



FILOSOFÍA PRACTICA



Herramientas, estrategias y temas para facilitarte la práctica de la filosofía y el desarrollo de tus habilidades de pensamiento. ¿Preguntas, dudas o consultas? Contacta con EQUÁNIMA info@equanima.org

Damon Horowitz es conocido como el filósofo de la casa del gigante Google. Después de años de trabajo programando ordenadores y dedicado a la inteligencia artificial, volvió a la universidad para cursar un doctorado en filosofía. Necesitaba comprender más la tecnología y revisar las interconexiones de esta con la moral y el pensamiento. Aplicó su formación y perspectiva en la creación de la compañía Aardvark, luego adquirida por Google. Hace unos años, Horowitz arengaba a los tecnólogos a dejar sus trabajos y cursar un grado en filosofía o humanidades en un artículo. No solo Google, también otras grandes corporaciones como DuPont o General Electric son muy conscientes de los beneficios que les reportan perfiles así. Y no solo personas con un entrenamiento o formación filosófica, sino el propio fomento de la sabiduría filosófica y sus herramientas en sus entornos comienza a entenderse como un bien preciado. El pensamiento crítico se sitúa entre las habilidades más demandadas en empleados y líderes de grandes empresas en estudios de la Asociación Americana de Management.

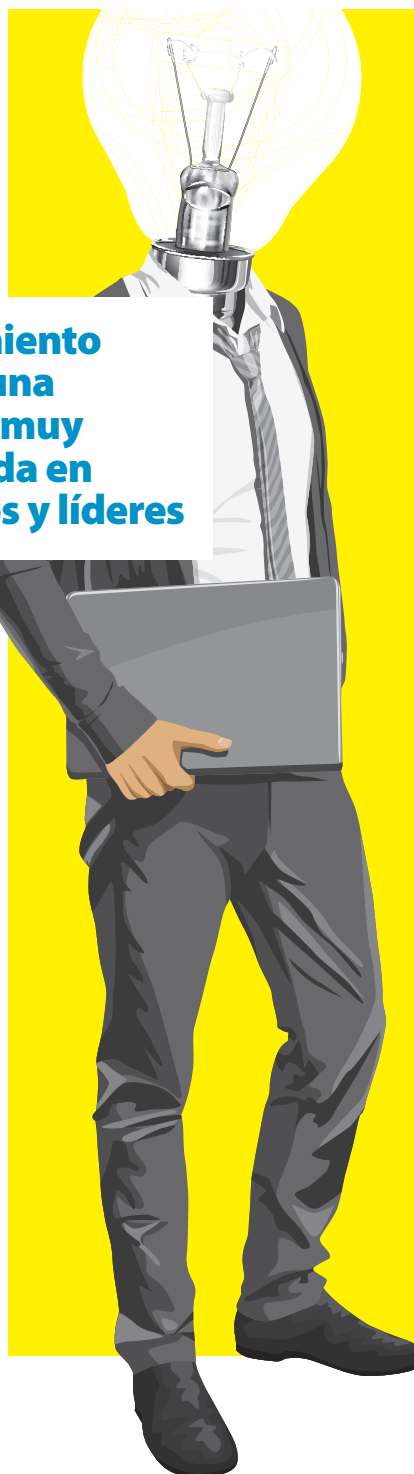
El pensamiento crítico es una habilidad muy demandada en empleados y líderes

Organizar, idear mejor

La filosofía como forma de pensar mejor las organizaciones y empresas potenciando la búsqueda de mejores soluciones, el diálogo entre equipos y la generación de nuevas y ideas se hace hueco en las sedes, los *workshops*, las reuniones y los despachos. Pero ¿cuáles son esos lugares? Para muchas empresas, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un saco roto. Pero las pioneras en introducirla amplían la visión de su empresa reconociendo su papel como un agente de creación de valor social. En las relaciones entre los diferentes agentes, ciudadanos, ONG

La empresas quieren pensar

LES INTERESAN PERSONAS QUE DIALOGUEN, REFLEXIONEN, ANALICEN



y otras empresas se muestra esencial un pensamiento que contemple los puntos de vistas de los agentes involucrados, las consecuencias éticas de las acciones y los valores internos que la empresa desea sostener. En el diálogo y la preparación de estrategia se cuelan la reflexión filosófica y los filósofos en los departamentos y con los responsables de la RSC.

