

» Carreras & capital humano.

DANIEL GOLEMAN Psicólogo

“La revolución está en manos del consumidor”

BORJA VILASECA

Cualquier vida humana tiene un impacto sobre la vida del planeta. Los expertos la denominan “huella ecológica”. Y debido al escenario económico actual, en que las

personas se las considera “consumidores”, este legado medioambiental se mide a través de la cantidad y la calidad de sus compras. Por eso, se utiliza cada vez más el eslogan “dime qué haces con tu dinero y te diré quién eres”.

Paralelamente, y como consecuencia de la alarma mundial generada por el cambio climático, el concepto “sostenibilidad medioambiental” empieza a pronunciarse tímidamente entre los altos directivos de las empresas españolas. Se trata de una práctica que suele incluirse en el núcleo de la estrategia corporativa cuando la compañía alcanza la madurez en el campo de la responsabilidad social.

De todo ello reflexiona el psicólogo estadounidense Daniel Goleman (California, 1947), autor de los best seller *Inteligencia emocional*, *Inteligencia social* e *Inteligencia ecológica* (Kairós). En este último, Goleman concluye que “las compañías que impulsan la conciencia ecológica no lo hacen por motivos éticos, sino económicos”, una tesis compartida por el Centro de Retail Management de EADA, que estudia este fenómeno, más conocido como “la revolución verde”.

Pregunta. ¿Qué le ha llevado a zambullirse en la ecología?

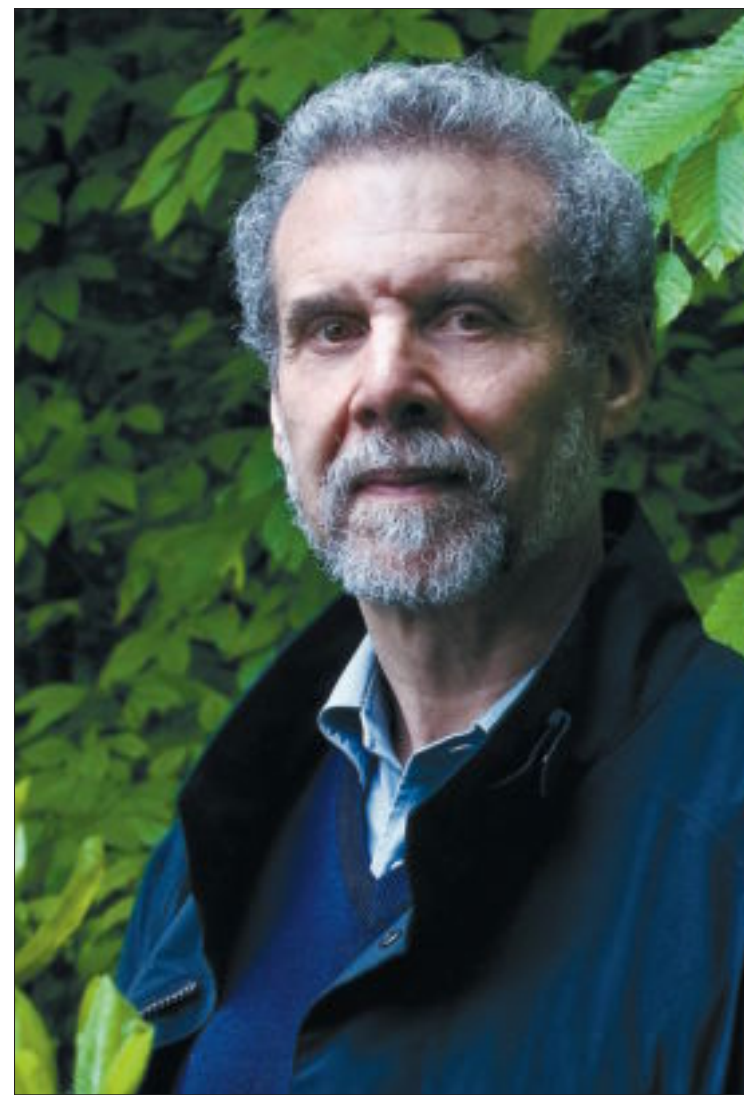
Respuesta. La sensibilidad por querer escuchar y comprender los mensajes que nos está enviando nuestra casa, el planeta Tierra. Por mucho que lo asfalteemos con sistemas sociales y económicos, este ente vivo sigue estando ahí, ofreciéndonos lo que necesitamos para sobrevivir y disfrutar de esta maravillosa experiencia de aprendizaje y evolución a la que llamamos “vida”. Tras muchos siglos de ignorar, manipular e incluso violar el medio ambiente, éste parece estar reclamando a las empresas y a la sociedad que lo tengamos en cuenta cada vez que tomemos decisiones relacionadas con la producción y el consumo.

P. Usted afirma que “los cambios suelen producirse cuando ya no queda otro remedio”.

R. Y en este caso, más que nunca, pues nuestra percepción como seres humanos no está diseñada para procesar la destrucción del planeta, lo que dificulta la movilización para el cambio. En general, seguimos sin saber el verdadero impacto ecológico de los productos que consumimos. Debido a esta ignorancia y la inconsciencia de no querer aprender, la mayoría somos víctimas y verdugos de la paulatina degradación del medio ambiente. Aquí no hay culpables. Sólo responsables. Basta con que nos miremos al espejo. La solución pasa por desarrollar nuestra inteligencia ecológica.

P. ¿En qué consiste?

R. La inteligencia ecológica es la capacidad de vivir tratando de dañar lo menos posible a la naturaleza. Consiste en comprender qué consecuencias tienen sobre el medio ambiente las decisiones que tomamos en nuestro día a día e intentar, en la medida de lo posible, elegir las más beneficiosas para la salud del planeta. La paradoja reside en que cuanto más coherentes somos con su bienestar, más invertimos en el nuestro.



