

LA SUSTENTABILIDAD BIEN ENTENDIDA EMPIEZA POR CASA

Por Horacio Bolaños, miembro del Directorio del Great Place to Work® Institute, de Argentina, Uruguay, Bolivia y Paraguay. Es Licenciado en Filosofía y desarrolló un a vasta carrera profesional en las áreas de Recursos Humanos de importantes empresas. Autor del libro "Del dicho al hecho", es actualmente miembro del Consejo Asesor Laboral de la Fundación RECIDUCA

Es frecuente entender el concepto de sustentabilidad relacionado con el medio ambiente.

En este sentido, en general, los medios de comunicación ponen el énfasis en los cuidados para disminuir el calentamiento global y la preservación de los recursos naturales. Cabe dentro de este concepto la preocupación por diferentes criaturas del reino animal o vegetal en peligro de extinción.

Los últimos años las organizaciones con fines de lucro también adoptaron este concepto pero para referirse a dos situaciones diferentes. Por una parte –y de la mano de la creciente presión de los grupos de intereses (stakeholders)- se generalizó la utilización del término en el mismo sentido que los ecologistas. Es decir, en la preocupación por el cuidado del medio ambiente a través de la utilización racional de la energía, el empleo de materiales no contaminantes y el tratamiento eficaz de los residuos, especialmente los tóxicos.

Pero este tipo de organizaciones ya venían empleando el término sustentabilidad en un sentido más económico, al referirse a las formas de conducir los negocios a través del tiempo para que hicieran previsible el mantenimiento e incremento del capital invertido.

Sin duda todas estas acepciones son válidas y responden cabalmente a la definición que de la palabra hace nuestro diccionario de la RAE.

Sin embargo, llama la atención que pocas veces el vocablo aparece aplicado a las personas, cuando son el eslabón más endeble en la cadena de la vida contemporánea, no sólo en su aspecto meramente biológico, sino social y cultural.

El deslizamiento ininterrumpido de la sociedad de la producción hacia la sociedad de consumo trajo aparejado un cambio importante en el papel del agente social básico que son las personas.

Como mostrara con particular precisión el sociólogo inglés Bauman, la sociedad de la producción, con sus valores centrados en el esfuerzo, el trabajo, el orden, el ahorro y la diferenciación en los roles sociales –y laborales- requería y moldeaba un tipo de ciudadano funcional a esa estructura. Un ciudadano formado en un sistema educativo formal y generalizado, adiestrado para diferentes oficios o empleos, disciplinado para rutinas de trabajo repetitivas, precisas y puntuales. A cambio, le ofrecía la promesa de una remuneración razonable, previsible y continua a lo largo de la vida laboral útil. Incluía también la posibilidad –a veces cierta- de un sistema de salud digno y una jubilación decorosa. El barrio, la fábrica, la escuela, eran instituciones sino prestigiadas, al menos respetadas y reconocidas.

La sociedad de consumo actual, que fuimos ayudando a crear entre todos, no necesita ni del orden, ni de la educación, ni de las jerarquías. Para ser un buen consumidor de todas las ofertas de infinidad de productos necesarios o superficiales basta con dejarse tentar, con vivir en la necesidad permanente del cambio, del zapping, de la sorpresa y la novedad. Por eso sostiene Bauman que si la fábrica fue el símbolo de la sociedad de la producción, el shopping lo es de la actual sociedad de consumo. Pero lo significativo

de este proceso de transformación social, es que la idea misma de persona se ha devaluado. Casi en paralelo con los productos, el ser humano se ha vuelto descartable, sustituible y prescindible. No es necesario mencionar aquí cuáles son los grupos más agredidos por esta dinámica consumista pues está a la vista y uno de los segmentos más perjudicados es el objetivo central de RECIDUCA.

Por ello para nosotros el concepto de sustentabilidad tiene una connotación adicional a las mencionadas.

Para nosotros la sustentabilidad arranca en la necesidad de preservar al ser humano y al concepto de persona como valor esencial de la reconstrucción del tejido social. Las personas tienen dignidad y no precio, por ello no son intercambiables ni descartables, aunque sean perecederas.

Lograr que cada uno de los jóvenes a los que llegamos con nuestro mensaje y nuestra propuesta concluya el proceso de inserción con la idea clara de tener que ser el artífice de su propio proyecto de vida y que cuenta con las fuerzas y las condiciones necesarias para alcanzarlo, es la verdadera razón de nuestro esfuerzo.

Los jóvenes en situación de riesgo social, núcleo de nuestra misión, necesitan imperiosamente contar con oportunidades desafiantes de estudio y de trabajo que les muestren que ellos pueden y que sus condiciones ambientales no son limitantes para entrar en la vida adulta con proyectos de vida positivos, entusiastas y altruistas. Que pensar en realizarse en lo laboral y lo familiar no es una cuestión de suerte, sino de propósito, de aspiración y de esfuerzo. Que aplicarse hoy a clasificar y reciclar envases que ayuden a mejorar el medio ambiente no es un trabajo sino un medio para construir un mundo donde verán a sus hijos e hijas crecer con menos contaminación física y espiritual.

Para que los sueños de estos adolescentes se concreten, hoy necesitan de la mano solidaria de quienes tienen las posibilidades y la obligación moral de apoyarlos. Si la solidaridad es la muerte de la soledad, no dejemos hoy solos a estos jóvenes.