



# Enseñar a trabajar

*¿Qué misión le debería tocar actualmente al área de Acción Social de cualquier Comuna o Municipalidad, sino enseñar a trabajar, a recuperar los talentos perdidos, a conocer aptitudes y a potenciar las capacidades de sus miembros?.*

 **Conciencia**  
*Una mirada profunda*

# La música como instrumento terapéutico

ELABORACION: Marcela Carletta  
FUENTES: D.P.A. Reuters

Distintos instrumentos musicales fueron utilizados a lo largo de la historia como elementos que no sólo deleitan sino que tranquilizan en situaciones de estrés o depresión, al punto que diferentes investigaciones derivaron en la implementación de este arte en tratamientos psiquiátricos y psicológicos. Los expertos parten de la base de que *«una persona con dificultades a nivel psiquiátrico o psicológico está aislada del resto, y la música, el sonido, el movimiento, son formas que facilitan que se conecte más con un grupo»*, aseguró el musicoterapeuta Carlos Butera, especialista del Hospital Braulio Moyano, de la Capital Federal. En este sentido, precisó que la musicoterapia, una disciplina que acompaña distintos tratamientos, *«es un medio para que la persona exprese cuestiones personales que no se pueden formular a través del lenguaje»*.

Para esta práctica, se tienen en cuenta *«todos aquellos elementos que configuran el patrimonio cultural musical de la persona o del grupo, y a través de ello se promueve la comunicación y la expresión»*, añadió.

Esto ubica a los individuos dentro de un contexto, una cultura y una historia, aspectos que vinculan a la persona con determinados sonidos, instrumentos y expresiones musicales, en tanto, por otro lado están los efectos físicos y químicos que puede llegar a producir la música.

*«Es cierto que la música calma, que el sonido produce efectos físicos y químicos; si escucho una música que me relaja va a generar la secreción de endorfinas, y por lo tanto calma, pero tiene que*

*Este aspecto de la música, encarado científicamente como práctica curativa y trabajo interdisciplinario tiene aún una corta historia en el país y en el mundo, pero su antecedente son las distintas experiencias culturales que datan de épocas remotas.*



*ser una música que me relaje»*, dijo Butera.

## No es la música la que cura

El coordinador del equipo de Musicoterapia del Centro de Salud número 1 de la Capital Federal, Rubén Gallardo, puntualizó que *«no es la música en sí lo que cura sino su*

*utilización como herramienta de cura; generalizar la idea del valor curativo de un estímulo musical puede ser peligroso»*.

*«Una persona depresiva, por ejemplo, puede llegar a profundizar su depresión al conectarse con situaciones que en otro momento fueron placenteras»*, añadió tras resaltar los efectos que se obtienen en la clínica con la musicoterapia.

Pero el aspecto vinculado a lo físico *«aún no está muy investigado»*, dijo Butera tras señalar que por ejemplo *«es probable que el arpa produzca efectos físicos, y que tenga que ver con determinadas frecuencias, con cuestiones propias del instrumento»*.

El ejemplo se remite a recientes estudios de psicólogos y médicos norteamericanos que aseguran que los sonidos que produce el arpa son capaces de calmar ansiedades y dolores del cuerpo, ya que *«la música del arpa tiene propiedades curativas que son únicas»*.

Acera de los sonidos del arpa y desde el aspecto estrictamente musical algunos directores orquestales aseguran que el sonido de ese instrumento es *«básicamente sedativo por su tonos tenues»*.

*«Es verdad que el sonido que produce el arpa es tenue y aterciopelado y puede generar una sensación sedativa»*, aseguró, el licenciado en Música Eduardo Pugliese, quien, además se desempeña como coordinador de la orquestas juveniles del Consejo del Menor y la Familia.

En tanto, Butera manifestó que en general lo que él observa en su práctica es que acá *«los pacientes se vinculan más con los instrumentos de percusión»*.

Remarcó inclusive que las tendencias en el mundo respecto de esta disciplina *«no van en dirección a lo físico del sonido sino a lo cultural, hacia lo expresivo y comunicacional a través de códigos musicales propios»*.

## Las insoportables ojeras

Maquillajes, trucos, conjuros, todo para tapar las realmente insoportables ojeras. Hoy, a fin del siglo, los aliados de la belleza presentan cremas que, en lugar de disimularlas, permiten suavizar su apariencia.

Las sombras oscuras que se forman debajo de los ángulos externos de los ojos se deben a una mayor acumulación de **melanina** en esa región. Esa hiper pigmentación es común en las personas de tez morena o en aquellas de piel clara, propensas a la formación de pecas.

