

# **PODEMOS SER CONSUMIDORES MÁS RESPONSABLES**

**Tica Font**

**Vicepresidenta de Justicia y Paz**

“Vivir sencillamente para que otros puedan sencillamente vivir”

Mahatma Gandhi

## **1- INTRODUCCIÓN**

Los avances tecnológicos de los últimos 50 años han hecho posible producir por encima de la demanda y ofertar más de lo que se necesitaba. La búsqueda del crecimiento económico sin límites dirigido a un consumo desbocado, ha elevado el consumo a la categoría de religión moderna y ha emparejado consumo con crecimiento económico, convirtiéndolos en las dos caras de la misma moneda. De esta manera crecimiento económico y consumo se han convertido en el objetivo de los dirigentes empresariales, quienes para mantener contentos a los accionistas, cada vez han de obtener más beneficios, se trata de estar en permanente crecimiento. Los líderes políticos, que tienen que ser reelegidos cada cuatro años en las urnas, también tienen asumido como objetivo favorecer el crecimiento el crecimiento económico y el consumo de los ciudadanos. Tanto el poder económico como el poder político están atrapados en dicha espiral y no muestran interés en replantear un cambio en el modelo de producción y de consumo. El poder económico solamente se lo planteará cuando los costes económicos de sus externalidades empiecen a internalizarse y sus balances netos de beneficios disminuyan. Los líderes políticos de nuestras sociedades democráticas difícilmente plantearan que hay que limitar el crecimiento económico y reducir el consumo en las sociedades industrializadas, difícilmente dirán a los ciudadanos que limitar el crecimiento económico y el consumo es una cuestión de justicia social y de conservación del medio natural, si lo hicieran son conscientes que perderían las elecciones.

Las páginas de economía de los periódicos, desde hace unos pocos años, hablan de las repercusiones del fuerte crecimiento económico que ha experimentado por China e India, y de las consecuencias que éllo ha comportado en la elevación de los precios del petróleo, el acero, del hierro, del cemento, de los cereales, de la carne... Lo que nos dice la prensa es que el crecimiento económico de estos dos países, ha supuesto un incremento en la demanda de dichos recursos, lo que ha comportado una subida en los

precios de los productos más demandados; pero hay ideas subliminales en estas noticias, una de ellas nos presenta a los chinos e indios como culpables del aumento de los precios del petróleo y otros bienes de consumo, cuando el consumo de petróleo per capita es unas 10 -20 veces inferior al consumo de un europeo o de un estadounidense. Esto nos lleva a la segunda idea subliminal no explicitada, la de transmitir la idea de que la incorporación de China e India a la sociedad del consumo supone una amenaza a nuestro estilo de vida y al orden mundial establecido.

Si China e India consumieran el volumen de petróleo per capita que consume Japón, la demanda de los dos superaría la demanda mundial actual. Si los dos países tomaran la misma tasa de biosfera que un europeo, haría falta un planeta Tierra entero para ellos solos. Si en las próximas décadas no encontramos un par de planetas nuevos de recambio (cosa dudosa), los chinos y los indios no podrán hacer realidad sus aspiraciones de vivir como un europeo, habrá que comprobar si renuncian de forma voluntaria a sus aspiraciones, o en caso de que voluntariamente no renuncien a ellas, si las potencias occidentales utilizarán la fuerza para mantenerlos en un nivel de bajo consumo. Si EE.UU., Europa o Japón, no utilizamos la fuerza para mantener la actual distribución de acceso al consumo, si renunciamos a ello, será necesario reequilibrar la capacidad de acceso al consumo; los países industrializados tendrán que disminuir su nivel de consumo para que otros del planeta puedan aumentarlo.

Lo que está claro es que vivimos en un planeta, que es un sistema aislado, con recursos finitos y limitados y que nuestro modelo de desarrollo occidental no es sostenible.

## **2- MECANISMOS DEL CONSUMO**

La Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible de Johannesburgo – Sudáfrica- del 2002 declara: “Son indispensables unos cambios fundamentales en los sistemas en que las sociedades producen y consumen si se quiere alcanzar un desarrollo sostenible del mundo”. Naciones Unidas hace un llamamiento a revisar el modelo insostenible de producción y consumo y a impulsar un modelo de consumo responsable.

El consumo es sin duda un elemento básico para el bienestar humano, si tuviésemos que escoger entre formar parte de la sociedad de consumo o ser uno de los 2.800 millones de personas que viven con menos de dos dólares al día, rápidamente sabríamos la respuesta. La realidad es que el consumo de las élites adineradas y las clases medias, ha ido más allá de la satisfacción de las necesidades o de los sueños y se

ha convertido en un fin en sí mismo. Todos los seres humanos necesitamos consumir para sobrevivir, necesitamos consumir aquellos bienes que son necesarios para la vida, necesitamos alimentarnos, descansar, vestirnos, un cobijo... El consumo no es malo, las personas han de consumir para sobrevivir, y la población más pobre del mundo tendrá que consumir más para llevar una vida digna y disponer de oportunidades. Ahora bien, el consumo pone en peligro el bienestar de las personas y del entorno cuando se convierte en fin en sí mismo, cuando se convierte en un objetivo básico en la vida de una persona.

Cuando decimos que vivimos en una sociedad consumista, nos referimos a aquella sociedad en la que las personas consumen en exceso y consumen bienes superfluos. El eje central alrededor del cual gira la sociedad consumista está constituido por el consumo de bienes superfluos; y además la gente mide su éxito personal y su felicidad en relación a la capacidad de consumo superfluo. En nuestra sociedad las personas están convencidas de que el éxito personal se mide por el coche que tienes, los viajes y exóticas que son las vacaciones, por la ropa que llevas... en definitiva, en la mente de las personas está la idea de que cuanto más costosos, sofisticados y superfluos son los bienes que se adquieren mayor es el éxito personal. Algunas personas explican la historia de su vida mediante objetos, el primer peluche que tuvo, su primer móvil, su primer coche..., sientan las bases de sus relaciones con los demás mediante productos de consumo, y muestran su lealtad a un grupo social y se distinguen de los demás a través de sus hábitos de consumo.

El impulso de adquirir y consumir invade el espíritu de muchos pueblos y llena el vacío que ha dejado la religión, la familia y la comunidad. El consumo ha proporcionado a millones de personas una nueva idea de independencia y se ha convertido en el patrón común para medir los éxitos humanos. El tiempo que las personas pasaban en la iglesia ha sido sustituido por el tiempo que pasan en los centros comerciales.

Las personas creemos que consumimos lo que necesitamos, pero eso no es verdad, en realidad consumimos lo que la sociedad nos dice que hay que consumir. Una vez que tienes un par de zapatos la persona ya no se plantea que tiene que proteger sus pies; ante el segundo par de zapatos plantea otras cuestiones como la comodidad, la moda o el estatus social. No voy a entrar en cómo se generan de las necesidades, eso daría para un nuevo trabajo, pero es conveniente abordar algunos aspectos. En primer lugar remarcar que las personas consumimos por comparación, cuando vemos a alguien

con una cosa diferente que tú no tienes, de manera consciente o inconsciente empiezas a desearla, surgiendo un consumo por emulación; queremos lo que tiene el compañero de trabajo, el vecino, lo que sale por la TV, lo que hacen las personas ideales de las películas... queremos aquello que es propio de la clase social ideal a la que quisiéramos pertenecer. Desde 1997 el gasto en publicidad en España es superior al presupuesto del Ministerio de Educación y Cultura.

En los jóvenes esto mismo, el consumo por emulación, se traduce en ir vestido como los demás, en tener los mismos objetos... en caso contrario se sienten indignos, con una dignidad por debajo de lo que ellos consideran el mínimo de dignidad. Todas las personas tenemos un listón de lo que consideramos que es digno, de manera que hay ciertos bienes de los que no podemos prescindir, en caso contrario no nos podemos mostrar en público sin sentir vergüenza. En los jóvenes este sentimiento de indignidad o de sentirse avergonzados por no tener lo mismo que los otros puede hacer que se sientan unos parias o rechazados por el grupo.

Otra característica del consumo es la compensación. En una sociedad secularizada como la nuestra, ya no se piensa que la salvación está en la otra vida sino que la salvación está en esta vida, que no hay nada fuera de esta vida, y que hay que salvarse en esta vida. Salvarse en esta vida es equivalente a tener éxito. El éxito se muestra, se mide o se demuestra a través de la tenencia de bienes costosos. El objeto que marque el éxito puede ser diferente para cada colectivo humano, por ejemplo para un inmigrante magrebí que salió de su pueblo con lo puesto, con deudas hacia la familia, etc. el día que puede volver a su pueblo con un coche nuevo, mejor que los coches de sus vecinos, es percibido por todos como una persona con éxito, ¡ha triunfado! El que los demás reconozcan que eres una persona de éxito produce que te “sientas alguien” y que aumente tu autoestima, porque por lo general nos queremos en la mediada en que nos quieren los otros.

Este mecanismo es terrible, porque basamos nuestra autoestima en la valoración que los otros, personas o grupos cercanos a nosotros, hagan de nuestra capacidad de adquirir bienes superfluos. Si resulta penoso que las personas adultas nos queramos a nosotros mismos en relación a nuestra capacidad consumista, más doloroso resulta para la gente joven que puede sentirse un paria o desgraciado entre los miembros de su grupo si no consume de la misma manera.

