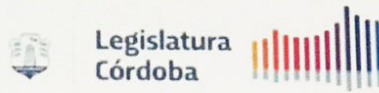


The page features a dark blue background at the top and bottom. A light green, hand-drawn scribble is positioned in the upper right quadrant, and another similar scribble is in the lower left quadrant. The central text is in a bold, dark blue font.

Premisa I



**LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA
DECLARA**

Su adhesión y beneplácito por la publicación “*Premisa I*”, la que reflexiona sobre la incorporación de la perspectiva ambiental en las organizaciones, destacando que la misma se encuentra disponible de manera gratuita en formato eBook.

Córdoba, 1 de diciembre de 2021.-

D-25581/21

GUILLERMO CARLOS ARIAS
SECRETARIO LEGISLATIVO
LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

FRANCO MIRANDA
Legislator Provincial
Legislatura de la Provincia de Córdoba

MANUEL FERNANDO CALVO
VICEGOBERNADOR
PRESIDENTE
LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Este Ebook ha sido declarado de **interés legislativo** por la Legislatura de Córdoba el 1 de Diciembre del 2021.



Premisa

Las organizaciones que existen desde el pasado han tenido la necesidad, y obligación, de realizar ciertas transformaciones en pos de proteger el medio ambiente. Los emprendimientos que surjan en el presente y generen impacto positivo en el sistema vigente (sea sistema social, económico, cultural, político) posiblemente seguirán existiendo en un futuro.

Aquellas transformaciones y aquellos emprendimientos que generen impacto positivo, en el futuro seguirán estando. Si dicho impacto es masivo, entonces el sistema tenderá a la necesidad de transferir tales conocimientos que dan origen a aquellas transformaciones y aquellos emprendimientos; tal transferencia será mediante la educación. Por ende, el surgimiento de transformaciones y emprendimientos que generen impacto positivo en el mundo, provocará que la

educación se haga cargo de que tales acciones prevalezcan, se desarrollen, innoven y sigan siendo incorporadas por la sociedad.

Independientemente de la naturaleza, características y campo de acción de las organizaciones existentes o de los emprendimientos nacientes, los aspectos ambientales serán una perspectiva necesaria en todo futuro.

El siguiente libro plantea reflexiones y conceptos ligados a la sustentabilidad que pueden ser incorporados en todo tipo de emprendimiento u organización.

