

Instituciones con Actitud, País con Altitud

Claudia Yorg, Universidad Nacional de Asunción

Buenos días!, si!, a vos que estás del otro lado!!, dijeron que tenía que escribir un ensayo, voy a tratar de hacerlo siendo fiel a mi personalidad y a mi estilo, y, como soy amante del cine, podrás leer expresiones de algunas películas de mi preferencia a medida que transcurre el mismo así como pasajes de algunos de los últimos libros que llamaron mi atención. Que tengas un excelente pasar por estas mil quinientos siete palabras... Espero haber contado bien!!.

DIFERENCIANDO EL “NO QUIERO” DEL “NO PUEDO”

*...“Por supuesto que todos somos diferentes Forrest, si Dios hubiese querido que fuéramos iguales, nos habría puesto a todos aparatos en las piernas”...
Forrest Gump*

¿Qué harías si no tuvieras miedos?, cuando el miedo te impide hacer algo no es un miedo bueno. Avanzar en una dirección nueva ayuda a encontrar un queso nuevo. El cambio es un hecho, el queso se mueve constantemente y tenemos que adaptarnos a los cambios, hoy se necesita gente con una nueva mentalidad, existen muy pequeñas diferencias entre las personas, pero estas pequeñas diferencias constituyen “la gran diferencia”.

Vivimos en un mundo de notables privaciones, miseria y opresión. Hay muchos problemas nuevos y viejos, entre ellos se encuentran la persistencia de la pobreza y muchas necesidades básicas insatisfechas, el hambre, la violación de libertades políticas elementales. La superación de estos

El presente ensayo fue escrito por Claudia Yorg para su inscripción al South American Business Forum 2008, “Fortaleciendo Agentes de Cambio”.

El ensayo ha sido publicado con el permiso de la autora y se permite ser su uso citando el nombre de la autora y al South American Business Forum (www.sabf.org.ar) como referencia.

problemas constituye una parte fundamental del ejercicio del desarrollo, que es un proceso de expansión de las libertades reales del que disfrutaron los indi-

viduos.

El papel de las Instituciones es ayudar, no proporcionar algo acabado, el “no puedo” exige capacitación con urgencia y el “no quiero” pide a gritos que se lo motive en un intento de arrojar luz sobre el subdesarrollo, entendido en un sentido amplio como la falta de libertad.

CATALIZANDO JUVENTUD

*...“Incluso la persona más insignificante puede cambiar el curso del futuro”...
El Señor de los anillos - La comunidad del anillo*

Para afrontar un proceso de cambio se requiere determinación. La necesidad, junto con una actitud mental positiva puede estimular a alcanzar el éxito. El catalizador es un agente químico que al mezclarse con otros provoca una reacción, una transformación, un cambio donde las situaciones que parecen adversidades resultan ser oportunidades disfrazadas.

No solo el comercio ha aprovechado la fuerza de los jóvenes, a través de la historia dictadores con ideas distorsionadas han abusado de la fuerza y la pasión de los jóvenes para cumplir sus propósitos utilizándolos como balas de cañón. Los líderes deben canalizar la pasión de los jóvenes que están buscando un líder para seguir, una pasión para vivir y una meta para alcanzar.

Se debe capacitar especialmente a los y las jóvenes, potenciales agentes de cambio, que marcarán las actitudes medioambientales de las generaciones futuras. Lastimosamente, las cifras nos dicen que más de ciento cuarenta millones de jóvenes llegan a la mayoría de edad analfabetos.

Las Instituciones deben trabajar en la educación formal, la no formal y la educación para el desarrollo y sensibilización, donde hay acciones destinadas a promover un cambio de actitudes de la ciudadanía y esa actitud debe ser una actitud mental positiva!!!.

TRANSFORMANDO AL ESTADO AMERICANO

...“Creo en América”... *El Padrino*

Parece evidente que el desfase entre recursos y gastos del Estado no es imputable a una política asistencial progresiva no financiada. Lo que resulta ya inmanejable en Paraguay es la intervención directa de este en la economía como productor de bienes y servicios además de agente redistributivo, lo que nos deja en jaque.

Se tenía la tradicional receta de cocina que procura deflacionar la política y la economía ante los riesgos de una inflación que carcomería tanto al poder como al dinero. Este camino se intentó con el thatcherismo y el reaganismo, entre nosotros se buscó lo mismo pero de manera más bestial, por vía de las dictaduras militares, pero los problemas no se resolvieron, más aún, esa fue una de las hipotecas recibidas por los Gobiernos encargados de los primeros tramos de las transiciones democráticas.

En la operación perversa de lobbying y presión corporativa, no hay otra resultante posible que una deformación de la intervención estatal, haciendo de éste una máquina prebendalista que asigna privilegios.

Es evidente que el pensamiento democrático latinoamericano se encuentra hoy en una difícil encrucijada. El discurso ideológico que lo nutrió tradicionalmente, que concedía al Estado un rol central como agente de cambio, no se compadece ya con la absoluta realidad, entre otras cosas, porque ese Estado está hoy feudalizado por las corporaciones.

La clave para salir de esa encrucijada es la introducción de una tercera dimensión, que enfrente de manera absoluta lo estatal con lo privado, lo público, un espacio que pueda asegurar una mayor información, participación y descentralización de las decisiones con un tipo de economía de estructura mixta bajo control de la sociedad.