Consumir por emulación es una característica mundial; el cine y la televisión han globalizado los parámetros del éxito personal, las personas que viven en países en

vías de desarrollo quieren tener lo mismo que el cine muestra y el cine muestra la vida de personas ricas o de clase media. Consecuencia de ello es que puedes encontrarte con comunidades nómadas que tienen una placa solar para hacer funcionar la televisión, en cambio no tienen acceso a la educación, a la sanidad, al agua potable...

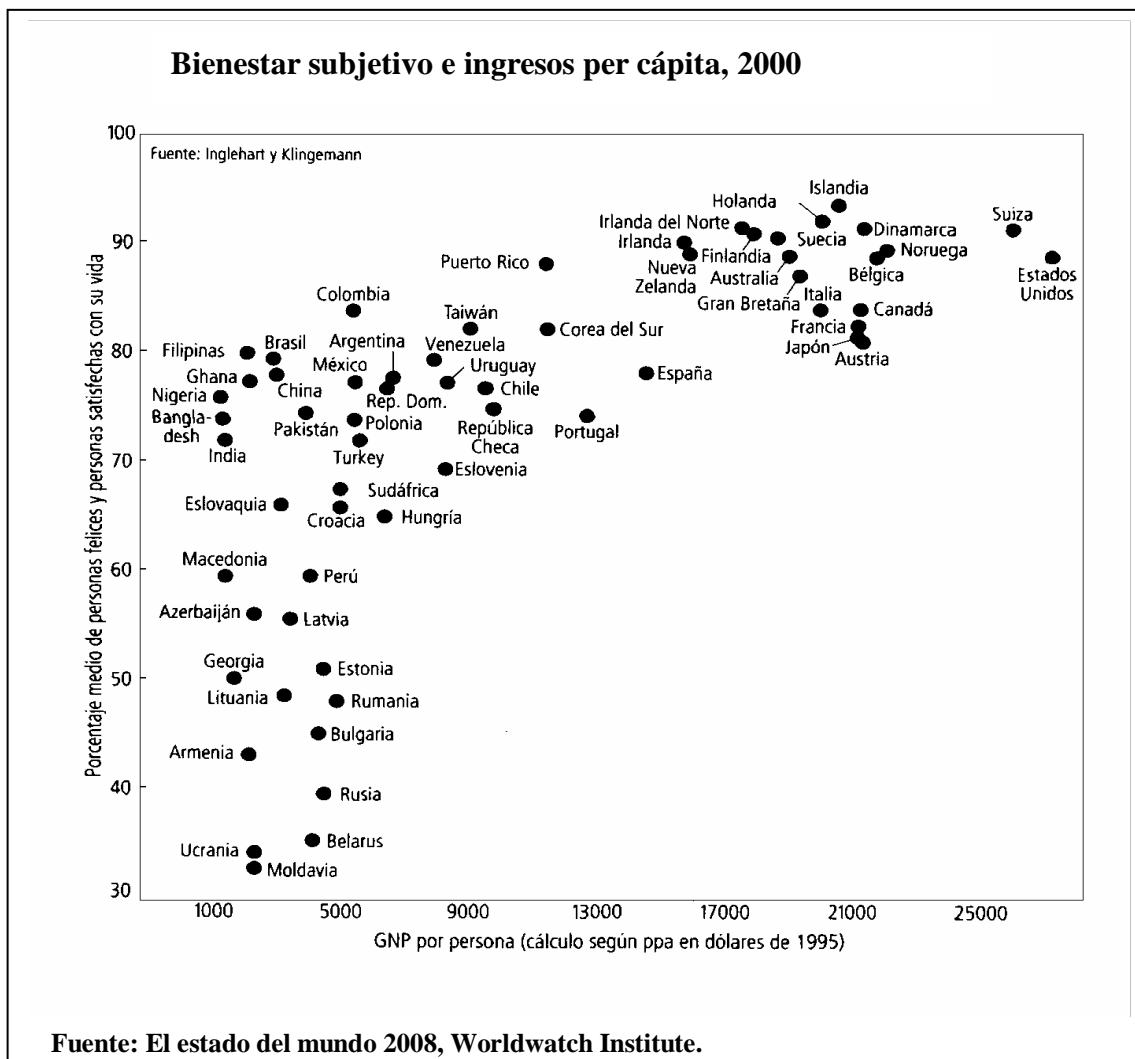
No solamente el consumismo es interpretado como un indicador de éxito, también hemos interiorizado en nuestras mentes y sentimientos, que el consumismo es fuente de felicidad. Si una motivación importante para consumir es la emulación, otra motivación importante para consumir es la compensación. Tenemos tan introducido en nuestra manera de pensar que el consumo en demasía o el consumo de lo superfluo genera felicidad que en la vida cotidiana lo reflejamos con dos frases muy significativas. Cuando una persona se encuentra por la calle con otra y le dice “voy a comprar”, está manifestando que ir a comprar aquello que es necesario, comida, pan... es un fastidio, un acto rutinario y que no produce ninguna satisfacción personal; en cambio dice “voy de compras” está poniendo de manifiesto que va a comprar algún objeto innecesario, un objeto superfluo y a menudo a éste acto consumista le dedicará más tiempo que al acto de comparar bienes necesarios. Mientras transcurre el tiempo en el que “estás de compras” se presenta un carácter eufórico, se tiene un sentimiento de felicidad, sentimiento que está íntimamente ligado a la adquisición de un nuevo objeto y cuya duración es corta; generalmente te sientes feliz hasta que llegas a casa y lo guardas o hasta que puedes mostrarlo a otras personas de tu entorno. Hay que tener presente que la felicidad proporcionada por el consumo es más plena si se puede mostrar; de qué sirve realizar un viaje caro y exótico o tener tres TV en casa si no puedes hacer ostentación del objeto y alardear ante los demás que tu capacidad económica es lo suficientemente elevada como para gastar por encima de la media de las personas de tu entorno.

Las personas podemos sentir felicidad al satisfacer una necesidad o un deseo, pero como ya se ha dicho la felicidad producida por el consumismo, es muy efímera en el tiempo ya que dicha necesidad ha sido generada con el objetivo de aumentar la producción, de impulsar el crecimiento económico, no la felicidad. La persona entra de esta manera en una cadena de dependencia y esclavitud, compramos para sentirnos felices y como nos dura poco la sensación de felicidad, compramos más para tener más momentos de felicidad.

Tenemos tan interiorizado que el consumo genera placer y felicidad que cuando nos encontramos con una persona que se siente deprimida le aconsejamos que vaya a pasar la tarde al centro comercial, que se compre cualquier cosa innecesaria, ello hará

que se sienta mejor, que se sienta especial. Cuando nos encontramos con una persona y nos explica sus problemas laborales... le aconsejamos que se autoregale unas vacaciones; que te sientes “puteado” o exprimido, pues regálate unas vacaciones en el Caribe, unas vacaciones exóticas, cuanto más lejos y exóticas mejor, mayor será la compensación, aunque hayas tenido que pedir un préstamo para pagarlas.

Hay estudios que comparan el nivel de riqueza personal con la proporción de población que afirma que es feliz. Si bien es cierta la afirmación de que la felicidad tiende a aumentar al incrementarse el nivel de ingresos, los estudios demuestran que el vínculo entre felicidad y aumento de renta se rompe cuando se llega a un determinado



nivel de ingresos modestos. En los estados Unidos el nivel de riqueza personal ha aumentado progresivamente cada año, en cambio las encuestas en que la población declara sobre el grado de felicidad no siguen el mismo patrón, desde 1950 los ingresos se han triplicado, pero el porcentaje de personas que declaran sentirse muy felices no ha aumentado prácticamente nada, de hecho ha descendido desde 1970.

Se consume creyendo que ello nos proporcionará amigos, una comunidad, un sentido de la vida, etc. Pero la paradoja trágica es que la gente tiene una idea bastante clara de lo que les hace felices, pero no tiene una idea clara de cómo conseguirlo. La creencia que a mayor consumo mayor bienestar, resulta errónea.

Inglehart y Kinglmann estudiaron la hipótesis que vincula felicidad (o satisfacción vital) con el incremento de ingresos. Esta fórmula  $+ \text{ingresos} = + \text{felicidad}$  funciona (ver gráfico) a un nivel de ingresos bajo; la relación empieza a disminuir a medida que aumentan los ingresos. En la mayoría de países industrializados esta relación es mínima, en el mejor de los casos, la relación entre incremento de ingresos y felicidad es prácticamente inexistente en los países donde el salario medio supera los 15.000 \$ anuales.

En este punto de la lectura podría ser interesante pararse a pensar, de manera retrospectiva, en los mejores momentos de tu vida, cuándo han sido, con quién estabas, en qué entorno... y lo esencial del recuerdo. No creo que me equivoque en afirmar que todos nuestros momentos más satisfactorios de nuestras vidas están ligados a momentos relacionales, de encuentro con las personas, de aquellos momentos en que hemos tomado decisiones costosas pero de las que pasado el tiempo, nos sentimos orgullosos, etc. A mi entender, la felicidad está ligada a la identidad, al sentido de la vida y a las relaciones sociales.

Cada persona ha de reflexionar sobre los costes personales que llevan aparejados la búsqueda de la felicidad a través del consumo, a dónde le conduce los altos niveles de consumo: el endeudamiento, más tiempo de trabajo, más tensión, más tiempo para la limpieza y mantenimiento de las posesiones, las depresiones... el consumo se come el tiempo que podemos dedicar a la familia, a los amigos y al mundo de las relaciones humanas.

