

CAMBIO GLOBAL ESPAÑA 2020/50

CONSUMO Y ESTILOS DE VIDA

ABRIL DE 2012

CAMBIO
GLOBAL
ESPAÑA
2020/50

CONSUMO Y ESTILOS DE VIDA

ABRIL DE 2012

CAMBIO GLOBAL EN ESPAÑA 2020/50. Consumo y estilos de vida

Este Informe está disponible en formato electrónico en www.cceimfundacionucm.org. Se puede difundir reenviando este archivo o enlazándolo desde una página web.

Se puede encontrar una versión más completa de todos los capítulos en revistaopciones.org > Nosotros > Qué más hacemos > Investigación > Proyectos de investigación.

Este Informe forma parte del Programa Cambio Global España 2020/50, del Centro Complutense de Estudios e Información Medioambiental - CCEIM.

Se permite su reproducción siempre que se cite la fuente.

Coordinación de la edición: María Heras, Montse Peiron

Traducción al inglés: Brian Russell

Diseño original: comunicacion, S.L.

Maquetación y rediseño: Marta Galán (cric@pangea.org).

Impresión: Gráficas Summa S.A.

Depósito Legal: B - 14370 - 2012

El papel utilizado para la impresión de este Informe es Cyclus Offset 100% reciclado. Impreso con tintas de origen vegetal.

Se acabó de imprimir en Asturias, en abril de 2012.



Índice

0	CRÉDITOS.....	7
1	PRESENTACIÓN / PRESENTATION.....	11
2	RESUMEN EJECUTIVO / EXECUTIVE SUMMARY.....	15
3	¿POR QUÉ INVESTIGAR SOBRE CONSUMO?.....	55
4	CONTEXTUALIZACIÓN CUANTITATIVA. El consumo en España: algunos datos.....	57
5	DIAGNÓSTICO CUALITATIVO. Consumo sostenible y crisis económica.....	67
6	POLÍTICAS, CONSUMO Y CAMBIO GLOBAL. DIAGNÓSTICO Y PROPUESTAS.....	85
	6.1. Introducción. De las declaraciones de intenciones a las políticas efectivas.....	86
	6.2. Fiscalidad y otros incentivos económicos. ¿Promueven actitudes proambientales?.....	91
	6.3. Políticas públicas educativas y culturales. ¿Están formuladas hacia estilos de vida sostenibles?.....	112
	6.4. Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad. ¿Cómo lidera la sociedad civil?.....	124
7	CAMBIOS DE FUTURO. CONSTRUYENDO ESCENARIOS PARTICIPATIVOS.....	139
	7.1. Percepciones, escenarios y políticas para el Cambio Global.....	140
	Escenario 0: Situación de partida.....	140
	Qué es un escenario y para qué sirve.....	140
	Mapeo de agentes clave en el consumo sostenible.....	143
	Taller de construcción de escenarios de futuro.....	152
	Del debate a la acción: un banco de propuestas.....	176
	7.2. Consumiendo carbono. Escenarios 2030 y consumo de los hogares en el Reino Unido.....	179

8	TRIBUNAS DE OPINIÓN. AFRONTANDO RETOS.....	183
8.1.	¿Cómo pueden las administraciones públicas comunicar en consumo?.....	184
8.1.1.	¿Qué podemos esperar de la comunicación? María Sintés y Francisco Heras.....	185
8.1.2.	Políticas públicas en el cambio del consumo. Resultados del proyecto EUPOPP. Ana Alcantud.....	189
8.2.	¿Cómo podemos cambiar las personas? Una mirada desde la psicología social y ambiental.....	192
8.2.1.	Creencias ambientales y estilos de vida: la sostenibilidad como visión alternativa del mundo. Ernesto Suárez.....	192
8.2.2.	Barreras y facilitadores para un consumo más pro ambiental. Tomeu Vidal.....	197
8.3.	Cambios en el consumo, cambios en el trabajo.....	200
8.3.1.	Trabajar, consumir... ¿vivir? Florent Marcellesi.....	202
8.4.	¿Son las mejoras tecnológicas la clave para un consumo sostenible?.....	207
8.4.1.	Cambio tecnológico y consumo de recursos de los hogares. El efecto rebote. Jaume Freire.....	208
8.5.	¿Se puede regular el consumo? Conflicto de derechos.....	213
8.5.1.	La caja negra de regular consumos individuales. Amaranta Herrero y Mara Cabrejas.....	214
8.5.2.	No hay sostenibilidad sin autocontención. Jorge Riechmann.....	220
9	EPÍLOGO.....	223
9.1.	De las brechas de realidad a las brechas para transformar.....	224
9.2.	Consumo y sostenibilidad en España, un reto pionero para el CRIC.....	230
10	ANEXO METODOLÓGICO.....	231
10.1.	Anexo al capítulo 6.3. Políticas públicas educativas y culturales.....	232
10.2.	Anexo al capítulo 6.4. Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad.....	234
10.3.	Anexo al capítulo 7.1. Percepciones, escenarios y políticas para el Cambio Global.....	235

00

Créditos

0 CRÉDITOS

EQUIPO DE DIRECCIÓN

Dirección y coordinación general

Álvaro Porro González

Economista, redactor de la revista Opciones e investigador especialista en Consumo Sostenible del Centre de Recerca i Informació en Consum - CRIC (revistaopciones.org).