MIRANDO AL MARKETING SOCIAL Y AL PERIODISMO PARA LA TRANSFORMACIÓN

...“Pasea la vista por todo el mundo que te rodea y cambia lo que no te guste”... Cadena de favores

El Marketing es una disciplina que ya excede el ámbito comercial, puesto que su metodología también es útil para detectar y satisfacer necesidades de tipo social, humanitarias y espirituales.

Las Instituciones pueden realizar campañas de cambio social conducido por un grupo de agentes de cambio que pretenda convencer a otros de que acepten, modifiquen o abandonen determinadas ideas, actitudes, prácticas y conductas. Las estrategias incluyen el cabildeo, la publicidad y la recompensa por el cambio deseado.

Como primer paso en el planeamiento estratégico, es necesario contar con una metodología de investigación y a partir de allí planificar las estrategias. Sin una estructura para comprender como las personas toman decisiones y pasan a la acción, será difícil elaborar una estrategia acertada. El proceso es continuo...”Siembra una acción y cosecharás un hábito, siembra un hábito y cosecharás un carácter, siembra un carácter y cosecharás un destino”.

El Marketing social no solamente debe influir en el público- objetivo sino también en quienes están dando asistencia o quienes regulan las actividades. Si se realiza una campaña es necesario que exista un régimen legal adecuado que no ponga obstáculos desalentadores a aquellas personas que desean pasar a la acción. Los resultados son altamente sensibles, comprenden mucho más que los que se fundan en el sector comercial.

En Paraguay, los medios de comunicación son considerados “parcialmente libres”. El noventa por ciento de la población tiene actualmente acceso a algún medio informativo aunque dos tercios del país no lee los periódicos.

Tenemos un ambiente tan convulsionado en cuanto a Periodismo se refiere, ya que su práctica implica el riesgo de convertirse en mártir. Su papel debe ser detectar y acompañar a los ciudadanos en los cambios que buscan. A esto se debe sumar la honestidad, la independencia y un servicio a los valores democráticos: pluralidad y diversidad de opinión y libertad de expresión encontrando un balance en el periodismo de orientación cívica mientras descan-

sa en herramientas de la mercadotecnia para incrementar su circulación. Los medios tienen la capacidad de dar poder a la gente para mejorar sus vidas y sus sociedades.

PASEANDO POR LAS INSTITUCIONES

...“La mayoría de las personas temen el cambio, pero si lo ves como algo con lo que siempre puedes contar puede ser un consuelo, no hay muchas cosas con las que realmente puedas contar”... Los puentes de Madison

Las instituciones con liderazgo y visión vienen a ser agentes de cambio siempre y cuando asuman una combinación de responsabilidad social y equilibrio ecológico, de aprovechamiento sostenible, gestión participativa y valoración con respecto a la cultura local, en un marco legal y político favorable.

Las Instituciones deben tener agentes procedentes del Gobierno y fuera de él, un divorcio entre la realidad compleja de la adopción de decisiones y los códigos normativos empleados para explicar y justificar el Gobierno.

Los agentes pueden trasladar al interior de sus Instituciones los procesos de cambio manteniéndose en los márgenes del Sistema, con escaso reconocimiento por los canales oficiales, porque para ellos el reconocimiento tradicional es irrelevante, pero ofreciéndoles los incentivos adecuados, que en su mayor parte tienen que ver con dos factores: un grado de libertad y autonomía que les permita desarrollar sus proyectos de cambios, y señales paulatinas de que su experiencia se va trasladando a la estrategia externa y la organización interna de la Institución.

TRABAJANDO CON LOS AGENTES DE CAMBIO PARA LA GOBERNABILIDAD

...“Lo que hacemos en la vida tiene su eco en la eternidad”... Gladiador

La bondad del mercado y el ensanchamiento de libertades civiles, es insuficiente para erradicar la pobreza y alcanzar un desarrollo humano sostenible. La nueva óptica, defendida entre otros por el PNUD, habla de gobernabilidad democrática para el desarrollo, insistiendo en que junto a las reformas públicas exista el aumento de la transparencia y el afianzamiento del Estado de derecho, hay que buscar igualmente la equidad social, la participación ciudadana y el consenso.

Contrariamente a otros países en la región, Paraguay apenas ha llevado a cabo pequeñas transformaciones en el sector público, a pesar de la manifiesta ineficiencia, politización y corrupción que lo caracteriza, avanzando a un ritmo muy lento y con frecuentes retrocesos.

Se debe identificar y fortalecer a los aliados del cambio, aquellas Instituciones que ayudarán a transformar la sociedad con la proliferación de foros como este deliberativos, redes y asociaciones. Al ganar Fernando Lugo las elecciones pasadas tenemos a todo el MERCOSUR gobernado por la izquierda... ¿Algo más que decir?... No.

Cuando llega una acción deseable dígo: ¡Hazlo ahora!, el “ahora” hay que apresarlo antes de que se presente el “ayer hubiera podido”. El ingrediente mágico es la esperanza.

BIBLIOGRAFÍA

- Desarrollo y Libertad, Sen Amartya.
- ¿Quién se ha llevado mi queso?
- Proyecto CEPAL/DAW/Naciones Unidas para el desarrollo
- Actitud mental positiva, Napoleón Hill, W. Clement Stone
- Artículo de Nueva Sociedad de Juan Carlos Portantierro
- Ensayo “Hacia un Paraguay gobernable: trabajando con los aliados del cambio”, Jesús Quintana
- Piense y Hagase rico, Napoleón Hill
- Página web de “Comunidar”
- El buen Gobierno como teoría: cinco propuestas, Ferry Stocker