Rodrigo J. Martínez Goyena

Índice



06. Consumo y producción consciente

09. Creatividad ambiental

Sensibilización y conciencia ambiental

Creatividad ambiental

13. Moral ambiental

15. Mundo organizacional



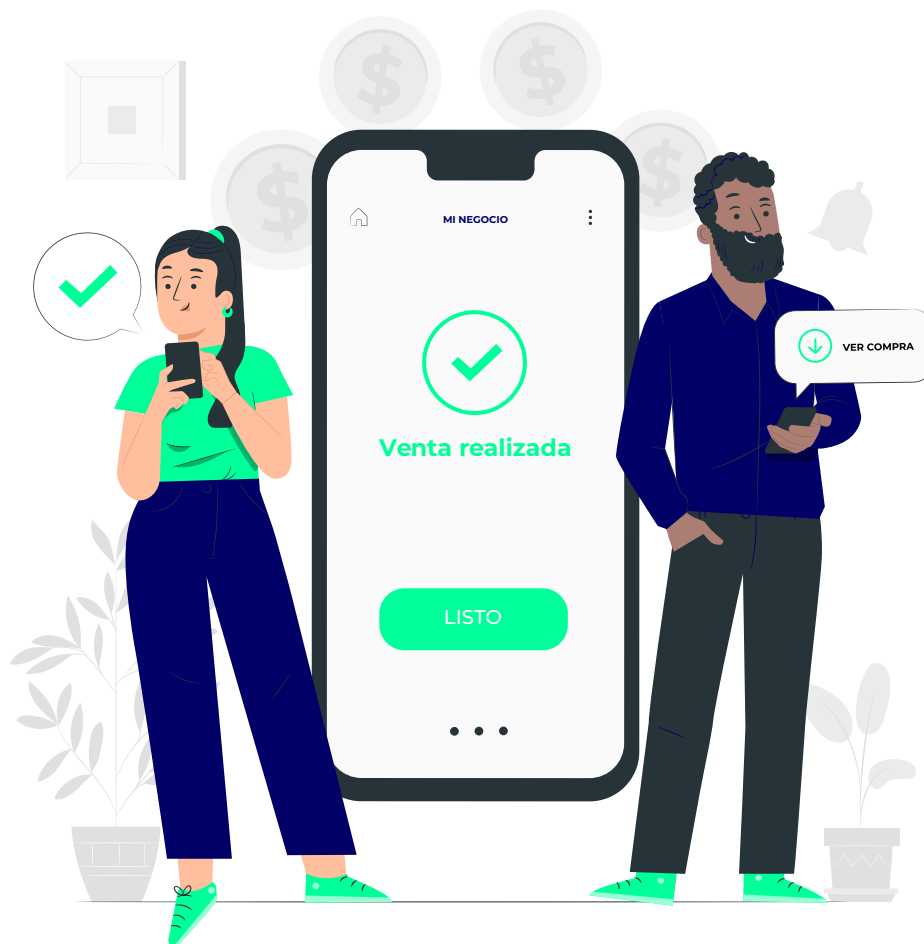
Consumo y producción consciente

Ese café que algún momento estuvo, esa tienda de multi-cosas, ese local de ropa, ya no están. Se fueron. La coyuntura, tal vez, ayudó a esa decisión.

Esa cafetería que cerró su local, ahora, se reinventa en sus puertas adentro; nacen las *Dark Kitchen*. En esa transformación, acceden, aún más, a la integración tecnología. La propuesta funciona, se visibiliza, crece y no tarda en llegar la reflexión acerca para qué necesitan un local al público. El tiempo pasa y la reflexión toma más fuerza.

Cada vez leo más opiniones que cuestionan tener locales físicos. Supongo que, en algún momento de la historia, la expansión y crecimiento iban de la mano de la materialidad; si al café le iba bien, entonces, debía abrir otro local, ampliar el ya presente, o migrar hacia un modelo de negocios de franquicia. Si no lo hacía, a pesar de que le esté yendo bien, entonces, podría “no tener la suficiente ambición para hacer crecer su negocio”. **Y hoy pareciera que el pensamiento se dio vuelta. Pasó a su lado contrario.**

Me animo a decir que, del otro lado de la barra registradora (es decir, las personas que consumen) también hubo ciertas características particulares dentro de este sistema. ¿Cuál es un plan de sábado? Ir a algún lugar a tomar y comer algo. Ir al shopping. Visitar esas calles en donde abrieron nuevos locales comerciales. Me pregunto si en ese accionar había una real intención. Tal vez el comportamiento de la demanda, dentro de este sistema, jugó un rol importante en cuanto que alimentaba esa fórmula exitosa respecto a que “la expansión iba de la mano de la materialidad”. Ese café exitoso, al abrir otro local, ya se aseguraba que personas iban a ir a consumir...porque es lo que las personas hacen. Me pregunto si alguien, en toda esa cadena de decisiones, sea del lado del café o del lado de la demanda, hacía algún párate para preguntar si realmente sentían hacer lo que estaban



haciendo. Esta seguidilla de comportamientos se volvieron hábitos, y los hábitos generaron rutinas. Cada quien, desde su lado, aportaba a que la fórmula funcionase.

Verán, las fórmulas vienen del lado racional, lógico; del pensar. Las fórmulas dan confianza. Permiten planificar, apostar. De a ratos, quizás, hasta generan compañía. Sin embargo, en el accionar no participa solo el pensar sino también el sentir. ¿Realmente quiero ir a tomar ese café el sábado por la tarde? Lo hago todos los fines de semana. Y aquí imagino alguna escena de alguna película en donde el café dijera algo como “no, no pienses. Vení a consumir igual”. Pero es que lo que tambalea la rutina no es el pensar sino el sentir y, por desconocimiento al expresar, el pensar pone en juicio la acción. No se trata de culpar ni señalar. Es lo que venía funcionando y, frente a situaciones de supervivencia,

el querer dominar apunta hacia el no cambiar. En esa transformación que está pasando, aquella que permitió migrar de un local físico hacia el *dark kitchen*, se hallan reflexiones.

