. A diferencia de la psicología tradicional, la psicología positiva se enfoca en los puntos fuertes del individuo en vez de en sus puntos débiles. Esta idea aparentemente obvia ha supuesto una revolución en el ámbito de la psicología, que hasta entonces siempre se había centrado en los aspectos negativos del individuo, su sufrimiento, sus traumas o sus obsesiones. Por ejemplo, si un niño obtiene pésimas calificaciones en Matemáticas pero al mismo tiempo le encanta la Música y su nota es excelente en esa materia, la psicología positiva recomendaría que el niño dedicara más tiempo al estudio de la Música.
Este enfoque, que se ha trasladado a la esfera de la salud, la empresa o la política, también está despertando criticas desde numerosos ámbitos. La psicóloga norteamericana Barbara S. Held, una de sus principales detractoras, se refiere a la psicología positiva como "la tiranía de la actitud positiva" y considera que si las emociones positivas son siempre el objetivo podemos llegar a trivializarlas. Barbara S. Held llega a afirmar que "la creciente presión para ser felices, para sonreír y ver siempre el lado positivo de la vida, puede hacernos sentir incluso peor. No sólo no te sientes mal por lo que te está afectando en primer lugar, sino además te sientes culpable por no sentirte bien. Si no puedes "to have a nice day" será un fracaso personal".

Estas diferentes visiones de la felicidad invitan a percibirla como un complejo poliedro donde no hay sitio para los dogmas ni las verdades absolutas. Por esa razón la próxima vez que alguien nos pregunte si vemos la botella medio llena o medio vacía, deberíamos pensarlo dos veces. ■

Coronavirus: ¿Y después qué?

¿Se impondrá el teletrabajo? ¿Se acabará el turismo de masas? ¿Se debería revisar el sistema capitalista? ¿Se invertirá más en Sanidad y Ciencia? ¿Bajará el precio de la vivienda? ¿Debemos primar lo colectivo sobre lo individual? ¿Crecerá nuestro nivel de conciencia?

Las pandemias no son un fenómeno nuevo ni reciente

Estas líneas están escritas en plena cuarentena por el coronavirus. Pocas horas después de que el Gobierno de España haya declarado el Estado de Alarma. Esta situación excepcional, marcada por la incertidumbre y la inseguridad, debería invitarnos a la reflexión y el análisis. La crisis del coronavirus pasará, será un mal recuerdo en unos meses. Por desgracia, se habrá llevado la vida de miles de personas de todo el mundo, quién sabe si centenares de miles. Pero sus efectos económicos, sociales y psicológicos aún son una incógnita. ¿Qué ocurrirá después de este inquietante paréntesis?

No estamos acostumbrados a parar. El ritmo frenético de nuestra sociedad valora nuestro tiempo en función de su utilidad. Si no estamos haciendo nada, estamos perdiendo el tiempo. Y por extensión, también estamos perdiendo dinero. Por eso estar confinados en casa, no sólo nos parece una situación anómala, incómoda, y desconocida, sino que también nos estigmatiza como seres inútiles, personas inservibles dentro de una sociedad basada en la producción desenfrenada y la actividad 24/7. Sin embargo, el confinamiento puede ser también una oportunidad excelente para reflexionar. ¿Volveremos a ser los mismos cuando haya pasado el coronavirus? ¿Cómo será el mundo después de esta pandemia?

El coronavirus ha puesto en evidencia una vez más las debilidades de nuestra sociedad. Pese a los grandes avances tecnológicos y científicos que hemos experimentado en las últimas décadas, parece que los cimientos de nuestra civilización no son tan sólidos como pensábamos. Todos los retos ya anotados en la agenda mundial – cambio climático, fin de la pobreza, acabar con el hambre, la igualdad de género, la energía no contaminante o el consumo responsable – a partir de ahora van a quedar inseparablemente unidos a un objetivo tan urgente como inesperado: luchar contra la amenaza de las pandemias. Sin embargo no es un objetivo nuevo. De hecho, las epidemias son tan antiguas como la humanidad. En concreto, en la historia reciente de la humanidad han existido otras enfermedades infecciosas que han diezmado a la población mundial. Sin ir más lejos, en 2009 el brote Influenza A (H1N1), más conocido como “gripe porcina”, afectó a una de cada cinco personas en todo el mundo. Sin embargo la tasa de mortalidad sólo alcanzó el 0,02%, y un año después de iniciarse la pandemia se desarrolló una vacuna. El VIH, el virus de inmunodeficiencia humana ha acabado con la vida de más de 32 millones de personas desde 1980. De hecho, la palabra “coronavirus” define a una extensa familia de virus que van desde el resfriado común hasta el SRAS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo).

7 preguntas que nos deberíamos hacer cuando superemos el coronavirus

En todos los casos anteriores se contuvo la epidemia, aunque la gripe se sigue cobrando cada año la vida de entre 250.000 y 500.000 personas en todo el mundo, según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Cuando dentro de unas semanas entre todos hayamos podido frenar el coronavirus y vuelva la normalidad a los hogares, las calles y las empresas, habrá llegado el momento de replantearnos ciertos aspectos que afectarán a nuestra forma de trabajar, relacionarnos y divertirnos. ¿En qué habrán cambiado nuestras vidas? En Ideas Imprescindibles nos hemos atrevido a imaginar cómo podrá ser nuestro futuro más inmediato y hemos querido formularnos diez preguntas.

1. ¿Se impondrá el teletrabajo?

Debido a la crisis del coronavirus muchas empresas se han visto obligadas a implantar el teletrabajo a sus procesos y sistemas. Después de la crisis no pocas empresas estudiarán la idoneidad de continuar con el teletrabajo en algunos casos. ¿Reducirán costes? ¿Y afectaría esta transformación a otros sectores, como el inmobiliario? Probablemente a un número significativo de empresas, sobre todo aquellas cuyo modelo no es industrial, les bastará con espacios más reducidos para desarrollar su actividad e incluso las más pequeñas podrían plantearse no disponer de instalaciones.

2. ¿Se debería revisar el sistema capitalista?

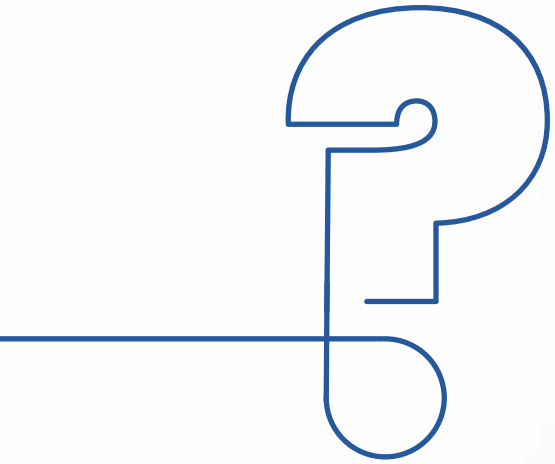
El crecimiento desenfrenado, la sobreexplotación de los recursos naturales, la desigualdad social, el cambio climático, la contaminación, el desempleo, la debilitación del sector público, las crisis financieras, la deslocalización industrial… Todos los caminos conducen a Roma: el sistema capitalista, especialmente en su versión más deshumanizada. ¿Seguirán muchas empresas manteniendo sus fábricas en China o se plantearán traer al menos una parte de su producción a sus países de origen? ¿Será el momento de encontrar nuevas vías para crear un sistema económico que garantice un futuro más sostenible para todos, especialmente para los más vulnerables?

3. ¿Se acabará el turismo de masas?

El Turismo, la Hostelería o las Líneas Aéreas ya están sufriendo la crisis del coronavirus. Sin embargo, cuando los efectos se diluyan y volvamos a la actividad habitual es posible que muchas personas se lo piensen dos veces antes de volver a viajar. Pisar un aeropuerto internacional, un avión o un hotel se habrá convertido en una experiencia con un cierto riesgo. Es posible que las tarifas suban y las cifras del turismo se resientan. Si disminuyen los vuelos internacionales y se reducen las reservas hoteleras es más que probable que los grandes destinos turísticos como París, Londres o Nueva York vean reducidas sus cifras de turistas. La economía de países como España, Italia o Francia, tan dependientes del sector turístico, podrá resentirse y deberían reinventar su modelo productivo.

4. ¿Se invertirá más en Sanidad y Ciencia?

La crisis del coronavirus nos está demostrando la necesidad de contar con un sistema sanitario eficaz que pueda cubrir las necesidades de toda la población en casos de emergencia. También nos está alertando de la importancia de la investigación científica a la hora de crear vacunas o prevenir enfermedades. Sin unos recursos económicos adecuados, la Sanidad y la Ciencia siempre serán insuficientes ante cualquier emergencia. Los efectos de esta crisis pueden intensificar el debate sobre la necesidad de una Sanidad Pública gratuita y universal, incluso en países como Estados Unidos. Por otra parte es probable que empiecen a surgir las primeras voces que defiendan la creación de un único sistema sanitario europeo, incluso mundial. En ese contexto, la Organización Mundial de la Salud (OMS) puede adquirir un protagonismo estelar.



5. ¿Bajará el precio de la vivienda?

Si el turismo de masas se reduce, los fondos de inversión que son propietarios de miles de viviendas destinadas en la actualidad a alojamiento turístico es posible que se planteen desinvertir y decidan situar su dinero en otros activos. Si eso sucediera se colocarían en el mercado un alto número de viviendas en el centro de grandes ciudades como Madrid o Barcelona. Una de las consecuencias lógicas podría ser el abaratamiento de los alquileres y la bajada de los precios de las viviendas en propiedad.

6. ¿Crecerá nuestro nivel de conciencia?

