

Bienes ecológicos en la encrucijada industrial y la necesidad humana

A partir de la crisis ambiental global, debates públicos sobre sus causas en la degradación, han involucrados a distintos actores; afectados por el cambio climático, víctimas de los conflictos socioambientales, empresas, estado y ciudadanos. Buscando alternativas o cambios sobre el sistema de producción económica, hasta un cambio de actitud y conducta en el consumo diario.

Sin embargo, los niveles de formación cultural de las sociedades, simplifica el modus vivendi en la relación ciudadanía y ecología. A tal punto, que grandes discusiones de expertos y organismos internacionales han promovido modelos de desarrollo como esfuerzo a equilibrar el uso de bienes ecológicos producto del extractivismo y el comercio global a través del consumo irracional.

Creando espacios interactivos como foros, cumbres y ciberacciones para el logro de acuerdos en pro de un desarrollo sustentable, sostenible o cualquiera terminología que se invente sin perder la lógica capitalista.

He aquí, este permanente debate entre las necesidades reales de los seres humanos, y la dinámica comercial, impuesta como un derecho al consumo infinito para una mejor calidad de vida. En donde el rol del estado hacia sus soberanos, adquiere la funcionalidad de interlocutor y proveedor de un estilo de desarrollo imperativo de los países industrializados versus la autonomía y soberanía de los pueblos, vulnerando los derechos humanos y los derechos de la naturaleza.

Enfoques

Como podemos definir esta encrucijada, entre teorías, hipótesis y praxis popular ante la crisis ambiental?. En el marco de la carencia de medios libres y la inaccesibilidad a la educación.

Para aquello le hemos dado dos enfoques, sin soslayar otros aporte al debate:

1. *Enfoque humanista*: que se refiere al compromiso ciudadano de consumir de manera responsable bienes adquiridos sin el sacrificio de la naturaleza o generando mínimos impactos. En donde acuerde la lucha contra el hambre, la escasez de agua y a derechos puntuales como son los medios de producción y medios de comunicación.
2. *Enfoque corporativo*: que se refiere al consumo de bienes provenientes de las buenas prácticas, responsabilidad social empresarial, y economía verde. La cual depende de la dinámica capitalista, asegurando un supuesto estatus armónico entre la naturaleza y la sociedad. Cuyo objetivo es ganar y no perder.

Ambos enfoques, son abordados en cualquier latitud, y opinión pública, pero que se sostiene también de una serie de instrumentación bajo otro sistema de valoración que es la *Economía Ecológica*.

La cual, no es simplemente una escuela de pensamiento unitario sino pluralista: es más un campo de estudio interdisciplinario que un conjunto de teorías y propuestas. Y que ve a la economía como un subsistema dentro de un ecosistema global finito¹. Y que también podemos interpretar que es una temática que estudia procesos y sistema de valores que involucra el capital natural y capital monetario.

Es así, que en el marco de la Economía Ecológica, podemos interpretar la cuestión ambiental ante la necesidades humanas, que emergen del procesamientos industrial y comercial a través del nivel de conciencia del consumidor, que adquiere un producto, ha sabiendas de los impactos que sufrió la naturaleza.

Y esta toma de decisión individual sobre el grado de responsabilidad ante la extracción natural, va acompañado de una política ambiental, que involucra un cambio de cultura por medio de la educación, desalienación o desconolinización del modus operandi del capitalismo a través del marketing.

Por ende, surge el movimiento del comercio justo y consumo responsable, para minimizar y bloquear, las implicaciones negativas que genera la industria extractiva, que en la actualidad se presentan como vitales en el diario vivir. Un ejemplo, lo percibimos en líneas de equipo doméstico (cocina, sonido, etc.) introducidas como soporte para el confort familiar.

