

# El segundo diluvio

Rifkin recuerda que venimos del agua y propone un 'blue deal' ante la total rebelión de la hidrosfera

**Justo Barranco**

Cuando el Apolo 17 en su viaje a la Luna tomó en 1972 una foto de la Tierra desde 29.400 kilómetros de distancia cambió la percepción de nuestro planeta, recuerda Jeremy Rifkin (Denver, 1945), el hombre que ha anunciado el fin del trabajo, la llegada de la economía del hidrógeno o la tercera revolución industrial, esa que debe ser capaz de afrontar el cambio climático y de la que es asesor para gobiernos europeos y para China. Últimamente lleva tiempo impulsando un gran acuerdo verde, un *new green deal* global, recordando las inversiones del *new deal* de Roosevelt, aunque en su último libro, más grave, proclamaba ante la situación del planeta que la era del progreso ha muerto y la de la resiliencia ya está aquí. Nos hemos dado cuenta, decía, de que el planeta es mucho más poderoso de lo que habíamos pensado y no nos necesita. Y debemos cambiar nuestras infraestructuras para adaptarnos. También debemos cambiar la idea, asentada en el Génesis, de que tenemos el dominio sobre la Tierra y las otras especies. Debemos pasar, razonaba del capital financiero al ecológico, de la globalización a la glocalización. Somos una civilización de historias, decía, y debemos cambiar los relatos.

Y justamente la fotografía del Apolo 17 los cambió: en ella, más que la Tierra se veía el agua, un inmenso planeta azul con algunas manchas verdes y pardas. Más que el planeta Tierra, es el *Planeta Aqua*. Una hidrosfera mayoritaria



BRYAN R. SMITH / AFP



**PLANETA AQUA**  
Jeremy Rifkin  
Paidós. Barcelona, 2024  
336 p. | Papel 24 € |  
e-book, 9,99 €

que en estos momentos se rebela, dice, en forma de subidas de los mares, de desplome de los niveles de oxígeno en los océanos, de reducción del agua dulce, de estrés hídrico e inseguridad alimentaria, de sequías e inundaciones, la catástrofe ecológica más común desde 1990.

Hace seis milenios, recuerda Rifkin, comenzamos a lo largo de los ríos Tigris y Eufrates, luego en el Nilo, en el Indo, las civilizaciones hidráulicas en las que seguimos. Construimos presas, embalses y canales al servicio de nuestra especie

para aprovechar los grandes ríos, lo que permitió la aparición de poblaciones urbanas densas. Una civilización hidráulica, dice, que se acerca al colapso ahora porque el calentamiento global ha asilvestrado de nuevo la hidrosfera, que al final, hasta en los relatos bíblicos, es la fuente de la vida primigenia y de su extinción mediante diluvios.

Por eso, en un planeta en el que la globalización disminuye a medida que se calienta y en el que la envejecida geopolítica está dando sus últimos coletazos destructivos pide que a los nuevos acuerdos verdes les acompañe un acuerdo azul, un *blue deal*, y una nueva economía azul que escuche y aproveche de otro modo las aguas. Desde la demolición de superpresas obsoletas a la construcción de infraestructuras hídricas resilientes, desde la introducción de redes de agua distribuidas omníparas a la agricultura vertical, desde ciudades esponja al derecho legal de los ríos a correr libres y la lucha contra el agotamiento de las aguas subterráneas. El paso, dice, del capitalismo, que solo busca el crecimiento y la productividad, a un *hidroismo* que busca regeneración y prosperidad.

**¿INVERSIÓN O PASIÓN?**

**María Sancho-Arroyo**

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



María Sancho-Arroyo, que durante dos décadas trabajó en Sotheby's, cree que a la mayoría de los compradores que se acercan al mercado del

arte les mueve tanto el disfrute por hacerse con las piezas como por la idea de que con el tiempo su valor aumente. En este libro ofrece una guía para comprender mejor el mercado del arte, desde las particularidades de los diversos canales de venta al mercado como bien de inversión, el impacto de los museos en el mercado y la gestión de colecciones.