Una consecuencia trágica de esta búsqueda de la felicidad a través del consumo de las sociedades industrializadas, es que está hipotecando la posibilidad del resto de personas, la mayoría de los habitantes del planeta, de llevar una vida digna y satisfactoria, tanto actualmente como en el futuro, sin ni siquiera ofrecer recompensa aquí y ahora.

### **3- EL ESTADO DEL CONSUMO**

#### **3.1. Desigualdad en el acceso al consumo**

El consumo mundial ha aumentado a un ritmo sin precedentes a lo largo del último siglo. Los gastos en consumo privado en el año 2.000 fueron de 20 billones de dólares, cuando en 1960 la cifra se situaba en 4,8 billones de dólares. El grueso de este aumento se explica por el crecimiento de la riqueza en muchas partes del planeta. Ahora bien, mientras que el crecimiento del consumo en los países industrializados es constante, no pasa lo mismo (ni a la misma velocidad) en las otras regiones del planeta. Así, mientras que el consumo crece de forma espectacular en Asia oriental y de forma moderada en el Asia meridional, en África se consume un 20% menos que hace 25 años y el 20% del planeta está excluido del consumo.

Según el Worldwatch Institute<sup>1</sup> la clase consumidora mundial suma 1.700 millones de personas (el 24% de la humanidad) que han entrado en la sociedad del consumo. De este grupo, aproximadamente 270 millones viven en Estados Unidos y en el Canadá, 350 millones en Europa occidental, y 120 millones en Japón. Casi la mitad de los consumidores del mundo viven en países en vías de desarrollo, de los cuales 240 millones son chinos y 122 millones Indios (ver tabla 1). Ahora bien, esta oleada de nuevos consumidores no es uniforme en el mundo, el África subsahariana, cuenta con tan solo 34 millones de consumidores, toda ésta región se ha quedado al margen de la prosperidad e incluso ha visto como en las últimas décadas ha caído su capacidad de consumo. A escala mundial el 20% de las personas ricas representan el 86% del consumo privado y el 20% de las más pobres solo acceden al 1,3% del consumo privado.

Mientras que 1.700 millones de personas gastan diariamente más de 20 dólares, hay 2.800 millones de personas que tienen que vivir con menos de 2 dólares diarios para satisfacer sus necesidades básicas, y 1.200 millones de personas viven en la extrema pobreza con menos de 1 dólar diario. Mientras que un estadounidense consume cada año 331 kg de papel, un indio usa 4 kg y un africano menos de 1 kg. El 15% de la población mundial, situada en los países ricos, consume el 86 % del aluminio, el 86% de los productos químicos, el 81% del papel, el 80% del hierro y acero, el 76% de la madera, el 75% de la energía, el 60% de la carne, el 49% del pescado y grano.

En 1980 se veían muy pocos coches particulares en China, en el 2002, China contaba con 10 millones de coches particulares, en el 2003 se introdujeron 4 millones de

---

<sup>1</sup> El Estado del Mundo 2004

coches nuevos, si el crecimiento continua a este ritmo, en el 2015 habrá 150 millones de coches (18 millones más de los que tenía EEUU en 1999).

País	Nº personas consumidoras	% de la población nacional
EEUU	242,5	84
China	239,8	19
India	121,9	12
Japón	120,7	95
Alemania	76,3	92
Rusia	61,3	43
Brasil	57,8	33
Francia	53,1	89
Italia	52,8	91
Reino Unido	50,4	86

Fuente: El estado del mundo 2004, Worldwatch Institute.

País	Gasto en consumo por vivienda	Energía eléctrica	Aparatos de televisión	Teléfonos fijos	Teléfonos móviles	Ordenadores personales
	\$ de 1995 por persona	Kwh/persona	Por mil habitantes			
Nigeria	194	81	68	6	4	7
India	294	355	83	40	6	6
Ucrania	558	2.293	456	212	44	18
Egipto	1.013	976	217	104	43	16
Brasil	2.779	1.878	349	223	167	75
Corea	6.907	5.607	363	489	621	556
Alemania	18.580	5.963	586	650	682	435
EEUU	21.707	12.331	835	659	451	625

Fuente: El estado del mundo 2004, Worldwatch Institute.

Hay muchas comodidades que en su momento fueron considerados un lujo, pero que con el tiempo se han convertido en una necesidad, por ejemplo la luz eléctrica y el teléfono; en cambio una importante proporción del gasto de consumo se centra en artículos que no podemos afirmar que sean necesarios para la supervivencia y la comodidad, se podría poner en este paquete caprichos insignificantes como los dulces, los refrescos, helados, perfumes o cosméticos y hasta gastos más elevados como cruceros, joyas o vehículos todo terreno. No es mi intención censurar a nadie, simplemente mostrar que la suma de los gastos de muchos caprichos es equivalente o superior a la inversión que hay que realizar para satisfacer las necesidades básicas de la población pobre del mundo.

**Tabla 3. Gasto anual en objetos de lujo y fondos necesarios para satisfacer ciertas necesidades básicas**

Producto	Gasto anual (millones de \$)	Objetivo social	Inversión anual (millones de \$)
Cosméticos	18.000	Salud reproductiva para todas las mujeres	12.000
Comida para animales en UE y EEUU	17.000	Eliminar el hambre y malnutrición	19.000
Perfumes	15.000	Alfabetización universal	5.000
Cruceros	14.000	Agua potable para todo el mundo	10.000
Helados UE	11.000	Inmunizar a todos los niños	1.300

**Fuente: El estado del mundo 2004, Worldwatch Institute.**

Consumismo y pobreza conviven en un mundo desigual en el que no hay manifestaciones de voluntad de frenar el consumo de unos pocos y elevar el nivel de vida de quienes lo necesitan. La clase de los consumidores comparte un estilo de vida y una manera cultural de entender la vida cada vez más uniforme, las mismas marcas comerciales se pueden encontrar en cualquier centro comercial del mundo, las personas de lugares muy lejanos vestimos, nos comportamos y aspiramos a vivir de la misma manera. De manera que los grandes supermercados y centros comerciales de todo el

mundo son las nuevas catedrales de la modernidad, los espacios de inculturación mundial.

## **3.2. Algunos ámbitos concretos de consumo**

### **3.2.1. Movilidad**

Moverse a través del territorio es una característica del ser humano, pero a diferencia de tiempos pasados ahora la cantidad de desplazamientos que realizamos y las distancias que recorreremos son cada vez mayores. Hoy en día el transporte absorbe la mitad del petróleo consumido anualmente en el planeta, en el año 2000, el transporte absorbió en España el 42 % del total de energía primaria y es el responsable del 30% de las emisiones de gases contaminantes. Repartido por sectores, en España, la carretera representa el 79,5 % del consumo de energía, el transporte aéreo 13,7%, el marítimo 4,2% y el ferrocarril el 2,6%. En el mundo las emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera por parte de dicho sector suponen 3.000 millones de toneladas al año.

Hoy en España hay 25 millones de vehículos, de los que 19 millones son turismos, para 40 millones de habitantes. En EE.UU. hay 200 millones de vehículos y 280 millones de habitantes. En el mundo hay 580 millones de vehículos y se prevé la incorporación de 200 millones de coches en el próximo año. Si en el mundo hubiera la ratio de vehículos de los EE.UU., en el mundo tendríamos 4.500 millones de vehículos.

Si las emisiones se multiplicasen por ocho, que es lo que supondría la extensión del modelo norteamericano y europeo, la vida en el planeta sería imposible y la crisis ambiental sería irreversible. Este modelo de movilidad basado eminentemente en el uso del vehículo privado es inviable e insostenible, inviable porque nuestras ciudades e infraestructuras no tienen capacidad para absorber dicho volumen de coches e insostenible porque en el planeta no hay suficientes recursos naturales para fabricar tantos vehículos y combustible para hacerlos funcionar.

Las infraestructuras que este modelo de transporte demanda, tienen una repercusión irreversible en la ocupación del suelo, en el paisaje o en la fragmentación de hábitats. Mantener el actual modelo de movilidad requiere infraestructuras cada vez mayores, más carreteras, más carriles, más autovías, más aparcamientos... más ocupación del suelo. En EE.UU. el automóvil requiere el 2% del territorio, en la UE la red vial ocupa 40.000 Km<sup>2</sup>, en España 7.200 km<sup>2</sup> están ocupados por carreteras, calles,

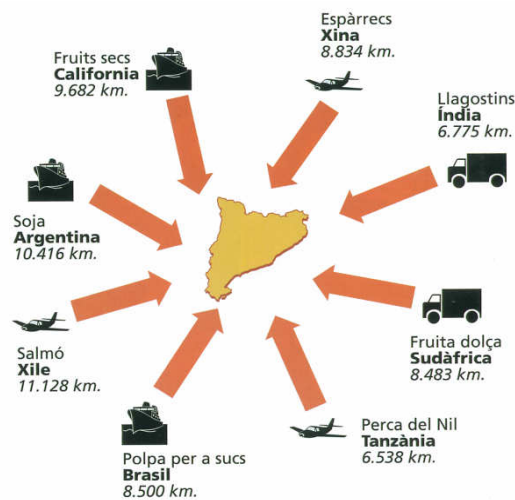
aparcamientos, estaciones y aeropuertos. Los coches devoran la ciudad y condicionan los planes urbanísticos.