Cambiar pensamientos, perspectivas, comportamientos, antecede una reflexión. Tal cambio genera nuevas posturas que, a su vez, genera cambios futuros. Aquí está la pausa. Aquí se halla la verdadera transformación.

Los locales cierran y es una lástima. Las personas son sociales, lo necesitan, pero, tal vez, su rol dentro de tal necesidad estaba siendo desvirtuada por aquellas fórmulas ya predeterminadas. Los locales volverán a abrir pero habrá cambios en su concepción ya que, por mismas características de la coyuntura, quien emprende el local está atravesando cambios. Tal vez vuelvan en cuanto haya una confianza determinada, no en cuanto a la fantasía del

éxito organizacional, sino en cuanto a la confianza e identidad de quien pone en marcha el local.

Y esa confianza vendrá de la mano de las nuevas reflexiones que dan origen a una nueva era de consumo: el consumo consciente.

Quizás, el día de mañana, en los locales ya no se consume de la manera en lo que hicimos durante tanto tiempo. Si el concepto de consumo está cambiando, entonces, podría suponer que su accionar también; y no me refiero a comprar más barato o a elegir opciones ecológicas, sino a lo que las personas sentirán al ir a un local físico. Si el sentir es propio de cada persona, no hay fórmulas que ayuden a predecir ni dominar y, por ende, ni a planificar la manera en que podría emprender un local bajo una fantasía de éxito que generaría que mi proyecto crezca. Frente a tanta incertidumbre, entonces, queda confiar en que lo que cada quien hace y avanzar en visibilizar eso; si tal proyecto confiere una determinada identidad valorable por la sociedad, entonces, no es necesario ninguna fórmula sino simplemente ser. Imaginemos a una persona que, en su casa, hace pizzas muy ricas de una manera muy particular; no en cuanto a condimentos sino en cuanto a su preparación. Tiene gestos particulares, lindos, llamativos; tiene sus rutinas, sus gustos para las ollas, su vestir. Esa persona, un día, decide cocinar la pizza en una plaza. Quienes pasan por ahí ven, frenan, y consumen tiempo. Preguntan si pueden comprar. Les llama la atención. **No les llama la atención la pizza sino la manera en que está siendo preparada; y esa preparación está en manos de una persona. Es la persona quien le concede identidad al hacer. Es así, entonces, cuando nace la producción consciente.**

Al hablar de consumo y producción consciente, lo que percibo es una imposición de criterios. Les dicen a las personas que deben consumir productos más amigables con el medio ambiente,

le imponen tal comportamiento, y, del otro lado, cada quien tiene sus propios criterios, producto de su historia y experiencia, que hace que se comportan de determinada manera. Si acatan tal directiva, entonces lo están haciendo, pero no implica que entiendan ni vean el motivo por el cual lo hacen; lo hacen por hacer. Misma situación puede suceder con quienes producen; les demandan que modifiquen todo para que su producción sea más amigable con el medio ambiente y, del otro lado, tendrán sus criterios por los cuales presentan cierta resistencia al cambio. Pareciera que no hay diálogo sino una imposición de criterios que deriva de aquella relación de conocimiento de la que habló Foucault; el conocimiento implica saber, y el saber implica poder. De nuevo, no hay diálogo sino imposiciones.

Es así como, en otros cambios importantes de la historia, ha interactuado las partes. Cuando las diferencias escalan y termina siendo contraproducente, es necesario la intervención. Es así, entonces, cuando nace la creatividad ambiental.

Creatividad ambiental



Estaba sentado en el edificio de una empresa, esperando que llamen mi número mediante el televisor que estaba prendido. En la sala estaba solo yo. Al mirar al televisor, veo que comunicaban acciones de separación de residuos bajo la frase “conciencia ambiental”; es decir, el mensaje era que la empresa aplicó acciones de separación de residuos en sus edificios y, por ende, está generando conciencia ambiental.

Es necesario diferenciar entre sensibilización ambiental y conciencia ambiental. Voy a explicar cada uno para, luego, derivar en el concepto de creatividad ambiental.

