

RSE y el semáforo

Por Fernando Solari*



La RSE [Responsabilidad Social Empresaria] tiene que ver con la forma en que logramos cambios de valor que mejoran a la comunidad de la que formamos parte.

La forma de generar un vínculo positivo con la comunidad de la que formamos parte suele ser la de intervenir frente a un problema o necesidad que detectamos en la comunidad y a través del cual nos mostramos sensibles, atentos, realistas y dispuestos a actuar tomando partido del lado de la comunidad, como corresponde.

En este terreno no suele haber diferencias de forma sino simplemente variaciones -sutiles o no- en el cómo tomamos partido.

La tendencia predominante es la de poner el problema en evidencia respondiendo a la creencia de que si el problema se expone con claridad y amplitud no podrá ser ignorado por la comunidad cuando en realidad la comunidad evita todos aquellos problemas que no puede -o no sabe cómo- resolver.

Un problema que perturba a la comunidad puesto en evidencia solo permite incrementar la perturbación. La presencia de un problema irresuelto genera angustia y las personas contamos con una protección automática -natural y benéfica- que nos lleva a ignorar aquello que no podemos resolver y cuya presencia desbordaría nuestra capacidad aceptable -y manejable- de angustia.

No significa que seamos buenos o malos; esto forma parte de nuestra humanidad y es uno de los mecanismos que nos permitieron -en buena medida- sobrevivir por milenios.

Los cambios no suelen ocurrir por oposición ni por prohibición sino por comprensión de los mecanismos que los generan; entenderlos y ponerse a favor para llevarlos hacia el lado donde se transforman en valor.

Ejemplo a favor

Los accidentes de tránsito son cada vez más cercanos a la epidemia y con un alto porcentaje -creciente- de peatones que se ven involucrados en ellos por ignorar las señales de tránsito y las claras indicaciones relacionadas.

El semáforo peatonal y su mimetización con el escenario donde está emplazado lleva a que cada vez sean más personas las que lo ignoran sin dejar muchas chances para los intentos por

revertir esta situación. Intentos que se concentran en “combatir” el problema insistiendo en la prohibición y en la “concientización” del equívoco y sus consecuencias.

Hasta que llegó el “semáforo danzante”, una experiencia llevada a cabo en Lisboa donde pusieron un semáforo peatonal con leds conectado a una cabina donde se invitaba a la gente a bailar tomando su imagen y transmitiéndola en directo a través de la silueta roja del semáforo peatonal de forma tal que cuando se ponía en rojo el muñequito copiaba el movimiento de quien estaba en ese momento bailando.

La experiencia parte de considerar que a las personas no les gusta esperar y, en vez de oponerse haciendo más estricta la exigencia frente al semáforo toman el camino contrario y les ofrecen entretenerse durante la espera, los resultados que señalan haber obtenido son de un incremento del 81% en quienes han esperado a que el semáforo les ceda el paso para cruzar [el video se encuentra con facilidad en YouTube: “The Dancing Traffic Light” ya superó los 3 millones de vistas y cuenta con subtítulos disponibles en español].

La evidencia que deja esta experiencia es que los cambios se producen cuando nos ponemos a favor de las personas y las tenemos en cuenta en vez de oponernos y aumentar la rigidez. Aunque tengamos la certeza -y las evidencias- de estar en lo cierto con lo que intentamos prohibir -o dificultar- el cambio solo es posible valorizando y enriqueciendo la solución en vez de mantener el foco sobre el problema.

*fernando@solariscope.com