Pero este movimiento civil, sostiene ante la “soberanía del consumidor” otro posicionamiento crítico ante la comercialización:

1. El mecanismo que lleva de las demandas de los consumidores a las empresas es, esencialmente antidemocrático.
2. En muchos casos la oferta no se asemeja, ni mucho menos, a los modelos competitivos de libros de texto, y los consumidores se ven forzados a escoger entre un número muy limitado de alternativas.
3. Los consumidores tendrían que disponer y procesar gran cantidad de información para medir las consecuencias ambientales del consumo de uno u otro producto o de uno similar ofrecido por uno u otra empresa, información referente a todo el ciclo de vida del producto.
4. La “paradoja del aislamiento” o la “tiranía de las pequeñas decisiones”, que se refiere al problema que las decisiones individuales en el mercado sólo afectan marginalmente a los resultados ambientales globales y que, por tanto, todo el

¹ Economía Ecológica y Política Ambiental. Joan Martínez Alier y Jordi Roca. 2º Edición. 2001. Pág. 479.

mundo estará tentado a evitar los costes individuales de reducir los problemas ambientales².

Además de aquellos argumentos peyorativos, hay un control estatal bajo el concepto de la seguridad y estado de derecho, cuya objeción la podemos percibir, en restricciones que ciudadanos y asociados de las capas media y baja, no pueden acceder a derechos elementales como es la comunicación y los medios que la producen. O el derecho a la territorialidad para la generación de producción agroalimentaria, la cual ha sido garantizada para la industria del turismo inmobiliario.

A lo expuesto podemos manifestar, que en nuestra región, todo un movimiento social, ha transcendido como lucha a los Derechos Humanos contra la apertura de mercados y la comercialización de la naturaleza.

Debatiendo y movilizándose, contra reglas emitidas por las grandes corporaciones aglutinadas en grupos de poderes u organizaciones multinacionales como es la Organización del Comercio Mundial OMC, cuyo función asimétricas suprimen la soberanía de los pueblos a través de reformas legales para dar paso al mercadeo de bienes ecológicos. Utilizando una nueva estrategia que es la Economía Verde, que además de su rol económico de sostenerse del extractivismo, promueve la cultura del consumo bajo la modalidad del etiquetado verde, buenas prácticas corporativas y las compensaciones financieras por pérdida de la biodiversidad.

Profundizando, es importante manifestar que desde la perspectiva de la economía ecológica, el comercio internacional (CI) no es un juego de suma positiva donde todos los participantes resultan ganadores en el intercambio comercial, sino que es un juego de suma cero, donde hay beneficiados y perjudicados en los aspectos ecológicos. Bajo este aspecto, el CI juega un papel protagónico como un nuevo «vector ambiental» que distribuye en forma asimétrica los costos ecológicos entre los países que comercian, siendo los países con abundancia de recursos naturales los que resultan perdedores en este intercambio comercial³.

El escenario es evidente para la mayoría de los pobladores o consumidores, si continuamos sosteniendo los dictámenes de las grandes corporaciones y sus tentáculos neoliberales, nuestra soberanía ecológica se extingue. Y ante dicha encrucijada, organizaciones civiles y sociales, se movilizan para rechazar nuevos acuerdos comerciales (TLC, TPC, TISA y la Alianza del Pacífico), y para presentar otra estructura económica bajo la propuesta del ecologismo popular, el comercio justo y el consumo responsable.

Qué hacer (Debate para la acción)

² Economía Ecológica y Política Ambiental. Joan Martínez Alier y Jordi Roca. 2º Edición. 2001. Pág 277 y 278.

³ KARLSON, R. (1995), Recycling in life cycle assessments. Doctoral Thesis, Chalmers University of Thecnology, Göteborg, Suecia.

Veamos estas interrogantes ante lo expuesto:

Como podemos luchar ante la nueva ola tecnológica comercial, y su imperativa necesidad de consumir como símbolo de calidad de vida?

Cuál modelo colectivo de vida podemos producir, sin menoscabar los bienes ecológicos?

Qué política ambiental y pública podemos generar, como una necesidad responsable ante la crisis ambiental?

Como podemos fortalecer el acceso a ciertos Derechos Humanos restringidos como son los medios masivos de comunicación, sin perder la responsabilidad ciudadana y ambiental?

Y que acciones podemos socializar a partir de este espacio de interacción colectiva de ideas?

Olmedo Carrasquilla Aguila
Asesor ecologista / Comunicador social
Miembro del Colectivo Voces Ecológicas COVEC