La **herencia genética y racial**, el **sol** y el **paso de los años** también cons-

piran en el reinado de las ojeras.

Stress, falta de sueño y el consumo exagerado de cafeína agravan las áreas oscuras que se forman en el ángulo interno de los ojos.

En materia cosmética, ahora se puede optar por productos de primera línea que presentan un complejo de ingredientes que al actuar brindan una apariencia más firme y joven en esa delicada área. En ese "mix" no pueden estar ausentes las vitaminas C (sobre todo por las propiedades aclarantes que regula la producción de melanina); E y A (combaten los radicales libres y previenen la aparición de líneas de



expresión); K (necesaria para el proceso de coagulación sanguínea); un ingrediente suavizante y extracto de levadura (vital para los orientales, mantiene la piel joven y blanca como una porcelana, estimula la utilización del oxígeno e hidrata).

## Los tesoros literarios en lengua española al alcance de todos

En «[www.cervantesvirtual.com](http://www.cervantesvirtual.com)» están a disposición de los navegantes más de 2000 obras clásicas. El objetivo es llegar a 30.000 obras en cuatro años.

(Telam-SNI). Largamente esperada por los círculos académicos de todo el mundo y por los aficionados a la lectura, llegará a Internet la primera biblioteca virtual de en lengua española que albergará los tesoros literarios de ambos lados del Atlántico.

De la mano de la «Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes» en «[www.cervantesvirtual.com](http://www.cervantesvirtual.com)», se puede acceder a más de 2.000 textos íntegros de obras de autores clásicos españoles y latinoamericanos desde sus orígenes hasta el siglo XIX. El acceso será gratuito.

Se encuentran desde obras de los Cronistas de Indias hasta el movimiento modernista, así como textos científicos, tanto de autores de renombre como de otros menos conocidos o difundidos e incluso anónimos.

Quevedo, Leopoldo Lugones, Alejo Carpentier, José Asunción Silva, Juan León Mera, Sor Juana Inés, Delmira Agustini, Rubén Darío y José Eustaquio Rivera, son algunos de los nombres y obras al alcance del curioso.

Además, con el propósito de incluir obras del mundo hispano sin que tengan que estar necesariamente escritas en español, la propuesta incluye también varios códices precolombinos, que desde del próximo otoño (boreal) se ofrecerán al internauta en formato gráfico.

Esta iniciativa, que pone al alcance del mundo entero las obras de unos 400 autores en español, nació hace un año en los claustros de la Universidad de Alicante (España) con el auspicio del Banco Santander Central Hispano.



no; tiene como objetivo llegar a 30.000 obras en los próximos cuatro años.

Esta biblioteca, la línea del «Proyecto Gutenberg», de características análogas para el inglés, con el que ya se establecieron algunos enlaces para ampliar los horizontes de la misma.

## Regalos por Internet

**PALO ALTO (EEUU).** ¿Cansado de regalar camisetas o bolsas en las fiestas de su compañía? ¿Puede recordar cuántos calendarios le regalaron en su vida? ¿Quiere usted recibir ayuda sobre qué normas de etiqueta del regalo se debe seguir en Japón?

Una nueva firma de Internet, **BravoGifts.com**, está tratando de inyectar mayor creatividad en un segmento de la industria a veces descuidado: **el negocio del regalo.**

«La gente está aburrida con las bolsas, las flores, las cestas de regalo y el vino», dice la fundadora y presidenta de BravoGifts Allyson Campa, quien recuerda que le vino la idea después de pasar tres horas en un centro comercial en busca de un regalo original para una colega.

Si los consumidores encuentran que es un gran trabajo ir de compras para los suyos ¿de dónde van a sacar el tiempo para localizar el regalo perfecto par un compañero de trabajo?

El sitio de BravoGifts Web ofrece todos los regalos habituales que van desde las camisetas hasta las flores, pero también da la oportunidad de comprar algo más original, como entradas para el teatro o espectáculos deportivos, servicios de mejoramiento de la silueta o lecciones de golf.

Otras características incluyen consejos para la etiqueta del regalo en diferentes industrias y una «Bravo Select» que permite al receptor elegir entre varias opciones de regalo.

BravoGifts dice que el negocio del regalo es una industria de unos 20.000 millones de dólares al año en Estados Unidos y que está actualmente pobremente servida y a la que le falta un líder consolidado. Dice también que su audiencia favorece al comercio online y no se preocupa mucho de los precios porque los regalos son normalmente parte de gastos empresariales.