Los costes de dichas infraestructuras y su mantenimiento, corren a cargo de las administraciones públicas, no están incluidos en los gastos del transporte. Pero hay más costes externalizados, costes ocultos y no imputados en la contabilidad del transporte: como los gastos ocasionados como consecuencia de los accidentes, los gastos para mitigar el cambio climático, la contaminación, el ruido, el reciclaje o la chatarra producida cuando acaba la vida del automóvil. Ahora bien, si el usuario no paga estos costes, ¿quién los paga? La administración, el Estado, es decir, los pagamos entre todos.

La universalización del uso del coche es imposible, todos los habitantes del planeta no podemos tener coche, pues la generalización de la tenencia y uso desataría una crisis de recursos inimaginable e imposible. Es por ello que tenemos que vigilar nuestras exigencias, no podemos pedir a nuestros ayuntamientos poder aparcar gratuitamente delante de la puerta de nuestra casa, no podemos estar pidiendo más carreteras, autopistas... no podemos decir “no es justo” cuando lo que queremos decir es que “no me va bien”. Hay que ser conscientes de que si el estilo de vida consumista no es universalizable, es un estilo de vida injusto, y que no podemos hablar de satisfacción o felicidad, sin hablar primero de justicia. Ante un sistema de consumo injusto, ¿con qué derecho podemos pedir a los países del Sur que conserven los bosques tropicales o la biodiversidad, o las especies en vías de extinción o que no contribuyan al cambio climático? ¿es ese el nuevo orden mundial que queremos construir?

Es necesario y urgente plantearnos alternativas a dicho modelo y centrar la problemática que queremos abordar. En primer lugar hay que mencionar que el problema del transporte no es la falta de autopistas, autovías, carreteras, aparcamientos... sino la demanda de un modelo de movilidad poco eficiente energéticamente. La solución al problema pasa por **reducir la necesidad** de desplazarse, que **no la posibilidad** de desplazarse, y orientar la demanda hacia modos más eficientes de transporte, lo cual significaría una sensible reducción del consumo de energía, de la contaminación atmosférica, del ruido, una menor ocupación del espacio, una reducción del tiempo empleado en desplazamiento, un menor número de accidentes, una disminución de las inversiones en infraestructuras y una mejoría en la habitabilidad de las ciudades.

Siguiendo esta línea, una política alternativa es la de recuperar la ciudad densa y compacta, la de favorecer la proximidad entre el lugar de residencia y el trabajo, la de revitalizar el comercio de barrio frente a los hipermercados, la de frenar la terciarización del centro de las ciudades, la de mezclar las actividades en lugar de segregirlas, la de recuperar calles, paseos y plazas para los peatones ciclistas y niños. ¿Que resulta utópico?. Más utópico es pensar que se puede generalizar el uso del automóvil.



En este mismo sentido, hay que propiciar una economía ecológica más local y menos orientada al mercado internacional, es decir, una economía que reconstruya las economías locales y regionales y que reduzca la necesidad de transporte de larga distancia; hay que romper con la absurdidad de producir mercancías para exportar y luego importar productos idénticos de un tercer país, únicamente porque los salarios son

inferiores y los bajos costes del transporte no encarecen el producto.

Todos estos cambios no se pueden iniciar sin llevar a cabo transformaciones profundas en las relaciones económicas, en las políticas institucionales, en el ámbito cultural, en las relaciones sociales y en el terreno personal; y es en este último ámbito en el que nos tenemos que replantear la desmitificación del coche: el ahorro de tiempo, la libertad que nos concede, la velocidad que proporciona... Tenemos que pensar en alternativas que tengan presente la escasez de recursos naturales no renovables e impulsar un amplio debate en la sociedad en torno al transporte.

### 3.2.2. Alimentación

La producción e ingesta de alimentos ha aumentado globalmente en todo el mundo, si tomamos como patrón la carne y el pescado, veremos que son los ingredientes de la alimentación humana cuyo consumo está aumentando más rápidamente. Sin embargo, también resultan los más costosos en términos de gasto de recursos. En el 2006 la producción de pollo, cerdo, ternero y otras carnes fue de unos 276 millones de toneladas, cuatro veces más que en 1961. En general, el consumo de carne se ha duplicado desde entonces, alcanzando los 43 kg/persona/año. Las capturas

mundiales de pescado en el 2005 fueron de 141 millones de toneladas, ocho veces más que las capturas de 1950 y el consumo de pescado es cuatro veces mayor ahora que en 1950.

**Tabla 4. Consumo de carne y pescado en los cinco mayores consumidores, 2005**

País	Carne		Pescado	
	Kg/persona	% incremento desde 1961	Kg/persona	% incremento desde 1961
China	55,5	14,6	25,8	5,4
Japón	91,0	1,7	66,5	1,4
Unión Europea	44,3	5,9	26,5	1,5
Estados Unidos	123,5	1,4	23,2	1,8
India	6,0	1,6	4,8	2,6
<b>Mundo</b>	<b>42</b>	<b>1,8</b>	<b>23,5</b>	<b>1,8</b>

Fuente: El estado del mundo 2008, Worldwatch Institute.

El volumen de alimentos y la ingesta diaria de calorías ha aumentado globalmente a partir de 1961 en todo el mundo. Ahora bien, desde la FAO informan que 825 millones de personas continúan estando mal nutridas a pesar de la abundancia de alimentos, esta situación refleja que los alimentos continúan siendo demasiado caros para una buena parte de los pobres del mundo en relación con sus ingresos limitados.

La subida del precio del petróleo, los agrocombustibles y un comercio injusto han disparado el precio de los alimentos en países en vías de desarrollo y en países pobres; este aumento de la carestía de los alimentos está provocando disturbios y violencias a lo largo y ancho del mundo, convirtiendo los alimentos en uno de los problemas políticos más importantes de los gobernantes de muchos países. Egipto, Haití, Camerún, Burkina Faso, Filipinas..., los más pobres de la tierra se han levantado contra el alza de precios de los alimentos básicos (leche, aceite, cereales, azúcar, arroz) que según diversas fuentes han aumentado su precio en un 56% en el último año. En este caso no se trata de una tragedia por falta de alimentos, tampoco se trata de una emergencia derivada de factores coyunturales. El hambre es hoy un problema estructural del mundo globalizado e íntimamente relacionado con el sistema de producción agrícola.

Después de tantos años de revolución verde, podemos ver que la producción de alimentos ha aumentado, pero la distribución es desigual y los países más pobres no

solo se han empobrecido por la dificultad de acceder a los mercados y la competencia desleal a sus mercancías que ejercen los países ricos reventando los precios con productos subvencionados (dumping), sino que ahora ven cómo al perder su soberanía alimentaria, la autosuficiencia dentro de la pobreza en la que vivían se transforma directamente en hambre, porque ya sólo dependen de los mercados y los precios los deciden los grandes productores con los que ellos no pueden competir. En Haití a principios de los años 90 había unos 80.000 productores de arroz, con la liberalización impuesta por el Banco Mundial y las reglas de la OMC, estos productores no podían competir con el precio del arroz importado ni con el arroz que USAID (agencia de cooperación estadounidense) introducía en el país para paliar la crisis de falta de producción local, poco a poco los productores locales dejan de producir, es más barato comprar. Hasta que llega un alza en los precios del arroz y muchas personas no tienen recursos económicos para comprar.

Muchos de nosotros no sabemos o no queremos saber cómo se producen los bienes de consumo, en el poco espacio que puedo dedicar a este aspecto, lo dedicaré a la producción de carne. La cría en granjas industriales es el sistema de producción más extendido, son explotaciones donde se acumulan miles de vacas, cerdos, pollos... con muy poca luz natural y poca entrada de aire libre. En este tipo de granja nacen y se engordan el 74% de las aves, el 50% de los cerdos, el 43% de las vacas y el 68% de los huevos del mundo.

La cadena de problemas de las granjas industriales empieza con la dieta de los animales. Las vacas son rumiantes, su menú consiste en hierba, verdura y residuos de labranza, pero en una granja comen maíz, soja, antibióticos y hormonas (pienso), de esta manera se engordan rápidamente. Un ternero o un pollo son vistos como máquinas de convertir un kilo de maíz en medio kilo de carne. Los piensos de los animales también contienen restos de carne; al pienso se le añaden harinas con restos de animales, de huesos, de sangre de animales, de grasas<sup>2</sup>..., todo ello con el objetivo de engordarlos lo más rápidamente posible. Este tipo de dietas, junto con el amontonamiento de los animales provoca enfermedades (salmonelosis, enfermedad de las vacas locas, el virus de la gripe aviar...) que requieren que se les suministre grandes dosis de medicamentos y antibióticos.

---

<sup>2</sup> La Unión Europea ha prohibido administrar a los pollos, terneros y cerdos cualquier tipo de pienso que contenga proteínas animales

La producción de carne industrial también resulta intensiva en el consumo de recursos e ineficiente en su balance energético. Para producir una caloría de carne se requiere entre 11 y 17 calorías de pienso, el 95% de la producción de soja y el 80% del maíz va directamente a la alimentación de los animales, no de las personas, la producción de 225 gramos de carne de ternera consume 25.000 litros de agua; el 70% de los medicamentos antimicrobianos de los EE.UU. se administra a los animales de granjas, se requiere un 33% más de energía procedente de combustibles fósiles para obtener una caloría de carne bovina (luz, calefacción, refrigeración) que para obtener una caloría de patatas.

