

Después de bastantes experiencias dando charlas sobre las iniciativas de los grupos de Trueque y sobre la idea de “vivir mejor con menos”, he podido comprobar que la gente hace siempre la misma afirmación; “Todo esto es muy bonito, pero resulta completamente utópico”.

Además de defender las utopías como una de las más importantes fuentes de avance en la sociedad humana, lo que siempre contesto es que en este caso la propuesta no es utópica, sino una cuestión de sentido común. Lo utópico es pensar que nuestra actual sociedad de consumo puede existir mucho más allá del próximo milenio; la insostenibilidad es manifiesta, y aunque no se vislumbra una alternativa clara y global a la actual situación, es imperativo plantearnos su búsqueda.

Hay tres grandes terrenos en los que es fácil constatar las limitaciones de nuestra desenfrenada carrera hacia el bienestar y la abundancia material: la crisis ecológica, la crisis norte-sur, y la crisis social y personal que provoca este modo de vida y que hace que la mayoría nos estemos volviendo “majaras”. Empecemos por la primera cuestión.

CONSUMO ILIMITADO DE RECURSOS LIMITADOS

La crisis del medio ambiente se manifiesta en dos vertientes: por una parte hay que considerar el expolio de los recursos naturales, y por otra la produc-

ción de cantidades cada vez mayores de residuos y contaminación, en gran medida no asimilables por la naturaleza.

Por tierra, mar y aire, estamos acabando con recursos no renovables, reduciendo la biomasa, provocando la desaparición de 50.000 especies de fauna cada año, disminuyendo de forma peligrósima la biodiversidad, envenenando las aguas... contribuyendo, en fin, a la desertificación, al calentamiento global, a la desaparición del ozono...

Se mire como se mire, todas estas cuestiones constituyen un grave problema, pero quizás el principal peligro es que cualquiera de ellas puede dar lugar a un colapso general de los biosistemas, dada la compleja y profunda interrelación que los une.

No es difícil ver que la principal causa del expolio y de la contaminación de la Tierra es nuestro desmesurado consumo de recursos y la consecuente producción de residuos. Una economía que continuamente demanda nuevos mercados parece incompatible con el equi-

librio natural, ya que la forma más fácil de ampliar mercados es potenciar el “usar y tirar”, creando la “necesidad” de acumular cada vez más productos, viajar cada vez más lejos, y más rápido; en definitiva, consumir cada día más que el anterior.

Si no logramos una radical reducción del consumo, pronto veremos agotarse importantes recursos naturales; eso si antes no nos ahogamos en el veneno que con tanta insistencia producimos.

LOS LIMITES DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO

VIVIR MEJOR CON MENOS

DANIEL WAGMAN



DESEQUILIBRIOS TERRITORIALES Y SOCIALES

La segunda gran contradicción de nuestra sociedad de consumo es que aunque se nos había prometido que sus beneficios progresivamente se irían extendiendo a un mayor número de habitantes del planeta, lo que está ocurriendo es todo lo contrario. Cada vez parece más claro que los niveles de consumo logrados por la población más favorecida son causa de la creciente miseria padecida por un porcentaje importante de nuestros congéneres.

La situación es dramática: en el mundo cada año mueren de hambre 40 millones de personas. El cálculo es claro: si los recursos naturales son limitados, y el 20% de la población consume el 80% de los mismos, no queda mucho para ese otro 80% de la humanidad que se ve abocado a la miseria. Por ejemplo, los habitantes de Holanda para cubrir su demanda de alimentos necesitan 4 veces más territorio que el ocupado por su propio país; obviamente los holandeses comen bien a costa de muchas personas que viven en el tercer mundo y cuyas tierras producen alimentos destinados a la exportación.

Lo mismo pasa con la energía –un ciudadano norteamericano consume en un día más energía que un etíope en un año– o con cualquier otro recurso natural.

Pero es que además, en el caso de que fuera posible conseguir que todos los habitantes de la Tierra participaran en el gran festín del consumo, tendríamos que ser conscientes de que esta nueva situación sólo conseguiría acelerar el proceso de destrucción de la naturaleza antes mencionado.

Esta dinámica no sólo es totalmente rechazable desde un punto de vista ético (un valor bastante poco considerado hoy en día, dada su difícil comercialización), también es una cuestión de puro sentido común. El desequilibrio y la desigualdad están provocando conflictos cada vez más virulentos, y por mucho que queramos construir una “Europa

Fortaleza” o que los norteamericanos vigilen día y noche su frontera con México, las guerras se nos irán acercando.

Claro que existen voces que plantean la necesidad de una reducción drástica de la población mundial (“debemos eliminar 350.000 personas por día para salvar del peligro a nuestra especie”, Jacques Yves Cousteau); aunque en este supuesto lo más lógico sería eliminar al 20% más rico, pues, como hemos visto, somos quienes más impactos producimos sobre la Tierra.

EL CONSUMO DESMESURADO NO GARANTIZA LA FELICIDAD

La tercera cuestión que hace utópico pensar que esto va viento en popa tiene cierta ironía; ya que se está comprobando que la mayor parte de los máximos beneficiarios de este modelo de consumo no hemos alcanzado las más altas cotas de la felicidad, más bien ocurre todo lo contrario.