Espacios de reflexión

Expertos en innovación repiten la necesidad de crear espacios para pensar para crear empresas innovadoras y competitivas. El *boom* de las herramientas del *thinking* prueba la demanda de metodologías y formas de mejorar los procesos de pensamiento *in company*. Los espacios para pensar inspirados en la filosofía y dinamizados por filósofos se basan en la **mayéutica socrática, el pensamiento crítico, el pensamiento utópico y el pensamiento colaborativo, y fomentan la reflexión**. Es un hábito que nos cuesta incorporar; conviene parar, respirar, tomar distancia y suspender la presión de la productividad para ver qué estás haciendo y si te lleva a donde quieres ir.

A la hora del café...

Popularmente se dice que en la hora del café es donde realmente se toman las decisiones, surgen las ideas, se cierran negociaciones. Es en esos momentos relajados donde, a veces, se produce un diálogo verdadero. Unilever ha puesto en marcha los IdeasLab: **reuniones abiertas entre empleados y agentes externos que**

favorecen un flujo de ideas y un pensamiento colaborativo. Coca-Cola y otras apuestan por organizar momentos para el diálogo. La metodología de diálogo socrático permite la investigación en grupo y fomenta un pensamiento que suma las aportaciones de los participantes.

Actitud inconformista

Un entrenamiento filosófico en la empresa puede hacer aflorar mayor inconformismo. Y aunque parezca raro, **muchos quieren a grandes inconformistas en sus empresas**. La figura de Steve Jobs representa acertadamente el espíritu intranquilo, inquieto y exigente de un gran inconformista, de aquel que va contracorriente poniendo todo patas arriba. El filósofo entrena a preguntones, que no paran hasta hallar una solución un planteamiento diferenciador, una idea brillante.

Sacar ideas de la chistera

La filosofía es la disciplina de las ideas. Trabaja con ellas, creándolas, puliéndolas, analizándolas y aplicándolas a la realidad. **El trabajo de identificar y definir conceptos clave y el de análisis se ponen al servicio de procesos de generación de nuevas ideas** en la empresa. ¿Qué es una idea? ¿Cómo llegar a ella? Podrían ser las preguntas de un *meeting* filosófico o un laboratorio de pensamiento.

M^a Ángeles Quesada
DIRECTORA DE EQUÁNIMA
maquesada@equanima.org

EQUÁNIMA
LABORATORIO FILOSÓFICO EMPRESA-SOCIEDAD

EQUÁNIMA es un equipo interdisciplinar que trabaja por generar innovación social y empresarial a través de la filosofía. Para conocer nuestros servicios: www.equanima.org Búscanos en twitter y facebook



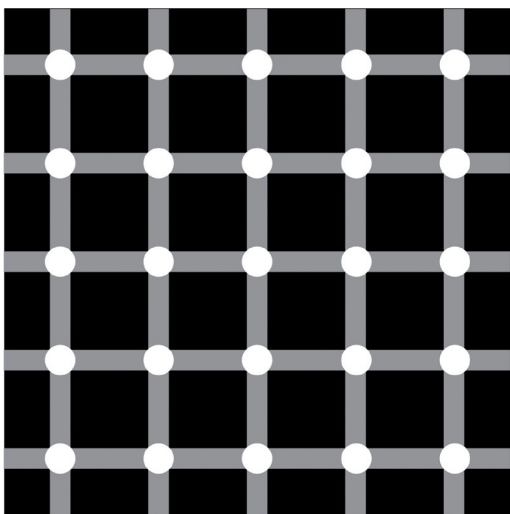
Diálogo y autoobservación

En un buen diálogo no solo es imprescindible atender a los argumentos e ideas expuestas por otros, a sus expresiones y emociones, sino que también puede ser revelador echar una mirada hacia el interior. ¿Sabes cómo, por qué y para qué dialogas? Este ejercicio te ayudará a averiguarlo.

OBSÉRVATE AL DIALOGAR Y HAZTE ESTAS PREGUNTAS.

La falacia del falso dilema consiste en la presentación de (al menos) dos alternativas como las únicas opciones posibles, cuando en realidad existen otros puntos de vista o alternativas que no están siendo consideradas. Los términos en que se plantea el dilema suelen ser, con frecuencia pero no siempre, los puntos de vista más extremos dentro de un espectro de posibilidades más amplio (esta falacia está relacionada con el pensamiento dicotómico, blanco-negro, todo o nada). La cuestión clave es que en el falso dilema la omisión de otras alternativas (deliberada o accidental) no está argumentada ni justificada. Es común en política y en publicidad y reduce las posibilidades de reflexión. Encontramos un falso dilema

El falso dilema



cuando se produce: **Los términos no son exhaustivos:** se olvidan u ocultan otras posibilidades y la enumeración

■ ¿Realmente escucho a los demás o estoy centrado en lo que voy a decir yo?