## GREENPEACE



No hay tiempo que perder



### SUMARIO

Conciencia

Edición N° 218 - 20/08/99

El Informe Diario



- 2 Mujer  
La música como instrumento terapéutico
- 3 Internet  
Los tesoros literarios en lengua española al alcance de todos
- 4 - 5 Charlando con Empresarios  
Convirtiendo la estrategia en acción ( parte II)
- 6 - 7 Reflexión  
La acción Social en tiempos de ira
- 8 Colorín Colorado

DIRECTOR:  
Jesús Vallortigara

COORDINACION GENERAL:  
Clara Baravalle

ARTE Y DISEÑO:  
Cristina López Neri

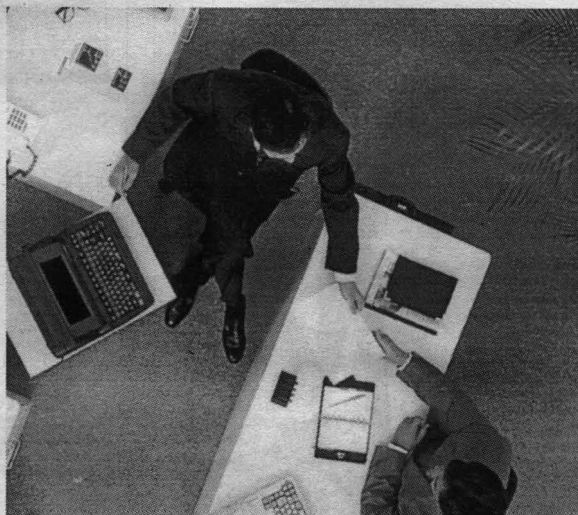
El material puede ser reproducido citando la fuente. Las colaboraciones no necesariamente reflejan la opinión de la dirección de la revista.

Revista Semanal editada por EDIN S.A.  
HIPOLITO YRIGROYEN 1346 - Telefax (03462) 421155 - 430031  
VENADO TUERTO (Pcia. de Santa Fe) - Rep. Argentina

# Convirtiendo la Estrategia en Acción (II)

En nuestra charla anterior definimos algunos pasos imprescindibles para desarrollar un replanteo o reenfoco de nuestra estrategia.

- Revitalizamos o reescribimos nuestro sueño, nuestra Visión: qué pretendemos con nuestra actividad, como requisito imprescindible para tener un Norte claro y transmisible. A esto lo denominamos tener una **visión transmisible**.
- Analizamos nuestro negocio desde la perspectiva de los clientes, para tener claro: **¿en qué negocio estamos?**
- Revisamos la necesidad de tener un panorama nítido de en qué contexto competimos, analizando nuestra **competencia directa, nuestros competidores potenciales, nuestros proveedores, los posibles sustitutos de nuestros productos, nuestros complementadores y nuestros clientes**.
- Mencionamos la necesidad de definir los **factores críticos de éxito** de nuestro negocio, pero no desarrollamos este punto.



## ¿Qué significa detectar los factores críticos de éxito de nuestro negocio?

Toda industria o rubro de actividad tiene definidas, por la práctica y las exigencias del mercado, ciertos factores elementales, que son imprescindibles para poder desarrollar esa actividad con cierta posibilidad de éxito. Que los denominemos elementales o básicos no significa que sean de poca monta. Por ej. La modernización de los locales comerciales dentro de ciertos parámetros, la necesidad de actualización tecnológica en toda industria, la necesidad de cubrir ciertos requisitos básicos de calidad en servicio o productos, no son datos menores, ni implican poca inversión o atención. Pero son los requisitos básicos para "estar" en ese negocio. A ningún comerciante se le ocurriría abrir un negocio con las condiciones de instalación de hace treinta años, o, en otro rubro, ningún industrial puede pensar en desarrollar su actividad con los niveles de stocks de treinta años atrás, o con grandes dispersiones en la calidad de sus productos. La habilidad de cubrir estos requisitos básicos es la condición necesaria para estar en ese negocio. Pero no es suficiente para destacarse o tener éxito en el mismo.

Lo que debemos esforzarnos en descubrir son aquellos factores en los cuales podamos **diferenciarlos**, sobresalir o innovar dentro de nuestro rubro de negocios. No olvidemos que hacer estrategia es, siempre, pensar en tres factores simultáneamente: nuestra

empresa, nuestros competidores y nuestros clientes. (**Cuadro 1**)

Nuestros factores críticos de éxito serán aquellos que nos diferencien de nuestros competidores, ganando la preferencia de nuestros clientes actuales y potenciales.

