

Apunts654C

Els imperdibles de La Confederació

Resum 2020

 **laconfederació**



Apunts654C

Els imperdibles de La Confederació

L'economia i les persones en temps convulsos

Josep Manel Busqueta

Economista i pastisser

26 de novembre de 2020 de 9.30 a 10.45 hores

Plataforma Zoom

Inscripció obligatòria

Amb la col·laboració de:



Idees clau

- L'objectiu de la ponència de Josep Manel Busqueta, amb les seves paraules, "és la de generar debat i reflexió; una ponència que convidi a situar-se en la perifèria, des d'una perspectiva diferent els temps pandèmics que estem vivint i l'Economia Social Solidària".
- La seva visió és la dialèctica. Per entendre els fets concrets, en cal entendre la complexitat de les coses, la connexió entre elles i que el tot està influenciat pel tot. D'aquesta manera podem passar a entendre allò que, de manera quotidiana, ens afecta a les nostres vides.
- La nostra societat, i la Història de la Humanitat, està, i ha estat, regida pel model capitalista, amb un punt fonamental: les relacions econòmiques estan orientades al màxim benefici amb el mínim temps.
- La pandèmia de la COVID-19 ha fet evident moltes de les contradiccions que ja existien en la nostra societat. Sovint sentim que el que cal és salvar l'economia. Però en aquest cas es parla de salvar l'economia capitalista. Aquesta no és una economia sobrenatural, és una creació humana. És una construcció i per tant hi hauríem de poder influir, i poder adequar-la a les necessitats humanes.
- Aquesta economia del capital ens han portat a un creixement obscè de la riquesa mundial: la concentració de la riquesa en mans de molt pocs.
- Genera, també, falsos models d'èxit, ja que no són replicables pel conjunt de la humanitat, amb un alt impacte sobre el medi ambient.
- Abans de la pandèmia l'economia capitalista ja mostrava un estat de salut fràgil. Persones que no poden consumir, menys diners per allò que és públic (sanitat, i s'ha demostrat sobradament amb la COVID-19, educació...), més gent a l'atur, etc.
- El Comerç Internacional ens indica també aquesta fragilitat del sistema capitalista. El Banc Mundial i el Banc d'Amèrica demostren que els nivells d'endeutament estaven més elevats ara, pre-pandèmia, que no pas en 2008, abans de la crisi. El nivell del deute era superior i per tant l'economia no ha estat capaç de refer-se. Tots els indicadors fan palès, segons Busqueta, que la salut de l'economia capitalista és molt feble. El que espera als més vulnerables, és doncs, un trist futur, va reblar el ponent

- Josep Manel Busqueta exposa el concepte de “La Plataforma”: treballar amb grans components de dades, analitzades i refinades i utilitzades per millorar l'extracció de productes i beneficis. Les dades són el nou petroli del s. XXI. La Plataforma utilitzarà aquestes dades en la lògica del capitalisme.
- Hi ha una crisi d'oferta i una crisi de demanda. I una intensificació de la deriva de l'Economia. Yannis Varoufakis, economista i polític grec, recentment va declarar que estava passant un fet extraordinari en la història del capitalisme, ja que les Borses a Gran Bretanya i als Estats Units puguen com mai.
- Busqueta va exposar com alguns autors estudien com l'economia està en la base de moltes malalties, com la grip porcina o aviar, o la crisi de les vaques boges, o l'Ebola, sobretot en l'actual model agroanimal, per intensificar les activitats productives. La pressió humana sobre l'hàbitat natural afavoreix aquest fet: la zoonosi. I aquest model de concentració productiva podria malbaratar la vacuna contra la COVID-19, com ha passat recentment a Dinamarca, amb el sacrifici de 17 milions de vissions.
- La fal·làcia del lliure mercat, segons el ponent, hauria de servir per reflexionar sobre la societat que tenim. El lliure mercat ha significat no disposar d'EPI, de mascaretes, de respiradors, etc. El *just in time* global ha fet que no disposéssim d'allò que necessitem, cosa que és altament contradictòria.
- Amb l'Economia Social Solidària, segons Busqueta, els espais-mercats internacionals haurien d'esdevenir espais de cooperació, no de competència, i per tant podríem disposar d'allò que necessitem els éssers humans.
- Josep Manel Busqueta es va preguntar què hem descobert amb la COVID-19 des d'un punt de vista de l'Economia Social i Solidària, i va desgranar els següents punts:
 1. Compte amb posar per sobre allò privat per sobre d'allò públic.
 2. Enfonsament de la idea de l'individualisme: som interdependents, som ecodependents.
 3. Som el que som gràcies a la nostra societat: ens curem perquè hi ha personal que treballa en això: metges i netejadores. Persones al servei de les persones.
 4. En mesura que reforcem el col·lectiu el comunitari tenim més possibilitats de sobre viure a la pandèmia
 5. Les activitats essencials ho han esdevingut a cop de decret: el que és essencial en el capitalisme és el que produeix beneficis. Hem de prioritzar el que és essencial per reproduir la vida, per garantir la vida, en equilibri mediambiental.
 6. La precarietat augmenta la propagació del virus.

