

La participació dels consumidors

Jordi Bigas

Periodista i ecologista. Director de la revista *Integral*

Un ciutadà suís consumeix el que s'han de repartir quaranta somalis. Els recursos de la Terra són insuficients per garantir una hipotètica, encara que força improbable, igualtat en el consum. Des de la comoditat dels països rics s'ignora aquest fet, si exceptuem part d'alguns moviments socials que intenten explicar i convèncer la població occidental de la necessitat de canviar els seus hàbits de consum.

«Tots es pregunten: I jo què puc fer? La pregunta és tan senzilla com torbadora: tots nosaltres podem començar per posar ordre a la nostra llar. Els consells útils per aquesta tasca es troben en el fons comú de la saviesa tradicional de la humanitat.» (E.F. Schumacher)

Modificar els estils consumistes de la població europea és un objectiu fonamental per aconseguir unes societats ecològicament sostenibles i poder treure així la humanitat del creixent empobriment que està motivat, en gran mesura, per l'acaparament dels recursos consumibles, (més del vuitanta per cent per part del divuit per cent de la població mundial). Aquesta idea contra la desigualtat i el creixement és àmpliament acceptada sobre el paper. Els organismes internacionals s'han posat d'acord en bona part del diagnòstic del malalt, però encara no s'ha pres cap decisió rellevant sobre el que cal fer per guarir-lo. (1)

En direcció contrària, a casa nostra un estudi recent mostra una Catalunya per a l'any 2010 on cap dels cinc escenaris prospectius inclou un projecte per caminar cap a un país més equilibrat i sostenible, o sigui ecològic. (2) Encara no sabem com es concreta el concepte de desenvolupament sostenible al nostre país i ja ha estat corromput, abans d'explicar el seu abast. Es parla sovint de *creixement sostenible* o *desenvolupament sostingut* oblidant que si una activitat és sostenible, virtualment es pot mantenir per un temps indefinit.

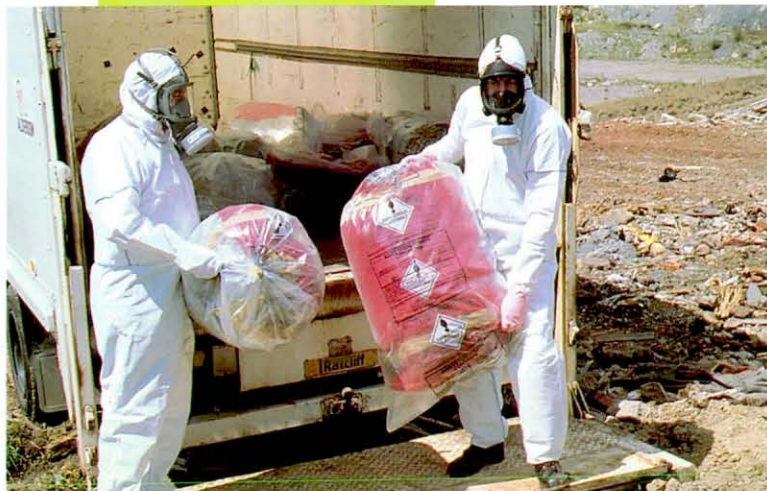
La declaració final sobre medi ambient i desenvolupament de la Cimera per a la Terra celebrada a Rio de Janeiro afirma a l'article deu que **«els Estats hauran de fomentar la sensibilització i la participació del públic posant la informació a disposició de tothom»**. En la mateixa línia, al document *Estratègia per al futur de la vida* (3) fet públic l'any passat per la Unió Mundial per la Natura (UICN), el Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient (PNUMA) i el Fons Mundial per la Natura (WWF) es planteja cla-

rament que els grups socials i els països més rics viuen d'una manera insostenible a causa de la seva ignorància o la seva despreocupació, o d'uns incentius que afavoreixen el consumisme. En aquest estudi s'afirma també que l'educació és un factor important per modificar estils de vida i que moltes persones no arriben a apreciar com podrien ajudar els altres modificant els seu comportament consumista.