Sensibilización y conciencia ambiental

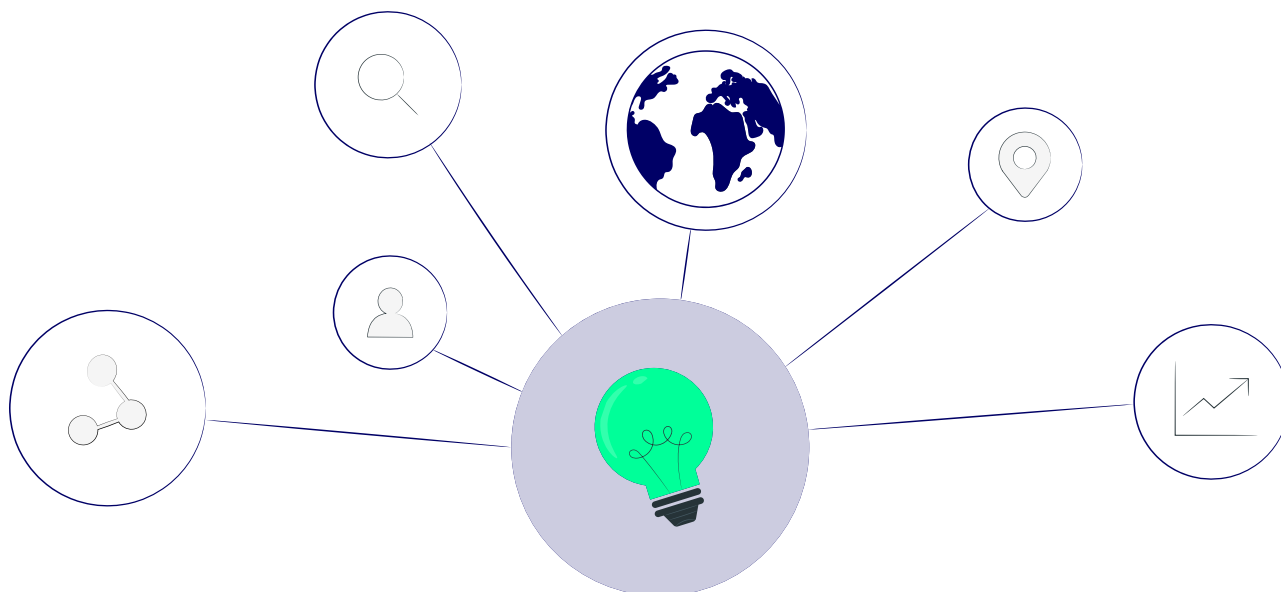
El diccionario digital *Oxford Languages*¹ (el cual proporciona el diccionario español de Google) define la palabra sensibilizar como “hacer que una persona se dé cuenta de la importancia o el valor de una cosa, o que preste atención a lo que se dice o se pide”. Por lo tanto, tomando la relación de conocimiento propuesta por Michel Foucault² en su libro “La vida de los hombres infames”³, quienes acreditan tener los saberes están sensibilizando a quienes son susceptibles de recibir tales saberes; están visibilizando acerca de la importancia o valor de algo.

Hacer, comunicar y visibilizar campañas de separación de residuos, entonces, está sensibilizando a las personas, pero no está generando conciencia. La conciencia viene luego. Una vez que la persona toma conocimiento acerca de la importancia de algo, recién ahí podemos hablar de conciencia ambiental.

¹ <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>

² Filósofo, historiador, sociólogo y psicólogo francés (1926 - 1984)

³ Libro publicado en 1990



Oxford Languages define la conciencia como “conocimiento responsable y personal de una cosa determinada, como un deber o una situación”.

La educación transmite herramientas y recursos a la población en general. Tales elementos, luego, son implementados en la vida de cada persona al ser ejecutados en campos específicos del sentir y del hacer. Por lo tanto, la educación sensibiliza a las personas al poner en manifiesto la importancia y el valor, no solo de cosas, sino también de relaciones, proyecciones, pasiones, motivaciones, y todo aquello que rodea, determina, e influye en la vida de un ser. Cada persona va adquiriendo tales herramientas y recursos para sus comportamientos que, luego, se traducen en rutinas y así en hábitos. Al hablar de hábitos, puedo suponer que son sentires y acciones que cada persona elige de acuerdo a lo que siente que le hace bien, que le suma, que le construye, que está alineado con sus valores. Por ende, hay un compromiso y una responsabilidad frente a tales hábitos; hay una conciencia en ese sentir y hacer. Y en esa conciencia se halla una previa sensibilización de acuerdo a lo que la persona registró, de todos los estímulos presentes en la vida, filtrando y seleccionando aquello que siente ver como importante.