Paradójicamente no poder acercarnos nos está uniendo un poco más a los nuestros. Permanecer en casa, reduciendo las salidas a lo indispensable, nos está permitiendo pasar más tiempo con nuestros hijos, con nuestra familia, con nuestra pareja. También muchos están aprovechando para leer, reflexionar, meditar. Una situación excepcional como la que estamos viviendo probablemente despierte lo mejor y lo peor de nosotros mismos. Quizás debiéramos aprovechar este tiempo para detenernos y mirar hacia dentro. ¿Cómo podríamos salir más fortalecidos de esta situación? ¿Qué deberíamos hacer para mejorar nuestras vidas? ¿Regresaremos a lo esencial? ¿La sensación de vulnerabilidad nos conectará con nuestra dimensión espiritual?

7. ¿Debemos primar lo colectivo sobre lo individual?

A diferencia de las culturas orientales, la cultura occidental se basa en el individualismo. No es casualidad que China, Japón y Corea del Sur hayan combatido el coronavirus con tanta eficacia. Los tres países son un modelo en la prevención de riesgos en catástrofes naturales y cuentan con políticas, infraestructuras y recursos específicos que son una referencia mundial. La influencia del pensamiento de Buda y Confucio está detrás de esa disciplina y esa capacidad organizativa que tanto nos asombra. Quizás haya llegado el momento de aprender de ellos y anteponer el bienestar colectivo al individual. Si el orden se invierte es posible que se sucedan múltiples derivadas y empiecen a cuestionarse algunos pilares esenciales de nuestra actual sociedad como la globalización, el pensamiento neoliberal o el antropocentrismo. ■

Invierte en empresas de impacto.

En la Bolsa Social, puedes invertir en compañías que además de buscar la rentabilidad, generan un impacto social y medioambiental positivo, de manera sencilla, segura y transparente.

Más de 6.000 miembros y 4.000.000 € invertidos en 18 empresas de impacto hasta la fecha.

¿Te unes a nuestra comunidad?

Regístrate ya en:
www.bolsasocial.com

LA BOLSA SOCIAL
Inversión con valores

Eugenio García-Calderón
CEO Light Humanity,
Ingeniero energético
especializado en aportar
soluciones solares para
pobreza energética
y movilidad

Pulsa aquí para ver
la entrevista completa

Light Humanity

¿Cómo luchar contra la pobreza energética?

Primeros pasos

El primer proyecto que lancé fue en 2017, en el que construí una bicicleta que funcionaba con energía solar y di la vuelta a España para reivindicar un nuevo modelo energético en el que las energías renovables tuviesen cabida tanto en el autoconsumo como en plantas fotovoltaicas más grandes para conseguir una transición energética hacia un modelo más sostenible.

Después de ese proyecto me embarqué en Light Humanity, en el que intentamos aplicar ese modelo de energía solar a las personas que carecen de acceso a la electricidad y dependen de combustibles fósiles.

Estamos trabajando en el Amazonas donde las familias utilizan lámparas de queroseno que les provocan problemas respiratorios muy graves. Nuestra idea es cambiar esas lámparas de queroseno por lámparas solares. Comenzamos hace más de un año y hemos conseguido llevar luz solar a 2.000 personas.

¿Cómo nació Light Humanity?

Al final detectaba en la sociedad dos grandes retos: reducir la desigualdad entre países más desarrollados y menos desarrollados y la lucha contra el cambio climático. Vi que luchar contra la pobreza energética ayudaba por un lado a reducir las emisiones de CO_2 y reducir la brecha entre países.
Comenzamos con lo más básico: construir una lámpara solar para abordar el problema de iluminación con lámparas de queroseno. La primera vez que vi una lámpara de queroseno me quedé muy impactado al ver ese humo super tóxico. Estuve varias semanas con familias que las utilizan, viviendo esa experiencia y tratando de empatizar con los problemas. No solo provoca problemas respiratorios graves sino que también impide que los niños estudien a partir de las seis de la tarde.

Cuando vi que esta necesidad existía, supe que, como ingeniero energético, podía aportar una solución. Tenía que ser una solución tanto técnica como financiera (romper con la barrera de la pobreza energética).

En mayo de 2019 creamos el primer punto de distribución en Amazonas y formamos a dos emprendedores: Tatiana y Miraldo, que residen en esa comunidad de 2.000 familias.

¿Cómo se financia Light Humanity?

“A través de nuestra tienda online en Europa donde la gente compra estos productos (desde lámparas a cargadores solares). Con ello nos permiten tener la capacidad financiera de llevar estos productos a estas familias a través de puntos de distribución.

En estos puntos formamos a emprendedores locales para darles las herramientas para que sean capaces de distribuir estas lámparas.
La parte de Europa nos permite dar microcréditos y financiar esas ventas hasta en doce meses”.

¿Cómo ayudáis a las familias del Amazonas?

Desde Europa la gente puede ayudarnos a cumplir esta misión comprando nuestras lámparas o cargadores solares. Nos da esa capacidad financiera de absorber ese impacto económico y demorarlo hasta un año.

Al final la gente nos ayuda mucho porque conseguimos cerrar el círculo: tú consigues utilizar tus productos en casa, en viajes, etc. y ayudas a que otra familia tenga luz desde el primer día. ■

Cohousing senior

compartir piso para envejecer juntos

El cohousing senior es un nuevo anglicismo que define una nueva alternativa a las residencias de ancianos. El cohousing consiste en compartir la misma vivienda, mediante una gestión colaborativa y autogestionada. En la mayoría de los casos los grupos están formados por hombres y mujeres que han superado los sesenta años y deciden afrontar la vejez de una manera diferente, aunque cada vez son más los jóvenes que se apuntan a esta nueva tendencia.

El cohousing combina una zona de viviendas completamente independientes, con espacios comunes donde los habitantes de la casa se relacionan y comparten responsabilidades y actividades: comedores, salones, jardines, terrazas, etc.

Jan Gudmand-Hoyer: el padre del cohousing

El cohousing se originó en Dinamarca en la década de los años sesenta. Su principal impulsor fue un arquitecto llamado Jan Gudmand-Hoyer, formado en la Academia de Artes de Copenhague y la Universidad de Harvard. Jan Gudmand-Hoyer es el responsable de la construcción de más de 50 comunidades de cohousing, tanto en Dinamarca como en Estados Unidos, siendo la más famosa la comunidad llamada Skåplanet, cuya construcción se terminó en 1973. Además Jan Gudmand-Hoyer difundió sus ideas sobre el cohousing publicando libros, asesorando a empresas e instituciones, e impartiendo clases en diferentes escuelas. La idea del cohousing fue introducida en Estados Unidos por dos arquitectos llamados Kathlyn McCamant y Charles Durrett, que estudiaron el fenómeno durante varias visitas a diversas comunidades establecidas en Dinamarca. Sus conclusiones las reflejaron en un libro titulado “Cohousing: a contemporary approach to housing ourselves”. Juntos fundaron “McCamant & Durrell Arquitects. The Cohousing Company”, un estudio de

arquitectura especializado en la construcción de comunidades colaborativas. En Europa, el cohousing se ha ido extendiendo sobre todo por los países del norte, como Suecia, Finlandia, Noruega, Alemania y Reino Unido. El cohousing se ha convertido en un modelo muy extendido en los países escandinavos. Por ejemplo, en Dinamarca el 10% de las comunidades ya funcionan en régimen de cohousing, y en Suecia la cifra alcanza un sorprendente 35%. Existen comunidades muy conocidas, como Andedammen, situada en el área oriental de Dinamarca, en Birkerod, que acoge a unas 40 personas, cuyas edades oscilan entre los 0 y los 90 años, demostrando así que en el cohousing pueden convivir hasta cuatro generaciones.

En España existen diversas comunidades colaborativas, Aletxa por ejemplo, es una comunidad situada en un pequeño pueblo de Álava. Consiste en un proyecto de rehabilitación de un caserío de finales del siglo XVIII que se ha transformado en una vivienda colaborativa, que incluye cinco viviendas independientes unos 45 metros cuadrados, con numerosos espacios comunes.

El cohousing mejora el bienestar social de las personas

Numerosos estudios demuestran que el cohousing mejora la calidad de vida. Los lazos que se establecen dentro de estas comunidades, el trabajo en equipo y la compañía mutua, provoca en las personas un sentimiento de pertenencia a un grupo y refuerza su autoestima. Aunque, al cumplir los sesenta años, muchas personas gozan en la actualidad de una excelente salud, lo cierto es que a esas edades aumenta la posibilidad de desarrollar ciertos tipos de dependencia. Esa circunstancia, unida al riesgo de la soledad y los efectos de la inactividad, convierten al cohousing es un compañero excelente para la última etapa de nuestra vida.

Un estudio publicado por Elsa Gummà Serra, Educadora Social del Ayuntamiento de Málaga, establece que “las viviendas colaborativas o co-housing promueven una mayor calidad de vida, aumentan la confianza en las propias habilidades, y favorecen una mayor estabilidad emocional. Frente a los clásicas residencias de personas mayores, los co-housing establecen unas relaciones simétricas y ausentes de jerarquías, en las que los usuarios son, además, los gestores activos de su modo de convivencia”.

El cohousing senior se ha convertido en una alternativa residencial a los tradicionales centros de mayores. En estos últimos las personas pierden autodeterminación y disminuyen sus relaciones sociales, mientras que en las viviendas colaborativas los mayores aprenden a autogestionarse y crean relaciones de ayuda y colaboración. Las autoridades responsables harían bien en considerar el cohousing como una alternativa a las residencias de ancianos y empezar a tenerla en cuenta en las políticas sociales para atención a la tercera edad. Sus ventajas económicas, sanitarias y ecológicas resultan evidentes.

