

El medioambiente y el consumo

Por el Lic. Bruno Pazzi. Sociólogo

Como han señalado muchos importantes sociólogos en las últimas décadas, actualmente vivimos en una cultura de consumo como nunca antes se había vivido. Hemos así pasado de ser una sociedad de productores, o sea, centrada en la producción, a ser una sociedad de consumidores, de seres humanos cuya única finalidad es tener más y consumir más. En esta sociedad, para ser alguien, para pertenecer y ser reconocido, hace falta consumir determinado tipo de bienes, marcas, servicios, etc. Incluso nosotros mismos, los seres humanos, nos volvemos objetos de consumo frente a otras personas.

Pero, para llevar este ritmo de consumo, también necesitamos que los productos que consumimos sean fácilmente descartables, que se los pueda arrojar a la basura sin demasiado problema, para así hacer espacio a los nuevos objetos en venta en el mercado. Aprendemos nuevas técnicas de reciclado, pero si al mismo tiempo arrojamos cada vez más basura al cesto, no logramos frenar el impacto negativo de los residuos sobre el medioambiente. De allí que el negocio de la recolección de basura y los basurales sea cada vez más grande.

¿Podemos combatir al consumo y tratar de volver al estilo de vida de hace décadas o incluso siglos atrás? La respuesta es simple: imposible. No solo nos hemos acostumbrado demasiado a las comodidades y al ahorro de tiempo que afortunadamente nos dan los nuevos productos de consumo, sino que además económicamente sería muy perjudicial tratar de frenar el consumo en la sociedad. Nuestros trabajos se verían directa o indirectamente perjudicados si se bajara drásticamente el nivel de consumo. ¿Cómo salir de este embrollo, entonces?

Sin duda que todo lo que ayude al debate sobre las posibles consecuencias de producir o no producir algo constituye una medida primordial. Por ejemplo: nos preocupan los riesgos en el medioambiente por la explotación minera, pero sabemos que muchos de los insumos para fabricar tecnología (celulares, computadoras, cámaras de fotos, etc.) provienen de la minería. Sabiendo esto, nos interesamos entonces en saber más a fondo cómo se produce en la minería, y si hay formas de explotación minera con bajo impacto ambiental que se puedan implementar. También podemos considerar el beneficio de la minería en relación con la generación de empleo para las zonas mineras, a veces muy necesitadas de nuevos puestos de trabajo. Como vemos, hay muchas cuestiones a tener en cuenta a la vez que hay que tratar de conciliar. Al mismo tiempo es interesante ver cómo en algunos lugares surgen ideas y modos innovadores de relacionarnos con los objetos de consumo. Por ejemplo, están los sistemas de bicicletas comunitarias implementados en algunas de las grandes ciudades del mundo. Son bicicletas al alcance de todos en determinados puntos de la ciudad, que se pueden tomar prestadas con un simple trámite. En algunas ciudades se debe pagar una módica suma para usarlas por un rato. Que los padres de compañeros se turnen para acercarlos en coche en pequeños grupos a la escuela es también una demostración de ahorro de recursos y de tiempo personal. Estas formas de relacionarnos con los objetos y las otras personas, que por ahora parecen ser solo ensayos, nos marcan un cambio en la mentalidad de la sociedad. Ya no necesariamente las cosas tienen que ser “más” y solo “más”. Lo que hoy le sirve a una persona tal vez mañana le sirva a otra. Por eso también en muchos países son tan populares las ventas de ropa y elementos usados por parte de las familias. En vez de tirar los objetos a la basura, otros los aprovechan.

La creatividad y la imaginación de las personas pueden hacer mucho por el planeta, por el medioambiente y por la sociedad.

Para pensar:

- ¿Qué cosas me gusta consumir?

*¿Conozco si producir esos artículos daña el medioambiente?

*¿Qué hago para informarme mejor?

¿Qué hago cuando ya no uso un objeto que poseo? ¿Pienso que le puede servir a otro?

- ¿Tengo alguna idea nueva e innovadora sobre cómo ayudar al medioambiente? ¿La he compartido con alguien?*