Retomemos el ejemplo de nuestra heladería. Los factores básicos podríamos enumerarlos como sigue: un local, con presentación moderna, ubicación, etc. Maquinaria y conocimientos para producir helados de cierto nivel de calidad y precio (de acuerdo al mercado en el que estamos y pretendemos atender), cierta variedad de gustos, cierta calidad de atención al cliente y, como base, cierta sanidad en el manejo de las finanzas de un negocio fuertemente estacional. Todo esto nos está casi impuesto por las condiciones de mercado (demanda de los clientes para comprarlos).

Ahora bien, definimos nuestro negocio como "un paseo agradable de bajo costo" y "entregar un producto que valore una reunión familiar en invierno". Desde aquí debemos tratar de encontrar nuestros factores críticos de éxito.

Por ejemplo: Poder anticipar las tendencias de "moda" de nuevos gustos (las mousse frutadas o los helados de agua, las cremas con crocantes o nuevos chocolates, los helados diet) Esto será crítico para sorprender a mis clientes en cada nueva temporada.

Ser muy eficientes en el envío a domicilio (para poder educar a mis clientes en el consumo de helado en invierno). Cómo agrego valor al "paseo" (incorporo café para que los que no toman

helado tengan otra opción, o jugos de fruta o.....). Cómo sorprender con actividades agregadas al paseo (eventos, pequeñas sorpresas, días especiales, etc.). Un nivel especial de atención al cliente (conocer sus nombres, conocer sus gustos, recomendar o hacer probar novedades, etc.).

Por qué los denominamos críticos. Porque estimo que si consigo concretarlos consigo diferenciarme de otros competidores.

Para cada actividad deberemos encontrar y definir claramente estos factores. Una advertencia, no deberían ser más de 4 o 5, si son más, es posible que estemos confundiendo requisitos básicos con factores críticos.

Y, si llegamos hasta aquí, casi sin darnos cuenta, estamos definiendo nuestras **METAS (Cuadro 2)**

Veamos: En la columna **Mercado**, queremos estar permanentemente actualizados con las tendencias de moda, queremos innovar permanentemente en agregar valor al paseo y pretendemos ser los mejores en entrega a domicilio.

En la columna **Operaciones**: deberemos ser muy buenos en la detección y elaboración de nuevas fórmulas "de moda". Deberemos ser muy exigentes en nuestro proceso de entrega a domicilio. Deberemos ser muy buenos manteniendo la calidad de nuestros productos.

En la columna **Organización**: deberemos capacitar a nuestra gente en la atención al cliente, deberemos retener a nuestros empleados para que conozcan personalmente a nuestros clientes, deberemos capacitarlos perma-

nentemente en la forma de producir, para garantizar la estabilidad de calidad de nuestros productos.

En la columna **Finanzas**: deberemos garantizar los fondos para poder viajar o informarnos de las tendencias de "moda". Deberemos garantizar un ajustado análisis de nuestros costos de envío a domicilio. Deberemos garantizar cierto margen para reinversión en maquinarias y cierto margen para capacitación.

Y en la columna **Entorno** (que hasta ahora no la habíamos tocado): deberíamos establecer objetivos de trabajo en conjunto con colegios, otros negocios con que podamos potenciar días especiales (del niño, de la madre, de la abuela, etc.) o eventos en los cuales deberíamos participar para aumentar nuestra presencia.

Si pasamos estos elementos al cuadro (**Cuadro 2**) que simplificamos para poder trabajar en él, nos damos cuenta que estamos en el primer escalón del desarrollo de nuestra estrategia.

Ahora entramos en un paso difícil, que nos va a llevar a un par de ensayos y errores, casi con seguridad. Tenemos que encontrar **Medidores** objetivos que nos permitan detectar si estamos consiguiendo esas metas que nos propusimos y que nos avisen con tiempo si lo estamos logrando o no. Este aspecto de que nos "anticipen" si lo estamos logrando o no es, vital. Porque nos van a permitir modificar nuestros esfuerzos "antes" de cerrar el balance. Este último, es una buena descripción de lo que pasó con nuestro negocio. Pero, en tiempos de cambios rápidos, puede tener cierto carácter de autopsia. Necesitamos información que nos induzca a cambiar durante el día a día o, para hacerlo operativo, a lo sumo mes a mes.

Tomemos una columna y tratemos de definir para ella algunos medidores.