Ana Eseverri Mayer
Directora de AIPC Pandora

EL MUNDO QUE VIENE SERÁ GLOCAL

La globalización revolucionó nuestro mundo, nuestra manera de vivir, de comprar, de relacionarnos, de viajar y de descubrir otras culturas lejanas. En los últimos años hemos llegado muy lejos en muchos sentidos. La tecnología, que ha sido una de las protagonistas de esta revolución, ha transformado las relaciones sociales y comerciales hasta el punto, en algunos casos, de convertirnos en irrelevantes a los humanos. Nuestra capacidad de producir, comprar, vender, comunicarnos y relacionarnos no ha tenido límite. Hemos viajado por el mundo entero, esperando descubrir el propósito, que en muchas ocasiones, nuestra vorágine diaria nos había robado. Estábamos tan ocupados en correr y solucionar problemas urgentes que olvidamos las verdaderas razones que nos habían empujado a ello.

Cuanto más lejos habíamos llegado, paradójicamente más nos habíamos distanciado de nuestro entorno y menos habíamos cuidado lo que teníamos más cerca. Casi sin pensar nos habíamos entregado a una cultura del trabajo desenfrenada, que nos había restado tiempo para dedicárselo a nuestros/as hijos/as, a nuestros/as padres y madres, a nuestros/as hermanos/as. Habíamos descuidado los pequeños detalles que conforman la vida diaria. Los niños y los jóvenes se habían adentrado en un universo tecnológico, cambiando sus hábitos de relación y sus prioridades. Para ellos ahora es mucho más interesante jugar al ajedrez o a un videojuego en red con un amigo virtual que vive en Hong kong que pasar tiempo con el vecino o hacer deporte con los compañeros de colegio. A nuestros amigos los habíamos agrupado en entornos de WhatsApp y habíamos abandonado las conversaciones para simplemente compartir información, a veces demasiado superficial. De esta manera, poco a poco, nos hemos ido desapegando de las rutinas, los cuidados y los momentos mas auténticos. Aquellos momentos en los que incluso nos podíamos mirar a los ojos. Y ahora además, la naturaleza nos ha recordado de golpe que somos sus invitados. No sus amos. Y que sin nuestra presencia, realmente, se encontraría mucho mejor.

De repente, nos han confinado, nos han recluido en nuestras casas. En algunos casos, en compañía de nuestra familia, en otros en soledad, en otros junto a inesperados compañeros de cuarentena. Hemos visto limitados una gran parte de los movimientos a los que estábamos acostumbrados. Por suerte, la globalización tecnológica nos permite seguir conectados, trabajar y comprar desde nuestros hogares.

Pero las sensaciones son extrañas. Ahora tenemos tiempo para reflexionar, sacar conclusiones, detenernos y darnos cuenta de lo mucho o poco que añoramos ciertas dinámicas, de cuáles merecían la pena y cuáles no.

AIPC Pandora, la organización que co-fundé y dirijo desde hace 18 años, se ha visto profundamente afectada por esta pandemia. Durante todos estos años nuestro propósito ha sido sacar a los jóvenes de su zona de confort y llevarlos al otro lado del mundo en proyectos solidarios para descubrir otras culturas para que conozcan, se formen y desarrollen las competencias necesarias para construir un mundo mejor.

Y en estos momentos, volvemos a reafirmar que nuestra misión está mas vigente que nunca. Una vez más, descubrimos la ausencia de liderazgo global en aquellos que toman las decisiones, descubrimos cómo la protección individual y el territorio son los criterios que motivan la toma de decisiones. Y mis preguntas entonces son: ¿Cómo es posible que nuestros líderes no tengan una visión más amplia? ¿Quizás no viajaron por el mundo cuando fueron jóvenes? ¿Será que nunca han experimentado en primera persona lo minúsculas que son nuestra cultura y nuestra realidad comparadas con el resto del mundo? ¿O será que la globalización ha sido la excusa ideal para desconectarnos de lo más importante, restándonos intuición, visión infinita y solidaridad a la hora de afrontar los problemas?

Como todo en la vida, no habrá una única respuesta, pero la hipótesis de que nos hemos desconectado de lo local, lo de aquí y lo de allí, cobra fuerza. El desarrollo sostenible, la violencia de género, la pobreza, la producción y el consumo responsables, desgraciadamente, se dan en todos los lugares a una escala u otra y seguramente esta crisis nos está enseñando, que para ser capaces de mirar lejos, también tenemos que ver lo de cerca.

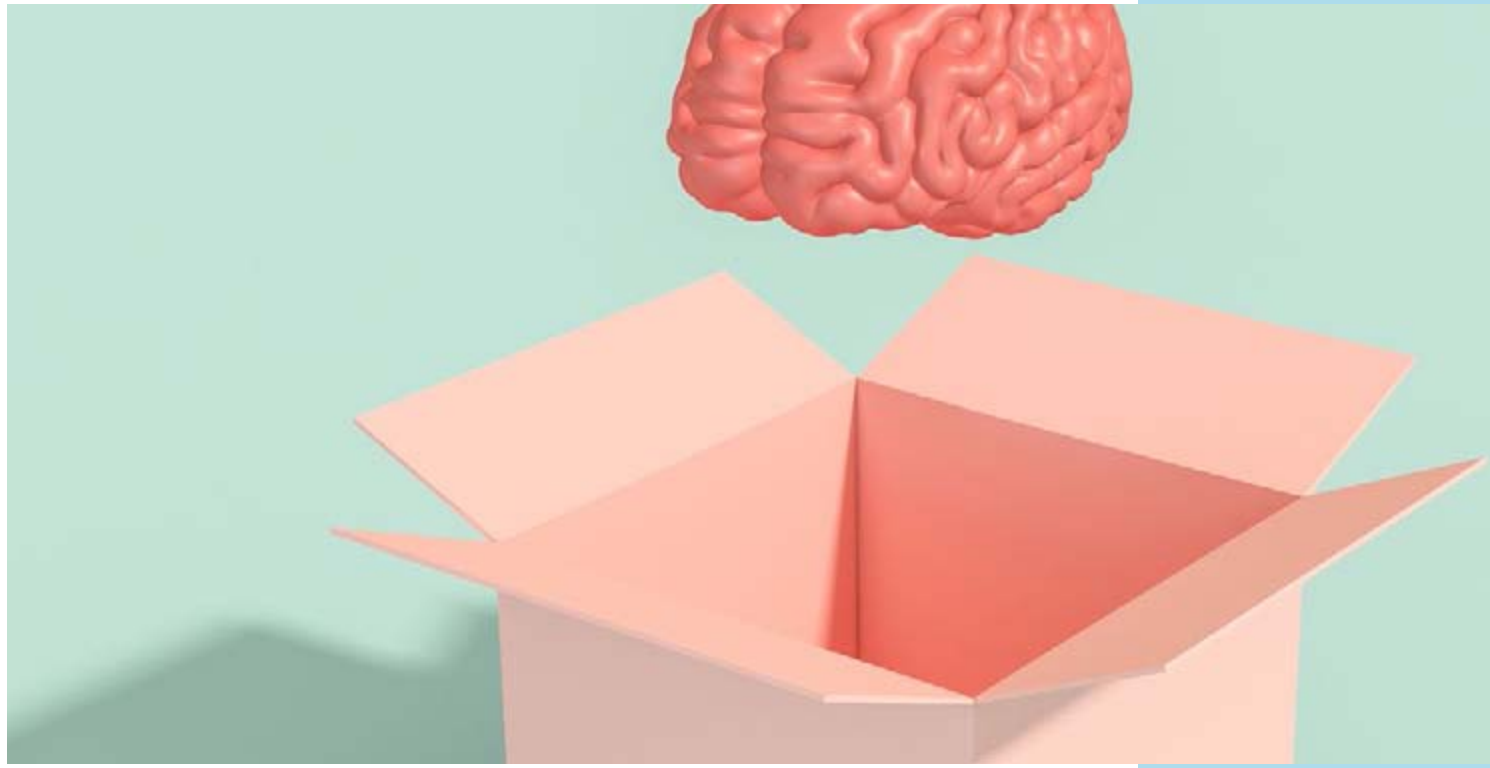
Aquel lema que se erigió en un emblema en el Foro Mundial sobre Migración y Desarrollo (FMMD), “Piensa globalmente, actúa localmente”, cobra ahora más sentido que nunca. Este lema se ha convertido estos días de confinamiento en mi principal fuente de inspiración. De hecho en AIPC Pandora ya estamos diseñando una nueva estrategia para el año 2021. Vamos a seguir formando a los jóvenes en liderazgo global, pero también a nivel local, los retos no tienen fronteras, solo personas que los sufren y personas que les dan soluciones y el aprendizaje de como abordarlos es una cuestión de actitud, acompañamiento y programas de calidad.

Esta nueva visión nos invita a mirar al mundo en modo GloCal, es decir, a “pensar globalmente, actuando localmente” para que cuando superemos esta crisis sanitaria, cuando volvamos todos a experimentar una “nueva normalidad” hayamos recuperado las competencias que nos permiten mirar cerca, para actuar con visión y capacidad amplias, allá donde se necesite. ■

El Efecto Dunnning-Kruger es un fenómeno conocido en psicología que establece que ciertos individuos con escasos conocimientos y habilidades limitadas se consideran superiores a otras personas más inteligentes y más preparadas que ellos al experimentar una especie de complejo de superioridad. El Efecto Dunnning-Kruger debe su nombre a dos psicólogos de la Universidad de Cornell (Nueva York, EEUU) llamados David Dunnning y Justin Kruger, que fueron los primeros que demostraron este fenómeno en 1999, año en el que publicaron los resultados de sus experimentos en la revista Journal of Personality and Social Psychology.