Ayudante de dirección y coordinación general

María Heras López

Ambientóloga, investigadora del CRIC y del Instituto de Ciencia y Tecnología Ambientales - ICTA de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Comité de dirección

Concepción Piñeiro García de León. Investigadora en Educación Ambiental de la Universidad Autónoma de Madrid y miembro de Altekio Cooperativa.

Yayo Herrero. Antropóloga, ingeniero técnico agrícola y educadora social. Coordinadora del Área de Conocimiento en Red del Centro Complutense de Estudios e Información Medio Ambiental - CCEIM y socia de Garua S. Coop. Mad.

Jose Luis Fernández Casadevante (Kois). Sociólogo, experto en Soberanía Alimentaria por el Instituto de Sociología y Estudios Campesinos de la Universidad de Córdoba. Coordinador del Área de Conocimiento en Red del CCEIM y socio de Garua S. Coop. Mad.

Montse Peiron Guàrdia. Directora y fundadora de la revista Opciones, miembro de la junta directiva del CRIC.

Agradecimientos por asesoramiento

Santiago Álvarez Cantalapiedra. Director del CIP-Ecosocial (Centro de Investigación para la Paz).

Enric Tello Aragay. Catedrático de Historia Económica de la Universidad de Barcelona.

Luis Enrique Alonso Benito. Catedrático de Sociología de la Universidad Autónoma de Madrid - UAM.

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Contextualización cuantitativa - El consumo en España: algunos datos

Autora: **Marien González Hidalgo.** Licenciada en Ciencias Ambientales e investigadora del ICTA de la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha trabajado en Amigos de la Tierra.

Dirección: María Heras López.

Consumo sostenible y crisis económica: diagnóstico cualitativo

Autores/as: **Carlos J. Fernández Rodríguez, Rafael Ibáñez Rojo** (profesores de Sociología de la UAM), **Concepción Piñeiro.**

Colaborador: **Álvaro Porro González.**

Dirección: **Luis Enrique Alonso Benito.**

Agradecimiento: **Ernest García,** catedrático de Sociología de la Universidad de València.

Fiscalidad y otros incentivos económicos. ¿Promueven actitudes proambientales?

Autor: Álvaro Porro González.

Dirección: Dr. Ignasi Puig Ventosa, ENT Environment and Management. Especialista en Fiscalidad Ambiental.

Agradecimientos: Jordi Roca Jusmet (catedrático de Teoría Económica de la Universidad de Barcelona), Xabier Labandeira (profesor de Economía de la Energía de la Universidad de Vigo), Ladislao Martínez (experto en energía de Ecologistas en Acción), Víctor Mitjans y Anna Peña (Fundació Catalana per la Prevenció de Residus i el Consum Responsable), Adrián Pérez (director adjunto de Comunicación del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio).

Políticas públicas educativas y culturales. ¿Están formuladas hacia estilos de vida sostenibles?

Autoras: Concepción Piñeiro y María José Díaz (investigadora de Educación Ambiental en la UAM).

Asesoramiento: Carmen Navarro, profesora de Políticas Públicas en la Universidad Autónoma de Madrid. Especializada en el Gobierno Local y las Políticas Ambientales y de Desarrollo Sostenible.

Agradecimientos: Jorge Navacerrada (Altekio S.Coop.Mad. y ConSumaResponsabilidad), Ana Alcantud (Ecoinstitut Barcelona) y Margarita Gómez Reino (Universidad Nacional de Educación a Distancia).

Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad. ¿Cómo lidera la sociedad civil?

Autor: Ruben Suriñach Padilla. Redactor de la revista Opciones e investigador en Consumo Sostenible del CRIC.

Agradecimientos: Daniel López (experto en procesos comunitarios y agroecología de Ecologistas en Acción), María del Carmen Cuéllar Padilla (ingeniera agrónoma, experta en certificación participativa y profesora del Instituto de Sociología y Estudios Campesinos de la Universidad de Córdoba), Joana Conill (investigadora del Internet Interdisciplinary Institute, Universitat Oberta de Catalunya).

Cambios de futuro. Construyendo escenarios participativos

Autoras: Concepción Piñeiro, María Heras López, Álvaro Porro González.

Facilitadores/as de talleres y colaboradores/as: Jorge Navacerrada, Javier Fernández, Ana Pardo y Concepción Piñeiro de Altekio Cooperativa; Álvaro Porro del CRIC; Nuria Sánchez de Andaira Cooperativa; María José Díaz, Amanda Jiménez y Elisa Oteros de la Universidad Autónoma de Madrid.

Comité de asesoramiento: María Sintés Zamanillo y Francisco Heras Hernández del Centro Nacional de Educación Ambiental.

