

El hambre y el papel

SUSANA MERINO

EL PAPEL NACIÓ en China uno o dos siglos A.C. y desde entonces su producción ha sido tal vez el elemento que más ha contribuido al desarrollo y a la transmisión de la cultura universal. Actualmente y a pesar de la presencia de Internet, de las redes sociales y del correo electrónico nadie imagina su desaparición total. Estamos tan habituados a él en nuestra vida cotidiana, no solo a través de la prensa, las revistas, los libros, los folletos de propaganda, los expedientes administrativos, judiciales, comerciales, sino también en los envoltorios, las cajas de cartón, los empapelados como parte inescindible de nuestra existencia, que su presencia nos parece normal y nos pasa absolutamente desapercibida.

Eso significa que miles de árboles son talados, sin solución de continuidad, en casi todo el mundo para alimentar su mercado de consumo. Y en la medida en que crece la población mundial también crece el hambre de celulosa, aunque no siempre para transmitir conocimientos e incentivar un sano desarrollo, sino, y en gran medida, para incrementar el lucro, el desorbitado empeño en vender, cambiar, desechar artículos que la tecnología o la moda van imponiendo para satisfacción y disfrute de algunas minorías.

Un breve recorrido por los pasos que preceden a la llegada del papel a nuestras manos puede darnos una idea de su incidencia muchas veces destructiva de nuestro entorno. Los principales proveedores de la celulosa, que constituye su materia prima, son los árboles y entre estos algunas especies como las coníferas y los eucaliptos de crecimiento rápido, de fibras largas y de gran avidez hídrica. Sus fibras al ser observadas en el microscopio son similares a un cabello humano, con longitudes y espesores que varían según la especie. Las de pino tienen entre 20-25 mm de longitud, mientras que las de eucalipto no superan los 0,6-0,8 mm y aunque sus contenidos de celulosa son diferentes, el consumo estimado de alrededor de 4 000 millones de árboles por año exige su plantación en grandes extensiones de tierras.

La producción de papel provoca, asimismo, importantes impactos en el medio ambiente: en primer lugar por la transformación de los bosques nativos en monocultivos forestales en los que desaparece el sotobos-

que y con él toda la fauna y la flora autóctonas y en consecuencia toda posibilidad de que algunas de esas especies pudieran ser útiles al ser humano en el futuro y en segundo lugar en la etapa de producción de celulosa y papel debido a los subproductos generados especialmente por el blanqueo, realizado mediante el uso de químicos de alto impacto ambiental, como el hipoclorito de sodio. Se necesitan 100 mil litros de agua por cada mil kilos de papel producido, agua que en gran parte una vez contaminada se vierte en los ríos, motivo por el que la mayor parte de las fábricas de papel, consideradas como una de las industrias más contaminantes del mundo, se establecen a sus orillas.

La cantidad de árboles utilizados depende del tipo de papel a fabricar pero un cálculo superficial permite estimar que se requieren aproximadamente 24 árboles por tonelada de papel. Considerando que el consumo mundial actual es de unos 640 millones de metros cúbicos, su materia prima procede de un bosque de alrededor de dos millones de hectáreas, plantadas a expensas de otras miles de hectáreas de bosques nativos y de tierras cultivables en todo el planeta. Este consumo ha sido considerado un indicador de desarrollo económico y las cifras así lo indican si seguimos considerando al desarrollo como sinónimo de consumo: en la Argentina se estima que llega a los 42 Kg por persona y por año, en los EE.UU. a 300 kg por persona por año y en China e India a 3 kg por persona por año

Habida cuenta de que, según los guarismos sobre el hambre en el mundo publicados por la FAO, una de cada ocho personas padecen hambre crónica o están desnutridas, se supone que las tierras cultivables no están produciendo la suficiente cantidad de alimentos como para llegar a todos los seres humanos, lo que sin duda constituye una razón más como para considerar absurdo destinarlas a otros fines menos prioritarios.

Si agregamos a este déficit, los mencionados problemas de contaminación hídrica producidos por los residuos tóxicos que genera su fabricación, no podemos dejar de detenemos a pensar sobre la necesidad de encarar algunas medidas que tiendan a minimizar esos impactos y a reducir su consumo. En alguna oportunidad tuve la curiosidad de realizar un breve recuento de las páginas que, en una revista de unas 200, se hallaban destinadas a publicitar en páginas de forma-



Se requieren 24 de estos árboles por tonelada de papel.

to completo un solo producto. Y el resultado fue que el 40% de las páginas de dicha revista contenían cada una de ellas una foto y alguna referencia publicitaria del producto anunciado ocupando la totalidad de la página. Esta comprobación luego permanentemente corroborada por las ediciones de todos los diarios, especialmente las dominicales, me llevó a pensar si es realmente necesario recurrir a la fotografía gigante de un o de una modelo como aval de que el producto que se pretende vender tiene las cualidades que se pregonan. De este modo como diría Eduardo Galeano “el lenguaje —y yo agregaría la imagen y cuanto más gigantesca mejor— fabrica la realidad ilusoria que la publicidad necesita para vender”.