Si los inputs de las granjas son poco eficientes, las salidas también son poco eficientes. Los residuos o excrementos procedentes de las granjas industriales comportan dos grandes problemas, contaminación, mediante filtración, a las aguas subterráneas (contaminación por nitratos) y contaminación de la atmósfera debido a las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

El sector ganadero aporta el 18% de las emisiones globales de Gases Efecto Invernadero. Este valor está compuesto en un 35% por la deforestación para crear pastos para alimentar a los animales, en un 31% por el estiércol de los animales, en un 25% por la fermentación en la digestión de los rumiantes (vulgarmente denominados pedos), un 3% por el uso de fertilizantes en la producción de los alimentos para los animales, en un 1% por el uso de combustible y otros en un 5%.

Las vacas del planeta aportan 1.906 millones de toneladas/año de CO<sub>2</sub>, los cerdos contribuyen en 590 millones de t/a de CO<sub>2</sub>, las ovejas lo hacen con 514 millones de t/a de CO<sub>2</sub>, las aves aportan 61 millones de t/a de CO<sub>2</sub>. En definitiva, cuando nos planteamos actuar sobre los efectos del cambio climático no solamente debemos pensar en las bombillas de bajo consumo, en utilizar el transporte público, en comprar electrodomésticos de eficiencia A, en rebajar los grados de la calefacción o refrigeración..., sino que también debemos pensar que nuestra alimentación contribuye de alguna manera al cambio climático.

Los informes de salud nos dicen que comer más carne de la cuenta no es bueno, ni para la salud ni para el planeta; los informes recomiendan recortar en un 10% el consumo de carne, de esta manera evitaríamos enfermedades íntimamente relacionadas con la sobre alimentación como las cardiovasculares, la obesidad, el cáncer de colon, la diabetes... por otra parte cambiar nuestra dieta representa recuperar en nuestra vida algo

que hemos perdido, nuestra conexión con los alimentos y con las personas que los producen.

La media de consumo de carne es de 224 gramos/día en los países desarrollados, de 147g/d en Latinoamérica, de 112 en el Asia oriental y suroriental, de 54 g/d en el Asia occidental y Oriente Medio y de 31g/d en África. La brecha que separa los ricos de los pobres también se hace patente en el consumo de carne y en la alimentación en general. Mientras que el 20% de la población mundial está infraalimentada, otro 20% está sobrealimentada. Como dicen muchos médicos comemos demasiados alimentos densamente energéticos en lugar de cereales, legumbres u otras fuentes de fibras y proteínas. Los especialistas recomiendan reducir el consumo a 90g/d y no sobrepasar los 50g/d de carne roja, es decir, comer carne dos o tres veces a la semana; hace falta pensar que las proteínas las podemos obtener con otros alimentos como la leche, los huevos, el pescado y las legumbres.

En definitiva nos están proponiendo una dieta “justa” en carne y en proteínas, si comemos menos carne tendremos menos problemas de salud y seremos más solidarios con el resto de la población y más respetuosos con el medio ambiente. Comer menos carne representará una disminución en la presión de nuevas tierras por pasto, en el agua de riego para producir piensos, en la necesidad de fertilizantes, etc. Plantearse una dieta justa representa reivindicar la dieta mediterránea rica en verduras, frutas, legumbres y cantidades pequeñas de carne.

Para los pobres, cuya dieta consta de cultivos ricos en fécula, la carne y pescado representan una mejora tanto en su nutrición como en su estatus social. Para los ricos, en cambio, una comida no es completa si no incluye pollo, cerdo, ternera o pescado. Es preciso que los consumidores reconsideremos nuestra relación con la carne y el pescado y que reconsideremos el papel que juegan en nuestras dietas, al mismo tiempo que planteemos otra manera de producir la carne o el pescado. La cría de animales alimentados con pastos y al aire libre significará un menor número de cabezas de ganado disponibles para el consumo; una carne producida de manera más sostenible y respetuosa será más cara y conllevará que no pueda ser el plato principal de todas las comidas. Lo mismo podría decirse del pescado. El exceso en las capturas de pescado hace que éstos no tengan el tiempo necesario que requiere su reproducción y la cantidad de peces en el mar esté disminuyendo, en algunos casos se está en el límite de extinción de la especie. Esto nos tiene que llevar a ser conscientes de que el pescado no va a ser tan abundante como hasta ahora, en especial las especies carnívoras (salmón, atún, pez

espada...) que son las más explotadas, por lo que tendremos que comer menos cantidad de estas especies y más de otras (crustáceos, anchoas, siluro, tilapia...).

Con respecto a la producción de peces en granjas, hay que tener presente que su sistema de cultivo es idéntico al de la carne, balsas donde se amontonan los peces para engorde, elaboración de piensos para peces, antibióticos para reducir sus enfermedades y grandes cantidades de restos y excrementos. El pienso de peces, harina de pescado, se elabora con peces de captura en el mar que no pasan al consumo humano. En la elaboración de piensos para peces se requieren 60 millones de toneladas de pescado, potencialmente comestibles, para alimentar a los 3 millones de toneladas de atún que se cosechan anualmente.

Sabemos que no todas las carnes y pescados son iguales. Y agricultores, pescadores y empresas de alimentos innovadoras están demostrando que suministrar comida saludable, sabrosa y producida de manera respetuosa no tiene porqué costar tanto a nuestra salud ni al medio ambiente. Replantear la producción de carne y pescado significa que los consumidores de los países industrializados tendrán que comer menos cantidad de carne y pescado, disminuir hoy el consumo de estos alimentos equivale a invertir en un futuro más sostenible.

### **3.2.3. Ordenadores y teléfonos móviles**

Algunos economistas afirman que la economía de la información puede ser un presagio de construcción de la era de la desmaterialización de la economía. Gracias a las tecnologías de la información se consiguen beneficios económicos (crecimiento de la economía), sin producción de bienes de consumo. En definitiva los semiconductores, chips y dispositivos electrónicos se han vuelto imprescindibles en esta nueva fase de la economía.

Pero los semiconductores necesitan más recursos materiales que la mayor parte de bienes de consumo tradicionales. Un solo microchip de 32 Mb requiere, por lo bajo, 72 g de productos químicos, 700 g de gases elementales, 32.000 g de agua y 1.200 g de combustibles fósiles. En su vida útil, 4 años, a una media de 3 horas diarias requiere consumir 440 g de combustible fósil para funcionar.

Los chips se fabrican en salas limpias, sin polvo, pero los trabajadores de estas salas están expuestos a un montón de elementos químicos que pueden relacionarse con diferentes tipos de cáncer, abortos o malformaciones. Estas instalaciones generan grandes cantidades de residuos químicos que contaminan suelos y acuíferos.

Estos bienes, ordenadores y teléfonos móviles, han irrumpido con gran fuerza y han penetrado en casi todos los hogares de las sociedades ricas, de manera que nuestra dependencia de ellos es casi absoluta. Estos aparatos están en un cambio continuo, rápidamente quedan obsoletos, sufrimos un bombardeo de nuevos diseños, con más posibilidades tecnológicas... Las promociones y publicidad presionan al consumidor a renovar sus aparatos antes de acabar su vida útil. Pero cada uno de estos aparatos esconde una trampa tóxica. La típica pantalla de rayos catódicos contiene entre 2 y 4 kg de plomo, así como fósforo, bario y cromo hexavalente, cadmio en la resistencia de los chips, berilio en las placas madre y conectores. El plástico representa 6,3 kg por ordenador.

Hasta ahora la mayoría de ordenadores y teléfonos móviles acababa en los vertederos de residuos o en incineradoras. Estos residuos representan el 4% de los residuos europeos. En el 2004 se generaron 7,5 millones de toneladas de residuos electrónicos en el continente europeo. Un 70% de los metales pesados que se encuentran en los vertederos proceden de residuos electrónicos. Las toxinas pueden filtrarse en el suelo, en las aguas subterráneas y pueden llegar a producir daños en la salud de las personas que se exponen a ellos. Por otra parte, la incineración de estos residuos, es peligrosa por las emisiones de dioxinas y furanos que se producen durante la quema.

El análisis de ciclo de vida del teléfono móvil concluye que la placa del circuito que contiene el chip, la pantalla de cristal líquido y las baterías son los principales elementos peligrosos, seguido del plástico de la carcasa, que es de mal reciclar. Los teléfonos móviles tienen una vida media de 18 meses, el grupo de investigación INFORM calcula que en el 2005 se habrán acumulado 500 millones de móviles inutilizados, que probablemente acabaran en los vertederos, donde se filtraran 160.000 kg de plomo.

Muy a menudo los países industrializados exportan los teléfonos y ordenadores que desechamos a países en vías de desarrollo para que en ellos los desballesten, se separen sus componentes y algunas partes vuelvan a ser recicladas. Entre un 50-80% de los residuos informáticos de los EE.UU. se envían básicamente a China, India y Pakistán, resulta más económico enviar estos residuos a dichos lugares que no reciclarlos en el país de origen. Reciclar en países pobres sale más barato debido a los bajos costes de la mano de obra, y a una legislación sanitaria y medioambiental más laxa.

Una investigación realizada por Action Network de Basilea i Greenpeace China en el centro de procesamiento de residuos electrónicos de Guiyu en el 2001, precisaba que el desmontaje de ordenadores se hacía a golpe de martillo, cincel o destornillador y con las manos. Los trabajadores sin vestimentas de protección ni equipos para respirar, abren las pantallas y sacan el cobre (el resto lo tiran), abren los cartuchos de impresoras y retiran la tinta depositándola en un cubo o se exponen a humos cuando calientan placas para retirar el plomo, estaño u oro. En definitiva, los residuos electrónicos hacen turismo; los ordenadores y teléfonos móviles mayoritariamente son usados en los países industrializados, acaban su vida útil en un país en vías de desarrollo, allí se separan los componentes, con muy pocas seguridades sanitarias para los trabajadores, y se quedan con los recursos tóxicos no reutilizables.

