



:: [portada](#) :: [Ecología social](#) :: [El genocidio industrial del amianto](#)

14-05-2016

Ashoka revisitada en 2015

Una indagación por su ideología

Paco Puche

Rebelión

En un folleto digital sin fecha (pero que es de 2015 por los datos que aporta) Ashoka se presenta de nuevo en España [1], con toda una declaración de intenciones muy clara: "empezando por la educación". Lo concretan con el siguiente programa: " A nivel mundial, en los próximos tres años, Ashoka incluirá en esta red a más de 600 colegios de primaria, 600 institutos y 100 universidades de todo el mundo, incluyendo 15 escuelas y 2 universidades en España".

¿Para qué? Para hacer una revolución, "porque todos podemos cambiar el mundo" como reza su lema central. ¿En qué sentido se ha de dar este cambio? A favor de las empresas realmente existentes (multinacionales especialmente y otras más pequeñas). Lo declaran así: "Necesitamos que las empresas den un paso adelante y lideren el cambio creando nuevos tipos de alianzas con emprendedores sociales para crear un verdadero impacto en la sociedad. Ashoka busca cambiar el paradigma en la implicación social de las empresas". María Zapata, la que fuera Directora de Ashoka, lo explicita más claramente: "Los emprendedores sociales trabajan con esas poblaciones (los pobres) y su labor es acercar a las multinacionales hasta ellas". Y como unos pocos no pueden (se refiere a la treintena de emprendedores seleccionados ya en España) invocan una "bacanal" de hacedores de cambios o changemakers ("Desgraciadamente los emprendedores sociales no pueden solucionar todos los problemas del mundo. Para lograr un cambio a gran escala se necesita la colaboración de cada uno de los actores de la sociedad, desde los niños hasta las empresas y las administraciones públicas. Necesitamos construir un mundo de Changemakers", o como dice el pope magno, Drayton, "el problema dejará de superar a las soluciones cuando todos seamos agentes de cambio"), todo ello para el progreso de las empresas capitalistas.

A los niños, como hemos dicho, los tienen entre sus preferencias actuales. En el folleto que seguimos de unas 24 páginas (no vienen numeradas) hay imágenes de niños o niñas en 6 de ellas.

¿Pare qué les sirven entonces los emprendedores sociales si no pueden solucionar todos los problemas? Para legitimar a Ashoka frente a la sociedad y facilitar su penetración suave en el alma de las gentes y de las organizaciones de resistencia, y para el negocio de las multinacionales. En el folleto la mitad de las páginas está, no obstante, dedicada a visualizar a 26 emprendedores sociales cooptados entre 2006 y 2014 (falta Jerónimo Aguado por los conflictos que se generaron con su pertenencia a la filantrópica), a título personal pero respaldados por sus actividades sociales, todas ellas muy respetables y que sin el patrocinio de Ashoka serían, en general, de interés social. Y por eso los selecciona la fundación. Les da prestigio y legitimidad, en la misma medida que desprestigia a los dirigentes cooptados y a sus asociaciones sin ánimo de lucro asociadas. Eso sí, a esos emprendedores dicen: "les conectamos en una red mundial"; "reciben una remuneración económica durante tres años y el acceso durante toda la vida a una extensa red de apoyo"; "Los Emprendedores Sociales de Ashoka pasan a pertenecer a una comunidad mundial de más de 3.000 personas. Una comunidad de pares en la que trabajan de forma conjunta y encuentran apoyo para el resto de su vida". (el color es nuestro); "les ponemos en contacto constante con líderes, inversores y empresarios", y son seleccionados por un riguroso proceso de selección para que no les den problemas y sean congruentes con sus pretensiones e ideas: "Los Emprendedores Sociales de Ashoka son elegidos a través de un proceso que incluye investigación y varias entrevistas tanto con el candidato o candidata como con expertos locales e internacionales en su campo de acción y



en el ámbito del emprendimiento social. La decisión final se alcanza sólo a través de un amplio consenso entre los expertos que intervienen en el proceso de selección", etc.

En el capítulo de las alianzas con empresas, ("Gracias, empresas"), actualmente, citan a la multinacional alemana BOEHRINGER -INGELHEIM (BI) denunciada por provocar serios problemas a la salud (ver: <http://www.nogracias.eu/2016/02/01/el-escandalo-pradaxa-la-fda-mucho-peor-que-volkswagen/>), al periódico el Confidencial y a la empresa VIPS, de las cuales la directora de la RSC de la misma es María Calvo, la que fuera dirigente de Ashoka en España. Esto lo justifican diciendo que "EN UN MUNDO EN EL QUE TODOS PUEDEN HACER UN CAMBIO, LAS EMPRESAS TIENEN UN PAPEL MUY IMPORTANTE". Además de estas, en otros folletos de propaganda de Ashoka, aparecen muchas otras, la mayoría grandes empresas multinacionales, incluida Monsanto/Bill Gates.

Por último, es muy llamativa la presencia de símbolos de la libra o el dólar en la primera página como declaración de intenciones, o la imagen del líder supremo y fundador, Drayton, con un fondo infantilizado. Colegios y dinero a la par: esa es la cuestión.

Por eso llamar a Ashoka una filantrópica del gran capital del amianto (por su acuerdo estratégico con AVINA) y de los transgénicos no es exagerado. Y por eso invitamos continuamente a los movimientos de resistencia al gran capital y a la visión neoliberal del mundo que se aparten de estas amistades peligrosas.

Nota:

[1] http://spain.ashoka.org/sites/spain.ashoka.org/files/Folleto%20General_2015_FINAL.pdf

Rebelión ha publicado este artículo con el permiso del autor mediante una [licencia de Creative Commons](#), respetando su libertad para publicarlo en otras fuentes.