Per consumisme s'entén l'acte de comprar coses que no necessitem per a la nostra subsistència. (4) Però és fàcil comprendre que aquesta malaltia social és difícil de mesurar. Aquest *estil de vida* no és qüestionat per les autoritats o els partits convencionals que, com a màxim, parlen de la distribució interna de la riquesa i el seu repartiment a escala regional, tot oblidant els desequilibris planetaris i el seu impacte ambiental. Fins i tot aquells que accepten la necessitat de **«viure amb senzillesa perquè d'altres, senzillament, puguin viure»** no poden ser conseqüents amb les seves idees, sotmesos a una publicitat persuasiva que els incita comunicant característiques intrínseques més enllà del producte i del servei que s'ofereix. En els països d'ingressos més elevats, no és suficient el nombre de persones que han incorporat models d'estalvi, recuperant costums contraris al malbarament o que escullen productes menys nocius a l'entorn. Entre els factors que determinen l'adquisició de productes de consum s'han introduït els reclams ambientals causant una controvèrsia en els efectes últims d'aquest nou estímul al consumisme.



Per consumisme s'entén l'acte de comprar coses que no necessitem per a la nostra subsistència. Però és fàcil comprendre que aquesta malaltia social és difícil de mesurar.



El criteri de prevenció ha d'evitar la circulació de nous productes d'impacte ambiental i toxicològic desconegut o incert.

En un cèlebre informe anterior, (5) els organismes citats insistien a demostrar gràficament el greu contrast que feia que un ciutadà suís consumís el que s'han de repartir quaranta somalis. Aquesta desproporció en el consum de recursos és la base de l'estratègia per a la conservació, sobretot perquè el planeta no és capaç d'admetre i universalitzar el nivell de consum dels països occidentals.

Qui pot ser el protagonista d'aquest canvi de comportaments? És factible? Quins instruments s'han d'introduir per caminar cap a una Catalunya sostenible? Des de fa anys, els Estats occidentals s'han plantejat la necessitat de reduir la influència dels moviments socials que propugnen aquests canvis. Tot semblava indicar que la Cimera per a la Terra intentaria arraconar les organitzacions ecologistes, però el resultat final ha estat una creixent inquietud respecte a la dimensió dels problemes ambientals globals i el trist paper que fan els poders mundials a l'hora d'afrontar-los.

Fins i tot en països on els seus governs són conscients del deteriorament ambiental es tendeix a negligir l'aplicació de les normes si la seva execució comporta una reducció de la rendibilitat d'alguna indústria. Sense l'existència d'associacions ecologistes, la salvaguarda del patrimoni comú no es garanteix, com ho reflecteixen cruament les declaracions de l'ex-director de la Central d'Intel·ligència Americana (CIA) quan afirmava a la Conferència Mundial de l'Energia celebrada a Madrid l'octubre de 1992 que **«per al govern dels Estats Units és molt més senzill i eficaç desencadenar una guerra a l'Orient Mitjà que decretar mesures d'estalvi de combustibles»**.

És obvi que un moviment ecopacifista està edificant un poder moral en la direcció oposada a les pretensions de mantenir un ordre internacional basat en les imposicions de les cúpules del poder occidental. El que no és tan clar és fins a quan i amb quins resultats podran seguir aquests moviments socials la població occidental per tal que no faci costat a aquesta agressiva política d'obtenció dels recursos per mantenir el *nostre estil de vida*.

Aquest moviment verd emergent no està format únicament per col·lectius i organitzacions ecologistes. És necessari entendre'l com una xarxa d'agents ambientals que actuen en el camp professional, científic i social. Es tracta sovint de propostes transversals que conformen una nebulosa ecologista. Els moviments consumeristes n'haurien de ser un gran motor, malgrat que a casa nostra encara no han connectat amb un missatge conspiratiu més global, i han centrat la seva actuació en la qualitat i el preu dels productes i serveis.

Les multinacionals: negres o verdes?

