

CATALUNYA



OPINIÓN

Mercè Brey

Un propósito verdadero

Como dice Byung-Chul Han, uno de los filósofos más destacados del pensamiento contemporáneo, vivimos en la que él llama la *sociedad del rendimiento*, caracterizada por un exceso de positivismo. Este concepto se fundamenta en el hecho de que si nos esforzamos lo suficiente, podemos conseguir todo aquello que nos propongamos.

Como argumento motivador no está nada mal: el problema emerge cuando nos lo tomamos al pie de la letra. Así, por ejemplo, cuando nos afanamos en sacar adelante un nuevo proyecto o bien perseguimos una promoción, invertimos horas, ilusión y todo el esfuerzo que sea necesario. Pero si no logramos el éxito, aparece esa desagradable sensación de fracaso, ese remordimiento de *¿será que no me he esforzado lo suficiente?*

Siguiendo con el razonamiento de Han, en términos de rendimiento nuestra sociedad es tremendamente eficiente. De la esclavitud física a la que los individuos habíamos estado sometidos antaño, hemos pasado a la auto-esclavitud. Ya no somos explotados por terceros sino que, simplemente, nos auto-explotamos.

No importa el número de horas que tengas que trabajar, no importa las renunciaciones que suponga conseguir tu reto... lo cierto es que, si te esfuerzas lo suficiente, lo puedes conseguir. Ésta es la proclama que tenemos inculcada en nuestro cerebro.

Llevada a sus últimas consecuencias, esta machacona idea de que está en mi mano conseguir todo lo que me proponga, tiene el peligro de extenuarnos.

La pregunta aquí sería: *¿y tiene sentido tanto esfuerzo?* Y, bajo mi punto de vista, la respuesta es única: sea lo que sea a lo que dedique mi esfuerzo, tendrá sentido si detrás hay un propósito verdadero.

Una pregunta me lleva a la otra: *¿qué significa propósito verdadero?* Pues, sin duda, que aquello a lo que dedique mi esfuerzo, en última instancia, revierta en la sociedad, acabe aportándole valor.

El sentido de mi afirmación exuda en uno de los estudios publicados por Gallup, donde se pone de manifiesto que el 85% de los empleados no están ni motivados ni comprometidos con el trabajo que están realizando. Desastroso dato en términos de rentabilidad... y es que la motivación y el compromiso aparecen cuando el esfuerzo que estoy realizando tiene sentido, cuando persigue un propósito verdadero.

Quizás nos venga bien sustituir el *qué* estoy haciendo por el *para qué* lo hago...

CEO Blue Transforming Power.

CON ÉNFASIS



LLUÍS RIDAO ASUME LA DIRECCIÓN DE LA ACA

La Generalitat nombró ayer al hasta ahora gerente de la Agència Catalana de l'Aigua (ACA) como nuevo director general del organismo. Con anterioridad, fue durante una década concejal de CiU en Rubí, y alto cargo de las consellerías de Empresa i Coneixement e Interior.

EL RESTAURANTE DE LA SEMANA HAHA

El japonés de Rebeka Brown y Ruth Jiménez

Haha es el restaurante japonés que han abierto en Barcelona la presentadora y periodista Ruth Jiménez y su hermana, la cantante y bailarina Rebeca Brown. Aunque nunca se habían dedicado antes al mundo de la restauración, tras un viaje a Japón se aventuraron a dejar a un lado sus carreras profesionales para abrir un restaurante de comida nipona. El nombre del establecimiento significa madre en japonés y es un homenaje a su madre. El nuevo local está ubicado en el número 175 de la calle Pa-

rís de Barcelona. Además de los clásicos nigiris, makis y sashimis, Haha ofrece platos más occidentalizados e incluso de comida *nikkei* (japonesa-peruana), como ceviches. Al margen del sushi, sus tres platos estrella son el arroz *yakimeshi*, con anguila del Delta de l'Ebre y salsa teriyaki; la vieira japonesa sobre *tofu amazu* con miso picante; y las mini hamburguesas de carne de *wagyu* con *brioche* de té matcha. El precio medio, vino incluido, ronda los 45 euros.