No quisiera acabar esta mención a la tecnología de la comunicación e información sin mencionar la llamada Guerra del Coltan. Cuatro millones de muertos en los últimos cuatro años como consecuencia del conflicto conocido con el nombre de “conflicto del coltan”. Este mineral, que se utiliza en los condensadores y otras partes del teléfono móvil y en los microchips de los ordenadores, se produce en un 80% en las provincias del este de la República Democrática del Congo, una zona declarada de gran interés ecológico por las Naciones Unidas. En estas zonas empresas como Nokia, Ericsson, Siemens, Sony, Bayer, Intel, Hitachi, IBM, y otras muchas más tienen fuertes intereses económicos y han sido acusadas de intervenir en el sangriento conflicto armado por el control de dichos territorios, ricos en oro, piedras preciosas, maderas tropicales y coltan.

#### **3.2.4. Residuos**

La economía clásica se ha olvidado del análisis de los desechos de la actividad económica del consumo y la producción, olvido que es fruto de la falsa convicción de que vivimos en un mundo de recursos ilimitados, ilimitados o bien por la posibilidad de encontrarlos y recogerlos de forma natural o bien por la capacidad humana de fabricarlos o suplirlos.

Cuando la economía de mercado trata de analizar los costes ecológicos, se encuentra con que las bases teóricas clásicas ya no se cumplen. Así, por ejemplo, se requiere que haya un sujeto que ostente la propiedad sobre los bienes o productos existentes, porque, si algo no es de nadie o no se considera que escasee, no es un bien y no hay nadie a quien reclamar en caso de desperdicio o daño; esto es lo que pasa con el aire y el agua.

Un análisis de la economía industrializada realizada en 1999 nos habla de los “residuos”, cualquier gasto por el cual no se recibe valor, pagos por una serie de productos secundarios del sistema económico no planificados de los que se puede citar la contaminación del aire, agua, el tiempo muerto en medio del tráfico, la obesidad, los delitos... Estos residuos o desperdicios de la economía de mercado cuestan en EE.UU. más de dos billones de dólares, el 22% de la economía, estos datos son estimativos, pero sirven para llamar la atención de un punto vulnerable de la economía industrializada moderna y es que cada vez resulta más difícil no tener en cuenta los efectos ambientales y sociales de esta economía. A diferencia de lo que pasa con los residuos de otras especies de nuestro planeta, que generan productos secundarios útiles para otras especies, los residuos que genera nuestro sistema económico no tienen valor.

El movimiento de materiales que realiza el ser humano en la obtención de recursos naturales, supera ampliamente los movimientos naturales por erosión hídrica o eólica. Las actividades extractivas generan un movimiento de tierras de unos 70.000 millones de toneladas cada año, lo que representa 4 ó 5 veces la cantidad de sedimentos arrastrados por los ríos del mundo. Por término medio por cada ciudadano español se utilizan 37 toneladas anuales de materiales para proveer su consumo de bienes y servicios. Los materiales removidos por la actividad humana a menudo acaban convirtiéndose en un residuo que difícilmente se puede reabsorber por la tierra. La generación de residuos crece de manera imparable en cantidad, persistencia y peligrosidad en todo el mundo.

- Por cada tonelada de cobre utilizable se tiran 110 T de residuos de roca y mena. Cuando más extraño es el metal, más toneladas de residuos se producen.
- Los europeos cada año generamos 2.000 millones de toneladas de residuos, de las cuales más de 40 millones son peligrosos.
- En Cataluña se generan 4 millones de toneladas al año, es decir 1,63 kg/h/d.
- En los EE.UU. se generan 2 kg/h/d.
- En los países en vías de desarrollo entre 0,27 y 0.90 kg/h/d.

Uno de los retos más importantes que tiene que afrontar el planeta es la reducción del consumo de recursos naturales. Los recursos naturales de la Tierra, combustibles fósiles, agua, árboles, minerales... son finitos y limitados, si no queremos agotarlos y queremos que las generaciones futuras también puedan disfrutar de ellos, necesitamos que la recuperación, reutilización y el reciclaje se conviertan en hábitos fundamentales.

En las ciudades de los países industrializados hay servicio de recogida de basuras, pero el volumen de los residuos no deja de crecer. En los países en vías de desarrollo, entre un 25 y un 50% de los residuos sólidos se quedan sin recoger, lo que conlleva graves peligros para la salud humana.

El reciclaje puede jugar un papel importante en la reducción de residuos sólidos al reutilizarlos como materia prima de nuevos productos.

- Por cada tonelada de papel que se recicla, se salvan 14 árboles (el equivalente a 3,5 m<sup>3</sup> de madera), se ahorran 7.000 litros de agua, reducimos la contaminación atmosférica en 30 kg y evitamos 2,3 m<sup>3</sup> de residuos.
- Para reciclar aluminio hace falta tan sólo un 5% de la energía necesaria para fundir aluminio de nuevo a partir de la bauxita.
- Cada botella de vidrio retornable permite ahorrar hasta 40 briks ó 40 botellas de plástico.

La bolsa de basura es una especie de radiografía de nuestra vida que retrata nuestra forma de vivir, dominada por el envoltorio superfluo y la filosofía de usar y tirar. Tenemos que adoptar hábitos que nos permitan reducir nuestro nivel de residuos y garantizar al máximo que puedan ser reutilizados. Hay que evitar los productos que lleven exceso de embalajes y optar por los objetos con un mínimo de envoltorios. Hay que reducir el uso de bolsas de plástico.

Muchos objetos que utilizamos pueden tener un uso durante un largo periodo de tiempo si se utilizan responsablemente y si se reparan antes de lanzarlos. Es necesario que tengamos en cuenta la durabilidad de los productos y su posibilidad de reparación en el momento de la compra.

Reciclar. Cada vez hay más materiales que se reciclan. Con muy poco esfuerzo podemos separar para reciclar la mayor parte de nuestros residuos: papel, cartón, envases (latas, plásticos, briks, botellas de vidrio, materia orgánica...),

## **4. RETOS Y ALTERNATIVAS**

### **4.1. Comercio justo**

Muchos informes recogen el impacto negativo que ha tenido la liberalización del comercio internacional sobre los países pobres, la FAO ha mostrado muchos ejemplos de los impactos en los agricultores del Sur, que no pueden hacer frente a la competencia de sus productos debido a que los productos agrícolas del Norte están subvencionados (dumping: exportaciones de excedentes por debajo del precio de producción). Esta

política de subvención no solamente limita las exportaciones agrícolas del Sur hacia el Norte sino que también afecta al mercado interior o al mercado del Sur, ya que los productos del Norte son más baratos que los producidos en el propio Sur.

Las organizaciones y ONG están trabajando para detener y revertir el proceso de liberalización del comercio agrícola, afirman que éste hunde las estructuras productivas y los mercados locales de los países pobres, destruye empleo, empobrece a los agricultores locales que no pueden competir con productos importados. Además provoca la pérdida de autoabastecimiento, produce debilidad nacional frente al exterior y rompe el equilibrio exportación – importación.

Las organizaciones y ONG que trabajan en éste tema dirigen sus movilizaciones hacia la Organización Mundial del Comercio (OMC), pues representa el brazo ejecutor de las políticas de los países ricos y de las transnacionales. Propugnan un cambio en las reglas internas para la toma de decisiones en la OMC, proponen suspender la obligación de liberalizar y desregular el mercado interior de aquellos países en donde se han empobrecido los agricultores locales y se ha deteriorado el consumo interno. Además se plantean adoptar mecanismos de defensa del medio ambiente por los impactos del comercio, detener la producción de transgénicos, y lograr un acuerdo para que los países ricos no investiguen en biotecnologías sustitutivas de productos que exporta el Sur.

Trabajan para introducir reformas en los TRIP (Acuerdos sobre derechos de Propiedad Intelectual relacionadas con el comercio), cambiar la ley de patentes para impedir la biopiratería, detener el pago de licencias por las patentes, tanto de medicamentos como agrícolas, ya que ello impide el avance de empresas en el sur.

Algunas organizaciones van más allá y proponen sacar del ámbito de la OMC los temas de agricultura, servicios y derechos de la propiedad intelectual. Proponen acabar con los subsidios a la producción y exportación a los agricultores de los países ricos. Detener el injusto intercambio comercial, la caída sistemática de los precios de las materias primas y bienes de los países pobres provoca que los esfuerzos de estos países para aumentar sus exportaciones no obtengan los beneficios necesarios para su desarrollo.

Proponen el acceso de los productos de los países pobres a los mercados de los países ricos, eliminar las barreras arancelarias o que no se protejan los mercados del Norte, ya que ello provoca pérdidas millonarias en los países del Sur. Algunas ONG han calculado los millones de personas que podrían salir de la pobreza con un aumento porcentual del 5% de las exportaciones del Sur. A todo ello hay que estudiar las

condiciones necesarias para que este acceso revierta en una reducción de la pobreza y no en el enriquecimiento de grupos del Sur o de las transnacionales, todos somos conscientes de que un acceso a los mercados sin más no es la receta para salir de la pobreza.

El tema de comercio internacional es el tema que suscita mayores debates, con consensos y disensos entre organizaciones campesinas, movimientos sociales y ONG. Existen diferentes posiciones sobre cuestiones como: el influjo que puede tener una mayor participación en el comercio internacional; los costes ecológicos y sociales del aumento de las exportaciones o cuál debe ser el objetivo central a establecer para conseguir un comercio con justicia.