I de la mateixa manera es va preguntar cap a on hauríem d'anar econòmicament:

1. Cap a una Sobirania Reproductiva, transformant el sistema productiu i les relacions socials que aquest produeix, envers una forma de societat que tingui com a objectiu el desenvolupament amb plenitud de les persones.
2. Hem de ser optimistes de la voluntat, el pessimisme ja el tenim. Existeixen possibilitats de fer virar aquesta societat, fent una vida més feliç i alegre. Amb una estratègia compartida i defensada per moltes persones, amb un objectiu: l'estratègia de la sobirania productiva. Un procés que avança cap al canvi del

sistema productiu a tots els sectors (tecnològic, alimentari, cultural, residencial, energètic, etc.), cap a una societat que tingui com a objectiu el desenvolupament de les persones.

3. En definitiva cal democratitzar l'economia, va reblar Busqueta.
- El canvi, de l'economia capitalista a l'Economia Social i Solidària s'hauria de produir, va exposar el ponent per finalitzar, seguint, principalment, 3 passos. El primer amb mirada llarga i inclusiva: un cicle electoral llarg, una estratègia pensada des de baix, però pel conjunt de la societat. El segon, amb molta alça de mires. La visió parcial té poc sentit. S'ha de consensuar elements mínims estructurals que puguin ser defensats per la majoria de la societat, ja que estem en una societat de conflicte, i les més organitzades tenen més possibilitats d'en sortir-se'n. I tercer, i últim, amb una proposta construïda per totes. Curta, amb pocs punts (tindrà més possibilitat d'acord), per poder-la consensuar, per la sostenibilitat, per la vida del futur, i anar a totes. Així es podrà fer incidència política i canviar el futur.



Apunts654C

Els imperdibles de La Confederació

Comunicació política i el poder de la imatge

Patrycia Centeno

Periodista

3 de desembre de 2020 de 9.30 a 10.45 hores

Plataforma Zoom

Inscripció obligatòria

Amb la col·laboració de:



Idees clau

- La comunicació no verbal és de major importància de què ens pensem, o li donem. La paraula, dins de l'impacte del missatge, és només el 7%; un 38% de l'impacte és paraverbal (to, ritme, silencis...), i l'impacte de la comunicació no verbal és el 55%. Per tant més de la meitat és comunicació no verbal: Olors, gestos, posada en escena, protocol, indumentària... El 87% de la informació que arriba al nostre cervell ho fa mitjançant el canal visual. Si ho apliquem a la comunicació política, és allò que no diuen els nostres polítics amb les paraules.
- La comunicació no verbal és un fet d'estudi recent, això explica per què actualment se'n parla tant. Des de diverses religions històricament se'ns ha explicat que tot allò que arriba a través del cos és trivial. Ho podem jutjar positivament o negativament, però per exemple als animals els permet sobreviure, i als humans també. Jutjar per l'aparença física i la comunicació no verbal no sempre comporta un efecte negatiu, però s'haurien de tenir eines per fer-ho correctament.
- El rol d'autoritarisme, patriarcal, està canviant en el si de la nostra societat. Aquesta transformació també l'estem veient en la comunicació política i corporativa. La dicotomia intel·lecte masculí, ciència i representativitat universal, versus cos femení, cultura, estil, formes, emocions i debilitat femenina estan canviant l'escenari social, i per tant comunicatiu.
- Les religions ens han instat a pensar que tot allò que es relacionés amb el femení era dolent: hi ha una sèrie de normes no escrites que ho titllen de superflu i amb menys valor. L'intel·lecte sempre s'ha associat al masculí, com la cultura i la ciència i la femineïtat al que és superflu i dèbil. El 74% dels professionals del Tercer Sector Social són dones i pot ser per aquest fet, el de ser un sector absolutament feminitzat, que no se li doni al Sector el valor que té.
- L'emoció, l'empatia i la proximitat són emocions tradicionalment femenines. La política no es pot moure per emocions, diuen alguns. Aquesta afirmació no deixa de ser terrible, ja que un líder, home i dona, ha de ser empàtic. Si no ho és, es transforma en una bèstia. Tradicionalment als líders polítics se'ls hi deia que no es podien emocionar davant del públic. Aquesta sentència és clarament patriarcal i oposada a l'univers femení. Barack