Tomemos la columna **Procesos**: estamos en el terreno de los medidores duros de calidad.

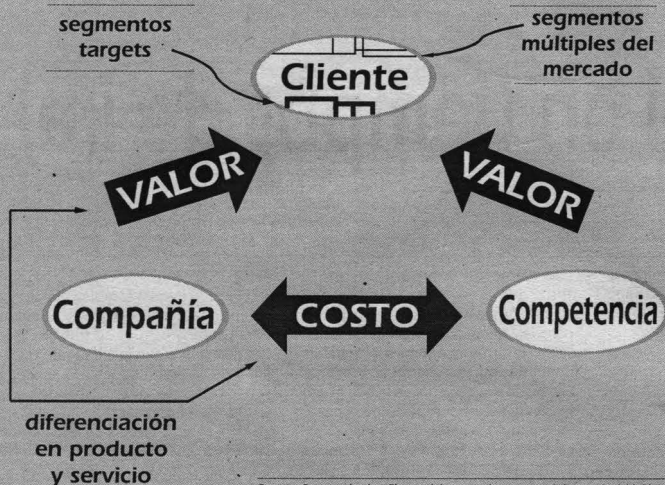
Algunos podrían ser:

- ¿Cuántas entregas a domicilio fueron hechas fuera del tiempo estipulado (por ej. 20 minutos)?
- ¿Cuántos reclamos telefónicos tuvimos por errores en los gustos enviados?
- ¿Cuántas desviaciones de cantidad de insumos por kilos producidas tuvimos?
- ¿Cuántas pruebas nos lleva "conseguir" un gusto nuevo? Etc.

¿Por qué es difícil establecer Medidores? Por dos motivos básicos.

Primero porque debemos tener establecidos procesos claros que sean medibles. Práctica no demasiado frecuente en algunos negocios. Y, si los

## EL TRIANGULO ESTRATEGICO



Fuente: Extractado de «El arte del pensamiento estratégico» - Kenichi Ohmae

Cuadro 1

tenemos, ser metódicos en el sistema de medición.

Un principio básico de la calidad es: mida todo lo que pueda. Pero, y esta es la segunda dificultad, no siempre es fácil detectar qué es lo que debemos medir o, más claramente aún, si lo que estamos midiendo nos dice realmente lo que queremos saber.

Si conseguimos determinar algunos medidores claves, éstos nos podrán ir indicando si estamos cumpliendo con nuestras metas. Por ejemplo si convertimos nuestras metas anuales a mensuales. Si alguno de esos medidores nos dice que no lo estamos logrando, automáticamente se convierten en inductores de mejoras a realizar.

Un tema adicional, cuando estos medidores no existen, es determinar, inicialmente, en qué indicadores estamos. Por ej.: hoy tenemos 5 entregas

mensuales fuera de los tiempos establecidos. Queremos llegar a 2 en los próximos seis meses. Esto define mi **Nivel Actual**, medido, y mi **Nivel Ideal**, buscado.

Armar los medidores para todas las columnas no es tarea fácil, lo recomendado es ir tomando una por una, con tiempo, e ir trabajando con los colaboradores que mejor conozcan cada uno de los aspectos a definir. Antes de fijar las Metas y sus Medidores, es de suma importancia controlar el impacto sobre otras áreas, dado que nuestra empresa es un todo interrelacionado.

Una vez establecidas las Metas y Medidores, el paso siguiente es establecer las **Estrategias Clave** para alcanzarlos. Pero esto lo seguimos charlando en la próxima.

COLABORACION:  
Jorge A. Barili

Titular de la  
Consultora  
«Barili &  
Gorostiaga»

ELABORACION:  
Cristina López  
Neri

## Una mirada INTEGRADA de la empresa

Cuadro 2

¿A dónde queremos llegar con la empresa? (¿cuál es el «sueño»?)

¿Con qué valores vamos a hacerlo?