Una mirada superficial sobre les operacions de les companyies multinacionals demostra clarament que, de fet, aquestes corporacions han crescut basant-se en estratègies de desenvolupament que són ecològicament insostenibles. Junt amb els bancs de desenvolupament i les agències de cooperació són rera un model de desenvolupament que reclama el creixement i l'exhauriment de recursos. Com que ja era molt difícil negar la seva responsabilitat han anunciat la seva reconversió ecològica i afirmen haver modificat la seva cultura corporativa. Un detallat estudi de Greenpeace (5) demostra que es tracta d'una operació de maquillatge verd. Dirigides per una multinacional de les relacions públiques, Burson-Marsteller, van aconseguir a la Cimera de Rio defugir qualsevol tipus de reglamentació de la seva conducta, fent públic que elles mateixes es dotarien de les seves pròpies

normes i controls. Però la regulació concertada és ja, de fet, un camp de la democràcia participativa sobre el qual es centra la pressió dels moviments ecologistes internacionals.

Els acords de Rio de Janeiro no comportaran cap canvi per a les multinacionals excepte en l'aspecte publicitari ornamental. Així un dels principals productors de clorofluorocarbonis s'atribueix el mèrit de ser un precursor de la defensa de l'ozó. Una companyia petrolera afirma adoptar mesures per frenar l'efecte hivernacle. Un important fabricant de plaguicides distribueix agrotòxics organoclorats i suggereix que la seva corporació contribueix a combatre la fam. És evident que les multinacionals, la força econòmica més poderosa del món, es resistiran a acceptar sistemes de control concertats. Per aquests motius, és molt important adoptar-los en sectors on, per la seva receptivitat, siguin acceptats per l'Administració i els fabricants.

Fins ara el moviment consumerista ha assolit pocs resultats. En el camp internacional hi ha, però, antecedents en l'aplicació d'alguns codis de conducta sectorial com en els aliments destinats als infants o en l'exportació d'agrotòxics. Recentment, després de dos anys de boicot a Nestlé, els organismes internacionals han fet costat a les denúncies respecte a la política comercial de regalar mostres de succedani de llet materna a les mares, tot utilitzant els professionals de la salut com a agents comercials. Així i tot, hi ha un bon grapat d'experiències de com els ciutadans poden exercir pressió sobre les polítiques industrials i de consum. L'aparició d'accionistes crítics que reclamen l'adopció de codis ètics i de personal, tot fent valer la seva veu a les assemblees d'accionistes o les campanyes de boicot a productes, marques i comerços, han demostrat ser formes de pressió pacífiques i pràctiques.

Òbviament aquestes campanyes són possibles en societats democràtiques on el ciutadà és seduït a respondre si amb el seu estil de vida *és part d'un problema o part de la seva solució*.

En altres ocasions, són les mateixes organitzacions verdes de consumidors les que arriben a acords al marge de la voluntat de les Administracions. Aquest és el cas dels aliments irradiats al Regne Unit quan, una vegada perduda la batalla de la seva prohibició legal, van aconseguir que les cadenes de supermercats acceptessin un acord, segons el qual els aliments tractats amb radiacions com a conservants no seran comercialitzats. Tard o d'hora, les nostres associacions de consumeristes acceptaran la contemporaneïtat de la urgència ambiental.

A Anglaterra, les ecofeministes ja han dut a terme àmplies campanyes de boicot als productes que duen un embalatge innecessari, com també campanyes educatives del sobrecost ambiental. En un altre terreny, el concepte de *producció neta* ja forma part del discurs alternatiu d'organitzacions tan influents com Greenpeace.

Aquesta contemporaneïtat ha portat al fet que les mateixes companyies multinacionals incorporin elements ambientals a la seva imatge. Un bon grapat d'aquestes tenen els seus gabinets ambientals incorporats a les plantes de producció i sobretot al marketing publicitari, abans n'hem posat uns exemples. Aquestes campanyes han causat impacte en la desorientada demanda social local.

La mateixa denominació de *consumidor verd* per definir els ciutadans conscients que els petits gestos creen consciència moral és qüestionat, atès que redueixen l'ésser humà a un pur demandant de productes, objectes i serveis. El lema ecologista de *viure amb senzillesa* es confronta amb la realitat d'una economia fonamentada en el consum i no pas en la producció. L'explotació de la predisposició impulsiva de moltes compres es combina sovint amb una actitud elitista i narcisista marcada per la idea que en un món impur es pot ser un consumidor de productes naturals i purs. Així, en els països més rics s'observa el fenomen de l'aparició de dos circuits comercials on, a banda de la renda com a indicador del nivell de consum, apareixen altres factors com els d'exclusivitat i identitat.

