

El riesgo de un discurso de la sostenibilidad domesticado

José Luis Fernández Fernández

Cátedra Iberdrola de Ética Económica y Empresarial

Una vez más, está el mundo en crisis. La economía, sin duda... Pero las raíces son más profundas y los alcances, previos y tentaculares: saltan de lo político a lo cultural; golpean contra lo tecnológico, cuestionan lo ético, reclaman una nueva moralidad; tratan de hacer hueco a nuevos y singularísimos valores... Y mientras tanto, en esta turbulenta época, vamos entre unos y otros tomando nota de cuatro o cinco certezas incontrovertibles: primero, que nos lleva a todos el mismo barco y que lo está haciendo en una singladura accidentada, donde cierra la noche, los instrumentos de marear se nos van desajustado y, para colmo, en el puente de mando no están precisamente los más lúcidos y competentes de entre los capitanes posibles. En consecuencia, como segunda certidumbre, hay que anotar la evidencia de que estamos corriendo, sin duda, el serio peligro de irnos pique. La tercera nota segura es que vamos a tener que lidiar con riesgos muy serios en los tiempos venideros, porque en el cuarto de luna en que nos está tocando vivir, más allá de la pandemia del coronavirus, están entrando en cuestión muchísimas otras cosas de ámbitos y estratos ontológicos bien distintos.

Lo sabíamos, lo veíamos venir desde hace tiempo. No hacían falta especiales habilidades sensitivas o capacidades extraordinarias para el diagnóstico -ni ojos de lince visionario ni, por supuesto, era requisito obligado tener que *ir a Salamanca* para apercebirse de ello; porque lo que nos está pasando, no es de hoy y, además, era obvio. Al menos para quien mirara las cosas como se manifiestan, sin anteojeras prejuiciosas; y lo hiciera desde una sensatez, cada vez más necesaria, horra de prejuicios -al menos de los de calibre grueso-, y capaz de ser crítica con los múltiples clichés que se nos venden desde los medios voceros de aquellos a los que, como dicen por la parte de Vilanova i la Geltrú, *ya les va bien con el status quo*, ya vistan a la tiria ya aparezcan ataviados al modo troyano...

Decimos que, a quien se le hubiera ocurrido observar -sobre todo, si además hubiera sido capaz de hacerlo desde la talanquera de una cordura muy básica y, por supuesto, desde el desapasionamiento, por más liviano que fuere-, la lidia que, de la globalización del mundo, estaban haciendo en las últimas décadas los mandarines de la geoestrategia, los artistas de la geopolítica, los *afreekiados* tecnócratas de la zona de Palo Alto y pueblos circunvecinos, *todos juntos en unión* con los sedicentes líderes de empresas y de las grandes corporaciones -por lo general, encantados, los unos y los otros de haberse conocido-, no le habría de resultar complejo captar de manera inequívoca la idea de que la deriva adoptada no era ni buena ni la que se estaba necesitando; y de que por ese camino no se habría de poder ir muy lejos... Incluso, en el virtuosismo de la intuición anticipadora -arriesgándose con ello a ser puesto *cual no digan dueñas*, tildado de aguafiestas, de inconformismo irredento y de estar poseído por una suerte de espíritu de contradicción-, hubo quienes tuvieron la osadía de *echar la pata p'alante* y dejaron dicho de manera

abierta -cierto es que sin mucho eco práctico- que “así no se podía seguir”, que no había más cera que la que ardía y que, en suma, la cosa *no era sostenible*, para sintetizar el mensaje con el concepto que ha acabado por ponerse de moda.

Y aquí -como al decir de los sargentos en día de prácticas de tiro, “las carga el diablo”-, resulta que tenemos también una caña a punto de tornarse lanza: ¡Hurra! ¡Muy bien por la preocupación a favor de la sostenibilidad de los procesos...! ¡Tampoco está mal que las marcas usen como *briefing* el mantra de lo sostenible para vender más productos y servicios...! Dicho sea esto, sin perjuicio de tener que anotar a renglón seguido la inconsistencia que anida en la misma entraña del proceso; y declarar la paradoja que se establece entre lo uno -buscar el mantenimiento de los equilibrios ecosistémicos a todos los niveles- y lo otro -vender más, que siempre conlleva no solo una *destrucción creadora*, sino, con frecuencia crecer a lo largo y a lo ancho, y no tanto, ni siempre, madurar y sazonar el fruto-...

