

COLUMNAS

Reciclaje: ¿Otra forma de lucha política?

El Ciudadano · 31 de enero de 2013



En la época en que la política, sus actores e instituciones han perdido poder frente al avance del mercado, de la empresa, del capital y del *marketing*, los ciudadanos han comenzado a distanciarse de las formas tradicionales de hacer política y ejercitar el poder; es decir, le han dado la espalda al parlamento, a los partidos y a los liderazgos que dichas instituciones encarnan. En rigor, fue la política la que dio la espalda a los ciudadanos, a sus sueños y demandas.

El Estado se ha debilitado frente al mercado y a la tiranía de los precios. Del mismo modo, los partidos al convertirse en agencias de empleo se han debilitado frente al poder que las empresas manifiestan y tienen en la configuración del orden actual. En efecto, el proyecto colectivo y las transformaciones sociales necesarias –según la fase política en cuestión- ya no son posibles –ni realizables- desde el Estado ni desde la política institucional de la democracia. Al contrario, **es la empresa y su aparato publicitario el lugar desde donde se diseña el futuro y las sociedades**. Es el mercado -que nunca es neutro-, en definitiva, la instancia desde donde se construye el proyecto colectivo.

Las encuestas –“que no son tiranas”- dan cuenta de este fenómeno desde principios de los noventa. Desde entonces comienza a incubarse cierto malestar que ha reventado hace un par de años y que ha vuelto a manifestarse en una alta

abstención electoral en las pasadas municipales. En definitiva, **los ciudadanos no creen y desconfían de sus representantes y sus clásicas instituciones. Han comenzado a indignarse y a movilizarse.**

Entonces, si la política institucional está debilitada, **son los ciudadanos y sus iniciativas los que se ven obligados a recuperar su cuota de poder** que en algún momento transfirieron para conformar la voluntad general.

En este escenario, son diversas las formas que los ciudadanos tienen para hacer sentir sus demandas. Las calles y la no participación electoral son las que han dominado en el último tiempo. **Y me pregunto ¿hay otras?**

La respuesta es positiva. Quiero poner atención en una; que tiene un potencial que pocos imaginan y que muchos no estarán dispuestos a usar como forma de lucha. **Me refiero al reciclaje y al trueque.**

No se trata de juntar vidrio con vidrio, plástico con plástico y lata con lata. Es más profundo, complejo y comprometido. Del mismo modo, tampoco tiene que ver – directamente- con el medio ambiente y con la basura. Reciclar, implica, en rigor, que los objetos en uso no sólo vuelvan al “ciclo del uso-consumo”, sino también se consuman más tiempo de lo que habitualmente se hace. **Hay que transformar el reciclaje en un arma política; en un arma para transformar y empoderar a los ciudadanos.**

Veamos. Hacia finales del siglo XIX el capitalismo de producción se transforma - como una manera de sobrevivir- en capitalismo de consumo. La producción se comenzó no sólo a orientar a las élites -consumo elitista-, sino también a las nuevas clases emergentes -consumo masivo-. **Desde entonces, el mundo capitalista se inundó de mercancías de todo tipo y para todos los bolsillos.** En ese marco, comienza el desenfreno por el desarrollo y el

crecimiento. Para superar la pobreza y desarrollarse había que crecer; mientras más rápido y prolongado se hiciera, sería mejor. Es lo mismo que dicen hoy.

No es casualidad, por tanto, que estemos llenos de productos y servicios. Es más, somos de manera permanente seducidos por la imagen y la promesa mercantil de que por medio de los objetos y su consumo mejorará nuestra calidad de vida. Incluso, son dicen que son la vía para la felicidad. De hecho, **Coca Cola Company** lo repite hace décadas. Hoy lo hace el *retail* local cuando “**Abc Din**” nos dice que “tengo derecho a ser feliz”.

En esta lógica el mercado y sus empresas trasladan la plaza pública al *mall* y transforman la participación social y política en participación consumista. Si no consumo, no existo. De este modo, el consumidor emerge como el actor fundamental de la historia –neoliberal-. El ciudadano ha sido doblegado y relegado a lugares secundarios.

Hoy, ha vuelto a levantarse y a luchar por recuperar su sitio en la historia. El ciudadano está indignado. La asimetría capital-consumo y capital-trabajo ha colmado la paciencia.

