

El segon diluvi

Rifkin recorda que venim de l'aigua i proposa un 'blue deal' davant la total rebel·lió de la hidrosfera

Justo Barranco

Quan l'Apollo 17 en el viatge a la Lluna va fer el 1972 una foto de la Terra des de 29.400 quilòmetres de distància va canviar la percepció del nostre planeta, recorda Jeremy Rifkin (Denver, 1945), l'home que ha anunciat la fi del treball, l'arribada de l'economia de l'hidrogen o la tercera revolució industrial, que ha de ser capaç d'afrontar el canvi climàtic i de què és assessor per a governs europeus i per a la Xina. Últimament, fa temps que Rifkin impulsa un gran acord verd, un *green new deal* global, rememorant les inversions del *new deal* de Roosevelt, tot i que al seu últim llibre, més greu, proclamava davant la situació del planeta que l'era del progrés havia mort i que la de la resiliència ja és aquí. Ja ens hem adonat, deia, que el planeta és molt més poderós del que havíem pensat i no ens n'assessava, i hem de canviar les nostres infraestructures per adaptar-nos-hi. També hem de canviar la idea, assentada en el Gènesi, que tenim el domini sobre la Terra i les altres espècies. Hem de passar, raonava del capital financer a l'ecològic, de la globalització a la localització. Som una civilització d'històries, deia, i hem de canviar els relats.

I justament la fotografia de l'Apollo 17 els va canviar: més que la Terra, s'hi veia l'aigua, un immens planeta blau amb algunes taques verdes i brunes. Més que el planeta Terra, és el *Planeta Aqua*. Una hidrosfera majoritària que actualment s'està rebel·lant, diu,



BRYAN R. SMITH / AFP



PLANETA AQUA
Jeremy Rifkin

Paidós. Barcelona, 2024
336 p. | paper, 24 € |
e-book, 9,99 €

en forma de pujades dels mars, de caiguda dels nivells d'oxigen als oceans, de reducció de l'aigua dolça, d'estress hidric i inseguretats alimentàries, de sequeres i inundacions, la catàstrofe ecològica més comuna des del 1990.

Fa sis mil·lennis, recorda Rifkin, vam començar al llarg dels rius Tigris i Eufrates, després al Nil, a l'Indus, les civilitzacions hidràuliques en què continuem. Vam construir preses, embassaments i canals al servei de la nostra espècie per aprofitar els grans rius, co-

sa que va permetre l'aparició de poblacions urbanes denses. Una civilització hidràulica, diu, que s'acosta al col·lapse ara perquè l'escalfament global ha tornat a assilvestrar la hidrosfera, que, al final, fins i tot en els relats bíblics, és la font de la vida primigenia i de la seva extinció mitjançant diluvis.

Per això, en un planeta on la globalització disminueix a mesura que s'escalfa i on l'envellida geopolítica dona els últims esperitons destructius demana que als nous acords verds els acompanyi un acord blau, un *blue deal*, i una nova economia blava que escoli i aprofiti d'una altra manera les aigües. Des de la demolició de superpreses obsoletes fins a la construcció d'infraestructures hidràuliques resilientes, des de la introducció de xarxes d'aigua distribuïdes omnipresents fins a l'agricultura vertical, des de ciutats esponja fins al dret legal dels rius a córrer lliures i la lluita contra l'escotament de les aigües subterrànies. El pas, diu, del capitalisme, que només busca el creixement i la productivitat, a un *hidroisme* que busca regeneració i prosperitat.

¿INVERSIÓN O PASIÓN?

María Sancho-Arroyo

Deusto
Barcelona, 2024
206 p. | paper, 20,95 € | e-book, 9,99 €



María Sancho-Arroyo, que durant dues dècades va treballar a Sotheby's, creu que a la majoria dels compradors que s'acosten al mercat de

l'art els mou tant el gaudi per aconseguir les peces com la idea que amb el temps el seu valor augmenti. En aquest llibre ofereix una guia per comprendre millor el mercat de l'art, des de les particularitats dels diversos canals de venda fins a l'art com a bé d'inversió, l'impacte dels museus en el mercat i la gestió de col·leccions.