Las organizaciones de comercio justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional. El comercio justo es una relación comercial que debe cumplir con unas normas mínimas como son:

- Garantizar a los productores y productoras un salario y unas condiciones laborales justas.
- Asegurar que los niños y niñas no sean explotados; éstos pueden ayudar a sus familias, pero en ningún momento se pondrá en riesgo su desarrollo y se asegurará su educación, descanso y el ocio propio de su edad.
- Las organizaciones productoras deben destinar una parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades: sanidad, educación, agua, saneamiento y seguridad alimentaria. El comercio justo debe contribuir al desarrollo de toda la comunidad.
- El funcionamiento de las organizaciones productoras debe estar basado en la participación y la democracia y velará por la igualdad entre hombres y mujeres.
- Las relaciones comerciales se basarán en el diálogo, la transparencia y el respeto mutuo, asegurando que estas relaciones sean a largo plazo y garanticen el pago una vez formalizado el contrato.
- La producción se realizará garantizando la protección del medio ambiente.

- Los productos de comercio justo serán elaborados bajo normas de calidad.

El consumo solidario se puede practicar adquiriendo productos provenientes del comercio justo. En la actualidad, los mercados globalizados no reparten los beneficios del comercio mundial de manera equitativa. Las grandes multinacionales tienen más poder económico que muchos gobiernos y su influencia es decisiva al controlar los precios en el comercio mundial dejando al margen a los pequeños productores, al acaparar la mayor parte de las transacciones comerciales.

En este contexto, el comercio justo es una alternativa al comercio internacional que, frente a los criterios meramente económicos de éste, tiene en cuenta valores éticos que abarcan aspectos tanto sociales como ambientales. De esta manera los pequeños productores de los países del Sur encuentran un cauce para vivir dignamente de su trabajo, los consumidores pueden tener a su disposición productos de calidad que garantizan el respeto de los derechos de las personas y el medio ambiente; con lo cual se recupera el vínculo entre productor y consumidor y se demuestra que es viable compaginar los criterios económicos con los sociales y ambientales.

#### **4.2 Soberanía alimentaria**

Aún hoy en día unos 800 millones de personas pasan hambre, las principales bolsas de pobreza se concentran en las zonas rurales de todo el mundo y están íntimamente relacionadas a la producción y comercialización agrícola. La Soberanía Alimentaria es una propuesta que nace del campesinado y de las organizaciones sociales de los países empobrecidos como una alternativa al hambre y a la pobreza.

El concepto de Soberanía Alimentaria fue introducido en 1996 por Vía Campesina en la Cumbre Mundial de la Alimentación de la FAO en Roma y se entiende como el derecho de cada pueblo, comunidad y país a definir sus propias políticas y estrategias agrícolas y pesqueras que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias. Esto incluye el derecho de todos los pueblos a una alimentación sana y nutritiva. Busca la autosuficiencia de los productores y el autoabastecimiento del mercado local. En definitiva se trata de producir alimentos y no bienes de mercado.

Vía Campesina considera que las políticas neoliberales destruyen la soberanía alimentaria, ya que éstas priorizan el comercio internacional ante la alimentación de los pueblos; y que además no han contribuido en absoluto a la erradicación del hambre en

el mundo, más bien al contrario, han incrementado la dependencia de los pueblos de las importaciones agrícolas, y han reforzado la industrialización de la agricultura, poniendo así en peligro el patrimonio genético, cultural y medioambiental del planeta, así como la salud de su población. Finalmente, han empujado a millones de campesinos y campesinas a abandonar sus prácticas agrícolas tradicionales, al éxodo rural o a la emigración.

Propone una serie de medidas como:

- Priorizar la producción agrícola local para alimentar a la población, el acceso de los campesinos y campesinas a la tierra, el agua, a las semillas y al crédito. De ahí su rechazo a los Organismos Genéticamente Modificados (OGM, popularmente llamados transgénicos) para garantizar el libre acceso a las semillas y su lucha para mantener el agua como un bien público.
- Abolir todo tipo de ayudas y subsidios directos o indirectos a las exportaciones.
- Prohibir patentar la materia viva y cualquiera de sus componentes e impedir la apropiación del conocimiento histórico humano logrado con años de selección de especies o de sus propiedades curativas. En definitiva, proteger el derecho de los agricultores a intercambiar y a reproducir semillas.

Los defensores de la soberanía alimentaria no están en contra del intercambio de productos, sino de la prioridad dada a las exportaciones, consideran que los alimentos no son una mercancía más y el sistema alimentario no puede ser tratado con la exclusiva lógica del mercado. El acceso a los mercados internacionales no es una solución para los campesinos, cuyo problema es antes que nada la falta de acceso a sus propios mercados locales invadidos por productos importados a bajos precios. Actualmente, sobre todo Estados Unidos y la Unión Europea abusan de ayudas públicas para reducir sus precios en los mercados internos y para practicar el dumping con sus excedentes en los mercados internacionales, destruyendo la agricultura campesina tanto en el Norte como en el Sur.

En todas partes del mundo desde India, EE.UU., Alemania, Perú... algunos agricultores están recuperando métodos tradicionales de producción de alimentos, con semillas tradicionales y cultivos ecológicos. Estos cultivos ecológicos proporcionan diversidad de alimentos y brindan una sensación importante de seguridad, tanto económica como alimentaria. Para los consumidores comprar alimentos producidos en el entorno local es una manera de apoyar a los agricultores y al mercado local de producción de alimentos, es una manera de contribuir a mitigar el cambio climático,

evitando que los alimentos recorran miles de kilómetros y es una manera de respetar el medio ambiente.

### **4.3 Consumo responsable**

Consumo responsable, consumo crítico o consumo consciente es aquel consumo en el que en la elección de productos y servicios se utilizan criterios, son sólo en base a calidad y precio, sino también por su impacto social y ambiental y por la conducta de las empresas que los elaboran. Otra acepción complementaria a ésta, es aquella que considera que el consumo responsable implica consumir menos, eligiendo consumir sólo lo necesario, y estando atentos a cómo nos influye la publicidad en la generación de necesidades superfluas.

En nuestros tiempos es un imperativo la consecución de un cambio social en nuestros hábitos de consumo. El principio fundamental es que todas las personas somos corresponsables con nuestra compra de los impactos sociales y ambientales de la producción. Cuando añadimos el calificativo de responsable a nuestro consumo estamos significando la importancia que tenemos como consumidores para elegir entre las diversas opciones que ofrece el mercado de bienes y servicios, teniendo en cuenta los productos que valoran la justicia social, la ética y la solidaridad, y la protección del medio ambiente. Los ciudadanos podemos convertir nuestra capacidad de compara en un instrumento de presión, está a nuestro alcance la posibilidad de premiar a los mejores y rechazar a los peores, exigiendo el cumplimiento de determinadas garantías sociales, laborales y medioambientales.

Reducir el volumen de nuestras compras, consumir menos, aplicar criterios de ahorro, no consumir un cierto producto, prescindir de ciertos bienes, acabar con ciertos comportamientos compulsivos del consumidor, implantar nuevas pautas de conducta es una manera de influir en el comportamiento de las personas que nos rodean y en las empresas productoras de bienes y servicios. El criterio de ahorro y de simplificar nuestra vida es el más importante a tener en cuenta en todos nuestros actos de consumo. En el momento de realizar cualquier compra nos debemos preguntar si el consumo que vamos a realizar nos va a satisfacer realmente una necesidad o deseo o, por el contrario, lo hacemos compulsivamente. Tenemos que interrogarnos de manera permanente sobre lo que vamos a comprar.

Para ejercer como consumidor responsable podemos hacernos una serie de preguntas: ¿Necesito lo que voy a comprar? ¿Quiero satisfacer un deseo? ¿Estoy eligiendo libremente o es una compra compulsiva? ¿Cuántos tengo ya? ¿Cuánto lo voy

a usar? ¿Cuánto me va a durar? ¿Podría pedirlo prestado a un amigo o a un familiar? ¿Puedo pasar sin él? ¿Voy a poder mantenerlo/limpiarlo/repararlo yo mismo? ¿Tengo ganas de hacerlo?

Pero también hay que tener en cuenta el uso que se va a realizar del bien comprado, el tiempo previsto de duración, si se va a poder mantener, limpiar o reparar fácilmente. De esta manera, tendremos en cuenta la durabilidad de los productos.

¿He buscado información para conseguir mejor calidad y menor precio? ¿Cómo me voy a deshacer de él una vez que haya terminado de usarlo? ¿Está hecho con materiales reciclables? ¿Las materias primas que se usaron son renovables? ¿Hay algo que yo posea que pueda reemplazarlo? ¿Te has informado de quién y cómo se ha realizado el producto?

Además podemos poner en práctica otro tipo de modelos de consumo que, por sus características suponen un consumo más responsable: compra de segunda mano, intercambio o consumo de varias personas (compartir un bien, coche, lavadoras comunitarias...), trueque, reutilización...

Cada uno de nosotros tenemos que encontrar la respuesta, teniendo en cuenta que en la mayoría de los casos, realizar un consumo responsable sólo implica realizar ciertos cambios en nuestros hábitos de consumo, que ello no conlleva comportamientos muy diferentes a los que ya tenemos, que ello no produce inconvenientes considerables y no requiere esfuerzos específicos adicionales.

A la hora de comprar recuerda:

- Debes hacerte las preguntas señaladas anteriormente y, sobre todo, si lo que vas a comprar va a satisfacer realmente una necesidad o deseo, o bien si lo compras compulsivamente.
- Piensa a qué tipo de comercio quieres favorecer. No olvides que consumir productos locales, productos ecológicos o de comercio justo, productos naturales y productos reutilizados y reciclados, son sin duda las mejores opciones medioambientales y sociales.
- Infórmate acerca de las repercusiones sociales y medioambientales de los bienes y servicios. Pide información. Es tu derecho.

- Asegúrate de la calidad de lo que compras, de cara a adquirir bienes más saludables y duraderos.
- Busca alternativas que minimicen la explotación de los recursos naturales: segunda mano, reutilizar, intercambios, reparación.
- Haz un buen mantenimiento de las cosas y cuando acabe la vida útil de un producto, ten en cuenta las posibilidades de reciclar los materiales de que está hecho.

Como consumidores también debemos tener en cuenta antes de adquirir un producto o servicio aspectos éticos relativos al cumplimiento de convenciones internacionales y estándares sobre condiciones laborales dignas, salarios mínimos, derechos de los trabajadores, la lucha contra el trabajo infantil. Tenemos que asegurarnos que las empresas fabricantes y proveedoras garanticen que en la elaboración de sus productos o en el desempeño de sus servicios se han cumplido unas condiciones laborales dignas. También podemos tener en consideración criterios sociales como la compra de productos o servicios elaborados por empresas de economía social, en particular a aquellas que brindan oportunidades a colectivos desfavorecidos.

Los criterios ambientales en la compra de determinados productos debe tener en cuenta el enfoque del ciclo de vida, que analiza los impactos ambientales de un producto desde la utilización de las materias primas de las que está compuesto hasta la gestión de los residuos, con el objetivo de minimizar sus impactos negativos para el medio ambiente. Un producto ecológico es aquel que tiene un menor impacto en medio ambiente durante todo su ciclo de vida, que cumple la misma o mejor función que un producto no ecológico y que alcanza las mismas o mejores cuotas de calidad y de satisfacción para el usuario. El llamado consumo ecológico, pueden plantearse desde diferentes puntos de vista:

- Reduciendo el volumen de nuestras compras.
- Eligiendo en nuestras compras productos que en su fabricación han cumplido una serie de requisitos para no generar una degradación del medio ambiente.

Que las materias primas de los productos provengan de procesos de reciclaje o de recursos renovables o gestionados de manera sostenible: papel, maderas. Que las materias primas no hayan sido testadas o experimentadas con animales...

- Discriminando productos que en su fabricación generan un mayor consumo de recursos naturales.

Que en el proceso de fabricación se haya tenido en cuenta la disminución de los impactos ambientales: consumo de agua, energía, vertidos, emisiones de GEI. Que no se hayan añadido sustancias tóxicas para la salud o el medio ambiente. Que en la distribución del producto se haya tenido en cuenta un modelo de transporte eficiente.

- Teniendo en cuenta la posibilidad de sustituir productos contaminantes por otros naturales o biodegradables.
- Evaluando las características de los productos, el envasado y el embalaje para evitar la generación de residuos con nuestro consumo.

Que el producto sea reutilizable, que fácilmente sea recargable (tóner, pilas...), que sea bajo en consumo energético o en agua, que permita el uso de energías renovables, que tenga una vida útil larga y que sea fácilmente reparable.

Valorando que las empresas fabricantes y distribuidoras del producto que vamos a comprar dispongan de un Sistema de Gestión Ambiental (EMAS o ISO-14001) certificado por una entidad acreditada.

No olvidemos que consumir no es sólo comprar, también consumimos en el hogar y en las actividades diarias, por ejemplo consumimos energía, agua, transporte... Piensa que sólo apagando los electrodomésticos que dejamos en stand by en el hogar, reducimos el consumo energético en un 3%.

## **5. CONCLUSIONES**

Pensar en el consumo como un ciclo:

1- Necesidad

2- Producción

- Respeto a los D. H. de los trabajadores
- Respeto al medio ambiente

3- Distribución

- Distancia recorrida por el producto

4- Consumo = uso

## 5- Residuos

Antes de realizar ninguna compra es conveniente que hagamos un balance del producto que hemos pensado adquirir, es importante revisar el armario de la ropa, la despensa o frigorífico y los objetos idénticos o similares que ya tenemos; es importante dedicar un tiempo a reflexionar sobre estos cinco puntos y el objeto que nos hemos planteado adquirir, ello nos debe hacer renunciar a su compra o en caso que la respuesta sea afirmativa, que lo vamos a comprar, nos debe ayudar a seleccionar entre todas las opciones o marcas posibles aquella que sea la menos dañina.

### Principio de Justicia:

Este principio exige a la sociedad asegurar unas necesidades mínimas, universalizables, a todas las personas y exige asegurar la preservación del planeta.

Si los hábitos de consumo de los 1.700 millones de personas se extendiesen a toda la población mundial (6.300 millones), la situación sería completamente insostenible, a causa del consumo de agua, energía, madera, minerales, suelo y otros recursos, lo que provocaría pérdidas en la biodiversidad, aumento en la contaminación, la deforestación y el cambio climático.

Pero la solución no puede ser la construcción de un apartheid, que limite el consumo a esa minoría del 28% de la población mundial. Moral y éticamente no podemos defender un orden mundial en donde una minoría de personas y países (especialmente los industrializados) tiene asegurado el acceso al consumo de los recursos del planeta, y otras personas y países (concretamente los países en vías de desarrollo) tienen que preservar los bosques, la biodiversidad, las especies amenazadas de extinción y no contribuir al cambio climático. Este orden mundial es injusto.

La población crece, cada vez menos, y probablemente se estancará en las próximas décadas en unos 9.000 millones, como ya ha sucedido en la mayoría de países industrializados. Pero el consumo sigue creciendo, y las necesidades, como demuestra cualquier manual de economía, son infinitas. ¿Cuál es el umbral de consumo?

### Principio de prudencia:

Este principio nos llama a moderar nuestros deseos, los deseos de todas las personas. Nos llama a no caer en el consumo incontrolado, con la consiguiente pérdida de libertad y de felicidad, nos llama a vivir de una manera sencilla y austera. ¿Por qué no gastar menos y dedicar más tiempos a nuestra familia y amigos? ¿No podríamos vivir mejor, y de manera más justa? ¿No sería mejor llevar una vida sencilla en apariencia, pero más rica internamente?

Adoptar la sencillez como modelo de vida nos hace menos materialistas, más respetuosos con el medio ambiente, y lo que es más importante, nuestro bienestar subjetivo es superior. Reducir voluntariamente el consumo puede aumentar el bienestar. Como se ha comentado anteriormente, según ciertas encuestas el umbral de rentas estaría situado alrededor de 15.000 \$ anuales. Las personas con ingresos inferiores a mayor ingresos mayor sensación de bienestar y felicidad, pero a partir de esta cantidad más ingresos, no significa más felicidad. El consumidor trabaja demasiadas horas para pagar el consumo compulsivo, y el poco tiempo de ocio que le queda lo pasa en el automóvil o mirando la televisión (un promedio de 4 h. diarias). Cada vez las personas están atrapadas en la espiral del consumo, endeudamiento para consumir y trabajar más para pagar un endeudamiento mayor.

No bastan las buenas intenciones si no cambian las infraestructuras físicas, las instituciones y las estructuras sociales. Todos los sectores sociales somos responsables de dicho cambio, el gobierno, las empresas y los consumidores, cada uno de ellos desempeña un papel. Pero el cambio no será posible sin un fuerte apoyo del gobierno; los consumidores estamos demasiado expuestos a los efectos de la publicidad, las empresas trabajan en unos mercados muy competitivos, y el responsable principal de velar por el bien común es el gobierno; por ello, es fundamental una visión de la gobernanza en la cual el gobierno asuma este papel de cambio. Pero también hay que ser conscientes que los líderes políticos llevan acabo aquellas políticas que los ciudadanos piden.

Hay dos o tres objetivos esenciales. En primer lugar es necesario emprender políticas enfocadas a crear infraestructuras que permitan la Sostenibilidad: transportes públicos en garantías, reciclar al máximo, servicios de eficiencia energética, de mantenimiento, de reparación y de reutilización.

En segundo lugar, establecer un marco fiscal coherente con el consumo sostenible a empresas y consumidores. Internalizar los costes de la contaminación... en los precios e inversiones influiría decisivamente en la reducción de materias primas.

En tercer lugar, regular la producción de bienes y servicios, de manera que los productos sean más duraderos y eficientes, minimizando los daños al medio ambiente.

En nuestro país la comunidad religiosa puede jugar un papel importante, puede prevenir contra los excesos materiales: proporcionando un contexto espiritual y social para la trascendencia personal, el altruismo y la preocupación por los demás; y constituyendo un espacio para la contemplación, dando a la gente un sentido más

profundo de la vida y con mayor significado que la felicidad efímera ofrecida por el consumismo. En definitiva, un camino hacia la esperanza.

Millones de personas han descubierto que consumir menos les hace más libres, ofreciéndoles un espacio nuevo y creativo para el cambio social, en el que tiene cabida la familia, la amistad, la comunidad y una nueva visión del significado y de la finalidad de la vida.

Un mundo sostenible no es un mundo pobre, sino más rico en muchos sentidos. El gran reto es crear ese mundo.