En todo caso, incluso salvando la aporía anterior, el *quiero y no puedo* práctico que implica la incongruencia de emitir con el *pianissimo* del boca cerrada el mensaje de la austeridad y a *tutta forza* el reclamo del *¡comprai, paisa, comprai: que lo vendemos barato, que lo damos rigaláo, paisa!*... decimos que, en todo caso, sería muy lamentable que todo ello acabara quedándose, sin más, en este *flatus vocis*, en esta suerte de *gatillazo*... En una más de tantas otras aspiraciones que, a la postre -convenientemente *bizcochadas* por un sistema con tragaderas de sumidero de planta de embalse, sin alma, que según un mi amigo, equivocado pero ocurrente, eso debíamos de entender bajo el acrónimo S.A.; y sobre todo, con estómago de hormigonera- acaban formando parte del paisaje y del *business as usual*.

Sería una pena porque, entre otras cosas, para ese viaje tampoco se necesitaban muchas alforjas. Pero lo que no tendría perdón de Dios habría de ser que el mensaje de la sostenibilidad, en sus polifónicas y bien articuladas versiones, acabara siendo secuestrado por el -tantas veces- vacuo y vanilocuente discurso de políticos incompetentes, el *chinchirrinillo* inane de comunicadores ignaros; el *topicazo* simplista, repetido *ad nauseam*, sin gracia ni son, por parte de loros y gansos, con bocas que no dudan en sumarse al *coro de los grillos que cantan a la luna* -¡ay, don Antonio!-, esta vez dirigidos por los *bienpensantes* de hogaño.

Estos *pájaros* que, como los curas *de cuando entonces*, son capaces de instrumentar - como lidiadores con buen oficio, es decir, tal como describiría un buen aficionado de la zona de Alcalá de los Gazules, en la provincia de Cádiz, las chicuelinas que recetaba a los morlacos José Tomás, el -otro- de Galapagar, esto es: *en sin enmendáse*-; decimos que son capaces de enchufarnos estomagantes homilfías laicas -y, en su tanto y por ello, con frecuencia, más cutres que las originales-, plagadas de solecismos y *palabros*, trufadas de conceptos insufribles -tales, *empoderar*; co creación; puesta en valor; acelerar y escalar...; junto a la aburrida metáfora biologicista de que algo está *en el ADN de tal o cual empresa u organización*; ¡o qué decir del bonito cuento del *ha venido para quedarse*, traducido a *moco suene* del inglés de turno, al igual que eso de *emprendeduría*, por *entrepreneurship*, y así, de paso, evitando llamar a las cosas por su nombre: al pan, *bread*, a la empresa, vino; *et in vino, veritas*...- Esos nuevos oficiantes que *transubstanciaron* la enseña tradicional y milenaria en un *pin* redondo, de colorines, estratégicamente pinchado en el ojal de la americana -al menos, quienes, de entre ellos, la usen.

En todo caso, la lástima más grande sería que el discurso utópico, la vena crítica, la propuesta disruptiva, el ansia de innovación social hacia lo bueno; y desde ello, en la medida de lo posible, hacia lo mejor... acabara siendo domesticado; y, abdicando de su capacidad cuestionadora, dejara al lado el mordiente aquel, capaz de sacarnos los colores a más de cuatro, cuando nos ponía frente al espejo de nuestros usos y costumbres, y al paso nos abocetaba, como en lontananza, el horizonte de un futuro más justo, la perspectiva de un mundo más humano, con un concierto social más equitativo y munificente, donde el Bien Común tuviera opciones reales; y el florecimiento personal - de toda la persona y de cada uno de nosotros, seamos quienes seamos y vengamos de donde vengamos- encontrara terreno en el que echar raíces... y cauce para canalizar una vida que, al fin, hubiera merecido la pena ser vivida.

No nos queda otra que andarnos con ojo, si no queremos volver a perder una ocasión que la vuelven a pintar tan calva como la cabeza de aquel bendito *inspector Kojak*, de cuando el que suscribe *yera un guaje*. Habremos, como es de ley, de echarle un ojo al plato y otro al gato, porque se nos puede ir de las manos el mensaje, envuelto en el ruido de la venta...