Daniel Goleman popularizó la inteligencia emocional.

P. ¿A qué se refiere?

R. Si nos fijamos, lo que la sociedad considera normal está muy lejos de ser natural. Basta con entrar en un supermercado para comprobarlo. Nuestra comida no procede del huerto, sino del laboratorio. Y aunque nos cueste reconocerlo, no somos hijos de la tecnología, sino de la naturaleza. Así, desarrollar nuestra inteligencia ecológica no es más que tomar decisiones que nos permitan recuperar el contacto con lo que verdaderamente somos, lo que mejora nuestra salud física y emocional.

“Aunque nos cueste, no somos hijos de la tecnología, sino de la naturaleza”

“Las empresas sostenibles serán compensadas, las otras desaparecerán”

P. ¿Se refiere al consumo consciente?

R. Exacto. Donde ponemos nuestro dinero, ponemos nuestra energía. Y con ésta se crea el mundo. Si nadie compra un determinado producto o servicio, desaparece del mercado. El consumo consciente parte de la responsabilidad personal (compro lo que necesito y no lo que la publicidad me hace desear) y de la conciencia ecológica (me informo de si lo que compro se fabrica respetando el medio ambiente).

P. ¿Y qué hay de las empresas que los producen y venden?

R. Cuanto más se despierte esta conciencia en la sociedad,

más rápidamente deberán cambiar y evolucionar para adaptarse y sobrevivir económicamente. La revolución está en manos de los consumidores. De ahí que lo mejor que podemos hacer es apoyar el consumo ecológico en toda la gama de productos y servicios que ofrece en la actualidad. Las corporaciones empresariales no se preocupan hasta que lo hacen los consumidores.

P. También dice que por el camino va a surgir la “transparencia radical”.

R. Es el puente que nos permitirá evolucionar hacia el consumo consciente. Cuando la sociedad sepa qué impacto ecológico tiene cada producto que consume, empezará a poder consumir por valores, dejando de hacerlo por impulsos. Así, la transparencia radical nos permitirá advertir las consecuencias de las cosas que fabricamos, vendemos, compramos y descartamos, un conocimiento que va mucho más allá de la zona de comodidad habitual en la que está apalancada la inmensa mayoría de empresas.

P. Así que el futuro pinta verde...

R. ¡Sin duda! La revelación ecológica nos abre un horizonte económico hasta ahora inédito que consiste en implantar una regulación que aporte transparencia al mercado y nos permita conocer el impacto oculto de nuestras compras. De ese modo, los consumidores tendremos una detallada información sobre el impacto de nuestras decisiones, muy parecida a la que emplean los analistas de mercado para ponderar los beneficios y las pérdidas de las empresas. En un máximo de 20 años, las empresas que apuesten por la sostenibilidad se verán recompensadas, mientras que las que se resistan al cambio tenderán a desaparecer. ■

instituto superior de estudios psicológicos **isep** formación **25 años** **UVIC** Universitat de Vic Diploma de Máster otorgado por la Universidad de Vic

¡ÚLTIMA OPORTUNIDAD!
Para colegiarte como Logopeda en el Colegio de Logopedas del País Vasco (BOPV del 1 de abril de 2009)

Máster en Logopedia

MATRÍCULA ABIERTA 902 117 875
Presencial y e-Learning www.isep.es
Barcelona - Bilbao - Madrid - Valencia

BOE 21/05/09

CONVOCADAS 2.055 plazas

Administración del Estado

INSTANCIAS HASTA EL 10 DE JUNIO

Examen a partir del 15 de septiembre

Cuerpos y Plazas Convocadas	
TURNO LIBRE	
Auxiliar Administrativo	1.152 plazas
Gestión	122 plazas
Gestión de Sistemas e Informáticos	38 plazas
PROMOCIÓN INTERNA	
Administrativo	463 plazas
Gestión ACE Y ODA	289 plazas

Examen a partir del 15 de septiembre

Requisitos 2º servicio Auxiliar (Sin prueba de idiomas) (Prueba de Word y Excel 2003)

Aprobados y Destinos Auxiliares del Estado Convocatoria 2008

→ 379 destinos en Madrid

→ 418 alumnos aprobados

OPOSICIONES Más de 3.000 plazas

Comunidad de Madrid

PLAZAS PARA DIPLOMADOS	OTRAS PLAZAS
Gestión de Empleo	Auxiliar de Hostelería
75 plazas	1.414 plazas
Asistente Social	Auxiliar de Enfermería
86 plazas	1.043 plazas
Enfermería	
527 plazas	

Madrid - Barcelona - Valencia - Sevilla - Zaragoza
A Coruña - Santiago - Ferrol - Vigo - Ourense

902 333 543
www.adams.es

ADAMS

instituto superior de estudios psicológicos **isep** formación **25 años** **MATRÍCULA ABIERTA**

Másters

- Psicología Clínica y de la Salud (Puntuable para la Sanidad Pública)
- Psicología Clínica Infantojuvenil (Diploma Oficial por parte de la Escuela de Servicios Sociales y Sanitarios (ESSSCAN) de Canarias)
- Neuropsicología Clínica (Reconocimiento y Soporte de la Sociedad Catalano-Balear de Psicología)

Másters reconocidos de Interés Sanitario por el IES del Departamento de Sanidad y Seguridad Social de la Generalitat de Catalunya

902 117 875
www.isep.es
Barcelona - Bilbao - Madrid - Valencia