Mercados y ventas	Operaciones Procesos y tecnología	Organización Nuestra gente	Resultados	Entorno: Alianzas, regulaciones	Factores críticos de Éxito
Medidores	Medidores	Medidores	Medidores	Medidores	
Estrategias claves:	Estrategias claves:	Estrategias claves:	Estrategias claves:	Estrategias claves:	

Envíe su comentario a: **Conciencia**  
«Charlando con Empresarios»

e-mail: bar\_gor@formared.com.ar  
Tel-Fax (011) 4833-2162  
e-mail: elinforme@arnet.com.ar  
Fax (03462) - 43 74 00

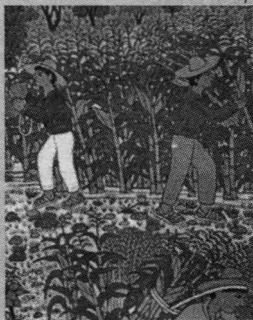
Por correo o personalmente  
**Hipólito Yrigoyen 1346**  
(2600) Venado Tuerto  
Provincia de Santa Fe

## Siete prácticas de organizaciones exitosas

1. Seguridad en el empleo
2. Selección muy selectiva
3. Equipos y descentralización en la toma de decisiones
4. Remuneración alta y en función de los resultados
5. Capacitación, capacitación y capacitación
6. Reducción de barreras de lenguaje, vestimenta, arreglos de oficinas y proporción de diferencias salariales entre niveles
7. Información financiera y de resultados compartida a lo largo de la empresa

Fuente: Jeffrey Pfeffer: *The Human Equation*, Harvard BSP, 1998

# La Acción Social en tiempos de ira



*Hubo tiempos en que el área de Acción Social de los municipios y de las comunas paliaba las necesidades de las familias más carecientes, tapando emergentes de mayor o menor tamaño, según los daños que presentaba el tejido social de la comunidad. No acudían multitudes. Actualmente, con un tejido prácticamente destrozado, la Acción Social es insuficiente, más aún si se transforma en un ente puramente asistencialista. No vendría mal un imaginativo aggiornamiento.*

**E**l asistencialismo puro, sin otra exigencia que la de un cuerpo sano demandando y demandando sin solución de continuidad a raíz de las políticas económicas implementadas en el país, termina inhibiendo la capacidad de trabajo de quien demanda, hasta hacerla desaparecer.

Si nos detenemos a observar las causas que llevan a los individuos a acercarse al área de Acción Social, nos enteraremos de que, o son familias uniparentales numerosas (madre soltera múltipara, o un padre que no aporta presencia ni sustento); o familias completas cargadas de hijos, en donde al padre le es imposible sostener por sí solo tan siquiera las necesidades primarias, y ni hablar de las secundarias; o individuos que conviven con miembros no aptos para el trabajo (enfermos crónicos, discapacitados, víctimas del alcoholismo, etc.)

Por lo general, quienes reciben ayuda de la acción social comunal o municipal, comparten un síntoma y un denominador común. **El síntoma** es la falta de trabajo y encima, desconocimiento acerca de cómo autogestionarse. **El denominador común** es la falta de voluntad para trabajar, por haber perdido el hábito de hacerlo.

## De estrategia para mitigar a estrategia para 'untar'

Todos sabemos de dónde desciende el asistencialismo.

Desciende de la mano de una mujer que se llamó Eva Duarte, careciente de un padre presente en su niñez, careciente de recursos económicos y de identidad familiar -siempre paternapor haber nacido en el seno de una familia atípica, a la sombra de lo que las malas lenguas llamarían 'irregularidad matrimonial'.

Esta mujer varias veces humillada por adultos castigadores -entre otros, su padre biológico- se alzó en justiciera nacional, y con el mismísimo capital de la patria regaló todos los 'primer' de los que ella misma habrá carecido: el primer juguete, la primera pelota, la primera máquina de coser, la primera herramienta y demás neceseres.

Satisfacer a la clase social más desatendida -a los que llamó sus descamisados- fue una tarea emocional y material que la consumió viva. Una vez que Eva dio lo que su tiempo físico le permitió dar -a través de la Secretaría de Trabajo y Previsión, se ardió viva en una llama votiva aún hoy incandescente.

Lo que para una minoría fue el despreciable acto demagógico que impulsó a Domingo Perón, para una considerable mayoría fue el esperado reco-

nocimiento de la histórica injusticia social que típicamente iban dejando los gobiernos militares, a duras penas paliada con la organización de sindicatos, reforma económica y medidas populistas que generaron una innegable exaltación nacional en la que la violencia no escaseó. Al resto de la historia quién no la sabe.

La idea de recaer en las fórmulas asistencialistas horas antes de las elecciones y con fines espúreos para lograr capturar la mayor cantidad de fatigados votos, ha techado malamente a buena parte de la sociedad.

¿De qué sirve continuar así?

## Para nivelar hacia arriba

El «¿qué vas a hacer cuando seas grande?», hoy día devuelve respuestas desconcertantes. Los pibes ya saben que los nuevos arquitectos devienen vidrieristas; los nuevos ingenieros, taxistas; todos los maestros, niñeros; los abogados, pláticos. Es muy posible entonces que elijan ser abogados. O que una concejalia, o que una gobernación, o que una presidencia. Y los contactos, ¿o no?