La causa del Efecto Dunning-Kruger: cómo desenmascarar a un incompetente

La causa del Efecto Dunning-Kruger se encuentra en una inhabilidad cognitiva que presentan ciertas personas a la hora de reconocer su propia ineptitud. A su vez, los individuos más competentes suelen asumir equivocadamente que otras personas, manifiestamente menos competentes, son más capaces e incluso más inteligentes que ellos. El refranero español es sabio: “La ignorancia es la madre del atrevimiento”.



Bertrand Russell, uno de los filósofos más influyentes del siglo XX, ya afirmó hace algunas décadas que “uno de los dramas de nuestro tiempo reside en que aquellos que sienten que tienen la razón son estúpidos y que la gente con imaginación y que comprende la realidad es la que más duda y más insegura se siente”.
Los experimentos realizados por Kruger y Dunning se centraron en áreas como la comprensión lectora, juegos como el ajedrez, deportes como el tenis o la conducción de vehículos. En todos los casos, los resultados demostraron que “la ignorancia proporciona frecuentemente más confianza que el conocimiento“. Una afirmación que ya estableció el mismísimo Charles Darwin un siglo atrás en sus trascendentales estudios sobre el origen de las especies.

Fuera de los laboratorios, el Efecto Dunning-Kruger se manifiesta en numerosas situaciones de la vida real. Basta con mirar un rato la TV para dudar de la competencia de algunos políticos, empresarios, intelectuales, tertulianos o presentadores de TV. El escritor Francisco Ayala afirmó que “la incompetencia es más dañina cuanto mayor es el poder del incompetente“. Seguramente en nuestro entorno laboral también se nos puede venir a la cabeza más de un caso al pensar en un alguno de nuestros jefes, clientes o compañeros de trabajo. ¿Se esconde una inhabilidad cognitiva bajo la prepotencia de los individuos “dominantes” y bajo la excesiva humildad de los individuos “dominados”?

El efecto Dunning-Kruger puede ayudarnos a mejorar nuestras relaciones

Dunning y Kruger realizaron sus experimentos con estudiantes de la Universidad de Cornell que estaban matriculados en varias carreras del ámbito de la Psicología. Los investigadores sometieron a los estudiantes a varias pruebas relacionadas con materias como la gramática, el razonamiento lógico y el sentido del humor. Después de evaluar sus exámenes, les preguntaron si estaban de acuerdo con sus calificaciones. Los estudiantes considerados incompetentes afirmaron que su puntuación les parecía injusta y que se merecían una nota más alta, mientras que los estudiantes considerados más competentes estuvieron de acuerdo con la puntuación obtenida.

El Efecto Dunning-Kruger es categórico: los individuos más ignorantes tienden a considerarse más inteligentes de lo que son, mientras que los individuos con mayores conocimientos suelen ser más modestos a la hora de reconocer sus capacidades. Algunos investigadores afirman que para los incompetentes “el Efecto Dunning-Kruger” es un mecanismo de autoprotección, mientras que para los competentes se trata de una fórmula para normalizar sus capacidades y extenderlas también a los demás.

En resumen, la existencia del Efecto Dunning-Kruger puede ayudarnos a conocernos mejora a nosotros mismos, a entender la actitud de ciertas personas, tanto incompetentes como competentes, y puede ayudarnos también a mejorar nuestras relaciones con los demás.
En cualquier caso se hace necesaria una mirada más crítica hacia los expertos, eruditos y especialistas que se atribuyen la última palabra en cualquier debate. Recordemos las palabras atribuidas a Sócrates: “Sólo sé que no sé nada”.

Las investigaciones de Dunning y Kruger demostraron cuatro hechos concluyentes:

1.Los individuos incompetentes tienden a sobrestimar su propia habilidad

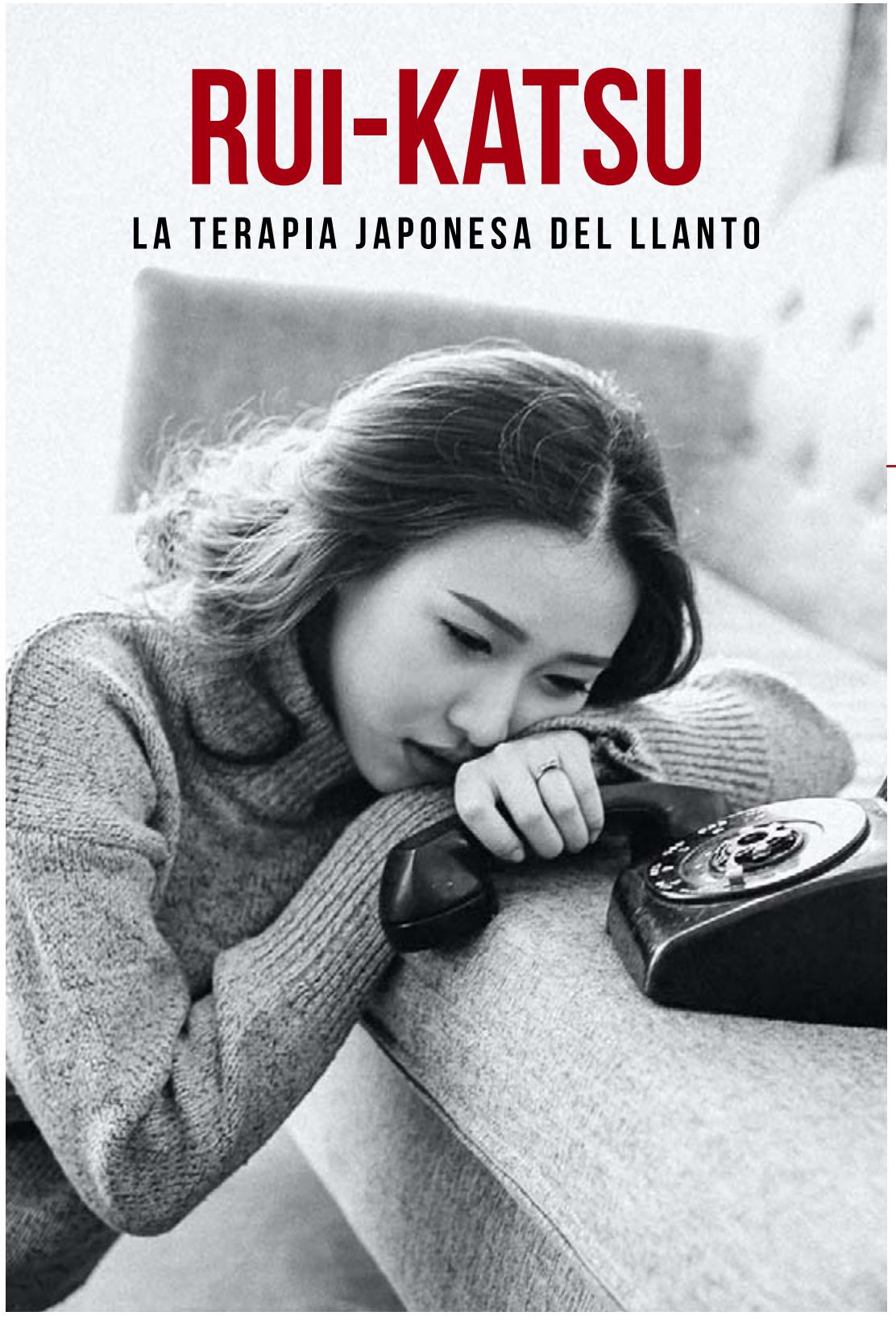
2. Los individuos incompetentes son incapaces de reconocer la habilidad de otros

3.Los individuos incompetentes son incapaces de reconocer su extrema insuficiencia

4.Si los individuos incompetentes son entrenados para mejorar su nivel de habilidad, llegan a reconocer y aceptar su falta de habilidad previa

RUI-KATSU

LA TERAPIA JAPONESA DEL LLANTO



La sociedad japonesa se caracteriza por reprimir cualquier signo de emotividad. Los japoneses aprenden desde niños a ocultar sus sentimientos y construyen un escudo a su alrededor que dificulta conocer sus verdaderas emociones. Esta contención emocional es un rasgo distintivo de los japoneses y forma parte de la enigmática y fascinante cultura nipona.

¿Cómo surgió el rui-katsu en Japón?

El rui-katsu – que significa literalmente "buscar lágrimas" – surgió en 2013 en algunos locales de Tokio para ofrecer a los japoneses una vía de escape que les permitiera exteriorizar sus emociones. El rui-katsu consiste en una terapia que ayuda a encontrar el equilibrio interior a través de la liberación de las emociones. El rui-katsu se practica en espacios donde algunos japoneses se reúnen para ver películas, escuchar música o leer novelas con el propósito de emocionarse y llorar.

Las primeras sesiones de rui-katsu fueron organizadas por Hiroki Terai, un emprendedor tokiota que lanzó un servicio al que denominó "llanto en grupo". La idea se le ocurrió a Hiroko Terai cuando tenía 16 años, durante una adolescencia difícil, marcada por la soledad y la incomprensión. En aquella época de su vida, Hiroki Terai descubrió que las verdaderas emociones de los japoneses se escondían tras la sonrisa permanente que sus compañeros dibujaban en su rostro.

Los primeros talleres del llanto surgen en Tokio

Su primer proyecto consistió en organizar ceremonias dirigidas a parejas que querían celebrar su divorcio. En aquellas ceremonias el momento cumbre llegaba cuando los recién divorciados destruían su anillo de bodas a golpe de martillo. La mayoría de las parejas afirmaban que llorar había ejercido sobre ellos un efecto sanador y aquel comentario le indicó a Hiroki cuál podría ser el camino a seguir. En 2013 Hiroki Terai organizó su primer rui-katsu, que atrajo a un pequeño grupo de hombres y mujeres que podían llorar a gusto junto a otras personas que se sentían libres para exteriorizar sus emociones. Al término de cada sesión los participantes aseguraban que se sentían muy bien y que volverían a asistir a otra sesión. El único problema – reconocía Hiroki Terai – era que muchos hombres consideraban que llorar les hacía parecer débiles y pusilánimes. Por esa razón a los primeros talleres solían asistir muchas más mujeres que hombres. Pero por encima de todo Hiroki Terai descubrió que las lágrimas ejercían un poder sanador y que a través de ellas nuestro organismo expulsaba toxinas, al igual que ocurre con el sudor o la orina.