En esa implementación de lo aprendido es donde se halla la producción personal de la verdad; yo

aprendí tal cosa, la puse en práctica, y combiné el hacer (validado mediante el hacer lo aprendido) y el sentir (identifico las sensaciones que siento al hacer ese hacer) siendo así, entonces, cuando una persona sabe algo. Hay una diferencia entre el saber y el entender; el entender no siempre implica saber ya que, el saber, es combinación entre el hacer (entender) y el sentir.

Por lo tanto, mostrar acciones a favor del medio ambiente sensibiliza a las personas al indicar el camino respecto a la importancia de cuidar el planeta y situar el comportamiento de las personas como algo que realmente tiene valor en esa lucha a favor del ambiente.

Frente a tales mensajes, cada persona va registrando y eligiendo aquello que siente que es más importante, aquello que entiende más, aquello que siente más cercano, llevando así a alguna acción; tal acción puede ser un comentario, una asociación sobre algo o alguien que ya conocía o había visto, una determina acción, entre otras cosas. La periodicidad de tal comportamiento (es decir, aquel comportamiento que le sucede a la sensibilización inicial) determina la experiencia que puede ir adquiriendo en ese campo; puede ser que le despierte intereses, pasiones, motivaciones, reflexiones, miedos, preocupaciones, curiosidades, y, al seguir indagando sobre ello, la persona se posiciona en rol proactivo. Tal experiencia, al

incorporarse en la rutina diaria, lleva, finalmente, a una generación de conciencia. La conciencia puede flaquear ya que, a veces, la convicción puede no estar consolidada, pero al menos ya está identificada y descubierta. **Si hay sentires o acciones que juzguen la conciencia, puede llevar a reflexiones que den origen a una posible mutación de esa conciencia inicial dando lugar a más integración entre la experiencia y la conciencia.**

La conciencia pasa a marcar el resto de los sentires y acciones de la persona. Marca un antes y un después. Lo importante es ver que la conciencia es personal; no se puede forzar. Forzar es imponer. Imponer acciones o hábitos hace que la persona haga, pero el hacer no siempre implica entender, y el entender no necesariamente implica saber. Por ende, el imponer genera acciones en el corto plazo haciendo que, si algo en la fórmula inicial (la cual antecede a la necesidad y urgencia de imponer) cambia, entonces, nuevamente debe cambiar la imposición, lo que lleva a un gasto enorme de recursos para, nuevamente, imponer.

La clave está en la calidad de las acciones que componen la sensibilización. Quienes acreditan tener los saberes deben visibilizar las acciones, perspectivas, pensares, mostrando sus argumentos, sus resultados, trayectorias, y todo aquello que permita a las personas entender el porqué de lo que están viendo. Las personas necesitan entender. Ese entender puede o no llevar a la acción, y en esa posibilidad se halla uno de los mayores desafíos de la humanidad que Zygmunt Bauman⁴ menciona en su libro “Amor líquido”⁵: la alteridad, conceptualizándola como la capacidad de ver en otra persona como un ser independiente y, por lo tanto, carezco de la capacidad de controlar o imponer, sino de aceptar tal independencia y vivir en armonía bajo una incertidumbre eterna. Por

ese motivo, mientras más transparencia y calidad haya en las acciones y mensajes que componen la sensibilización, más educación habrá en quienes son susceptibles de recibir tales saberes.

La sensibilización no asegura la conciencia, pero, al manifestar esto, da lugar a mayor campo de acción, mayor creatividad, en todo aquello que involucre la fase de sensibilización ambiental.

Creatividad ambiental

Volviendo al momento en donde estaba esperando ser atendido y veo esa campaña de “conciencia ambiental” en el televisor, me resultó curioso que, frente a comunicaciones a favor del cuidado del medio ambiente, haya un televisor prendido (consumiendo energía) para una sola persona. En una misma acción había demasiados mensajes opuestos.