Para tratar de entender esta contradicción tendremos que plantearnos qué es lo realmente importante para nosotros. Comida, cobijo, ropa... es obvio que hay cosas tangibles que nos resultan imprescindibles. Pero además, una parte fundamental de nuestras necesidades tiene mucho que ver con las emociones y los sentimientos: el querer y ser querido, los sentimientos de pertenencia, el desarrollo de la creatividad, el disfrute del

sexo, la risa y el divertimento... Hay muchas cosas que necesitamos y que no tienen nada que ver con el dinero, la posesión y el consumo.

Sin embargo, como cada vez nos resulta más difícil satisfacer este tipo de necesidades que se incluyen en la esfera de lo íntimo, recurrimos a los sucedáneos que nos ofrece el mundo del consumo: compramos “experiencias”, buscamos la reafirmación personal a través del dinero y las posesiones, y entramos, casi sin darnos cuenta, en un demencial círculo vicioso. La publicidad refleja claramente esta dinámica: los anuncios nos empujan a creer que



un coche es capaz de reconciliar a dos amantes peleados o que una lata de fabada nos hará sentir el calor del hogar de la abuela.

La satisfacción que pueden proporcionarnos estos sucedáneos es más que cuestionable, no es que simplemente sobren, es que en estos momentos se han convertido en un importante obstáculo a la hora de relacionarnos con los demás.

Este modelo de producción y consumo está cambiando radicalmente la faz del mundo, destruyendo estructuras humanas que son básicas a la hora de poder relacionarnos; por ejemplo: los espacios urbanos se planifican en función del coche, los centros comerciales nos están privando de espacios públicos... Cada día es más difícil encontrar en las ciudades espacios que favorezcan la convivencia.

La infelicidad que genera la sociedad de consumo es manifiesta y está dando lugar a fenómenos cada vez más destructivos y autodestructivos. Estamos viendo como aumentan los desequilibrios mentales, las adiciones diversas, la hostilidad, la violencia y los comportamientos antisociales, al mismo tiempo que la ética y los valores desaparecen; lo único que queda es el culto al éxito individual, normalmente medido con parámetros de riqueza económica.

BUSQUEDA DE ALTERNATIVAS

Visto lo visto, quizás no sea tan utópico plantearse la búsqueda de alternativas. Aunque bien cierto es que resulta tremendamente difícil. Primero porque las estructuras dominantes de poder económico –y en consecuencia las mediáticas y las políticas– basan su supervivencia en este modelo de consumo, y utilizan todos sus medios para convencernos de su bondad, o para machacar a quien intenta romper con la dinámica que nos han impuesto. Y como somos producto de nuestro tiempo, hemos interiorizado hasta tal punto los valores (o falta de), deseos y patrones de nuestra moderna sociedad de consumo, que se nos hace difícil imaginar que existe otra manera de relacionarnos y de sentirnos.

Por ello, quizás lo importante es ir intentando cambios en nuestra forma de relacionarnos con las cosas, con el dinero, con nosotros mismos y los de-

más, que nos permitan sentir algo nuevo y nos ayuden a imaginar como podría ser el próximo paso.

Desde luego algunas cuestiones en relación a las posibles alternativas están bastante claras: lo primero que debemos intentar es controlar nuestro consumo y la monetarización que afecta a nuestras vidas. Esta opción es vital desde el punto de vista medioambiental, y también puede contribuir en alguna medida a reducir la enorme desigualdad norte-sur. No pretendemos decir que la simple reducción de nuestros niveles de consumo nos traerá la felicidad,

no. Pero si puede servirnos de provocación, de aprendizaje, y ayudarnos a ser un poco más conscientes sobre qué es importante en la vida.

Y por otro lado, puede ser muy valioso potenciar experiencias que nos ayuden a descubrir que la mejor forma de satisfacer necesidades personales es en colectivo, a través de la mutua dependencia y ayuda. Cooperativas de consumo, grupos de propiedad y servicios compartidos,

asociaciones de trueque, ocio basado en la participación y actividad, no de espectadores pasivos... todas estas propuestas pueden contribuir a quebrar esta dinámica infernal de la sociedad de consumo, al mismo tiempo que nos ayudarán a construir las relaciones que son la fuente de mayores satisfacciones en la vida.

Dar la vuelta a esta dinámica requiere voluntad y acción individual; pero no es suficiente. Es positivo que la gente decida prescindir del coche, pero es imprescindible que a la vez nos organicemos para arrancar el espacio público de las garras de esta máquina que domina cada vez más nuestra ciudades. También necesitamos poner en marcha acciones colectivas que sirvan de contrapeso a la propia estructura de nuestras ciudades, al lenguaje tan interesado y unidimensional de los medios culturales, a los valores que todos y todas en un grado u otro hemos asimilado. La alternativa es difícil, puede ser imposible, pero desde luego es imprescindible. ■



NOTA

DANIEL WAGMAN es coautor con ALICIA ARRIZABALAGA del libro "Vivir mejor con menos. Cómo ser feliz sin agobios económicos" (Ed. Aguilar. 1997).