El rui-katsu se extiende por las principales ciudades japonesas

Aquellos primeros “talleres del llanto” llamaron la atención de muchos hombres y mujeres que empezaron a practicar aquella nueva actividad y comenzaron a surgir numerosos locales por toda la ciudad que imitaban la iniciativa de Hiroki Terai. En la actualidad existen numerosos espacios donde se practica el rui-katsu repartidos por todo el archipiélago japonés. Uno de los más conocidos es el regentado por Yoshida sensei, que se ha especializado en ofrecer servicios a escuelas y empresas. Sus sesiones de rui-katsu duran unas dos horas y suelen empezar con el visionado de vídeos o con la redacción de cartas de agradecimiento a algún ser querido, aunque haya fallecido. La experiencia libera sus emociones y la mayoría de los participantes las exteriorizan llorando. En la parte final los participantes se dividen en grupos reducidos y comparten sus sentimientos abriendo su corazón. Al concluir la sesión, la inmensa mayoría de los asistentes confiesan sentirse profundamente aliviados.

Aunque el objetivo principal del rui-katsu es reducir el estrés, no es ni mucho menos el único. Numerosas empresas han descubierto que las sesiones de rui-katsu estrechan los lazos entre sus empleados, fortalecen el sentido de pertenencia y mejoran el trabajo en equipo. Por esa razón cada vez son más los directivos que contratan sesiones de rui-katsu para optimizar el rendimiento de sus empleados.

El rui-katsu: un antídoto contra el machismo

El acto de llorar se ha asociado tradicionalmente con las mujeres y cuando vemos a un hombre llorando todavía muchas personas lo interpretan como un signo de debilidad. En todo el mundo está muy extendida la idea de que los hombres no deben llorar, y mucho menos en público. En una sociedad tan profundamente arraigada en sus tradiciones como la japonesa, esta percepción se radicaliza. Los hombres que lloran suelen identificarse como débiles o incapaces. Sin embargo, el rui-katsu está ayudando a cambiar esta creencia. Las sesiones de rui-katsu ahondan en la idea de que el llanto es una reacción natural y saludable. Los hombres pueden y deben llorar en público. Les permite expresar sus emociones, mejorar sus relaciones y reforzar su personalidad. Además las mujeres encuentran en el llanto de un hombre un motivo para confiar en él y una razón para empatizar. En ese sentido, el rui-katsu está rompiendo moldes en la sociedad japonesa y está configurando un nuevo estereotipo masculino más acorde con los cambios que está demandando una sociedad tan tradicional y hermética como la japonesa. ¿Deberíamos los occidentales aprender de los japoneses e importar el rui-katsu?.■

May López Díaz
Directora de Desarrollo Empresas
por la Movilidad Sostenible

El momento de reinventaRSE

No hace ni dos meses que vivíamos sin parar. El mundo se movía a tal velocidad, que no nos permitíamos parar ni a pensar. Y, aunque sabíamos que había cosas que cambiar, la inercia y la velocidad a la que nos veíamos impuestos nos impedía virar la dirección hacia otros modos de actuar, al menos con la agilidad que necesitábamos.

Recibíamos información alarmante sobre el impacto de la crisis climática, datos escalofriantes sobre la migración forzada generada por la misma; sobre muertes prematuras provocadas por la mala calidad del aire, que alcanzaban órdenes de magnitud de 4,2 millones de personas al año según la OMS, más 400.000 solo en Europa; datos sobre el incremento continuo, año tras año, de las emisiones de CO2 a nivel mundial, al igual que el incremento continuo y peligroso de la temperatura media del planeta y del nivel del mar; información que nos mostraba cómo en julio de 2019 habíamos consumido todos los recursos naturales que el planeta podía generar en todo el año, y como los residuos generados por dicho sobreconsumo, acababan contaminando ríos, mares, océanos y zonas fértiles, destruyendo la biodiversidad.

Sin embargo, aunque muchos, a título individual o de forma colaborativa, establecíamos proyectos e iniciativas para minimizar nuestro impacto, ha sido el famoso y temido COVID-19 quien nos ha parado y nos ha hecho pensar, a algunos incluso quitándoles la respiración por el miedo a la incertidumbre, y también, al fin, ha permitido al planeta tomarse un respiro.

Somos conscientes de que, por el COVID-19 nos encontramos ante una crisis sanitaria, pero bajo la que subyace una crisis económica, una crisis social y la ya comentada crisis ambiental, que hace que tengamos una crisis de mayor envergadura: una crisis de sostenibilidad del sistema tal y como lo conocemos.

Porque si algo nos está enseñando el COVID-19 es nuestra "vulnerabilidad" y la de los sistemas actuales a todos los niveles, y esto marcará un antes y un después en nuestro día a día, en los procesos, organizaciones, empresas y países.

Por respeto a todas las personas a las que esta situación les está impactando bruscamente, sería insensible afirmar, sin más, que toda crisis conlleva una oportunidad, aunque la historia nos lo esté continuamente demostrando. Al fin y al cabo, crisis se define como "un cambio profundo de una situación" y uno de sus sinónimos es la palabra "compromiso", que, aunque con acepción distinta, será una de las claves para determinar el resultado de dicho cambio profundo. Porque tenemos que ser conscientes de que estamos en un punto de inflexión, donde que el resultado del cambio profundo sea mejor o peor, dependerá de lo que empecemos a considerar "esencial", de nuestro compromiso y de nuestra capacidad para adaptarnos a dichos cambios.

Ahora más que nunca será necesario ser sostenible económica, ambiental y socialmente. Es clave ser conscientes de que debemos de seguir gestionando la crisis climática y no retroceder en los compromisos adquiridos con la sostenibilidad económica, social y también ambiental, ya que de ello dependerá nuestro futuro y el que no provoquemos una crisis mayor.
Estamos viviendo un momento histórico, y es esencial que aprovechemos esta situación para reinventarnos, como personas y como planeta. Que pongamos lo verdaderamente esencial en el centro de nuestras vidas, organizaciones y sistemas. Y que asumamos nuestro compromiso y responsabilidad, individual y colectiva, como consumidores, ciudadanos, organizaciones, y así empecemos a primar "lo esencial", que es la base de nuestra vida, frente a "lo prescindible". Un ejercicio que es el pilar de la eficiencia y que ayuda a conseguir los mejores resultados en cualquier proceso.

Aprovechemos que ya está definida la Agenda 2030. Pongamos las actividades que ya hemos identificado como esenciales a raíz del Decreto Ley 10/2020 como claves para nuestra supervivencia; la ética, transparencia y buen gobierno a todos los niveles, como cimientos de la sociedad en la que queremos vivir y los 17 ODS, como las metas a alcanzar.

Aprovechemos este periodo, como hacen las crisálidas, para que el cambio sea una metamorfosis completa que nos permita evolucionar como personas y como especie. Veámosla como una nueva oportunidad para reinventaRSE. ■

¿PARA QUÉ SIRVEN LOS DÍAS INTERNACIONALES?

Los Días Internacionales inundan nuestro calendario. Hay Días para todo. Existe el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia de Género, el Día Internacional del Libro, el Día Mundial del Agua… Y también existen fechas tan llamativas en el calendario como el Día Mundial de Responder a las Preguntas de tu Gato, el Día Mundial del Hombre del Tiempo o el Día Mundial del Pene. ¿Pero para qué sirven los Días Internacionales? ¿Y qué diferencia hay entre un Día Internacional y un Día Mundial?

Días Internacionales y Días Mundiales: ¿Cómo y quién los eligen?

Para empezar, la mayoría de los Días Internacionales los decreta la Organización de las Naciones Unidas (ONU). El proceso es muy sencillo. Los Estados Miembros de la Asamblea General proponen la celebración de un Día Internacional y se debe aprobar por consenso una resolución por la que se establece una fecha en el cale dario para celebrar ese Día Internacional. Los Días Internacionales están siempre vinculados a las áreas de acción de las Naciones Unidas, como la defensa de los derechos humanos, el desarrollo sostenible, la ayuda humanitaria o la defensa del derecho internacional. La mayoría de las propuestas nacen a instancias de alguna de las agencias de la Organización de Naciones Unidas, como Unicef, la Unesco o la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Por su parte, la mayoría de los Días Mundiales y los Días Nacionales se celebran por iniciativa de otros colectivos, como asociaciones, organizaciones religiosas o incluso grandes almacenes. Es el caso del Día del Orgullo LGTBI, el Día de San Valentín o el Día del Padre. Los Días Mundiales dan cabida a celebraciones verdaderamente curiosas, como el Día de Star Wars, el Día Mundial del OVNI o el Día Mundial de los Besos. Algunos Días Mundiales también son decretados por la ONU, como el Día Mundial del Medio Ambiente o el Día Mundial del Agua. En estos casos siempre se considera que se trata de días mundiales “oficiales”.

Algunos días no tienen ni el calificativo de “internacional” ni “mundial” y también han sido decretados por la ONU. Es el caso, por ejemplo, del Día Universal del Niño, que se denomina así por el lenguaje que se utilizaba en el año que se proclamó, 1954.

Días Internacionales: ¿Para qué sirven?