Preguntar-se què és un producte verd i si existeixen productes elaborats naturals és molt saludable. És obvi que el cotxe més ecològic és el que no arriba a fabricar-se. El que hom es pregunta és si poden existir normes que els defineixin. És raonable pensar que la substitució d'elements tòxics i d'alt cost ambiental és un criteri aplicable, com també que l'avaluació d'un producte no es pot fer al marge de tot el cicle o la necessitat d'impostos ambientals. A més, el criteri de prevenció ha d'evitar la circulació de nous productes d'impacte ambiental i toxicològic desconegut o incert.

Preguntar-se què és un producte verd i si existeixen productes elaborats naturals és molt saludable. El que hom es pregunta és si poden existir normes que els defineixin.



Es parla sovint de creixement sostenible o desenvolupament sostingut oblidant que si una activitat és sostenible, virtualment es pot mantenir per un temps indefinit.



Una experiència

L'únic sector on existeix una experiència de regulació concertada a casa nostra és el de l'agricultura ecològica, que mitjançant el Consell Regulador de l'Agricultura Ecològica (CRAE) en procés de transformació reuneix unes sis-cents finques i una seixantena de centres d'elaboració. Aquest sistema escapa del model general de l'Administració espanyola i catalana, de tradició francesa que defuig sistemes reguladors amb representació dels sectors i associacions que hom pot trobar únicament en l'àmbit escolar, l'àmbit sanitari i en alguns espais protegits, però no en la política general que s'aplica des de l'Administració.

Part d'aquests consells tenen caràcter consultiu, però el CRAE inclou un sistema d'inspecció propi per vigilar l'acompliment de les normes. Un nou espai de participació és el Consell de Qualitat Ambiental format per representants de la indústria, el comerç, els sindicats i les organitzacions consumeristes i ecològiques. Aquest organisme dependent del Departament de Medi Ambient és destinat a informar sobre els articles que vulguin adoptar l'etiquetatge ecològic de productes no alimentaris. La generalització d'aquests sistemes podrà obrir les portes a mecanismes participatius que respectin l'autonomia dels diferents agents ambientals. Malgrat que es tracta de sectors amb una incidència econòmica limitada poden aportar una experiència social que a hores d'ara és molt reduïda. Diferents sectors podrien acceptar aquests sistemes de regulació. La cosmètica natural, l'experimentació animal, la vigilància de les normes protectores de la fauna i la flora i, per què no, la política forestal, la de residus o la de sanejament. L'ecologisme propositiu trobaria un espai on fer valer les seves alternatives ●

Notes

1. Durant la Cimera per a la Terra, 160 Estats van signar el Tractat sobre Biodiversitat. El març de 1993 només 11 Estats l'havien ratificat. -El Mundo-, 19 de març de 1993.
2. Hugues e Jouvenel - Maria Àngels Roque. *Catalunya a l'horitzó 2010*. Enciclopèdia Catalana, 1993.
3. Existeixen dues edicions catalanes del resum del llibre *Cuidem la Terra*. Una editada pel Departament de Medi Ambient de la Generalitat de Catalunya i una altra per la Societat Catalana d'Història Natural de les Balears. El llibre està disponible en català, castellà i anglès. Gland, Suïssa, 1991.
4. *Resum dels aspectes més rellevants de l'estudi sobre l'impacte publicitari en el consum, a la societat catalana*. Institut Català del Consum, Institut Català de la Dona i Direcció General de Comerç Interior i Serveis. Generalitat de Catalunya, 1993.
5. *Estratègia Mundial de la Conservació*. Edició catalana a càrrec de la Diputació de Barcelona. 1987.
6. *El libro de Greenpeace sobre el maquillaje verde. El disfraz ecológico de las empresas transnacionales*. Greenpeace. Rio de Janeiro, 1992.