Lo opuesto al trabajo no es el ocio, el juego o la diversión.

Lo opuesto al trabajo es la pereza, es la negación a invertir nuestras aptitudes.

Según Aristóteles, la felicidad reside en la actividad física y mental. En hacer cosas de las cuales uno pueda enorgullecerse, y si es posible, que disfrute haciéndolas. Eso se llama placer.

Al placer no sólo lo genera el ocio, el

juego o el entretenimiento.

Al placer lo genera también el trabajo. Yo misma siento placer escribiendo para usted, y esto es un trabajo.

Los que se pierden la alegría de trabajar, o de encargar una labor que puede llenar de satisfacciones, se pierden una virtud muy importante.

¿Cómo se le puede decir esto a una sociedad cuasi entregada a la ausencia de propuestas?

## Aprender a trabajar

El primer paso para realizar cosas, es aprender a hacerlas. Todo requiere aprendizaje, porque a la vez todo, puede hacerse bien o puede hacerse mal. Todo puede hacerse de buena gana o de mala gana.

No hay tareas indignas, opinaban los estoicos romanos, hay actitudes indignas. Y la actitud depende de nosotros. El trabajo es esfuerzo aplicado para un fin. Si es voluntario, desarrollará el espíritu solidario. Si es por necesidad, desarrollará destreza y capacidad.

¿Qué misión le debería tocar actualmente al área de Acción Social de cualquier Comuna o Municipalidad, sino enseñar a trabajar, a recuperar los talentos perdidos, a conocer aptitudes y a potenciar las capacidades de sus miembros?

Los asistentes sociales de cada una de estas requeridas áreas deberían recalificar los casos registrados y a registrar, uno por uno.

Censar la vieja y la nueva indigencia. Detectar a los individuos del grupo familiar que puedan estar capacitados para ser formados -a cambio de la





**caja Prani y si no nada-** asistiendo obligadamente a talleres de formación laboral.

Hoy en día una familia indigente por las razones que sean -desocupación, subocupación, enfermedad, vagancia- no puede ignorar que un oficio viste a los pibes y una huerta y unas gallinas le ofrecen un buen puchero.

No puede ignorar una familia que vive en la extrema pobreza que sus hijos, en vez de estar limosneando por la calle mamando mala leche, pueden atender una huerta particular o comunitaria en horarios extraescolares, con el seguimiento y la ayuda de la Acción Social, Pro Huerta y demás. Pueden vender algo de lo producido si quieren. ¿Quién se puede enojar?

No venga nadie a echarme en cara la Biblia: darle pan a quien tiene hambre...ya lo sé de sobra, pero no me olvido de que Jesús decía que había que enseñar a pescar en vez de dar el pescado así nomás...

Hay que dar limosna, claro que sí, pero esto ya se transformó en una corte de los milagros imposible de cuantificar y cualificar.

A los hogares se acercan a pedir chicos y adultos cargados de bolsas de comida vaya a saberse en qué estado, que casi ni pueden andar con tanto equipaje. ¿Adónde van con eso?

¿Pueden llegar a comer tanta comida diariamente?

¿Conocen el estado de lo que comen? Están gordos de tanto pan, pero están desnutridos.

Arroz azúcar pan harina de trigo y polenta.

¿Y las verduras, con sus minerales tan necesarios?

¿Y las fibras?, ¿y lo demás?

La verdadera acción social debería emprenderse cabeza a cabeza con las familias más necesitadas y todas aquellas que inteligentemente desean autogestionarse con semillas, fertilizantes naturales, alambrados, herramientas, electricidad y agua para riego donadas por la comunidad.

La verdadera acción social debería obligar a que los miembros aptos de la familia

se capaciten para vivir dignamente. Como cuando vinieron los inmigrantes: huertas, conservas, panificación y encurtidos caseros.

Porque no hace falta que yo le diga que somos como inmigrantes en nuestro propio país, ¿no?

¿Y toda la migración interna de pobreza, qué es?

tería, albañilería, huerta, jardinería. La verdadera acción social debería despertar a los músculos dormidos: no hay asistencia social sin la colaboración de quien la solicita.

Y que la colaboración signifique un aprendizaje. Después, de ese gesto, surgirá la solidaridad bien entendida. Los pibes crecen, necesitan zapatillas pero muchos andan descalzos.