Entendí que es la manera que han encontrado para organizar sus procedimientos y les ha resultado útil, eficiente, eficaz, y ordenado. Veo que es la manera en cómo vienen haciendo sus cosas, pero eso no significa que no pueda ser modificado en pos de una intención real de cuidar el medio ambiente. Empecé a imaginar otros mecanismos que cumplan la misma función pero que no estén derrochando energía. ¿Qué pasa cuando no hay ninguna persona esperando?

Imaginé que el televisor tenga algún sensor especial que se prenda solo cuando hay personas, movimiento, o cuando realmente alguien debe ser llamado. También imaginé crear algún mecanismo

⁴ Sociólogo, filósofo y ensayista polaco-británico (1925 – 2017)

⁵ Primera edición en español (2005)



semi manual en donde, quienes deben efectuar la acción de llamar a la persona, tiren de alguna soga o algo así y eso materialice el llamado en la sala de espera; me lo imagino como algo muy manual, casero, austero pero posible. La tecnología no solo hace referencia a lo digital sino también a maneras diferentes de hacer algo que ya se viene haciendo. Por esos motivos fue que empecé a pensar en el concepto de creatividad ambiental, lo cual sería una combinación entre consumo y producción consciente, ingeniería, creatividad, innovación, diseño, arquitectura, entre varias disciplinas más.

La creatividad ambiental, en este momento, refiere justamente a descubrir y crear nuevas tecnologías en esas acciones, rutinas, procedimientos establecidos ya son útiles pero que, lamentablemente, generan un derroche de recursos.

Moral ambiental



Podría esperarse, en un futuro, que los aspectos ambientales pasen a ser un derecho como lo es hoy la salud, y las condiciones de trabajo y de vivienda aseguren contribuir al medio ambiente.

Hace cuatro años, cuando empecé a hablar en público, me prometí no ser de esas personas que dice siempre lo mismo en sus disertaciones. Entonces, cada vez que doy una charla, me exijo (y hasta me termino divirtiendo) decir algo nuevo que no haya dicho ni escrito todavía. El 14 de abril pasado, en una disertación, hablé por primera vez del pensamiento de moral ambiental.

En su libro *La vida de los hombres infames*, el filósofo francés Michel Foucault habla sobre una relación de conocimiento que está dada entre personas/instituciones que acreditan tener los saberes, y personas susceptibles de recibir tales saberes. Este vínculo, hoy, dejó de ser de conocimiento para convertirse en una relación de poder. ¿Por qué? Porque, eventualmente, quienes acreditan tener los saberes terminan marcando las reglas del juego: determinan esquemas, procesos y todo lo necesario para constituir un sistema. Por otro lado, quienes son susceptibles de recibir los saberes comienzan a nutrir esos sistemas mediante el hacer. Por ende, esta relación de conocimiento se transforma en una relación de poder con tintes productivos.

Para materializar tal fenómeno, Foucault da dos ejemplos. Uno se dio en el siglo XIX con una rama de la medicina: quienes acreditaban tener los saberes comenzaron a someter/tratar a sus pacientes (personas susceptibles de recibir tales saberes) según sus criterios, al punto de que terminó siendo contraproducente, porque, en vez de ayudar, generaba la enfermedad que buscaba evitar. Por lo tanto, fue necesario comenzar a hacer intervenciones para regular esa relación de conocimiento que ya se había transformado en una relación de poder.

Al segundo ejemplo, Foucault lo visibiliza cuando surge la salud como derecho a quien trabaja. En el sistema laboral, la relación de conocimiento debería ser fluida/genuina, pero se convierte en una relación de poder. Las personas que trabajan/ producen dentro del sistema comienzan a necesitar gozar de buena salud para continuar produciendo. Así surge, entonces, la necesidad de estar bien, corporalmente, para seguir dentro del sistema. Y así fue cómo la medicina se instaure como un derecho dentro del trabajo. Posteriormente, tal fenómeno se materializa en que cada organización debe pagar/aportar un monto mensual por cada persona que trabaja dentro; surgen así las obras sociales, entre tantas materializaciones que el fenómeno trajo. Foucault establece que, en ambos casos, hubo una transformación en la percepción del cuerpo/materia, pero no en la percepción moral. “Mi cuerpo está mal. Necesito estar bien.”

