

Los científicos han descubierto que los 'bienes' y 'servicios' de los ecosistemas son también productos consumibles

bio de muy poco.

En realidad, unos y otros objetivos no tienen que estar reñidos si se consiguen con sensatez. Pero la sensatez es un concepto muy diferente cuando se entiende por un convencido defensor del medio ambiente, con la escala temporal que tiene in mente; un consumidor, en un momento dado -hasta hace poco tiempo, los artículos que hoy consume masivamente eran mucho más caros que hoy-; o un empresario, comprometido con los cortos plazos en que debe actuar.

Bienes consumibles y servicios del ecosistema

Tan inmersa está la sociedad desarrollada en el consumo de cosas materiales que los científicos han descubierto que los 'bienes' y 'servicios' de los ecosistemas son también productos consumibles y que, como tales, deben ser valorados y ofrecidos a la sociedad.

Se trata de recursos materiales o no, derivados de las funciones ecológicas de regulación, como la del ciclo del agua, almacenamiento y liberación de nutrientes, formación de suelo, regulación atmosférica, polinización; mantenimiento de la biodiversidad en determinados hábitats; producción de materias primas, como recursos genéticos, farmacológicos o de otros tipos; paisaje, recreo, educación ambiental, etc.

La 'oferta' y la preservación de estos bienes y servicios representan tareas que invitan a participar a diferentes tipos y tamaños de empresas.

La sociedad puede, en efecto, considerarlos como componentes de consumo semejantes a algunas cosas deseadas y caras, sólo que ahora se tiene la ventaja de que, para disfrutarlos, es necesario conservarlos. El problema está en que aquellos bienes y servicios son algo que casi nadie aprecia todavía, o que apenas sabe lo que son.

En realidad los bienes y servicios ecológicos son artículos caros -en otro contexto que el monetarista-, requieren una cultura diferente de la que, ló-



Parque Natural de las Lagunas de Ruidera, entre las provincias de Albacete y Ciudad Real.

gicamente, ha emergido gracias a la muy bien elaborada idea del bienestar consumista, y sobre todo pueden disfrutarlos ricos y pobres, aunque el mercado de los productos más deseados no esté diseñado precisamente para esto.

Los foros sobre temas ambientales, las manifestaciones públicas del mundo profesional y político y las publicaciones de opinión y divulgación sobre estos temas tienen verdadero éxito. La conciencia y las motivaciones sociales parecen ir en aumento, aunque no

tanto las actitudes.

Un documento célebre, como el elaborado recientemente por Nicholas Stern sobre las repercusiones económicas del cambio climático, ha tenido probablemente más repercusión mundial que ninguna de las declaraciones ambientales sobre deterioro ambiental producidas en los últimos años. La razón es posible que se encuentre en la dimensión económica en la que este autor enmarca un problema, casi manido en el momento de la publicación, como ese con-

trovertido cambio.

Mi economía va a ser afectada por el cambio climático; no termino de creer en ese cambio, pero ante una perspectiva tan seria como la que afecta a mis ingresos ¿Qué puedo hacer para contribuir realmente a detenerlo? ¿Qué actitud tomo ante la destrucción del paisaje que los demás parecen no percibir o aceptan a cambio de 'desarrollo'? ¿Qué puede hacer un empresario? ¿A qué escala debe trabajar la empresa para mejorar el ambiente de forma significativa?

El mantenimiento de la biodiversidad en determinados hábitats es un bien susceptible de valorar y ofrecer a la sociedad por parte de las empresas. Foto: Flamenco en las Lagunas de Alcázar de San Juan (Ciudad Real).