Dar, dar y dar hasta que duela decía la Madre Teresa.

Educar, educar y educar hasta que duela, diría yo.

Ya no se le puede decir a la familia que **se la invita a capacitarse.**

A la familia **debe iniciársela en la capacitación**, como a un abecé para la subsistencia.

Ya no se puede esperar más que el sistema económico cambie. Aunque ese sea el primer derecho que nos asista. Hay que ponerse a trabajar, trabajar y trabajar hasta que duela, esa es la única manera de tener un país como la gente.

La mayoría de los políticos y funcionarios ya demostraron lo suyo: infuncionalidad; escaso interés por conformar una sociedad justa, capacitada, solidaria, responsable y comprometida; inclinación a los vicios de corrupción; libertinaje e irresponsabilidad en el manejo de los fondos públicos; impunidad y lo que sigue.

Ellos son ellos y nosotros somos nosotros: el pueblo.

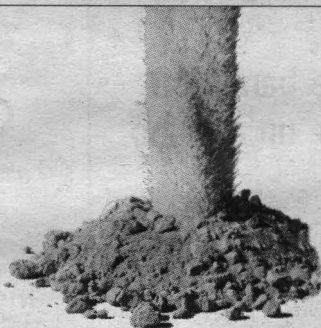
El pueblo debe reconstituirse por lo menos, con la ayuda de sus gobernantes y funcionarios más cercanos, que como se conocen más, son los más creíbles.

### Por algo se los vota.

¿No es más digno que una familia reciba de regalo junto a la caja Prani, una caja con semillas de tomate, pepino, lechugas varias, coliflor, zanahoria, repollo, berenjenas, zapallos, zapallitos, pimientos, remolacha, rabanitos, maíz, citrus, fertilizante, un par de gallinas, un par de conejos y la guía de un docente para lograr una auténtica huerta familiar o comunitaria? ¿O una caja de herramientas? ¿O un título de capacitación?

Va a ver usted como con esto: **niños escolarizados y padres autogestionadores** dando el buen ejemplo del trabajo honesto, disminuyen alcoholismo, drogadicción, violencia, prostitución, malandrínaje y todos los 'ismos' que el desgobierno nos legó. De la vagancia no se vuelve. Pero el trabajo salva.

**Conciencia**  
Una mirada profunda



# No haga como el avestruz

## Salga a recuperar sus verdaderas capacidades



La misión del área de Acción Social de cualquier Comuna o Municipalidad, sería enseñar a trabajar.

NOTA:  
Cristina Rosolio

### Sigamos.

La verdadera acción social debería comenzar por enseñarle a un padre de familia electricidad, plomería, carpin-

## Pensamientos

### La bendición de un anciano

Bendito eres,  
si comprendes  
que mis manos tiemblan  
y que mis pies  
se han vuelto lentos.

Bendito eres,  
si te acuerdas  
que mis oídos ya no oyen  
tan bien y que  
ya no entiendo todo.

Bendito eres,  
si sabes que mis ojos  
ya no ven bien,  
si no te pones violento  
porque dejé caer  
la taza más bonita  
o porque,  
si por enésima vez te  
repito el mismo cuento.

Bendito eres,  
si me tratas con ternura,  
entiendes mis lágrimas  
silenciosas y  
me haces sentir  
que soy amado.

Bendito eres, si te  
quedas un poco más  
de tiempo conmigo,  
y si me agarras la mano  
un ratito  
cuando debo entrar solo  
en la noche,  
la noche de la muerte.

## Gastronomía

# Sopa nortea de zapallo

### Ingredientes

- 1 ..... zapallo mediano
- 2 ..... cucharadas de grasa de pella
- 1 ..... cebolla
- 1/4 l. de leche
- 1 ..... cubo de caldo de zapallo o choco
- 1 ..... cucharada de perejil picado
- Queso rallado
- 200 g. de queso mantecoso o Mar del Plata



### Preparación

Cortar una tapa al zapallo, extraer las semillas, las partes de filamentos y retirar la pulpa con una cuchara o cuchillo. Cortar en trozos pequeños. Freír con la grasa de pella la cebolla picada fino, agregar los trozos de zapallo, la leche, el caldo preparado

con el cubo de zapallo o choco y 1/2 l. de agua, el perejil, y completar la cocción hasta que el zapallo esté tierno. Procesar o licuar todo junto, añadir el queso de rallar, el mantecoso o Mar del Plata y servir bien caliente dentro del zapallo.

## HUMOR

por Enrique Demarini