Por Marisa Anglés



Ruth Jiménez y Rebeca Brown.

LA FOTO



JORGE HERRALDE HACE BALANCE DE SUS 50 AÑOS DE EDITOR

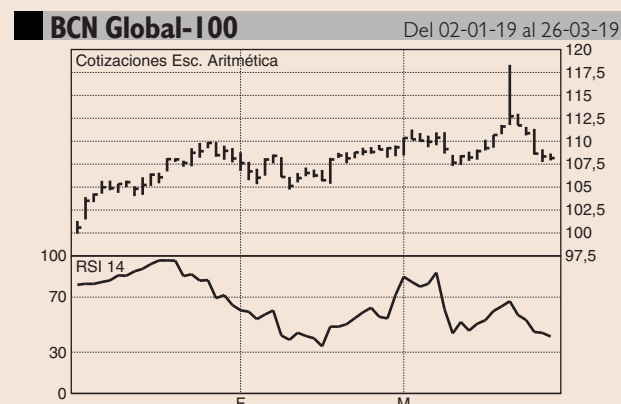
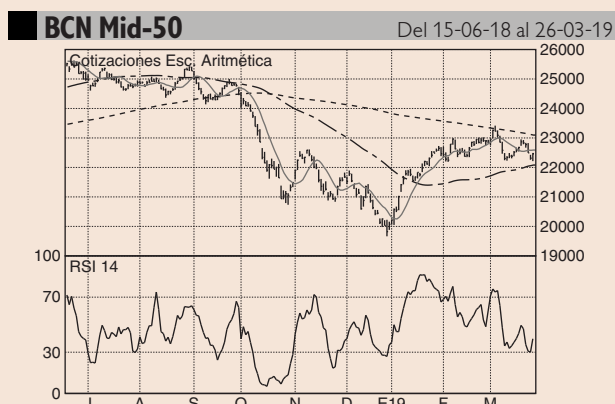
Jorge Herralde, considerado como el último editor independiente, hace balance en su último libro, *Un día en la vida de un editor*, de sus 50 años en la profesión, en los que ha apostado por la política de autor y por América Latina. En la presentación del libro, ayer, el fundador de Anagrama definió que uno de los principales objetivos de su trabajo es "despertar y compartir entusiasmos". En este sentido, lanzó un mensaje a sus discípulos: "Si se sienten editores de verdad, les pediría que se lanzaran, que desoyeran todas las voces contrarias y se prepararan para la maratón".

DETRÁS DE

Un plan industrial es no cerrar una fábrica

Con una cara no especialmente alegre, tres altos ejecutivos de Nissan anunciaron ayer el "nuevo plan industrial de futuro" para la factoría de la Zona Franca. Los tres se esforzaron en subrayar que es una "buena noticia para Nissan y para Catalunya". Se invertirán 70 millones en la planta de pintura –por obligación la normativa comunitaria– y la producción no superará el 30% de la capacidad al menos en los próximos tres años. Esa "buena noticia" habría que buscarla en que la fábrica no se cierra, más que en unos planes de futuro que hoy nadie es capaz de ver.

ASÍ VAN LOS MERCADOS DE BARCELONA



CATALUNYA

expansioncat@expansion.com

REDACCIÓN: Martí Saballs (director adjunto); José Orihuel (redactor jefe); Sergi Saborit (jefe de sección); Marisa Anglés, David Casals, Eric Galián, Gabriel Trindade y Artur Zanón.

PUBLICIDAD: Daniel Choucha (Jefe Área Publicidad Expansión Barcelona) y Albert Borràs. Teléfono: 93 496 24 22 / 93 496 24 07

Passeig de Gràcia, 11, escalera A, 5ª planta
08007 Barcelona
Teléfono: 93 496 24 00
Fax: 93 496 24 05