La educación ambiental

El filósofo y ensayista escocés David Hume decía que la moralidad estaba dada por el sentir y no por el pensar. La educación ambiental sensibiliza a la persona consigo y para con su entorno, ya que da herramientas para convivir/aportar/evolucionar junto a la naturaleza; la sensibilización genera concientización. En la exposición a una acción particular, se halla un aprendizaje racional y emocional; la parte emocional es la que permite a las personas interpretar y descubrir respecto a cómo se sienten. Si una persona realiza una forestación, podría tener el aprendizaje racional (cómo hacerlo) y también el emocional respecto a cómo se siente, si le gustó o no, por qué lo hizo, etc. Ese aprendizaje emocional es el que origina el sentir del que habla Hume, que guía la conducta moral. **Si la educación ambiental sensibiliza a la persona y genera aprendizajes emocionales respecto a cómo vivir en armonía**

con la naturaleza, entonces, sí hay un cambio en la percepción moral. Aquellas personas que despierten y se abran a la sensibilización ambiental, luego, no podrán, por ejemplo, ir a trabajar/convivir/socializar con organizaciones/personas que estén dañando (de alguna manera) al medio ambiente. ¿La moral es negociable? La moral colectiva se puede convertir en valores sociales. ¿Los valores son negociables? Esto explica, también, el motivo por el cual los movimientos ambientales toman fuerza colectiva materializada en grupos sociales: sienten, comparten, y viven la transformación moral.

El pensamiento de la moral ambiental

El pensamiento de la moral ambiental se nutre de ambos pensamientos anteriores. Los asuntos ambientales están creando su propio sistema (como en su momento lo hizo la medicina, y luego la manera en que se conjugó con el trabajo). Podría esperarse, en un futuro, que los aspectos ambientales pasen a ser un derecho como lo es hoy la salud, y las condiciones de trabajo y de vivienda acrediten/aseguren contribuir al medio ambiente. Habrá que ver de qué manera se materializa todo esto, pero es de esperar que comience a tener más forma de la que ya tiene. Y, más aún, considerando que **la educación ambiental transforma la moral de las personas, tal combinación dé origen a una nueva manera de crear los sistemas/paradigmas.** A diferencia de los fenómenos explicados por Foucault, nuestro presente está siendo influido por una transformación en la percepción moral: la moral ambiental.

Mundo organizacional

Antes de comenzar a definir los pilares, veo necesario definir lo que considero como Mundo.



Siguiendo con la definición de Mundo previamente dicha, defino al mundo organizacional mediante el uso de la analogía.



Por lo tanto, el mundo organizacional es:

Interacción permanente y atemporal entre las personas que trabajan en el emprendimiento, el propósito del mismo, y la materialización del propósito sentido.

Analizaré tal definición.

Toda organización está compuesta por personas y, por ende, puedo decir que toda organización es humana. Yo no puedo hablar con emprendimientos, con organizaciones, ni con proyectos, sino que estoy hablando/interactuando con personas quienes, en su conjunto, componen organizaciones, proyectos, emprendimientos.

Toda persona, por naturaleza, tiene sentimientos, motivaciones, aspiraciones, deseos, anhelos, sensaciones. Por ende, si esa parte humana no es identificada, interpretada, potenciada, las personas actúan por inercia y, por ende, la organización también.

Cuando el propósito está claro, se lo debe materializar en un qué hacer, cómo hacer, por qué hacer, y esa materialización es plasmada dentro del planeta tierra.

En conclusión, el mundo organizacional de cada emprendimiento está compuesto por las personas que trabajan en él, el propósito personal de quienes trabajan junto al propósito personal/profesional del proyecto y, por último, la manera en que esos propósitos son materializados dentro del planeta tierra.

- **¿Qué pasa si el emprendimiento tiene a las personas, pero no tiene el propósito?**

- **¿Qué pasa si hay mucho propósito, pero falta de personas?**

Sería necesario alzar la voz para contagiar a más personas para que se sumen al proyecto y, de esta manera, apuntar a la escalabilidad.

- **¿Qué pasa si hay personas, hay propósito, pero no hay materialización?**

Posiblemente haga falta un departamento en innovación, haga falta más comunicación entre las personas que trabajan en el proyecto o, bien, haya cierta incongruencia entre los propósitos y lo que efectivamente se está haciendo.

¿Cuál es tu mundo organizacional?



Storillud

ESPACIO EDUCATIVO