Los Días Internacionales permiten sensibilizar a la sociedad sobre temas de interés relacionados con la salud, los derechos humanos, la cultura o el medio ambiente. Asimismo pretenden llamar la atención de los medios de comunicación para que emitan noticias que conciencien a la opinión pública sobre un problema sin resolver. Los Días Internacionales persiguen que los gobiernos adopten medidas concretas y que los ciudadanos conozcan la envergadura del problema para que presionen a sus representantes políticos con el objetivo de que resuelvan el problema.

La celebración de los Días Internacionales brinda la oportunidad de sensibilizar al público en general acerca de temas relacionados con cuestiones de interés, como los derechos humanos, el desarrollo sostenible o la salud. Al mismo tiempo pretenden llamar la atención de los medios de comunicación para que trasladen a la opinión publica la existencia de un problema sin resolver. En este caso, el objetivo es doble: por un lado que los gobiernos tomen medidas, y por otro que los ciudadanos conozcan mejor la problemática y exijan a sus representantes que actúen.

Además, a través de los Días Internacionales, la ONU pretende aconsejar a los Estados sobre las acciones que deben acometer para acabar con los graves problemas que dan sentido a estas fechas. Incluso en algunos casos, la ONU invita ese día a sus miembros a firmar y ratificar protocolos que impulsen iniciativas concretas para resolver esos problemas.

Días Internacionales: cómo se mide el impacto

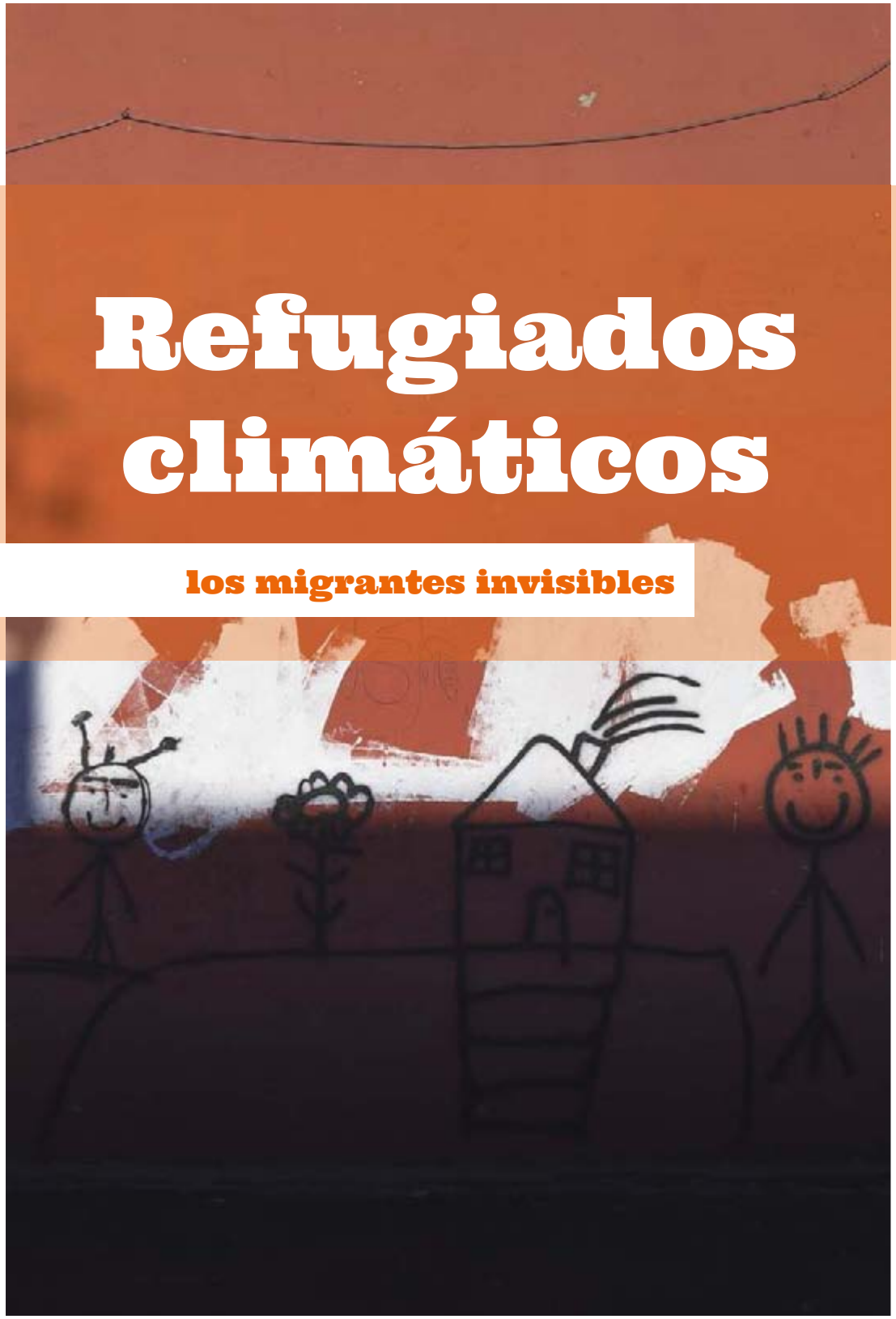
La ONU dispone de herramientas de medición para conocer el impacto de la celebración de los Días Internacionales. Por ejemplo, el número de visitas que reciben los sitios web donde la ONU aloja recursos informativos específicos como vídeos, animaciones, entrevistas, reportajes o publicaciones, que hacen alusión a la celebración de un día internacional. También es un barómetro interesante la participación que se genera en las redes sociales en torno a un día internacional. En concreto, la ONU mide los comentarios, las menciones y los mensajes que se registran en las numerosas plataformas sociales con las que cuenta en todo el mundo y en diversos idiomas.

El impacto no suele ser el mismo en todos los países. Por ejemplo, en España y América Latina los días internacionales que atraen mayor atención son los dedicados al Medio Ambiente (5 de junio), la Mujer (8 de marzo) y el Agua (22 de marzo).

Además, de los Días Internacionales también existen las semanas, los Años y los Decenios Internacionales, cuya función es exactamente la misma, aunque su alcance pretende ser mayor . Si quieres conocer todos los Días Internacionales que celebra la ONU, visita este enlace. ■

Refugiados climáticos

los migrantes invisibles



En la actualidad más de 64 millones de personas han tenido que abandonar sus hogares debido a los efectos del calentamiento global. La subida de las temperaturas, la deforestación, la desertización o las catástrofes naturales derivadas de las condiciones climatológicas, como los huracanes, han empujado a muchas personas a huir de sus hogares en busca de un futuro que les niega su tierra natal.

El cambio climático: la triste realidad diaria de millones de personas

Te imaginas vivir en un país donde la creciente subida del nivel del mar lo esté condenando a su inminente desaparición? Pues, lejos de ser el argumento de una nueva película de Hollywood, es la realidad que viven actualmente los más de 400.000 habitantes de las Islas Maldivas. ¿O ser agricultor en Kenia, tener ocho hijos y ver cómo la sequía está acabando con tus cosechas, es decir, con tu única forma de alimentar a tu familia? Y no hay que irse muy lejos para estudiar el fenómeno de la migración forzosa por razones medioambientales. En España, los incendios y las inundaciones ya han obligado a numerosas personas a abandonar sus lugares de residencia.

Según un informe elaborado por el Panel Intergubernamental de Cambio Climático de la ONU, si no se frena el calentamiento global, en el año 2050 existirán más de 1.000 millones de refugiados climáticos por todo el mundo. Desde nuestra privilegiada atalaya occidental observamos cada día con mayor preocupación los efectos del cambio climático, pero no somos en absoluto conscientes de las devastadoras consecuencias que ya están padeciendo millones de habitantes del sur del planeta.

Para muchos de nosotros, el cambio climático demasiadas veces queda reducido a una mera cuestión de reciclar más y consumir menos, y sus efectos sólo los conocemos a través de la televisión. Sin embargo, para millones de personas que viven en el hemisferio sur el cambio climático ya es una cuestión de vida o muerte.

La figura jurídica del refugiado medioambiental: un limbo legal

Lester R. Brown, analista norteamericano de ecosistemas naturales y fundador de World-Watch Institute, una organización de alcance global que se centra en la investigación del medio ambiente, acuñó en 1976 el término "environmental refugee" o refugiado medioambiental para referirse a las personas que se veían obligadas a huir de sus países como consecuencia de los desastres naturales. Sin embargo, a día de hoy – y han pasado casi cuarenta y cinco años – ningún organismo internacional contempla aún la figura del refugiado medioambiental.

El derecho internacional no considera los desastres naturales una razón suficiente para obtener el estatuto de refugiado, y esta situación condena a estas personas a la invisibilidad.

¿A qué se debe este vacío legal? En gran parte a la complejidad del propio concepto. Por una parte, la lentitud con la que se producen ciertos cambios en el clima (desertificación, subida de las temperaturas, etc.) no son consideradas razones suficientes para abandonar un país. En los casos de los terremotos o los tsunami la percepción es muy diferente. Y por otra parte, los órganos internacionales responsables consideran que los afectados por una crisis medioambiental pueden solicitar ayudas a sus gobiernos, circunstancia inviable en el caso de los perseguidos por cuestiones ideológicas, religiosas, sexuales o étnicas, ya que son sus propios gobiernos los que los persiguen.

Sin duda la regulación del término "refugiado medioambiental" por parte del ordenamiento jurídico internacional es un objetivo que resulta imprescindible alcanzar si queremos proporcionar una protección jurídica a las personas que deben abandonar sus hogares por razones medioambientales.