POR QUÉ LO LLAMAN DECIRAZGO

CUANDO QUIEREN DECIR COMUNICACIÓN
Noemí Boza

LID Editorial. Madrid, 2024
178 p. | paper, 22,95 €



Liderar bé és, subratlla l'autora, un viatge d'aprenentatge continu en què comunicar-nos més bé amb nosaltres mateixos i amb els altres resulta clau.

La comunicació és, apunta, la millor aliada per aconseguir els nostres objectius i ofereix al llibre un decàleg de la comunicació que connecta des de somriure fins a sorprendre per captar l'atenció, des de la confessió que uneix fins a les preguntes que ens fan reflexionar, des de les citacions que inspiren fins a les paraules positives que mitguen la pitjor de les situacions.

EN QUÉ PIENSAN LOS ROBOTS

Miguel Serrano i Ignacio Peletier

Deusto
Barcelona, 2024
218 p. | paper, 19,95 € | e-book, 9,99 €



Dos enginyers de telecomunicacions aborden en aquest llibre l'arribada de l'era de la intel·ligència artificial, aquesta amb la qual fa temps que fantasegem, com amb 2001: *Una odissea de l'espai* i l'inquietant ordinador HAL 9000, "una de les entitats més realistes creades per la imaginació dels escriptors", diuen. Aborden els fonaments del disseny, el funcionament i l'aplicació de la IA, els milers de camps en els quals ja s'implementa amb èxit i les preguntes i respostes que suscita, des de l'ètica fins al nostre futur laboral.

Francesc Raventós

Exdegà del Col·legi d'Economistes de Catalunya

Vindran molts més turistes



El turisme internacional ha tingut un creixement espectacular. Si l'any 2000 al món hi va haver 680 milions de viatges,

l'any 2019 ja en van ser 1.465 milions. Aquest any 2024 la xifra es pot superar. Els països europeus són la destinació del 50% del turisme internacional. L'any 2019 van rebre 720 milions de turistes internacionals. A Europa, Espanya és el principal país receptor. Altres països destacats són: Itàlia, França, Grècia i Croàcia.

Però la creixent massificació del turisme causa molèsties als ciutadans i perjudica el medi ambient. Massa turisme és *low cost*, gasta poc, fa que els salaris siguin baixos i perjudica la renda per càpita del país.

Com evolucionarà els anys següents? Segons Brookings Institution, la població mundial l'any 2030 serà d'uns 8.400 milions de persones, 4.800 milions de les quals seran de classe mitjana. En l'actual dècada fins al 2030, calcula que hi haurà un augment de 700 milions de persones de classe mitjana. El nou turisme vindrà de la Xina, l'Índia i d'altres països asiàtics o d'Àfrica, mentre que el turisme europeu s'estabilitzarà. Si la classe mitjana continua augmentant i el turisme internacional creix al ritme actual, quants turistes internacionals hi haurà els pròxims deu o vint anys?

En un món ple de tensions, el futur és molt incert. Però, si no hi ha noves crisis, als països esmentats que tenen un creixement econòmic elevat, el turisme es pot disparar. Per això, abans que les noves riuades de turismes arribin, hem de transformar el model actual per atraure el turisme de qualitat. Què hem

d'entendre per turisme de qualitat? No podem referir-nos-hi només en funció de la despesa que fa, que és un concepte purament econòmic. Hem d'atraure el turisme que s'interessa pel país, la seva gent, el patrimoni cultural, es comporta civílicament i és sensible a la sostenibilitat del territori. També són importants els visitants per raons pro-

fessionals, culturals, esportives, d'estudis o per fires i congressos.

En el futur, el turisme ha de ser un gran sector econòmic a Catalunya, que creï llocs de treball qualificats i riquesa per a tots, gràcies a la qualitat dels serveis i a l'augment de la productivitat. Actualment, el sector aporta el 12% del PIB, i no hauria d'anar més enllà d'un 15% del PIB, ja que com a país ens convé disposar d'un model productiu diversificat.

No es tracta de superar any rere any el nombre de turistes, es tracta d'orientar el model cap a una dimensió que la ciutadania i el territori puguin assumir. Els turistes han de ser benvinguts, ser ben atesos, i se'ls ha d'oferir l'oportunitat de conèixer Catalunya, la seva cultura, la seva història, o simplement fruit de l'estada entre nosaltres. En definitiva, que s'enduguin una magnífica impressió de Catalunya i de la seva gent. |

Una imatge dels efectes de l'huracà 'Milton' a l'altura de Tampa