Para que quien lea sepa de qué estoy hablando, le sugiero que haga por su cuenta lo que acabo de llevar a efecto yo mismo durante estas últimas horas de la tarde-noche del día de santa Mónica del año de la pandemia del COVID-19; a saber: un paseo aleatorio por un centro comercial como el que hube de visitar -haylos iguales en todos los sitios-; y diez minutos de anuncios televisados, que a más interrupción no llego cuando miro *Mujeres Asesinas* o *Quiero ese vestido*. América en DKiss.

Atentos a los anuncios y los reclamos; tratando de aprender y de sacar lecciones a partir de la publicidad; cuando buscamos identificar el discurso axiológico, y extrapolar la constelación de los valores que anidan en algunas de las campañas de marketing más en onda con el discurso de los ODS y con lo más políticamente correcto... percibiremos, sin gran esfuerzo, cómo la sostenibilidad y su campo semántico -mayormente, los ínclitos Objetivos del Desarrollo Sostenible- acaban sirviendo, ahora sí, para sostener los beneficios de quienes -¡ni por pienso!-, quisieran que las cosas se cuestionaran *a radice*. Dos perlas como muestra: la sostenibilidad está sirviendo ya, entre otras cosas más pintorescas, para vender una marca de café -envasado, eso sí, en aluminio, que, según se dice, por si aquello de *ayudar a los caficultores* no fuera suficiente, pese a que ya cubre varios de los 17 ODS y no sé cuántas de las casi 170 metas en que los ODS se despliegan, es *infinitamente reciclable*-; y, en el rizamiento del rizo, pero con toda la gracia que la cosa trae consigo, la sostenibilidad sirve para promocionar sostenes, sujetadores de una conocida firma de lencería femenina. Son prendas, se afirma, con un compromiso sostenible... Y a uno, que le asalta cierta perplejidad, le da por esbozar un mohín, mientras se pregunta si debe cuestionarse con el socorrido "valga la redundancia".. ¿O es que serán sostenidos? En todo caso, la cosa ¡tiene bemoles!

En definitiva: nada tenemos, en principio, en contra de que los creativos, las marcas y los clientes atiendan, como Antón Pirulero, al conocido y lucrativo juego de la actividad económica lineal y ordinaria. Es decir, aquello de extraer materias primas, acopiarlas, producir los bienes, distribuirlos, facilitar el proceso de compra, mediante una buena venta, cobrar por ello. Y que, tras el uso y disfrute del producto, vuelva la borrica al trigo; y otra vez a empezar con el proceso, que, en ello, al decir de una señora ministra, "nos va la vida": los puestos de trabajo, el IVA, el PIB, el pago de las medicinas y de los

hospitales, las escuelas y las autopistas... Que, en este mundo contingente y materialista, tan alejado del *angelicalismo* espiritual cuanto lo humano de lo divino, tenemos que dar salida a las necesidades del cuerpo y aún a las del alma... desde *la dimensión económica de la vida* en sociedad. Con todo lo que ello implica y conlleva, pese a quien le pese...

Acabamos de decir que nada tenemos en contra, en principio, del *modus operandi* que el realismo antropológico y las regularidades de la actividad económica nos imponen; pero con dos matices: primero, que siempre cabe innovar y, en consecuencia, la sostenibilidad, los ODS, el discurso de lo sostenible no tiene por qué verse necesariamente reducido a una versión desleída, aguada y epidérmica del mismo, como la que vemos asomar por el horizonte. Que, en consecuencia, sería deseable que se tratara de abundar en consideraciones de mayor calado y *momentum*, tratando de sacar consecuencias teóricas desde las que articular propuestas y políticas prácticas de más largo y mejor recorrido. Y dos, que haya quienes -por supuesto, desde dentro del sistema-, innoven de veras y, ante todo, exploren el movimiento circular en economía y en sus estrategias productivas.

No sería poca cosa... ¿o es que nos conformamos con lo mínimo? *Chi lo sa?* De todas formas, sigue siendo interesante aquel dicho de que no es mala práctica ni cosa de menor interés, el tratar de entrar con la suya... para ver si, una vez dentro, logramos convencerlos de que merece la pena, cuando menos, pensar si no tendría también sentido que trataran de salir con la nuestra. Terea no habrá de faltarnos, ¡vive Dios! Así que aprestémonos a ello y mantengamos alerta el radar crítico para enviar mensajes a favor de obra.