■ ¿Cómo me hace sentir que alguien me lleve la contraria?

■ ¿Qué hago cuando alguien manifiesta su desacuerdo conmigo? ¿Qué pienso?

■ ¿Qué siento?

■ ¿Cómo experimento el disenso en el grupo? ¿Y la ausencia de conclusiones?

■ ¿Cómo manejo la ausencia de certezas y moverme en un escenario de incertidumbre?

■ ¿Cómo manejo mi propia ignorancia? ¿Me produce vergüenza y la oculto? ¿La trato sin darle más importancia? ¿Tiendo a presumir que sé más de lo que sé?

■ ¿Estoy dispuesto a considerar que estoy equivocado?

■ Y, por último, ¿cuál es mi propósito al participar en el diálogo? Es decir: ¿para qué dialogo?

Tomar conciencia de tu actitud y disposiciones internas durante el diálogo aumentará la calidad de tu atención y de tu participación.

es incompleta. Por ejemplo: "O recortamos en gasto social o el país se hunde" (indicar una "tercera vía" desmontaría este falso dilema), "¿Apoyarán las medidas y decisiones de este gobierno o perjudicarán la marca e imagen del país?" (obsérvese que bajo la forma de pregunta resulta más fácil la manipulación emocional).

Los términos no son excluyentes: no son incompatibles ni obligan a escoger. Por ejemplo: "¿Nos vamos a preocupar por las ballenas cuando hay tanta gente pasando hambre?". En principio, no se trata de cosas incompatibles, podemos preocuparnos por el bienestar humano y animal.

Para destruir un falso dilema basta con enumerar opciones no contempladas o demostrar que los términos no son excluyentes.

[HERRAMIENTAS]

DESCUBRIR LO QUE HAY DETRÁS

Un supuesto o presuposición es una afirmación contenida de forma implícita en una proposición y sin la cual esta no puede ser válida. Por ejemplo, tras la pregunta: "¿La homosexualidad se puede curar?", se halla el supuesto "La homosexualidad es una enfermedad". Lógicamente, no todos los supuestos son tan evidentes. A veces nos los "tragamos" sin más, precisamente por su carácter no explícito.

La pregunta-clave es:

→ **¿Qué estoy dando por sentado?**

PRACTIQUEMOS UN POCO

¿Qué supuestos detectarías tras esta frase?

(a) El aborto es un asesinato, porque es matar a un ser humano.

Vemos, al menos, dos presuposiciones básicas:

1. Un embrión o un feto es un ser humano.
2. Matar a un ser humano supone siempre y sin excepciones un asesinato.

Después de detectar un supuesto es conveniente elaborar preguntas para cuestionarlo y comprobar su validez. Por ejemplo, si tomáramos (1) podríamos preguntarnos: ¿cuándo empieza la vida humana? ¿En el momento de la concepción? ¿En algún momento de la gestación? ¿Con el nacimiento? ¿Con la formación de la conciencia? Es importante darse cuenta de que para poder sostener (1) tengo que ser capaz de responder razonadamente a todas estas preguntas. Y lo mismo respecto a (2): ¿Puede haber algún caso en que matar a un ser humano no sea un asesinato? Etc.

¿Qué presuposiciones puedes detectar tras las siguientes aseveraciones?

→ **La medicina alopática no es buena porque no es natural.**

→ **Los profesores deben motivar a los niños**

para que estos aprendan.

→ **Los hombres son por naturaleza infieles.**

→ **Si Dios no fuera perfecto e infinitamente bueno, ¿habría enviado a su hijo a morir por nosotros?**

Detectar los supuestos que hay detrás de nuestras ideas y la de los demás es una buena forma de comprenderlas y de examinarlas de una manera crítica. Esta técnica es útil en comunicaciones cotidianas, donde en muchas ocasiones los demás dan por supuesto cosas que no son tales por el simple hecho de ser frecuentes, generales o por proyectar sus propias ideas sobre nosotros. Así que la próxima vez que te hagan una pregunta con supuestos equivocados, responde cuestionando el supuesto o supuestos que subyacen a ella ("¿Por qué crees que ...?") e inicia un diálogo socrático. Seguro que como poco les haces pensar tú a ellos.

Ada Galán FILÓSOFA
agalan@equanima.org