**POR QUÉ LO LLAMAN LIDERAZGO**

**CUANDO QUIEREN DECIR COMUNICACIÓN**

**Noemí Boza**  
Lid editorial. Madrid, 2024  
178 p. | Papel 22,95 €



Liderar bien es, subraya la autora, un viaje de aprendizaje continuo donde comunicarnos mejor con nosotros mismos y con los demás resulta clave. La comunicación es, apunta, la mejor aliada para conseguir nuestros objetivos y ofrece en el libro un decálogo de la comunicación que conecta, desde sonreír a sorprender para captar la atención, desde la confesión que une a las preguntas que nos hacen reflexionar, desde las citas que inspiran a las palabras positivas que mitigan la peor de las situaciones.

**EN QUÉ PIENSAN LOS ROBOTS**

**Miguel Serrano e Ignacio Peletier**

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



Dos ingenieros de telecomunicaciones abordan en este libro la llegada de la era de la inteligencia artificial, esa con la que llevamos tiempo fantaseando, como

con 2001: Una odisea del espacio y el inquietante ordenador HAL 9000, "una de las entidades más realistas creadas por la imaginación de los escritores", dicen. Abordan los fundamentos del diseño, el funcionamiento y la aplicación de la IA, los miles de campos en los que ya se implementa con éxito y las preguntas y respuestas que suscita, desde la ética a nuestro futuro laboral.

**Francesc Raventós**

Exdecano del Col·legi  
d'Economistes de  
Catalunya

## Vendrán muchos más turistas



El turismo internacional ha tenido un crecimiento espectacular. Si en el año 2000 en el mundo hubo 680 millones de viajes, en

el 2019 ya fueron 1.465 millones. Este 2024 la cifra puede superarse. Los países europeos son el destino del 50% del turismo internacional. En el 2019 recibieron 720 millones de turistas internacionales. En Europa, España es el principal país receptor. Otros países destacados son: Italia, Francia, Grecia y Croacia. Pero la creciente masificación del turismo está causando molestias a los ciudadanos y perjudicando el medio ambiente. Mucho turismo es de *low cost*, gasta poco, hace que los salarios sean bajos y perjudica la renta per cápita del país.

¿Cómo evolucionará los próximos años? Según Brookings Institution, la población mundial en el 2030 será de unos 8.400 millones de personas, de las cuales 4.800 millones serán de clase media. En la actual década hasta el 2030, calcula que habrá un aumento de 700 millones de personas de clase media. El nuevo turismo vendrá de China, India y otros países asiáticos o de África, mientras que el turismo europeo se estabilizará. ¿Si la clase media sigue aumentando y el turismo internacional crece al ritmo actual, cuántos turistas internacionales habrá en los próximos diez o veinte años?

En un mundo lleno de tensiones el futuro es muy incierto. Sin embargo, si no hay nuevas crisis, en los países mencionados que están teniendo un crecimiento económico elevado, el turismo se puede disparar. Por eso, antes de que las nuevas riadas de turistas lleguen, tenemos que transformar el modelo actual para poder atraer turismo de calidad. ¿Qué debemos entender por turismo de calidad? No

**Retó**

**No hay que superar cada año el número de turistas, hay que orientar el modelo hacia una dimensión que se pueda asumir**

podemos referirnos solo en función del gasto que hace, que es un concepto puramente económico. Tenemos que atraer el turismo que se interesa por el país, su gente, el patrimonio cultural, se comporta cívicamente y es sensible a la sostenibilidad del territorio. También son importante los visitantes por razones profesionales, culturales, deportivas, estudios o por ferias y congresos.

En el futuro, el turismo tiene que ser un gran sector económico en Catalunya que cree puestos de trabajo cualificados y riqueza para todos, gracias a la calidad de los servicios y al aumento de la productividad. Actualmente, el sector aporta el 12% del PIB, y no tendría que ir más allá de un 15% del PIB, ya que como países nos conviene disponer de un modelo productivo diversificado.

No se trata de superar año tras año el número de turistas, se trata de orientar el modelo hacia una dimensión que la ciudadanía y el territorio puedan asumir. Los turistas tienen que ser bienvenidos, ser bien atendidos, y se les tiene que ofrecer la oportunidad de conocer Catalunya, su cultura, su historia, o simplemente disfrutar de la estancia entre nosotros. En definitiva, que se lleven una magnífica impresión de Catalunya y de su gente. |

Una imagen de los efectos del huracán 'Milton' en Tampa

Rifkin pide pasar de un capitalismo que busca crecer a un 'hidroismo' que busca prosperidad