En 2015 ya se dio un paso importante con la inclusión de las causas climáticas como una de las razones del desplazamiento forzoso dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Organización de Naciones Unidas (ONU) para 2030. En concreto, en la redacción de dichos objetivos se establece que "los migrantes deben incluirse en todas las metas relacionadas con la reducción y gestión del riesgo de desastres, incluidos los sistemas de alerta temprana. La migración debe ser reconocida como una estrategia potencial de adaptación al cambio climático (CCA) y forma de construir resiliencia. Los esfuerzos de educación y concienciación sobre el cambio climático deberían incluir las dimensiones de movilidad del cambio climático". La inclusión de los efectos del cambio climático dentro de las causas de la migración para la Agenda 2030 ha sido sin duda un paso decisivo, pero aún queda mucho camino por recorrer. ■

Paula Mª Pérez Blanco
Responsable Comunicación
Fairtrade Ibérica

GIRL POWER!

Fairtrade trabaja en el empoderamiento de las mujeres

Nos encontramos en un momento incierto y de gran complejidad con una grave crisis global que afecta a prácticamente todos los rincones del mundo. Ahora más que nunca es necesaria la colaboración conjunta de todas las Naciones, y la oportunidad de reforzar los valores y principios inherentes en muchas personas, afortunadamente, y recogidos en gran cantidad de las cartas magnas de los diversos países, como son; la justicia, la solidaridad, la igualdad, en definitiva la humanidad que tan necesaria es, y que tanto se agradece, aún más en estos momentos que estamos viviendo.

Uno de los mencionados, como es la igualdad, y por máxima extensión su alcance, sigue siendo una de las barreras que más dificultan el desarrollo tanto social como mundial. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación estima que cerrar la brecha de género en la agricultura podría reducir el número de personas desnutridas en unos cien millones y aumentar la producción agrícola en los países en vías desarrollo entre 2,5 y 4%. Por otra parte, entre el 60 y el 80% de la alimentación en términos mundiales está producida por mujeres, con lo que teniendo en cuenta estas cifras, es una enorme injusticia que a pesar de que las mujeres están muy involucradas, su trabajo no esté tan reconocido y recompensado como debiera. En concreto, el papel de la mujer en la agricultura ha aumentado con el tiempo por motivos diversos, incluyendo factores como la migración y el desarrollo. Es importante tener en cuenta que las mujeres constituyen más del 40% de la fuerza laboral agrícola en los países del Sur, con algunas variaciones entre regiones. Sin embargo es una triste realidad que las mujeres tienen menos acceso a los recursos productivos provocando así una importante brecha de género y por ende una gran desigualdad.

Por ello, es necesario que existan políticas e intervenciones positivas de género para las mujeres y las comunidades, para así mejorar necesidades básicas como la salud, el bienestar, la autonomía y el liderazgo de las mujeres, así como para mejorar la educación y la cultura, al tiempo que se contribuye al crecimiento económico y al bien común de toda la sociedad. Para Fairtrade promover la igualdad e incidir en que las mujeres accedan a los beneficios de forma equitativa y en términos de igualdad, es una prioridad y una de nuestras líneas más destacadas de trabajo.

Por ello el enfoque de Fairtrade pretende abordar las relaciones desiguales de poder con el fin de promover tanto la igualdad como el empoderamiento de mujeres y niñas. Y esto se logrará principalmente mediante el fortalecimiento del capital humano, social y financiero de la mujer. Este enfoque se alinea al mismo tiempo con el marco estratégico de trabajo Fairtrade 2016-2020 enfocado al empoderamiento femenino, y a la actuación y desarrollo de condiciones en base al fomento y desarrollo de la igualdad de género. La estrategia de género de Fairtrade busca promover la igualdad y el empoderamiento de las mujeres en las organizaciones de productores mediante la construcción de poder y autonomía tanto de mujeres como de niñas. Fairtrade realiza revisiones periódicas de su estrategia de género para poder fomentar un enfoque dinámico y actualizado de la perspectiva de género en todos los aspectos de nuestro trabajo. Por tanto, dicha estrategia ha ido adoptando una serie de enfoques estratégicos más específicos, así como los procesos técnicos e institucionales para lograr el objetivo fundamental de la igualdad, además de tener presente que los estándares Fairtrade ya incluyen criterios que se han diseñado para evitar la desigualdad y las injusticias.

La estrategia tiene como objetivo principal ofrecer un enfoque transformador sobre la igualdad en el sistema Fairtrade. Los enfoques transformadores sobre la igualdad comparten una comprensión de la necesidad de ir más allá de la participación de las mujeres en las actividades e instituciones, sobre todo de cara a conseguir transformar los patrones y estructuras de género aceptados, con el objetivo de reequilibrar de forma permanente y profunda la desigual de distribución del poder entre géneros.

Fairtrade también reconoce que el género es una de las diversas variables que determinan las relaciones de poder y las desigualdades sociales que resultan de una red de factores contextuales más amplios, como son; raza, clase, identidad religiosa o étnica.

En nuestro trabajo diario tenemos muy presente dar visibilidad a mujeres creadoras, productoras y trabajadoras, y poder transmitir el protagonismo tan importante de su trabajo y aporte de valor, y cómo hacen del Comercio Justo una forma de empoderamiento colectivo y muy enriquecedor. Hay muchos proyectos donde Fairtrade está beneficiando directamente a mujeres, lo que permite cambios en la toma de decisiones y en las estructuras de poder de las organizaciones de productores certificados y la mejora de las oportunidades económicas. Además, algunas organizaciones de productores están llevando a cabo análisis de género de sus organizaciones y poniendo en práctica nuevos programas y políticas de igualdad. Fairtrade se centra principalmente en los cambios, las actitudes, las prácticas y las políticas en la producción agrícola y el comercio, pero hay que tener muy en cuenta que se requieren importantes transformaciones en otros ámbitos fundamentales como la política, la educación y la sociedad. Es importante poder establecer un camino y un enfoque claro sobre la igualdad, de cara tanto al marco estratégico como al alcance de los necesarios Objetivos de Desarrollo Sostenible, y que estos puedan llegar a lograrse de una forma tangible y real. En Fairtrade trabajamos por la igualdad y para que todas las personas obtengan una justicia e igualdad real sin barreras. Lograr igualdad de género en la agricultura significa empoderar a los productores y trabajadores para construir comunidades donde todos se sienten respetados y valorados por igual. El mes de marzo es una fecha muy destacada que conmemora a todas las mujeres del mundo, en la que se recuerda lo que se ha conseguido pero también es muy importante reflexionar sobre el largo camino que aún nos queda para que exista una igualdad real entre todas las personas, y conseguir así un mundo más unido y humano.■

EL PRINCIPIO DE DILBERT

¿Por qué en las empresas ascienden a los incompetentes?

El principio de Dilbert establece que las empresas tienden a promocionar sistemáticamente a sus empleados más incompetentes hasta situarlos en los puestos de máxima responsabilidad. ¿La razón? Evitar que las consecuencias de su incompetencia sean aún mayores. Ascendiendo a los más incompetentes a los cargos directivos las empresas se aseguran que estas personas no desarrollen tareas efectivas que puedan provocar daños reales en sus estructuras.

El principio de Dilbert: una sátira muy, muy seria

Esta visión satírica del liderazgo empresarial pone en entredicho la capacidad real de las organizaciones y señala a sus rostros más visibles como verdaderos incompetentes. El principio de Dilbert fue acuñado en la década de los 90 por Scott Adams, un dibujante estadounidense famoso por ser el creador de la tira cómica “Dilbert”, un personaje muy popular entre los economistas y empresarios de Estados Unidos. Scott Adams estudió un MBA en la Universidad de Berkeley y presentó en sociedad su famoso principio en un artículo publicado en 1996 en el diario The Wall Street Journal. Ese mismo año, Scott Adams amplió su estudio con el lanzamiento de su libro “El principio de Dilbert”, que hoy se ha convertido en lectura obligatoria o recomendada en las principales escuelas de negocios del mundo, y del que se han vendido ya más de un millón de ejemplares.

El principio de Dilbert es una variación del principio de Peter, formulado en 1969 por Laurence J. Peter, pedagogo y escritor canadiense. La principal diferencia entre ambos reside en que Scott Adams defiende la idea de que los empleados más incompetentes en realidad son ascendidos para asegurar la supervivencia de la empresa. Según el principio de Dilbert los puestos superiores de las organizaciones ejercen una relevancia mínima en el trabajo productivo y la auténtica responsabilidad reside en los escalafones más bajos de las compañías.

Viñeta extraídas del Facebook @dilbertenespanol

El principio de Dilbert en la práctica

¿Cómo se aplica a diario el principio de Dilbert en las empresas? Mira a tu alrededor. Seguro que te viene a la mente algún caso. Por ejemplo, según el principio de Dilbert, un redactor de un periódico incompetente sería ascendido con el objetivo de dejar trabajar libremente a los redactores más competentes. De esa manera, el redactor incompetente dedicaría su tiempo a reuniones intrascendentes propias de las labores de gerencia, mientras que los redactores competentes se ocuparían de mejorar la calidad de los contenidos del periódico.

Lo cierto es que la perspectiva satírica del principio de Dilbert constituye en realidad su auténtica fortaleza. Sin ese barniz humorístico es probable que esta teoría no se hubiese filtrado con tanta rapidez dentro del ámbito empresarial. ¿Quiere decir todo esto que los individuos competentes tienen menos posibilidades de ascender? ¿Se pone entonces en duda la meritocracia?

George Akerlof y Pascal Michaillat, dos profesores de Economía de la Universidad de Berkeley, estudiaron el funcionamiento de los ascensos dentro de varias empresas estadounidenses. Sus conclusiones fueron muy controvertidas. Según su estudio, la mayoría de los ascensos se basan en la homofilia y la xenofobia. En otras palabras, a la hora de ascender a empleados de la empresa, los gerentes muestran un claro favoritismo hacia los candidatos que presentan creencias similares a las suyas, es decir, prefieren a empleados que se parezcan a ellos. Esta lógica explicaría también la ausencia de mujeres en los puestos directivos. A esta teoría se la conoce como “el síndrome del escarabajo”, porque esta especie animal es más propensa a comerse los huevos de otras especies, y nunca devora los de su propia especie. Se trata de un comportamiento que permite a los líderes rodearse de individuos afines que nunca van a poner en duda su liderazgo ni sus aptitudes.