Obama va ser dels primers líders mundials en emocionar-se en públic, trencant així molts esquemes. A Catalunya ho varen fer Jordi Cuixart i David Fernández. I contràriament al que marca la tradició comunicativa, la vulnerabilitat ens fa forts.

- Hi ha, també, molts lideratges femenins que adopten la versió comunicativa heteropatriarcal, com per exemple els d'Angela Merkel o Hillary Clinton, les quals neguen i s'esforcen a apaivagar les seves emocions en públic. A les dones se'ns ha programat per ser el sexe dèbil; per tant no només ens reprimeix la societat, sinó nosaltres mateixes ens reprimim.
- Hi ha, també, altres tipus de lideratges polítics que juguen amb les pors de la societat per obrir-se camí. Els populismes polítics, doncs, juguen amb les pors, que no són més que frustracions pròpies i alienes. Sovint, i especialment en moments de crisi, econòmica, social, o com succeeix actualment, pandèmica, és molt fàcil de convèncer a certs sectors de la societat a través d'emocions negatives, a través de la por. Els exemples en aquest camp són clars: Donald Trump, Jair Bolsonaro, o al nostre país els neofeixistes de VOX.
- Sorgeixen, com s'apuntava anteriorment, els lideratges femenins, els lideratges "entranyables", en paraules de Patrycia Centeno, que xoquen frontalment amb els heteropatriarcal anteriorment descrits. Un exemple recent és el de la jove congressista nord-americana Alexandria Ocasio-Cortez. D'ascendència llatina, jove, i orgullosa del seu origen, apareix, en una imatge que està esdevenint icònica, vestida de blanc, amb els llavis ben pintats de vermell, absolutament seductora, i unes grans arracades amb forma d'anella, i, el més important, amb les mans sobre el cor. És, sens dubte, una imatge que transmet emoció entranyable. En aquest mateix sentit, Centeno va posar nous exemples: el de la primera ministra de Nova Zelanda, Jacinda Ardern, amb els palmells de les mans oberts, oferint i transmetent confiança a través del gest i la seva indumentària, i l'oposat, el de la icònica fotografia de Margaret Thatcher, seriosa i amb el dit amenaçant al públic, com renyant-lo, amb una imatge i vestimenta masculinitzades.
- Intentar trencar jerarquies, fer-les transversals, que la societat funcioni per propostes i no per ordres, és molt femení. I hi ha dades que refermen que són lideratges més efectius i amb major productivitat, i per descomptat, en els temps actuals de pandèmia, també han funcionat millor aquells països liderats així, ja que molts líders masculins s'han plantejat la crisi sanitària com si fos una guerra.
- L'excel·lència de l'empatia és la serenitat i la tendresa. Si tornem a fixar-nos en el món animal, les femelles són molt tendres amb les seves cries, però en el moment que una cria està en perill treuen les urpes i esdevenen molt perilloses. El protector no és el mascle, és la femella. La veritable elegància és no deixar-se portar per les emocions negatives, va reblar Centeno.
- L'inventor del màrqueting de l'estètica i la imatge ha estat, tradicionalment, l'Església catòlica. La seva posada en escena està carregada de significat, enfocada a transmetre emocions i plena de missatge. En aquest sentit s'ha passat de l'ostentació del papat de Benet XVI a l'austeritat del papat de Francesc II.
- Els següents punts de l'exposició varen versar sobre la imatge, l'estètica i la vestimenta, i de com aquesta comunica coses de nosaltres, i pot servir per a reforçar, o no, lideratges. L'estètica, doncs, és un llenguatge propi. Ens permet identificar-nos amb un

grup, una posició sociocultural, i diferenciar-nos a l'hora. La pluralitat en la indumentària és pluralitat ideològica. En aquest sentit Centeno ens va oferir els següents exemples:

- Steve Jobs, d'estètica minimalista, sempre vestit igual. Com que tenia molt de poder va poder vestir-se com volia, sense seguir els convencionalismes i trencant motlles. Aconsellat pel dissenyador japonès Issey Miyake, ja que Jobs era un gran admirador de l'estètica japonesa, va decidir vestir-se sempre igual. Amb texans Levi's (marca nord-americana per excel·lència), sabates esportives New Balance, i un jersei de mig coll negre, això sí, dissenyat pel mateix Miyake.
 - Mark Zuckerberg, sempre vestit amb texans i samarreta grisa. Però fa uns anys va haver d'anar a un judici i es va vestir seguint els cànons ad hoc: amb vestit i corbata. Amb aquest gest semblava que volia dir: ho sento, m'he sortit de les regles de la justícia i la societat i rebaixant el meu poder, accepto les vostres condicions. La indumentària per tant és una estratègia de comunicació.
 - Centeno va seguir amb altres exemples, com el de l'economista Sala i Martín, i les seves ja famoses americanes de colors o l'exministra Fernández de la Vega, que es va distingir per l'ús de colors llampants, advertint, però que si bé han intentat diferenciar-se amb la seva indumentària, el color pot tenir un hàndicap, ja pot eclipsar el nostre discurs i s'ha d'anar amb cura a l'hora d'utilitzar-lo.
 - Per acabar va destacar el canvi d'imatge de l'actual ministra de Treball, Yolanda Díaz. Amb un lleuger canvi, color de cabell i pintallavis, ha aconseguit transmetre més llum, renovació, credibilitat i transparència.
- Per acabar la seva intervenció Patricia Centeno va exposar, des del seu punt de vista, perquè el Tercer Sector Social és sovint invisible a la societat i als mitjans de comunicació del país. Una hipòtesi seria perquè està molt vinculat al que s'atribueix estereotípicament al rol de dona, a les cures, i a la dicotomia heteropatriarcal i capitalista de tasques reproductives versus productives. Per ser "mirats", ser objecte d'atenció, s'haurien de seguir, entre d'altres, els següents ítems:
 - Diferenciació. Diferenciar-se fa por, sempre seguim els mateixos patrons. És un sector molt feminitzat, dedicat a tenir cura de les persones, i això, sens dubte hi influeix.
 - Sensibilitat. S'ha de tenir cura dels petits detalls, encara que sovint no es pot per manca de pressupost, sobretot en els àmbits de la comunicació i el disseny.
 - Coherència. S'ha de ser coherent i èticament responsable.



Apunts654C

Els imperdibles de La Confederació

Nous lideratges i innovació al Tercer Sector Social

Xavier Marcet

Consultor en estratègia, innovació i
empreniment corporatiu.

17 de desembre de 2020 de 9.30 a 10.45 hores

Plataforma Zoom

Inscripció obligatòria

Amb la col·laboració de:



Idees clau

- A tall d'introducció, Xavier Marcet, va començar la seva ponència, esmentant, com a ferm seguidor de l'ideari de Peter Drucker (1909, Àustria - 2005, Estats Units), que l'important són les preguntes que ens fem i que les organitzacions són comunitats de persones al voltant d'un propòsit comú.
- Tota la vida tenim sensació de viure moments especials, però actualment, amb motiu de la pandèmia de la COVID-19, ningú no ho posa al dubte que n'estem vivint un. És un moment, segons Marcet, amb 4 grans disruptcions singulars, enteses com a ruptures brusques i significatives.
 1. Canvi d'estructura demogràfica: alhora que hi ha una major longevitat de la població, hi ha poca cultura de la vellesa i de la seva cura.
 2. Canvi a les formes de treball: pocs llocs de treball, i feines, són ja per sempre. Canviem de professió i de sector i la previsió és que creixin fortament el nombre de persones autònomes, que treballin per projectes, persones que han de vendre cada dia el seu producte o servei, i que per tant han de ser excel·lent cada dia.
 3. Acceleració tecnològica: l'evolució de la robòtica no comportarà atur, però el Tercer Sector Social ha d'aprendre a utilitzar noves tecnologies. Les persones no som substituïbles, però algunes feines mecàniques es poden robotitzar i ser, per tant, més eficients. El *big data* ens permet tenir unes regles del joc per millorar i la IA (Intel·ligència Artificial) s'ha d'aplicar per millorar també, els serveis i els productes. Quan deixem d'aprendre envellim, va reblar el ponent, però hem de posar-hi actitud i ganes per fer-ho.
 4. Emergència climàtica: és sens dubte un factor de màxima responsabilitat, col·lectiva i individual.
- Aquest seria, per Xavier Marcet, l'escenari del nostre món, l'escenari de la nostra actualitat. A aquesta pinzellada si han d'afegir els lideratges cafrés de molts dirigents polítics. És un món de complexitat, vivim en un segle complex, que genera molts dilemes. Una cosa, un fet concret, que no té una solució perfecta, i això és justament el