No hay que olvidar el contexto de este re-nacer ciudadano. En la mayoría de los casos es un sujeto anclado y preso del consumo y sus deudas asociadas. Es un ciudadano rodeado y abrumado por millones de objetos de consumo. Es más, es interpelado a consumir y a seguir comparando objetos. Y al mismo tiempo a trabajar para pagar sus consumos.

La producción -es decir, las empresas-, por tanto, para no caer en “crisis de stock” no pueden dejar de producir. **Aquí está la clave.** El capitalismo no puede dejar de producir autos, televisores, electrodomésticos, ropa –para eso inventó la moda-, tecnología y todas las mercancías que circulan en el bazar mundial. Las mercancías deben circular de modo recurrente; por tanto, deben ser vendidas y

consumidas. Si este ciclo se quiebra, el orden económico vigente colapsa. ¿Acaso, no genera temor mundial una baja en el crecimiento-producción de **China**?

Para seguir produciendo hay que ampliar la demanda de modo incesante. Hay que abrir mercados y nichos. Hay que masificar el consumo. ¿Es posible entender la tensión **Occidente-Oriente** desde la perspectiva del consumo y de la penetración de los mercados?; acaso, ¿este hecho no explica la globalización?; acaso, ¿este hecho no explica la necesidad de tener energía –y ojala, barata?

Este es, por tanto, el contexto del re-nacer ciudadano. Este nuevo ciudadano, debe, en primer lugar, dominar su lado consumista y despertar su lado político. Esta en sus manos decidir si quieren más modelo o menos modelo; si quieren una sociedad consumista y materialista o una sociedad solidaria y justa; si quieren vivir para trabajar o trabajar para vivir; si quieren destruir el medio ambiente o disfrutar el medio ambiente; o si quieren ser felices desde el consumo y sus objetos o ser felices desde la emoción.

Si el ciudadano esta enajenado del poder político y doblegado por el capital y su aparato publicitario, debe –si le interesa- romper esta lógica y pasar a la ofensiva; y ello, implica atacar donde más le duele al sistema económico vigente: en el consumo; en la demanda.

Entonces, ¿qué pasaría si decidieran **no comprar ni consumir más de lo necesario?**; ¿qué pasaría si los consumidores de los países desarrollados no cambiaran sus autos o sus televisores cada dos años?; ¿qué pasaría si los ideólogos de la moda y el *glamour* no inventaran ropa y diseños a cada rato? ¿Qué pasaría si no cambiáramos el celular cada año o en vez de usar el auto –y consumir combustible fósil- usamos al bicicleta?; ¿qué pasaría si comemos menos grasa y azúcar?, ¿qué pasaría si en navidad compráramos menos?, ¿qué pasaría si no viéramos la televisión de hoy –dominada por la estupidez- y compramos menos televisores?; ¿qué pasaría si no nos dejáramos seducir por la ideología tecnológica

que deja todo obsoleto en un par de meses?; ¿qué pasaría si no compramos más objetos producidos en condiciones de esclavitud como lo hacen las grandes marcas de la globalización?; ¿qué pasaría si cada vez creyéramos menos en el poder de las marcas y su engaño permanente?; ¿qué pasaría si creyéramos en que “otro mundo es posible»? En fin, los ejemplos se pueden multiplicar.

Parar el modelo, por tanto, depende de reducir la demanda y comprar menos. Esto, sí le duele a la dominación económica vigente. En ese escenario, obviamente, emergería una crisis. La crisis política no se haría esperar y los vientos de cambio estarían más cerca que hoy.

Hay que reciclar y cambiar mercancías. Para este giro y estrategia de poder se necesita, en primer lugar, un cambio cultural profundo que fomente y legitime el reciclaje. Reciclar es la clave para crear una sociedad sustentable y más justa. No necesitamos cambiar autos, televisores ni computadores cada dos o tres años; tampoco los pantalones ni los muebles. Necesitamos menos mercancías y más solidaridad. Reciclar es la tarea. No más cultura del desecho.

En definitiva, hay que transitar de la “libertad de elegir” hacia la “libertad de decidir”. Lamentablemente, estoy seguro de que muchos indignados no están dispuestos. Y muchos otros, tampoco se bajarán de la 4X4 ni para ir al supermercado.

En una época en que el socialismo se ha debilitado, el Estado de bienestar está en crisis y la política derrotada por la economía, se puede seguir la lucha desde el reciclaje. Qué cada uno decida.

Por **González Llaguno**