Sin embargo, este corporativismo ideológico y emocional encierra un grave riesgo: la exaltación de la incompetencia puede llevar a las organizaciones a una especie de limbo donde se alejan peligrosamente de la realidad y se encierran en sí mismas, desatendiendo las necesidades de sus clientes e ignorando los cambios que se están produciendo en la sociedad y el mercado. Como los grandes imperios, muchas organizaciones desarrollan así su propio germen de autodestrucción, y su final puede ser cuestión de tiempo. No vamos a señalar a nadie, pero ¿no se os vienen algunos nombres rápidamente a la cabeza? ■

Marketing digital con alma

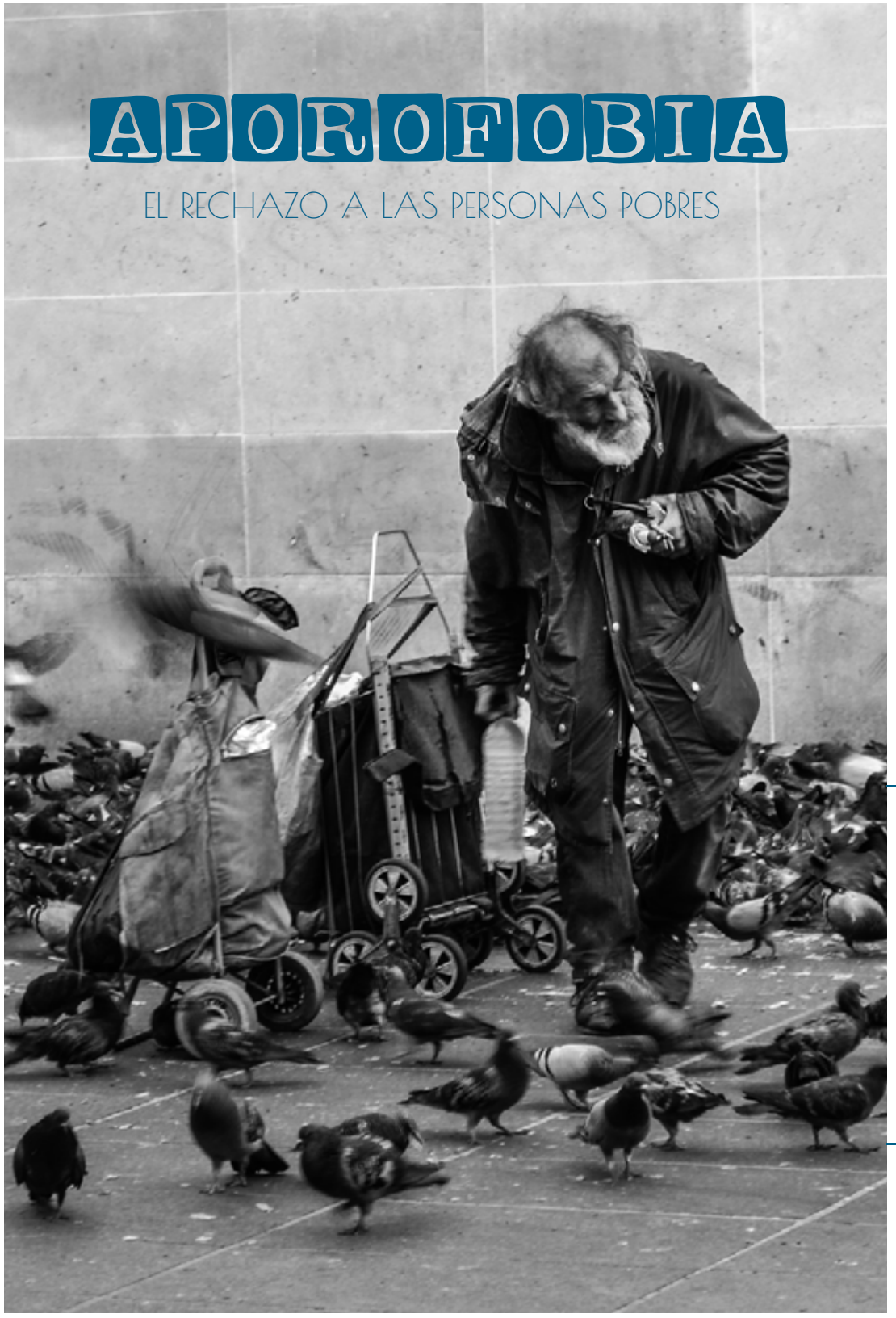
Si tienes un proyecto que quiere convertir el mundo en un lugar mejor, nosotros te ayudamos a difundirlo.
Con soluciones digitales que te ayudarán a alcanzar tus objetivos.
Con contenidos creativos que atraerán la atención de tus audiencias.
Y con herramientas eficaces que aumentarán las visitas a tu web.

materia gris

ESTRATEGIA . CREACIÓN DE CONTENIDOS . SOCIAL MEDIA . VÍDEO WEB . SEO . SEM

APOROFOBIA

EL RECHAZO A LAS PERSONAS POBRES



¿Se rechaza a los extranjeros por extranjeros? ¿O se les rechaza por ser pobres? El debate está servido. La aporofobia (del griego “áporos”, sin recursos; y “fobos”, temor) es el odio, el miedo y el rechazo a las personas pobres. La palabra “aporofobia” fue acuñada a principios de la década de los 90, por la filósofa española Adela Cortina, catedrática de Ética y Filosofía Política de la Universidad de Valencia, para referirse a ese sentimiento de rechazo que presentan ciertos sujetos hacia las personas desamparadas y con escasos recursos. Sin embargo no fue hasta 2017 que la Real Academia de la Lengua Española aceptara el neologismo “aporofobia” y la incorporara a su diccionario. Ese mismo año, la Fundéu BBVA (Fundación del Español Urgente) eligió la palabra “aporofobia” como la palabra del año. Para que algo exista en la conciencia colectiva hay que poder nombrarlo, y por esa razón la filósofa Adela Cortina ha contribuido notablemente a la visibilidad de este tipo de violencia. Gracias a ella, la aporofobia se ha instalado en el centro del debate.

Aporofobia, xenofobia y racismo: tres rostros de la violencia

Según datos de Hatento, una iniciativa de Hogar Sí (antes Fundación RAIS) apoyada por una red de entidades de atención a personas sin hogar y de defensa de los derechos humanos, el 47% de las personas sin hogar han sido víctimas de agresiones por aporofobia. En uno de cada tres casos se trata de agresiones verbales y en uno de cada cinco, se registran agresiones físicas. Además, el 81% de estas personas confiesan haber sufrido estos delitos en más de una ocasión, y sólo el 13% de las personas que han sufrido un delito de odio por aporofobia denuncia su caso. El perfil del agresor suele ser un joven de 18 a 25 años, que sale de diversión y que actúa ante testigos que no hacen absolutamente nada para impedir su agresión.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en España existen unas 23.000 personas sin hogar, aunque Hogar Sí eleva esa cifra hasta las 31.000, debido a que incluye a todas aquellas personas que no acuden nunca a los centros asistenciales.

La falta de empatía: el origen de la aporofobia

¿Qué lleva a un joven a dar una paliza a una persona sin hogar? ¿Qué le impulsa a cometer un acto tan violento contra una persona indefensa? La crisis económica y la inestabilidad laboral han exacerbado el miedo a la pobreza en una gran parte de la sociedad. Ese temor a perder el empleo, y con él la seguridad y bienestar que proporcionan los ingresos derivados del trabajo, es precisamente el caldo de cultivo donde crece el miedo a la pobreza. El pobre es visto por ciertas personas como un apestado, una especie de enfermo cuya enfermedad puede contagiarles. Simplemente su visión les resulta desagradable y procuran evitarle. Pero para que ese miedo se transforme en rechazo es necesario que el individuo experimente un proceso mental que anule sentimientos como la empatía o la compasión.

Algunas ideologías como el ultraliberalismo o el fascismo lo ponen fácil: consideran la pobreza el resultado de una incapacidad personal y no el fruto de unas condiciones estructurales adversas e injustas. En este contexto, los débiles, los más desfavorecidos empiezan a ser vistos como una carga demasiado costosa e inútil para la sociedad. Y ahí es donde la aporofobia conecta peligrosamente con el racismo y la xenofobia, porque, como señala Adela Cortina, el rechazo al pobre alimenta el rechazo a los inmigrantes y los refugiados. Ya no se les rechaza por ser extranjeros, sino por ser pobres. ¿O alguien se ofende cuando un futbolista de origen subsahariano vive en una urbanización de lujo o cuando un musulmán atraca su yate junto a su casa?. ■

Equipo y colaboradores

Equipo Materiagris:

Jesús Vázquez
David Moratilla
Antonina Dessau

Equipo Mediapost:

Begoña de Pablo Goenechea
Brune Baliteau
Ignacio Pi Corrales
Irene Cubas
Rubén Vázquez Díaz
Víctor Sola Martínez

Colaboran:

Eugenio García-Calderón
Ana Eseverri Mayer
May López Díaz
Paula Mª Pérez

Empresas colaboradoras

Ideas Imprescindibles es una revista editada por Mediapost

Imágenes extraídas de unsplash.com

Síguenos en redes sociales:

@IdeasImprescindibles

@IdeasImprscndbl

Mediapost Spain

info@mediapost.es
info@ideasimprescindibles.es

ideas
imprescindibles

ideasimprescindibles.es