Es esta ciertamente una forma de publicidad generalizada pero para la que ya es hora de que los consumidores tomemos conciencia de que ese singular derroche no ayuda en la búsqueda de una mejor calidad de vida, sino que por el contrario contribuye a reducir las posibilidades de un desarrollo equilibrado en que los recursos naturales y el medio, adecuadamente administrados, garanticen la continuidad y el mejoramiento de la vida en el planeta.

Cada una de esas gigantescas imágenes multiplicadas por millones de ejemplares en el mundo son prueba evidente de la falta de conciencia de quienes solo persiguen el lucro inmediato y reflejo fiel de la ignorancia con que millones de consumidores también aceptamos el despilfarro de la materia orgánica que por otra parte, transformada en más papel y en menos alimentos, se le sigue retaceando a una gran parte de la humanidad.

Una posibilidad de comenzar a contrarrestar ese dispendio sería instalar cadenas de mails o de tweets o de alguna otra forma de manifestación a través de las redes sociales dirigidas tanto a los industriales, a los anunciantes, a los publicitarios y a la prensa en general señalándoles que los consumidores hemos tomado conciencia de que ese tipo de publicidad conspira contra los genuinos intereses no solo de nuestra generación sino también de las futuras y que es necesario moderar el uso de un recurso tan valioso como el de la materia orgánica forestal ya que su derroche resulta contradictorio con las promesas de bienestar o de placer que pretenden anunciar a través de los productos que son motivo de esas pantagruélicas propagandas.

Como dice el licenciado Antonio Brailovski “los hombres y mujeres pueden y deben proteger el conjunto de la vida que existe en este planeta”, pero para que ello sea posible “deben adquirir las actitudes y los conocimientos necesarios para hacerlo” y a mi criterio una de las mejores maneras de lograrlo es observar lo que sucede a nuestro alrededor en nuestra vida diaria y en la manera en que nuestro comportamiento o las modas, usos y costumbres que se nos imponen a través de la publicidad y las extralimitaciones de la propaganda, afectan y comprometen nuestro futuro. **Úselo y tírelo**, como irónicamente titula Galeano uno de sus libros, es la mejor manera de condenar la supervivencia de nuestra especie, dilapidar cotidianamente grandes cantidades de papel es solo uno de los ejemplos más evidentes. **(Adital)**

El problema con Alemania

The New Statesman, The Daily Mail

“Un espectro se cierne de nuevo sobre Europa, el espectro del poder alemán”, escribe el historiador Brendan Simms en el artículo que ocupa la portada de The New Statesman, que dedica este número a “El problema alemán”.

El semanario subraya cómo en los últimos cinco años se ha experimentado un “extraordinario aumento” de la influencia alemana, dado que Berlín ha capeado bien la crisis económica y ha conseguido evitar que el Banco Central Europeo (BCE) emprendiese la compra compulsiva de bonos que tanto ansiaban los países en quiebra de la periferia europea.

En su lugar, les recetó una indigesta dieta de normas fiscales. (...) No sorprende, por tanto, que durante este periodo la germanofobia de los políticos y de la gente haya crecido en todo el continente.

Simms cree que, a lo largo de los últimos cinco siglos, Alemania ha alternado entre ser una potencia diplomática muy fuerte y muy débil.

Hoy, Alemania es a la vez demasiado fuerte y demasiado débil, o, al menos, demasiado indiferente. Se halla incómoda en el corazón de una UE que fue en gran medida concebida para contener el poder alemán, pero que en lugar de eso ha servido para incrementarlo, y cuyos defectos de diseño han privado involuntariamente a muchos otros europeos de soberanía sin otorgarles una participación democrática en este nuevo orden.

La pregunta a la que nos enfrentamos ahora es cómo persuadir a la República Federal, que nunca había sido tan próspera y segura, de que tome la iniciativa política y de que consienta los sacrificios económicos necesarios para la culminación de la unidad europea.

De una forma u otra, la pregunta alemana persiste y siempre estará con nosotros. Y es así porque, siempre que Europa y el mundo piensan que lo han solventado, los acontecimientos y Alemania cambian la pregunta.

Mientras tanto, el historiador y columnista Dominic Sandbrook escribe en el Daily Mail que cada vez un

mayor número de europeos comparten la idea de que “por tercera vez en menos de un siglo Alemania está intentando dominar Europa”.

Se remite a las declaraciones del anterior presidente del Eurogrupo, Jean Claude Juncker, que trazó paralelismos entre el 2013 y el año precedente al estallido de la Primera Guerra Mundial y advirtió que la amenaza de una guerra europea seguía vigente. En relación a los alemanes, Sandbrook avanza que:

“Si continúan imponiendo brutales restricciones económicas a los pueblos de Europa, las consecuencias, en términos de alienación social, enfrentamientos internacionales y el auge del extremismo político, podrían tornarse dramáticas. Ya hemos visto protestas violentas contra el yugo económico alemán en Atenas, Roma y Madrid. [...] Gracias a esta aparentemente interminable crisis política, Alemania no se ve ya como el salvador económico, sino cada vez más como el opresor de Europa. [...] Aún así, la verdad es que agrupar a economías de naciones tan dispares como Portugal, Grecia, Francia, Italia y Alemania únicamente ha servido para exacerbar enemistades de antaño”. **(Presseurop)**