



Columna



Natalia Campos,
Académica Facultad de Ingeniería, USS Valdivia.

Consumo desbordado, conciencia escasa

Por años hemos escuchado sobre el daño ambiental que provocan nuestras decisiones de consumo, y aunque la información está disponible, seguimos actuando como si no fuera nuestro problema.

De acuerdo al Informe sobre el Índice de Desperdicio de Alimentos en el mundo, del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), en 2024 a nivel mundial se desperdiciaron 1.052 millones de toneladas de alimentos, de ellos el 60% provenía de hogares. A nivel nacional, según el Ministerio de Agricultura, se estima que se desperdician 3,7 millones de toneladas de alimentos al año. En términos económicos esta conducta genera una pérdida promedio de \$23.000 mensuales para los hogares del país. En el ámbito social, estas pérdidas podrían alimentar a una buena parte de la población que padece hambre. Los alimentos desperdiciados generan hasta el 10% de los gases de efectos invernadero a nivel mundial.

Y el problema no termina ahí. La industria de la moda produce 62 millones de toneladas de ropa al año, de las cuales el 85% termina en vertederos. La tecnología tampoco está exenta. Cada dispositivo que usamos implica materiales difíciles de reciclar: al menos el 20% de los componentes de teléfonos y computadores

se pierde en el proceso; y aún no existe en el mercado un solo aparato que se haya fabricado completamente con materiales reciclados. ¿Cuántos celulares “viejos” guardamos sin uso en un cajón? Se calcula que nivel mundial para el año 2030 habrá 30.000 millones de dispositivos conectados a internet y la “nube” no flota: actualmente existen más de 11.000 centros de distribución de datos a lo largo del globo. Internet es responsable de más de un 7% del consumo eléctrico global y de un 3,7% de las emisiones de CO2.

El panorama es desolador, pero lo más preocupante no es solo el daño en sí, sino el descenso de la conciencia ambiental. Según la segunda versión del estudio “Reciclando-Ando” (2023), realizado por GFK Chile, la preocupación ciudadana por el medio ambiente cayó 11 puntos porcentuales entre 2022 y 2023. Esto nos deja frente a una contradicción dolorosa: mientras seguimos demandando productos que generan un altísimo impacto ambiental, nuestra conciencia sobre ese impacto disminuye. Es una desconexión peligrosa, porque sin conciencia no hay cambio, y sin cambio no hay futuro.

La pregunta es necesaria: ¿cuán dispuestos estamos realmente a modificar nuestros hábitos de consumo? Porque reciclar está bien, pero reducir y repensar son acciones mucho más urgentes.