que hem d'aprendre a gestionar. Com ara amb la COVID-19, on es planteja el dilema, la dicotomia, entre economia i salut.

- Per mirar de resoldre aquestes complexitats Marcet ens proposa interpel·lar-nos amb preguntes fonamentals, seguint les ensenyances de Drucker, on pren sentit el brainstorming de preguntes, no el d'idees. Saber preguntar forma part de la solució.
- A les organitzacions s'ha de mirar de ser àgils, va afirmar el ponent, i va reblar dient que "quan entra una nova norma, n'hauríem de treure dues, per ser més àgils". La burocratització és doncs el gran perill de les organitzacions, que fa que ens embarranquem i ens enquistem amb els procediments i les estructures. Per gestionar la complexitat, i ser àgil, doncs, s'ha de simplificar.
- Evidentment s'ha de sobreviure empresarialment i s'ha de donar resultats, però no ens podem oblidar de ser ambidextres: de no perdre el focus i d'innovar amb solidesa. Innovació, per Marcet, no significa únicament tecnologia, sinó que la veritable innovació està en la mirada. En les paraules del ponent: "La innovació no està en la tecnologia, la innovació està en la nostra mirada".
- Si la veritable innovació no és tecnologia i està en la mirada, s'observa, en aquest punt, una certa crisi en la planificació. S'ha de passar del pla estratègic a l'aprenentatge estratègic, encara que va admetre Marcet que els humans no sabem viure sense plans, i que en fem perquè no sabem viure, ni fer res, sense ells.
- L'element clau és trobar el propòsit, l'estratègia. Necessitem organitzacions on es faci *strategic learning*, per poder-nos enfrontar a reptes que no sabem encara quins seran, i fer. La clau, per Marcet, està en el fer. Qui fa les coses és qui es diferencia, i qui sobresurt. Per tant no es pot perdre mai la capacitat d'adaptació i no perdre mai de vista que hi ha moments en què un mateix és el seu propi recurs. Parafraçant la cita de John Fitzgerald Kennedy (en la seva presa com a president dels Estats Units el 1961) "No us pregunteu què pot fer el vostre país per a vosaltres; pregunteu-vos què podeu fer vosaltres pel vostre país", no només hem de pensar què fa l'organització per nosaltres, sinó que hem de pensar, també, en què podem fer nosaltres per ella.
- El veritable lideratge, el que triomfa i té futur és "el que creix fent créixer a la gent que tenim al nostre voltant", va afirmar Marcet. Créixer, aprendre a observar, i no improvisar, són les claus dels grans líders. Liderar és servir, va sentenciar el ponent. No posar sostres de vidre, problema que sovint pateixen les dones, i no tenir por que els altres creixin més que tu mateix, són algunes de les actituds que fan gran a un líder.
- Ens hem de preguntar el perquè en una organització no hi ha canvis de persones, el perquè no entra ni surt ningú de l'organització. Aquest fet és preocupant, ja que per sobre de tot s'han de saber crear espais de confiança per multiplicar, ja que quan multipliques necessites entendre que les coses es poden fer igual de bé encara que es facin de manera diferent.
- Per acabar Marcet va remarcar que l'observació és l'important: compartir les preguntes i les mirades. L'observació comporta concentració, i com a societat hem perdut la concentració. Hi ha coses que són bones sent superficials, i altres ho han de ser en profunditat. Observar vol dir mirar a la gent, als ulls. I ara vindrà una època que ens donarà moltes oportunitats per fer-ho, les màquines faran el *big data* i les persones *small data*, a través del nostre esperit crític i capacitat de síntesi, ja que sense focus no tens perímetre, ni poses els factors de diferenciació.



Amb el suport de:

