

Dividiré este texto en dos bloques. Primero hablaremos de límites y potencialidades del Consumo Consciente y Transformador (CCT) en general como herramienta de transformación social. En el segundo trataremos de ver el papel de la crisis en la transformación necesaria y el CCT en ese marco. Mi intención con este texto no es más que establecer un punto de partida para la reflexión y la experimentación en torno al papel del consumo consciente por medio de compartir mi visión fruto de la experiencia de siete años trabajando en este tema. Pero a la vez «me tiro a la piscina» con provocadoras reflexiones, siendo consciente de su no probada consistencia, pero creyendo que el propio proceso de resquebrajar dicha visión nos puede aportar luces sobre esta propuesta.

De hecho algunas no son más que intuiciones que proponen líneas de estudio más que presentar una realidad sólida y estudiada. Puede sonar autocomplaciente toda esta declaración de intenciones pero, seamos realistas, el CCT es un tema muy amplio y transversal, con gigantescas debilidades estructurales, que se encuentra en un estado muy inmaduro. Por último simplemente decir que me dirijo a personas participantes o relacionadas con los movimientos sociales y/o la transformación social, y no entraré en este texto a enumerar propuestas prácticas de CCT, ni siquiera a definir o describir en qué consiste, al menos como objetivo directo en sí mismo. Para ello existen otras fuentes accesibles. [\[1\]](#)

Antes de nada los pies en el suelo

## Limitaciones y consideraciones a la generalización del CCT

En algún caso se ha podido pensar que la propuesta del CCT consistía en ir sumando personas que llevaran a cabo un consumo consciente, eligiendo en su decisiones de compra entre empresas de manera que fueran desplazando «empresas negativas» que a su vez serían suplantadas por «empresas positivas», hasta un punto en el cual el mercado global funcionaría en un contexto de pleno consumo responsable, donde las empresas que no se basaran en el respeto al medio y las personas no tuvieran casi cabida por la falta de demanda. Sin embargo, una mirada a la realidad nos muestra un panorama más complejo con limitaciones claras a este planteamiento de extensión masiva de las conductas de consumo consciente. Las podríamos agrupar en torno a dos elementos:

1) **Condicionantes estructurales de nuestros entornos:** Existen unas estructuras sociales, económicas, y culturales que, si no determinan, sí constriñen muy significativamente nuestras opciones y formas de vida.

¿Cómo se verán afectados nuestros hábitos de uso del vehículo privado ante un modelo territorial de ciudades pequeñas y compactas con buenos transportes públicos y verdadera prioridad en la concepción urbanística para bicicletas y peatones, frente a un modelo de ciudades grandes y dispersas, con un transporte público deficiente y donde peatones y especialmente ciclistas son marginados? ¿Qué alcalde puede ganar las elecciones restringiendo de manera significativa el uso del coche?

A su vez estas estructuras con una fuerte inercia a automantenerse dificultan mucho cualquier transformación. Por un lado está su propia dinámica de poder, como por ejemplo el hecho de que los canales de análisis y de información masivos tienden a partir del mismo enfoque y estructura que ha engendrado los problemas.

Y a su vez, como estas estructuras sostienen el actual modelo de vida y nuestras economías, en muchos casos dependemos a corto plazo de que continúen siendo como son para seguir teniendo un plato en la mesa:

Mil personas se manifiestan en Seseña bajo el lema «Queremos trabajar! Licencias ya!», en su mayoría hombres de entre 20 y 50 años, para que vuelvan a dar licencias de construcción a «El Pocero», pese a que éste constructor está acusado de construcción ilegal y graves daños medioam-bientales. [\[2\]](#)

**2) Nuestras características psicosociológicas:** [\[3\]](#) Según la psicología social y la experimental, la forma en la que funciona nuestra percepción y nuestra acción tiene una serie de características concretas que hacen muy difícil llevar a cabo una iniciativa realmente masiva bajo parámetros de funcionamiento como los que promueve el consumo consciente. Esto es especialmente significativo en un contexto donde existe una «creciente dificultad de percepción sobre la relación real entre la acción individual y sus consecuencias debido a la complejidad de nuestras sociedades. Podemos echar mano de los títulos de algunos artículos publicados en *Opciones*

: ‘¿Qué tiene que ver nuestro colesterol con la deforestación?’».

[\[4\]](#)

Algunos ejemplos de estas limitaciones o inercias cognitivas son:

1. La capacidad que tenemos de gestionar y acceder a la información para tomar nuestras decisiones es bastante limitada.

El mensaje general que transmite la psicología cognitiva es que la capacidad humana para el tratamiento de la información está gravemente limitada.

2. Es bastante natural y normal que haya disonancia entre valores y actos.

En otro estudio demoscópico realizado por profesores de la Universidad Autónoma de Madrid, el 63,9% de los consultados piensa que utilizar el coche habitualmente deteriora el medio ambiente, sólo un 13,2% viaja siempre en transporte público y el 34% utiliza habitualmente el automóvil privado. Mientras que la gran mayoría —el 73,3%— afirma que es necesario reducir el consumo doméstico de energía, sólo el 25% compra bombillas de bajo consumo y el 23% se preocupa por los electrodomésticos energéticamente eficientes. <sup>[5]</sup> «matando al mensajero», en otros minimizando lo negativo, sobrevalorando lo positivo, memoria selectiva, etc.

Cuanto más amenazadora e inevitable parezca una catástrofe, más se tenderá a reprimirla y minimizarla. Tras el grave accidente en la central de Three Mile Island en 1979, por ejemplo, se verificó que quienes residían más cerca de la central tendían a decir que la información apaciguadora suministrada por las autoridades (que intentaban ocultar la gravedad de la situación) era en extremo útil; sin embargo, quienes vivían a más de veinticinco kilómetros de la central tendían a decir que la información era completamente inútil. <sup>[6]</sup>

## «Nosce te ipsum»

### Riesgos y potencialidades del cct para la transformación social

«*Nosce te ipsum*» (conócete a ti mismo) reza la inscripción en el frontispicio del templo griego de Delfos, y parece una sabia propuesta. Pues bien, al CCT también le interesa conocerse a sí mismo. Nos interesa revisar las limitaciones de la propuesta, porque estaremos en una posición mejor para poder evaluar las potencialidades; también nos conviene analizar los peligros <sup>[7]</sup> de un enfoque de CCT que ignore los elementos comentados anteriormente:

Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

a) Si ignoramos el peso de las estructuras socioeconómicas, este planteamiento podría transferir toda la responsabilidad de los problemas sociales y ecológicos al nivel individual: *si no compras ecológico es porque no quieres*.

Por un lado esto generará dinámicas culpabilizadoras que difícilmente pueden resultar en una propuesta atractiva y cuya efectividad, más bien limitada, se basará en esquemas de «culpa-redención» que históricamente son conocidos no tanto por despertar un espíritu crítico y autónomo de análisis, sino más bien lo contrario

En este contexto parecería que el mercado u otras dinámicas frívolas ofrecerán «objetos de consumo para la redención», pero poca transformación.

*No dejes de volar en avión cada año, pero planta árboles para compensar tus emisiones*. Con los actuales niveles, para compensar solamente los viajes en avión necesitaríamos plantar cada año una superficie como toda Galicia de frondoso bosque, sin que esté demostrado que físicamente sea compensable. Y lo peor es que esa ola de redenciones y demás generaría una cortina de humo que nublaría las posibilidades de cambio de estructuras que permitirían desarrollar otros patrones de vida.

Un buen ejemplo de ello son los mecanismos despertados en torno a la Responsabilidad Social Corporativa. Por ejemplo los «lobbies» empresariales tratan de evitar la regulación estatal y el control de empresas por parte de una sociedad civil organizada y activa mediante las cortinas de humo que se generan por medio de las estrategias de RSC: la implantación de códigos de conducta propios y voluntarios; la creación de certificaciones privadas, etc. Desde este prisma se pretende dar solución a los retos ecosociales planteados ensalzando la libertad del consumidor individual y la capacidad de respuesta voluntaria y honesta de las empresas a esta nueva sensibilidad del consumidor. [\[8\]](#)

b) Y es que al minusvalorar los condicionantes estructurales se puede querer dar respuestas individuales a problemas que son colectivos. Generando entonces otra inercia más de individualismo y mercantilización, incluso de la transformación social frente a la acción colectiva, y por tanto alejando la posibilidad una transformación de la situación: *Déjate de manifestaciones, asociaciones o sindicatos, tú compra productos de comercio justo o ecológicos*.

c) Por último puede resultar ser una forma más de elitizar, en este caso mezclando moral y consumo. Por un lado creamos un nicho de mercado elitista y por otro un consumo simbólico al que aspirar, es decir, profundizamos en el problema pero no generamos cambios significativos. *Soy sensible al medio ambiente, culto y moderno porque compro piña ecológica, me gustan los*

*materiales naturales o mi coche es híbrido.*

Todos estos elementos son claves importantes a la hora de entender cuál es el papel del consumo consciente en esto de la transformación de nuestras sociedades. Fácilmente frivolisable, el «consumo responsable» es como el «desarrollo sosteni-ble», palabras demasiado bonitas y ambiguas para que la maquinaria empresarial y publicitaria no sepa absorberlas, ya sea desde el lavado de cara de la «biensoante» responsabilidad social corporativa o desde la venta de productos éticos o solidarios. Colocarse una etiqueta y asociar sus valores a tus productos es un buen pastel en un contexto de sobreproducción material donde lo que venden son las emociones, un dilema que el comercio justo está experimentando especialmente. [\[9\]](#) La ilusión o la inocencia parecen sugerir que expandir las ventas de «productos responsables» transforma estructuras por sí solo. La realidad se muestra siempre más compleja y rebuscada. La pregunta retumba.

## **¿Podemos cambiar el mundo desde el consumo? Potencialidades del cct para la transformación**

Pese a todo lo enunciado en realidad creemos que no se trata tanto de transformar el mundo desde el consumo sino de no dejar que el consumo siga transformando nuestras vidas, nuestros barrios y pueblos: nuestro mundo. Tampoco se trata de dar importancia al consumo sino de quitársela, pero para ello tenemos que mirarlo de cara; no es sobrevalorar el poder del consumidor individual sino destapar la debilidad del consumismo.

Por eso nosotros respondemos a esa pregunta con otra pregunta: hoy en día, viendo la genealogía de nuestros problemas, ¿podemos pretender cambiar significativamente nuestra sociedad sin cambiar nuestros patrones de vida, y por tanto nuestros consumos? Ante esta pregunta nuestra intuición y nuestra razón nos indican que sí, que es necesario desplegar la acción colectiva en el campo del consumo; generando reflexión, conocimiento, educación, acción y construcción de alternativas. Vemos además que tiene toda una serie de características intrínsecas muy interesantes para contribuir a este camino:

1. *Necesario pero constructivo.* Promueve una reflexión necesaria hacia ese elemento clave de nuestra dependencia del actual modelo: el ciclo producción (trabajo)-consumo. Más allá del discurso culpabilizador y victimista, centrado en como nos imponen o presionan, la respuesta del CCT se centra en que somos personas que podemos tomar protagonismo y transformar las cosas, incluyendo nuestras vidas.

Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

2. *Salir de la rueda.* Si nos desenganchamos de la espiral de consumo, ¿seguirá teniendo sentido? ¿Hago horas extras para pagarme el viaje para poder desconectar y descansar de esta rutina estresante? ¿Y si paso del viaje y por tanto de las horas extras? Por tanto no se trata de atacar el modelo desde el consumo, sino de hacer que la lógica del consumo pierda el poder de organizar nuestras vidas. Si el consumo es uno de los ámbitos de nuestra sociedad donde la lógica individualista y mercantil se muestra realmente intrincada, la idea del CCT es darle la vuelta a la tortilla: aprovecharnos de la cercanía y universalidad del consumo para incentivar la toma de conciencia colectiva y el espíritu crítico.

3. *Juntos podemos.* Al tratar de deshacer la madeja de las problemáticas y encontrar nuestra relación con ellas, se hace visible la ligazón entre lo personal y el devenir colectivo. Además, ante el peso de inercias y estructuras sociales que nos mueven en dirección opuesta, para hacer realmente posibles cambios en nuestras formas de vida —y por tanto de consumo— en la mayoría de los casos necesitamos articularnos colectivamente. Lo demuestran muchas iniciativas colectivas surgidas desde la búsqueda de otras formas de consumir, por ejemplo: redes de intercambio de casas en vacaciones; redes de intercambio de conocimientos, de objetos, de servicios...; «bookcrossing»; «woofing»; redes para compartir coche o trayectos; cooperativas de consumo; redes de financiación alternativa; redes de economía solidaria; bancos del tiempo, etc.

Hemos de buscar los círculos virtuosos, es decir, contextos o inercias que faciliten funcionar como queremos funcionar. Estos círculos virtuosos vendrán dados por hábitos o patrones de vida que tienden fluidamente a eso que queremos o buscamos sin necesidad de estar tomando decisiones o luchando contra automatismos o inercias; mediante articulaciones colectivas que nos generen entornos sociales (mercado social, cooperativas de consumo) afines y accesibles. Inicialmente puede no ser sencillo, pero sí puede ser apasionante.

4. *Partir del día a día, de lo cotidiano.* El consumo consciente, por el hecho de partir de lo práctico, lo cotidiano, lo tangible, y por generar una sensación de empo-deramiento mediante posibilidades concretas de cambio, tiene un potencial de seducción que difícilmente tienen otros planteamientos o análisis más teóricos y estructurales. No interiorizas algo igual cuando lo votas o lo lees que cuando lo haces. Algunos psicólogos dicen que, frente a lo que pueda parecer, primero cambiamos las acciones y luego los valores. Y es que en buena medida cuando hablamos de los necesarios cambios de patrones de vida estamos hablando de un cambio cultural: crear, interiorizar, funcionar de acuerdo a otra idea de buena vida diferente al que construyó esta sociedad opulenta, insostenible y desigual. Pero rehacer ese ideal no puede ser un ejercicio meramente teórico: en la vertiente práctica y cotidiana hay un gran potencial para que ese cambio nos lleve a la movilización, la concienciación. De esta manera se genera un ciudadano de renovada actitud y espíritu crítico, dispuesto a reivindicar (y/o aceptar si es que llegan) determinadas políticas transformadoras que difícilmente le habrían

seducido anteriormente.

5. *Empezamos aquí y ahora. Otros mundos posibles y factibles.* El CCT hace que empecemos el cambio aquí y ahora, más allá de la ensoñación de otros mundo posibles futuros y casi oníricos. Y es que si queremos experimentar con otras formas de consumo y de vida tenemos que construir las alternativas aquí y ahora. Para comer no podemos esperar a que llegue el «verdadero cambio», por tanto hay que empezar a construir ya esos otros mundos posibles, tienen que ser factibles (alimentos diferentes, tiendas diferentes, relaciones laborales diferentes, relaciones diferentes con el dinero, publicidad diferente, etc.). Las proyecciones mentales tienen que ser contrastadas con la realidad y su complejidad, un sano pero a veces incómodo ejercicio para el mundo de las ideas.

6. *Va por nosotras.* No se trata de hacer esta transformación en base a un planteamiento puramente ideológico o altruista. Su sentido tiene que partir de nosotros. Como decíamos arriba, de hecho descubrimos la armonía entre nuestro destino colectivo y personal. Esta es una idea clave del CCT y sobre la que volveremos más adelante.

7. *Entiendo mejor.* El consumo consciente es un canal para entender y conocer un mundo complejo que generalmente se nos escapa de las manos. El CCT mira al «mundo» desde lo cotidiano, lo cercano, lo concreto y es desde ahí que lo interpreta y conoce. Esto ayuda a hacerse una composición de lugar más manejable y empoderadora.

### ¿Cómo hacer frente a las dificultades? Consideraciones para favorecer el CCT

Pero todas estas potencialidades no siempre son tan evidentes inicialmente. De hecho, a poco que hayamos intentado dar pasos en esta dirección habrán surgido algunas dudas y dificultades que, o bien pueden convertirse en obstáculos insalvables, o bien pueden ser pistas que nos ayuden a ver cuál es nuestro camino a recorrer. Por ejemplo quien no se ha planteado aquello de:

- «Necesito demasiada información y muchas veces no es accesible». Fui a comprarme una mesa y no quería contribuir a la deforestación. Pero fui a una tienda y era imposible saber de dónde venía la madera, ni dónde estaba fabricada la mesa, en muchos casos ni siquiera podía saber quién era el fabricante. Muchas veces, antes de llegar a la actividad detectivesca

Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

podemos plantearnos cuestiones más ligadas al sentido común: Me pregunté si realmente necesitaba cambiar la mesa o bastaba con lijarla y pintarla de otro color. No se trata sólo de ver qué empresa es peor o mejor para elegir entre marcas y sellos, sino sobre todo de tener una actitud diferente, recuperar el sentido común y reinventar nuestros hábitos del día a día.

- «No puedo estar replanteándome cada cosa que hago, ¡no podría hacer nada más!».

Suena el despertador, una ducha, café con leche, una tostada con mermelada, cojo el coche. Cierto, el consumo está en todo. ¡Precisamente por esto podemos dar pasos casi en cualquier espacio de nuestro día a día y sentir que avanzamos! A mí me gusta comer. He empezado a ir al mercado del barrio los sábados por la mañana y a comprar productos de temporada, paso más de las croquetas congeladas y los paquetes de salchichas de diversos sabores, y me he aficionado al potaje.

- «Ser responsable es muy caro, de hecho a veces es una 'pijada'». Los tomates ecológicos valen un euro más el kilo, la pasta de dientes más del doble. ¿Tomates en invierno? Me puedo hacer ensaladas con productos ecológicos pero menos caros porque son de temporada: lechuga, col tierna troceada, zanahoria, calabaza rayada, bien sabrosas con un chorro de aceite rico. No necesito atún, pimiento, tomate, palitos de cangrejo, salsa de bote que al final no me hacían la ensalada tan barata. La pasta de dientes me dura cuatro veces más porque aprendí que con poner un poquito era suficiente, la clave está en cepillar bien. Además estoy ahorrando un dineral en gasolina porque nos hemos puesto de acuerdo con un compañero que no vive lejos para ir juntos en un coche.

A la hora de comparar precios de alimentos utilizamos el precio por unidad pero si el objetivo es nutrirnos y disfrutar podríamos comparar el precio no por unidad si no por gramo de nutrientes o por cualidades organolépticas. En ese caso, si un tomate ecológico tiene de 5 a 10 veces más de algunos nutrientes y no tiene ningún resto tóxico, a lo mejor la conclusión es que sale más barato. Algo similar podríamos decir si entramos en cualidades organolépticas o intentamos cuantificar el «precio» del riesgo a largo plazo por la exposición continuada a los químicos que lleva un tomate convencional.

De todas formas el argumento clave va en otra dirección, y es que el consumo consciente no pretende crear otro nicho más en el mercado global («el mercado elitista del consumo responsable») sino crear unos cuantos nichos menos. Si tienes una actitud de consumo consciente y te sale más caro, es que quizás te limitas a sustituir productos «irresponsables»



Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

por productos «responsables»; en este caso tienes aún muchas posibilidades por recorrer. Algunas opciones conscientes son efectivamente más caras, pero considerando que puedes prescindir de muchos consumos super-fluos, que aprenderás a usar menos de otras y que algunas opciones conscientes son más baratas que las convencionales, te saldrá más barato globalmente. Comer productos de temporada, hacer que los objetos te duren o utilizar poco el vehículo privado son opciones de CCT que no sólo no son más caras si no más baratas.

- «¿De qué sirve lo que yo hago si veo que los demás siguen igual?». Pensar en evitar todos los efectos ajenos y alejados de nuestro consumo se nos hace grande a todos, pero el punto de partida puede ser evaluar los aspectos cercanos que sí conoces, empezando y principalmente por ver qué te aportan a ti mismo las opciones de consumo consciente. Comer menos carne es más sano y más barato. Y además es más sostenible y justo. Pero tampoco es que se trate de ir a la nuestra; de hecho el consumo consciente nos ayuda a entender la relación inevitable entre lo personal y nuestro destino colectivo, así como a implicarnos en las luchas por la transformación. Mirando con cierta perspectiva veo que lo que realmente es bueno para mí lo es para mi sociedad y también para el planeta. Y, después de todo, actuar de una forma que me parece mejor para todos me hace sentir bien, al margen de que consigamos o no cambiar el mundo.

- «Parezco un tiquismiquis, generando sentimiento de culpa en mí y a mi alrededor.»

Cuando voy a cenar a casa de un amigo, si tienen televisión nueva, hay gambas para cenar o los vasos son de Ikea, me van dando justificaciones, sin que yo haya dicho nada. No queremos juzgar a nadie o que los demás tomen nuestras opciones, sino que todos tomemos las que realmente queremos. Y para eso sí podemos compartir mucho: informaciones, alternativas, creatividad. Cada uno tiene que encontrar su camino y su momento, sin purismos morales. No se trata de hacer «lo más responsable» sino de tomar cada uno las riendas de nuestros actos, apropiarnos de nuestra voz.

- «Necesario pero ni mucho menos suficiente». Por tanto planteamos el CCT como una propuesta llena de potencialidades que se inserta junto a otros elementos en la acción colectiva por la transformación y que a su vez tiene que preguntarse cómo integrar ese papel en sí misma. Como movimiento tendremos que ir viendo maneras de articular este enfoque en forma de propuestas de cambio estructural, ideas como el decrecimiento, la agroecología, la soberanía alimentaria, la relocalización de las economías, las fiscalidad ecológica, el espacio vital sostenible y las tarifas progresivas, la protección y desarrollo de los servicios públicos, la regulación de empresas y mercados, la democracia participativa, la desaparición de la OMC y otras IFI, [\[10\]](#) la renta básica, la tasa Tobin y la regulación de mercados financieros, la

Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

potenciación de la cultura libre, la defensa de las políticas sociales, la reducción de la jornada laboral, las políticas de tiempos, políticas en defensa del territorio. Todas ellas son ya propuestas a tomar en cuenta. Para mí el reto está en cómo afrontar estas limitaciones y peligros, en cómo sacar partido a estas potencialidades dentro de una acción colectiva desde la información para un CCT.

### ¿Y si llegamos tarde ya?

En la base de la fundamentación del consumo consciente reside la voluntad de intentar revertir un proceso que a medio o largo plazo nos aboca a una crisis civilizatoria de consecuencias masivas y poco predecibles. Pero qué pasa si alguna de las potenciales crisis severas (energética, ecológica, financiera, climática o una mezcla de ellas), que pueden afectar de manera determinante a nuestro modelo socioeconómico, tiene lugar antes de que, con o sin consumo consciente, se haya transformado el mundo. Es decir, si no llegamos a tiempo de revertir ese proceso, ¿para qué habrá servido todo esto? Respondemos con dos argumentos a esta inquietante pregunta:

Por un lado, y como comentábamos arriba, el punto de partida es empezar a disfrutar las ventajas del cambio aquí y ahora por lo que cuando llegue que «nos quiten lo bailao» porque nosotros consumimos menos sobre todo para vivir mejor. Pero es que además, en tiempos de crisis, toda nuestra evolución hacia formas de organización, producción, consumo, en resumen, hacia vidas y sociedades menos materiales, con menos uso de petróleo, más cercanas a sistemas sostenibles, más basadas en la cooperación y la relación humana, más localizadas, serán camino recorrido y por tanto un referente muy valioso para todos.

Valga como ejemplo de esta idea el papel que jugaron las redes de intercambio o trueque [\[11\]](#) en Argentina durante la crisis de 2001, y las consiguientes medidas de «déficit cero» o el «corralito bancario». Estas redes surgidas en 1995, y que habían ido creciendo continuamente, sufren a partir de 2001 un incremento masivo en su número, debido a la falta de liquidez que provocó la situación. Según Ruben Ravera, uno de sus fundadores, «el sistema de trueque sin lugar a dudas evitó que sus efectos fueran más devastadores [...] en esos meses de confusión política y económica actuó como un 'refugio' para que muchísima gente no corriera la suerte de los que se quedaron paralizados en su casa, acorralados y sin saber que hacer». En 2002 llegaron a existir unos 8.000 nodos y unos 2.500.000 «prosumidores», aunque los participantes rondaban los 10 millones.

12

No pretendo reivindicar el trueque como piedra angular de la transformación. De hecho sus

limitaciones son gigantescas y no lo convierten en una alternativa global factible ni deseable. Simplemente es un ejemplo ilustrativo de cómo formas de funcionamiento que en sociedades occidentales se restringen a ámbitos muy ideologizados o en los que se dan unas características muy concretas, pueden ser vías de refugio real o incluso dar pie a la construcción de alternativas estables y masivas, en situaciones de crisis severa en las que el marco económico-social-político no da respuesta.

### **Crisis y transformación Contemos con ella**

De hecho, más que si llegamos tarde y la crisis vendrá antes de que «cambemos el mundo», el planteamiento pasa por el hecho de que probablemente sin la crisis no haya nada que hacer; hemos de contar con ella y «ponerla a trabajar» para la transformación. Los brokers y demás agentes financieros en sus escuelas de negocios se hartan de utilizar la metáfora de que los ideogramas chinos de crisis y oportunidad tienen un gran parecido, y es que cualquier especulador que se precie sabe que en un gran terremoto de los mercados hay buenas posibilidades de hacer grandes beneficios.

Hace tiempo mi sentido más realista y a la vez más cínico, y sobre todo mi sencilla tendencia a la observación de lo que me rodea, me sugería que los cambios masivos y significativos necesarios para atajar la crisis ecosocial tendrían que ser desencadenados por una situación de terremoto económico social. Las dos grandes limitaciones de raigambre socioeconómica y psicosociobiológica que mencioné al principio de este texto me inclinan a pensar que ocurrirán cuando nos lleguen las consecuencias tangibles y la crisis ecosocial afecte de manera significativa a nuestros modos de vida. Sin caer en posturas apocalípticas, ni tampoco sentarse a esperar la crisis por venir, de un modo realista, hemos de contar con la crisis.

En los textos que me han llegado referentes a la crisis civilizatoria [\[13\]](#) es interesante observar la gradación de optimismos y catastrofismos desde los que se afronta. Un elemento clave a la hora de pensar la crisis es la inferencia que hagamos de la concatenación de hechos, y la rapidez y rotundidad con que estos se presenten. Se pueden establecer dos polos y todo el abanico entre ellos. Por un lado, si la crisis viene de golpe y provoca un contexto muy extremo, la conflictividad social puede ser inmanejable e imponerse el «sálvese quien pueda» si dar tiempo a ninguna construcción de respuestas cooperativas o solidarias. A este escenario lo llamaremos crisis decadente. Por otro lado, si la crisis va dando coletazos lo bastante fuertes como para que no quepa la apatía o el ninguneo de la situación y haya que mover ficha, tal vez las propuestas constructivas y cooperativas se pongan en primer plano. A este escenario lo llamaré crisis transformadora, y en relación a él surge la manera de articular mi visión y práctica presente. Decido situarme en este segundo escenario de catarsis regeneradora, aunque no tengo argumentos para defender y menos convencer de que así será. Se trata de un posicionamiento a priori cimentado sobre un optimismo que considero necesario y que por

Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

suerte me surge de manera natural. Poder situarnos en un escenario de crisis transformadora depende, por un lado, de cómo venga la crisis y de cómo se concatenen los hechos y, por otro, de cómo reaccionemos ante ellos.

### 2008: mucha crisis y pocas nueces

Estos meses estamos asistiendo a la conversión de la crisis en espectáculo desde los medios y la publicidad. En el contexto de una crisis ecosocial sistémica, estos fenómenos actuales podríamos llamarlos «coletazos». Quizás resulte frívolo para aquellos españoles que han perdido su empleo, los estadounidenses que se han quedado sin casa, los islandeses que se han quedado sin ahorros y los miles o millones de personas que protagonizaron disturbios por el alza del precio de los alimentos en 37 países durante 2008. Sin embargo, en los países occidentales a la mayoría social la crisis por ahora le ha tocado de refilón; sobre todo sus modos de vida no se han visto afectados casi en ninguna medida. De hecho en España en el trimestre de «explosión» de la crisis el consumo sólo ha caído un 1%. [\[14\]](#) Por tanto nos hallamos lejos de las cifras de lo que es una crisis que realmente azote de manera drástica nuestras vidas, como por ejemplo en Argentina en 2001, cuando en tan sólo un año 5,2 millones de personas pasaron a engrosar las cifras de pobreza.

[\[15\]](#)

Con esto no quiero decir que la actual crisis no tenga importancia, simplemente ilustro las dimensiones relativas de la crisis actual respecto de la crisis ecosocial que podría venirse encima si el modelo sucumbe en su insostenibilidad estructural. Sin embargo estas crisis del 2008 (alimentaria, barril de petróleo a 160 dólares y la crisis financiera) presentan una buena ocasión para ilustrar la mortalidad de nuestro modelo. Esta pregunta cobra una especial vigencia ¿Quiénes son los idealistas, los que creen que este modelo es insostenible, y experimentan para buscar otros mundos, o el que cree que puede continuar como hasta ahora? También puede resultar muy útil para entender el ecosistema de reacción de nuestras sociedades, medios de comunicación, instituciones y gobiernos ante procesos de crisis.

En este sentido la crisis alimentaria de 2008, que yo llamaré «coletazo alimentario», ha sido muy ilustrativa. Por un lado, ha puesto sobre la mesa la necesidad de revisar el modelo agroalimentario global, especialmente la competencia entre biocombustibles y alimentación. Sin embargo, el análisis del «establishment» se ha centrado en gran parte en un continuismo basado en la necesidad de seguir con la carrera de super industrialización de la agricultura (quizás transgénicos) y más liberalización de mercados alimentarios (terminar la ronda inacabada de Doha de la OMC). [\[16\]](#) Hasta el punto de que las nuevas propuestas para cerrar la ronda de Doha han sido blindar los acuerdos de manera que prohíban la adopción de medidas proteccionistas, como las tomadas por países como India para asegurar la alimentación de su población en medio de la crisis alimentaria. Y han sido pocas las voces o foros relevantes (en términos de poder) donde se ha podido oír un análisis más crítico que aborde las brechas sistémicas.

### Crisis necesaria pero no suficiente

Por tanto creo que las crisis son una oportunidad para mostrar la fragilidad de un modelo, de manera que podamos visibilizar e interiorizar por ejemplo el inasible concepto de insostenibilidad, así como cuestionar su inevitabilidad. Pero por otro lado nada nos hace pensar que de la crisis surja necesariamente una transformación hacia mundos más deseables, y es que en estos primeros «coletazos» se confirman ideas intuitivas no demasiado halagüeñas:

- La tendencia es a afrontar la crisis de manera aislada sin una mirada sistémica, entendiendo el fenómeno coyuntural cíclico que requiere medidas que profundizan en el mismo modelo que nos ha llevado hasta aquí. Esto genera un análisis y una búsqueda de soluciones continuista que sólo busca afrontar las consecuencias a corto plazo. La jerarquía de cosas a afrontar, en general con cambios legislativos o dinero público, vendrá dada por la cuota mediática y de influencia o, en el mejor de los casos, por la visibilidad del número de desempleados directos causados.
- Como todos dependemos de que el modelo continúe, inicialmente todos sufrimos su colapso y por tanto todos parecemos estar en el mismo barco a la hora de que se salve como sea sin entrar a tener en cuenta elementos más a largo plazo o estructurales. En este sentido el sector de la construcción español es bastante paradigmático. Al haber sido el motor de creación de empleo y crecimiento económico, se da la realidad de que los ingresos de muchas personas dependen de una forma de urbanización del territorio que crece de manera sangrante y hace que defender el territorio sea incompatible con la forma de vida de mucha gente que lo puebla.
- En 40 años de políticas ambientales, los únicos datos significativos en cuanto a la reducción del uso de materiales y energía (es decir pasos hacia la sostenibilidad real), se dan como consecuencia de escenarios de crisis o recesión, no como consecuencia de políticas ambientales o campañas ciudadanas. Las crisis por si solas consiguen una reducción en el requerimiento total de materiales y energía (¿cómo explicamos que los precios del petróleo, cobre, níquel o trigo se hayan dividido por tres desde que comenzara la crisis si no es por una fuerte caída de la demanda? [17](#) ) y consecuentemente en la producción de residuos y emisiones. Por ejemplo, en octubre, tras la crisis financiera, la caída de la venta de coches ha sido del 40%. Estas reducciones son fruto, entre otros elementos, de la contracción de la demanda que genera la desaceleración de la economía mundial ante la falta de acceso a crédito y las pesimistas expectativas y por tanto tiene bastante de cíclicas.

Por tanto nada nos inclina a pensar, como intuíamos, que las crisis por sí solas, pese a colocarnos en un escenario más sostenible cuantitativamente hablando, tengan un poder transformador de formas de vida o nos lleven a un modelo social más equitativo y sostenible en su esencia.

### Hacer de la crisis virtud

Por tanto será la respuesta social lo que construya el marco post-crisis y marque el efecto final de dicha catarsis. Ante este panorama me sitúo, como dije, en un escenario optimista, pero activo. Partiendo del sencillo eslogan de «consumir menos, vivir mejor», asumo que una crisis que colapse el modelo de expansión productiva y de consumo, así como el vestido cultural que lo mantiene, puede permitirnos alcanzar sociedades en las que sea más fácil proyectar un bienestar genuino y colectivo, a la vez que sustentable. Partiendo de esta premisa optimista creo que dar lugar a ese proceso virtuoso requiere:

- Tener un discurso de crisis vital y activo, seductor y factible... que sea un referente constructivo y no sólo un obstáculo al continuismo. Lo que el CCT puede aportar en este sentido creo que queda más o menos ilustrado en el repaso de ventajas y potencialidades que he expuesto anteriormente bajo el título: «¿Podemos cambiar el mundo desde el consumo?»
- Hace falta un abanico de prácticas, articulaciones colectivas experimentadas y sólidas que puedan ser referente. En este sentido el CCT puede ser un motor y un contexto de recepción para que estas iniciativas surjan y se desarrollen ya sea en el ámbito de la producción, la comercialización, el intercambio, la cooperación-compartir o el consumo. Es decir, si existen iniciativas de producción agroecológica se podrán desarrollar y mantener en la medida que haya unos consumidores que las demanden.
- Por último, se necesita un despliegue cultural que nos prepare para evaluar el nuevo contexto, y por tanto los objetivos dentro de él, con mirada renovada, y no con la mirada heredada de la actual sociedad de consumo. Por ejemplo, ante la tendencia a entender un nuevo contexto de escasez como «pobreza o miseria», debemos desarrollar la capacidad crítica de evaluar qué es escasez y qué es simplemente el fin de la sobreabundancia material, viendo en ello incluso cierta virtud. Desarrollar este nuevo cuerpo de referencias y valores es clave para evitar que el nuevo contexto active una añoranza obsesiva de la sobreabundancia

Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

de épocas pasadas, tomadas como referencia de lo «necesario». Si seguimos funcionando con paradigmas culturales de abundancia en un contexto de escasez manifiesta, la dinámica social se articulará en torno a la lucha encarnizada por entrar dentro del grupo de los que mantuvieron los estándares de vida consumista occidental.

En estas tres patas creo que el CCT puede ser una herramienta relevante, pero sobre todo en el campo cultural. Crear el caldo de cultivo adecuado para que fragüe otra visión, otra escala de valores, otra cultura basada en una paradigma de escasez material virtuosa que replantee necesidades y hable de un bienestar genuino <sup>[18]</sup> (lo que el movimiento por el decrecimiento <sup>[19]</sup> ha llamado «crecer de otra manera»). Sólo con ese caldo de cultivo pueden las políticas necesarias surgir y sobrevivir a la inercia social que la crisis activará previsiblemente.

### **Trascender el consumo, propuestas políticas**

Pero como decíamos, el CCT puede ser efectivo en la transformación como fuelle que avive toda una serie de cambios estructurales que necesariamente pasan por la arena política pura y dura, ya sea institucional o de los movimientos. Es por tanto necesario generar propuestas especialmente en esos ámbitos donde el CCT actúa para que los vacíos que dejan políticas fracasadas se llenen con políticas transformadoras. Es el momento de ayudar a pensar esos otros mundos posibles. Si baja un 40% la venta de coches, es el momento de apostar por el transporte público (más y mejor) o por la extensión de las iniciativas de carsharing, <sup>[20]</sup> antes que por un enésimo plan renove.

En esta línea, me atrevo a esbozar algunos de esos ámbitos que de manera más natural se relacionan con el CCT para proponer líneas de trabajo y reflexión:

– En términos del ajuste económico y social se presentará probablemente un panorama que yo llamaré de sostenibilidad excluyente es decir quizás entremos en un contexto con indicadores de mayor sostenibilidad por la disminución en el uso de materiales y energía así como en la producción de residuos y emisiones pero será gracias a que amplias capas de población pasen a formar parte de los excluidos de la sociedad de consumo, más que a la transformación de dicha sociedad. Por tanto hemos de visualizar cómo funcionan los ajustes de mercado ante la escasez. Si el cenit del petróleo se materializa, y por tanto la oferta energética disminuye, el nuevo «equilibrio» vendrá dado por unos precios energéticos prohibitivos que harán que muchos disminuyan su consumo y otros directamente queden excluidos o casi excluidos de su acceso.

Actualmente el consumo de recursos mantiene esquemas de gran desigualdad como es bien sabido, especialmente en las relaciones Norte-Sur. Pero no hace falta buscar tan lejos de nuestras sociedades. <sup>[21]</sup> Ante ello cabe construir un discurso de redistribución que vaya más allá de la redistribución de rentas vía sistema fiscal, un pacto social que hable también de la redistribución del consumo de recursos. <sup>[22]</sup>

De manera que cuando la escasez se haga presente haya una cultura política y un cuerpo legislativo que introduzca sin complejos otros mecanismos de ajuste más equitativos que el simple y siempre ciego ajuste de precios. Por tanto, en la práctica es hora de hablar de una fiscalidad ecológica significativa y no marginal, así como de otras políticas de demanda relevantes

<sup>[23]</sup>

que partan de un enfoque de equidad en el consumo de recursos y generación de impactos. Las políticas de oferta por sí solas incluso en sus versiones más bienintencionadas como la ecoeficiencia, hacen que su efecto agregado sea nulo, ya que cualquier ahorro será sustituido por nuevos consumos. – Reparto del trabajo asalariado; ¿si el trabajo es un bien escaso se debe repartir? Consumo menos pero trabajo menos, tengo más tiempo para mí. En esa línea estudiar medidas hacia el fomento del trabajo a tiempo parcial y el establecimiento de jornadas máximas de menos horas.

– Si hablamos de relocalización de las economías y soberanía alimentaria, de frenar el neoliberalismo, necesitamos comenzar a hablar no sólo de otras formas de integración y cooperación económica sino también de proteccionismo, una de las palabras tabú de la arena política institucional. ¿Cómo sería el proteccionismo sustentable del siglo XXI?

– La estructura de gasto de las familias es un ilustrativo indicador de la evolución socioeconómica de nuestras sociedades. Los modelos socioecómicos que se vislumbran de sociedades más sostenibles pasan por trastocar la actual estructura de gasto. Probablemente el peso del gasto en alimentación, que se ha dividido por más de tres en unos 40 años mientras el gasto dedicado a vivienda se multiplicaba por tres, ha de recobrar mayor peso en una sociedad más cercana a la soberanía alimentaria y la agroecología. ¿Significa esto aceptar precios más altos de los alimentos? ¿Qué significa que una familia de renta media gaste casi un 60% más en vivienda que en alimentación? <sup>[24]</sup> ¿Qué políticas y discursos pueden gestionar estos elementos?

– Políticas especialmente restrictivas con el marketing ambiguo o engañoso especialmente ante la proliferación de sellos, códigos de conducta, certificaciones y otra serie de herramientas de la RSC. El objetivo es crear un marco sencillo, veraz y transparente de información al consumidor.



Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

– Utilización de indicadores físicos, de huella o mochila ecológica, a la hora de elaborar políticas relevantes y de crear estados de opinión relativos al consumo de productos.

Crear caldo de cultivo: temas clave

El CCT tiene uno de sus principales terrenos de acción en el cambio cultural. En general parece claro que el CCT nos sirve para visualizar y concienciar sobre los problemas que este modelo de producción y consumo genera en términos ecosociales. Pero este no tiene porque ser su único cometido, su única razón de ser, existe otra vertiente del discurso quizás menos utilizada, pero potencialmente más motivadora y movilizadora. Se puede utilizar el CCT para visualizar las repercusiones directas de ese modelo y esos patrones de vida sobre mi/nuestro bienestar (en un sentido amplio). Partir de una pregunta siempre tiene especial fuerza, por lo que podríamos ponerlo en estos términos: ¿realmente estamos cada vez mejor consumiendo más? En este sentido la propuesta es pararnos y analizar las fuentes de nuestras insatisfacciones o pérdidas de bienestar, de nuestras carencias. El CCT puede ser la palanca para realizar este ejercicio, una herramienta de gran ayuda a la hora de explorar cambios en nuestra cultura que son claves para la transformación, como serían otro ideal de buena vida y bienestar, otra idea de necesidad.

De esta manera no sólo no debilitamos la dimensión colectiva del problema, un riesgo que señalábamos al principio, sino que la reforzamos, ya que hace patente la relación entre el destino común y el personal. Algo así como esbozar la idea de que las prisas, la velocidad, el stress, la frustración o la ansiedad son la cara personal o doméstica del cambio climático y la crisis ecosocial.

A continuación desarrollo brevemente varios ejes temáticos que pueden ser claves para entender elementos de nuestro modo de vida desde la perspectiva del CCT, así como incentivar y promover los cambios necesarios. Me detengo especialmente en el que considero que puede resultar más novedoso y quizás entrañe más potencial movilizador.

### **Reloj no marques las horas**

En nuestra relación con el tiempo yace una pieza clave para entender el actual patrón de vida y por tanto los potenciales y necesarios cambios. En las sociedades de la abundancia material, la pobreza de tiempo es una realidad bastante extendida.

Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

Una pobreza que parte de las dinámicas del trabajo: el mercado laboral y su marginación de los esquemas de trabajo a tiempo parcial, la normalización de las horas extras, la extensión de la edad de jubilación, la falta de conciliación de horarios, la ampliación de la jornada laboral (60-65 horas). Más de un estudio ha afirmado que nunca se ha trabajado tanto como actualmente. [\[25\]](#) Pero no sólo pasa por el mercado laboral, sino también por la complejidad e intensidad de nuestro consumo de relaciones sociales, actividades de ocio y turismo, actividades formativas, etc., a lo que hay que unir las crecientes distancias físicas entre lugar de residencia, espacios sociales de relación, dispersión de tus redes de sociales de ocio, espacios de abastecimiento de alimentos, espacios de ocio y descanso (segundas residencias). Y por último la pobreza de descanso que une de manera directa el reparto de tiempos que tenemos con nuestra salud. Cerca del 37% [\[26\]](#) de los consumidores de todo el mundo se van a dormir más tarde de la medianoche. Los españoles atribuyen en su mayoría (75%) este hecho al trabajo y en segundo lugar a los hábitos. Los consumidores españoles y portugueses son los que duermen menos tiempo, seis horas o menos, sólo superados por parte de los austriacos, de los cuales el 19% duerme menos de seis horas diarias. Cada vez hay más gente que tiene problemas para conciliar el sueño, hasta el punto de que el insomnio ha hecho que se cree una nueva industria para ayudar a dormir. Esta es quizás la principal fuerza de la sociedad de consumo, que de toda frustración provocada puede crear un nuevo mercado y ámbito de consumo. Este anuncio de colchones lo ilustra a la perfección: ¿Recuerdas los tiempos en qué dormíamos ocho horas? Nosotros tampoco. Hoy la mayoría de nosotros conseguimos tener a duras penas seis horas por dormir. ¿Quién lo puede armonizar? El nuevo Sealy Posturepedic. Diseñado para eliminar los puntos de presión que nos hacen menearnos y dar vueltas. **CONSIGUE UNAS MEJORES SEIS horas.** [\[27\]](#)

De hecho el tiempo se erige en un importante obstáculo tanto para las posibilidades de movilización y activación social de mucha gente, como para las oportunidades de experimentar en el CCT o variar patrones de vida. Por ejemplo, si dedicamos crecientemente menos tiempo a la alimentación (planificar, comprar, preparar, cocinar, comer) será muy difícil tener unos hábitos de consumo de alimentos basados en el productos frescos, de temporada y locales, que nuestras compras las hagamos con consciencia evitando el hipermercado, etc. La idea es darle la vuelta y que, en vez de ser un obstáculo al cambio, sea una motivación. Al hacer visible nuestra pobreza de tiempo como consecuencia de este modelo de vida, entendemos una importante repercusión directa del mismo sobre nosotros y por tanto abrimos un campo de exploración. De esta manera, el ámbito del tiempo se configura como un elemento muy importante para construir la idea de que el cambio puede ser a mejor. Se puede ganar calidad de vida en un marco de transformación. Probablemente en este hecho tienen su nacimiento y buena acogida los movimientos que reivindican el «slow» (lo lento) algo que ya ha empezado con movimientos como *slowfood* o *slowcities*

[\[28\]](#)

En el terreno las propuestas, las reivindicaciones en torno al tiempo ligan políticas con propuestas de reparto del trabajo, reducción de jornada, [\[29\]](#) y toda una serie de reivindicaciones laborales (como las referidas a la maternidad y crianza, a la conciliación de horarios). En los Estados Unidos, que ha sido el referente hacia el que parecemos avanzar, se trabajan 9 semanas que en Europa de promedio y más de una cuarta parte de los trabajadores no tuvo vacaciones el año pasado. De hecho, existe en este país una campaña de ámbito nacional cuya repercusión o dimensión no puedo evaluar pero que tal vez sea una interesante referencia, al menos como discurso. Bajo el lema

*get back your time*

(recupera tu tiempo), se sientan las bases para el concepto «pobreza de tiempo» vinculando dicha problemática al ámbito del consumismo y la insostenibilidad de nuestras sociedades. Por ello reclaman una revisión de las políticas que afectan a los tiempos cotidianos, y proponen un replanteamiento personal de las decisiones que afectan a los mismos. Han instaurado incluso un día reivindicativo bajo ese título: «Día para recuperar tu tiempo»

[\[30\]](#)

La relación entre la gestión del tiempo y el planteamiento del consumo consciente es vital. El ámbito de la alimentación es uno de los más ilustrativos para entender dicha relación. La idea sería algo así como: «déjame ver tu nevera y te diré como vives». No es casual que, según las encuestas de hábitos alimentarios del Ministerio de Agricultura, entre 2004 y 2006 hayamos dedicado semanalmente 5 minutos menos cada año de media a la compra de alimentos. [\[31\]](#) La forma de consumir es un reflejo en muchos casos de nuestro ecosistema personal de tiempos. El tópico de una vida de horarios apretados e irregulares significa tener poca comida en la despensa o la nevera, muchos productos elaborados e incluso precocinados, poca comida de la base de la piramide alimentaria (arroz, legumbres, granos, verdura) y mucha comida accesoria (bebidas, postres, embutidos, salsas). Es decir, nuestros patrones de consumo son causa y consecuencia de nuestros patrones de vida y, dentro de estos, la forma de organizar (o no organizar) los tiempos es una pieza clave. Por eso pensamos que a la hora de plantearnos cambios en y desde el consumo tenemos que entender su relación con el tiempo.

*Salud mental:* Tal vez una forma de vida con infradescanso y sobretrabajo, sin tiempo para otras necesidades, tenga que ver con otros aspectos como la salud mental. De hecho, observar las pandemias mentales que recorren nuestras sociedades, puede aportar una dimensión iluminadora de las consecuencias personales de un modelo de vida, así como de los incentivos para replanteárselo. No hace mucho leía en un periódico que un tercio de la atención primaria se refiere a salud mental. Y también recientemente leía: «Uno de cada cinco encuestados confiesa que se siente habitualmente triste, nervioso, atemorizado, en vilo. El Ministerio de Sanidad alerta sobre el desahogado consumo de psicofármacos, que se ha multiplicado por tres en la última década. La Organización Mundial de la Salud pronostica que la depresión sería en 2020 la segunda causa de discapacidad en el mundo desarrollado». [\[32\]](#)

Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

*Insanidad de la abundancia:* La OMS resume muy bien esta idea: «Unos pocos factores de riesgo, evitables en gran medida, son responsables de la mayor parte de la carga mundial de enfermedades. Esto es reflejo de cambios significativos en hábitos dietarios y niveles de actividad física [...] como resultado de la industrialización, la urbanización, el desarrollo económico y una globalización creciente del mercado alimentario».

[33]

### El vínculo social, pero no sólo eso

En un muy interesante texto, Jorge Riechmann [34] señala que de los tres bloques del deseo humano que distingue el pensador Juan Antonio Marina: (1) el deseo de bienestar personal (2) el deseo de relacionarse socialmente, formar parte de un grupo y ser aceptado, (3) el deseo de ampliar posibilidades de acción; solamente el de vínculo social puede ayudarnos a afrontar la crisis ecosocial. Riechmann parte de la idea de que un deseo sólo puede ser limitado por otro deseo y considera que tanto el primero como el tercero son los engranajes en los que «la cultura capitalista consumista y el ímpetu fáustico de la tecnociencia», respectivamente, se han basado. Sin embargo para Riechmann el segundo puede intermediar ante esta «tendencia al egoísmo» generando impulsos motivacionales muy potentes que nos hagan tomar una senda de «solidaridad y cooperación» necesaria para la sostenibilidad. Yo creo también que el vínculo social no sólo es un elemento clave, sino el angular. Pero, en mi opinión, los otros dos deseos, con todo su poderío motivacional, en un contexto adecuado, pueden vislumbrar armonías con la sostenibilidad. De hecho, me parece que el CCT puede ser un marco de acción interesante para conseguir poner esas tres fuentes de deseo a trabajar en esa dirección. Al fin y al cabo sobre esa idea, torpemente, han versado estas líneas.

---

\* Redactor de la revista de consumo consciente y transformador *Opciones* y activista en

Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

diferentes frentes, así como integrante de la comunidad-proyecto Can Masdeu ([www.canmasdeu.net](http://www.canmasdeu.net)

). Más información

[www.opcions.org](http://www.opcions.org)

[1] Revista *Opcions*. [www.opcions.org](http://www.opcions.org) ; Toni Lodeiro, *Consumir menos, vivir mejor. Ideas prácticas para un consumo más consciente*

, editorial Txalaparta.

[www.nodo50.org/consumirmenosvivirmejor](http://www.nodo50.org/consumirmenosvivirmejor)

; Guías locales de consumo responsable y acceso al mercado social: Valencia

[www.contrastemes.com](http://www.contrastemes.com)

; Barcelona

[www.mercasol.net](http://www.mercasol.net)

. Madrid:

[www.consumaresponsabilidad.com](http://www.consumaresponsabilidad.com)

; Aragón:

[www.cons](http://www.cons)

umoresponsable.org; Granada:

[www.consumoresponsable.com/guias/guiaweb.PDF](http://www.consumoresponsable.com/guias/guiaweb.PDF)

; Navarra:

[www.economiasolidaria.org/guianavarra2008](http://www.economiasolidaria.org/guianavarra2008)

.

[2] 14 - 11 - 2006, *El País*

[3]. Sobrevaloramos la anécdota vivida frente a informaciones recibidas abstractas. Es decir si nuestra «normalidad» está más o menos imperturbada nos cuesta interiorizar, y más de cara a acciones concretas significativas, las informaciones que nos llegan sobre crisis ecológica.

Podemos oír mucho sobre la sequía que generará el cambio climático pero si yo veo que llueve hoy, me costará de interiorizar dicha información para afectar mis decisiones y acciones.

[4] *Opcions* n 13. Sección *Trampas*.

[5] *Ibíd.*, 3.

[6] *Ibíd.*, 3

[7] En este análisis sobre sus peligros y limitaciones me ha sido de especial ayuda la conferencia dada por Albert Recio en el marco de unas jornadas organizadas en 2005 por la Xarxa de Consum Solidari con el título «Consumo Responsable: un reflexión crítica». Y publicada dentro del libro *Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas* . Xavier Montagut y Esther Vivas (coords.). Icaria Editorial.

[8] Para profundizar en una visión crítica de la RSC: Sección trampas en *Opcions* n. 3, n. 4 y n. 20.

[ww](#)

[w.opcions.org](http://w.opcions.org)

. También en

[www.observatoriodeuda.org](http://www.observatoriodeuda.org)

, sección en Profundidad y subsección Transnacionales españolas.

[9] Xavier Montagut y Esther Vivas, *¿Adónde va el comercio justo? Modelos y experiencias.* (coords.), Icaria Editorial.

[10] Instituciones Financieras Internacionales (Fondo Monetario Internacional, Banco Muncial)

[11] Una red de trueque es una organización de personas («prosumidores») que intercambian bienes o servicios en un mercado interno sin la mediación del dinero, se utilizan sistemas de valoración internos creados por la red.

[12] Datos de [www.trueque.org.ar](http://www.trueque.org.ar)

[13] García, Ernest. «Del Pico del Petróleo a las visiones de una sociedad post-fosilista» en *Mie*

*ntas Tanto*

n. 98, Icaria Editorial, primavera 2006, se puede encontrar un interesante repaso bibliográfico por la literatura de crisis ya sea en sus vertientes optimistas o pesimistas.

[14] «La primera caída del consumo en 15 años arrastra a España a la recesión», *El País* 20-11-2008.

[15] Carlos Ares, «Más pobreza en Argentina», *Buenos Aires, El País* 09/11/2002.

[16] El 3 de junio de 2008, más de 240 ONG, organizaciones agrarias, sindicatos y movimientos sociales de 50 países, promovido por la red «Nuestro Mundo No Está En Venta», han enviado una carta contundente al director general de la Organización Mundial de Comercio, Pascal Lamy, en contra de su intención de concluir la Ronda de Doha como «solución a la crisis alimentaria» [www.ecologistasenaccion.org/spip.php?article11451](http://www.ecologistasenaccion.org/spip.php?article11451) .

[17] *Las materias primas siguen desfondándose*. Informe Mensual, n. 320 - enero 2009  
Coyuntura internacional - Materias primas. Servicio de Estudios Económicos de La Caixa.

[18] Una interesante reflexión sobre las necesidades y la idea de bienestar se encuentra en «¿Dónde está los límites de nuestras necesidades?» En *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global* n. 102. Editado por CIP e Icaria Editorial. Verano 2008.

[19] [www.decreixement.net](http://www.decreixement.net) .

[20] Desde esquemas telemáticos de compartir trayectos organizados desde las administraciones o la sociedad civil ( [www.viajamosjuntos.com](http://www.viajamosjuntos.com) y [www.compartocoche.com](http://www.compartocoche.com) ) hasta empresas que ofrecen servicios de coche compartido ( [www.catalunyacarsharing.com](http://www.catalunyacarsharing.com) ).

Escrito por Álvaro Porro\*

Jueves, 13 de Marzo de 2008 12:00 - Actualizado Miércoles, 16 de Marzo de 2011 17:14

---

[21] A modo de ejemplo sirva que incluso en productos con poca elasticidad-renta aparente (variabilidad en su demanda en función de la renta), como el agua de grifo, se pueden mostrar importantes diferencias dentro de una misma región metropolitana. En municipios con altas rentas per capita (Maresme, costa cercana a Barcelona) el consumo medio de agua por persona dobla o triplica al de barrios populares de la corona metropolitana de Barcelona (Badalona, Cornellá, Santa Coloma...).

[22] Espacio vital sostenible. Es una idea que relaciona, precisamente, el derecho universal a una porción equitativa de los recursos naturales disponibles para satisfacer las necesidades humanas, con la capacidad de mantener estos recursos sin que se deterioren. Se trata de definir un mínimo vital asequible a todos y que garantice el acceso a los recursos básicos, también llamado *piso de dignidad*, y un techo máximo sostenible, que establece un límite de consumo per cápita que no se puede sobrepasar sin una penalización, por ejemplo, el corte del suministro. El desarrollo de estos conceptos y su aparición en los foros y las políticas institucionales no se puede entender sin la lucha de muchos movimientos sociales por la equidad y la sostenibilidad. En Sudáfrica y algunos países latinoamericanos, donde existen grandes grupos de población sin acceso al agua corriente y la electricidad, diversos movimientos sociales reclaman un piso de dignidad (50 litros por persona y día y 1 kW por hogar y día). Programa Cono Sur Sustentable: Línea de dignidad: desafíos sociales para la sustentabilidad, 2005 [www.conosursustentable.org](http://www.conosursustentable.org)

[23] Ver *Opciones* n. 17 sección Por qué.

[24] [http://www.consumer.es/web/es/economia\\_domestica/2005/05/07/141781.php](http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/2005/05/07/141781.php) .

[25] Naredo, M., *Configuración y crisis del mito del trabajo. ¿Qué crisis? Ritos y transformacion es del sociedad del trabajo*, Donosti, Editorial Gakoa, 1997.

[26] Estudio de Mercado de ámbito europeo de AcNielsen en 2005.

[27] Es un anuncio de un colchón de la empresa estadounidense Bedding-Sealy.



[28] [www.movimientoslow.com/es/filosofia.html](http://www.movimientoslow.com/es/filosofia.html) .

[29] *Mientras tanto*. Especial tiempo.

[30] [www.timeday.org](http://www.timeday.org) .

[31] Encuesta de hábitos alimentarios 2007 MAPA.

[32] *El País*, 20/04/2008. «¿Estamos todos locos?»

[33] [www.who.int/dietphysicalactivity/en](http://www.who.int/dietphysicalactivity/en)

[34] Riechmann, J. «Sobre Sociabilidad Humana y sostenibilidad» en VVAA, *¿En qué estamos fallando?*, Icaria Editorial, 2008.