Panel de expertos: Pablo Meira (profesor de Educación Ambiental de la Universidad de Santiago de Compostela), Yayo Herrero (CCEIM), Scott Milne (investigador en escenarios de futuro y consumo de la Universidad de Surrey, Reino Unido) y Teresa Ribeiro (experta en construcción de escenarios de futuro de la Agencia Europea del Medioambiente).

Agradecimientos: al panel de expertos que contribuyó al diseño de los talleres y a todas las personas que participaron en las entrevistas, los cuestionarios y los talleres de escenarios de futuro, imprescindibles para realizar este proyecto (todos sus nombres se pueden consultar en el Anexo 10.3).

Tribunas de Opinión

Las Tribunas de Opinión han sido elaboradas por especialistas en los distintos retos que afrontan esas tribunas. En cada Tribuna se presentan sus autores/as.

EL CONTEXTO DEL INFORME

En 2008 se presentaba en el marco del Congreso Nacional del Medio Ambiente el **Informe Cambio Global España 2020/2050**, el primero de una serie de trabajos que está coordinando el Centro Complutense de Estudios e Información Ambiental - CCEIM, dependiente de la Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid, con el patrocinio de la Fundación Caja Madrid. Una tarea orientada a impulsar un proceso continuado de información, anticipación y propuestas de acción sobre el Cambio Global en España, mediante el abordaje de una serie de temáticas consideradas estratégicas.

Son trabajos realizados por equipos de expertos independientes que producen información rigurosa y ofrecen una visión de medio plazo, alimentando y estimulando debates integrales en los que deben de interactuar junto a la universidad, la sociedad civil, colectivos profesionales y responsables políticos.

Uno de esos temas clave sobre el que conviene reflexionar de forma indiscutible sería el relacionado con el consumo y los estilos de vida. Este es el objetivo de nuestro séptimo Informe, en el que un amplio equipo multidisciplinar ha trabajado para lograr una aproximación holística y compleja al fenómeno del consumo. Un Informe en el que se conjuga la elaboración de diagnósticos, la novedosa construcción de escenarios cualitativos y el diseño de propuestas de actuación a corto y medio plazo, tanto al nivel de las políticas públicas como de las iniciativas de la sociedad civil.

Este séptimo trabajo mantiene coherencia con los informes anteriores, evidenciando la consistencia del Programa Cambio Global 2020/2050 como un proceso acumulativo de producción de conocimiento sobre áreas estratégicas de intervención.

Informes publicados hasta la fecha. Disponibles en: <http://www.cceimfundacionucm.org>

Cambio Global España 2020's. Informe 0. El reto es actuar (2008). Fundación General Universidad Complutense de Madrid / Fundación Conama.

Cambio Global España 2020/50. Programa Ciudades. Hacia un pacto de las ciudades españolas ante el cambio global (2009). CCEIM / Fundación Conama / OSE.

Cambio Global España 2020/50. Programa Transporte: La urgente necesidad de otras prioridades en los objetivos, planes e inversiones (2010). CCEIM / Fundación Fundicot.

Cambio Global España 2020/50. Programa Edificación (2010). CCEIM / GBCE / ASA.

Cambio Global España 2020/50. Programa Energía: Energía, economía y sociedad (2011). CCEIM / Fundación Conama.

Cambio Global España 2020/50. Programa Salud: Salud pública y cambio climático (2012). CCEIM / ISTAS.

01

Presentación
Presentation

1 PRESENTACIÓN / PRESENTATION

La actual crisis socioeconómica, además de inducir un agravamiento de las desigualdades sociales, está provocando la invisibilidad de las cuestiones ambientales en la esfera pública, así como su desplazamiento en las prioridades de la agenda política. En este contexto, iniciativas como el Programa Cambio Global España 2020/2050 devienen más actuales que nunca.

El cambio climático, la pérdida de biodiversidad, la alteración de la mayoría de los ecosistemas naturales, las restricciones en el acceso a energía abundante y barata... son las distintas expresiones de lo que hemos denominado Cambio Global. Unas transformaciones derivadas de la actividad del actual sistema socioeconómico, cuyo modelo vigente de producción y consumo resulta insostenible a medio plazo, pues choca de manera cada vez más palpable con los límites biofísicos del planeta.

España durante las últimas décadas se ha consolidado como una sociedad de consumo, siguiendo un modelo de desarrollo cuya forma de satisfacer las necesidades se ha sostenido a base de aumentar de forma exponencial los impactos ambientales. Los actuales patrones de consumo implican que los españoles necesitaríamos casi 3,5 veces nuestro territorio para satisfacer los recursos naturales que demandamos.

El consumo es una de las variables fundamentales de incidencia en el Cambio Global, y simultáneamente es uno de los vectores que vertebran el funcionamiento de nuestra sociedad. Un fenómeno complejo en el que interactúan los imaginarios y las percepciones sociales, las dinámicas culturales y educativas, las políticas de incentivos económicos, las experiencias emergentes de la sociedad civil, los impactos ambientales o la equidad social.

El análisis de nuestros patrones de consumo y sus estilos de vida asociados es una temática que resultaba necesario abordar de una manera integral, realizando rigurosos diagnósticos e incorporando una visión de medio plazo. Una mirada que nos permita generar políticas y dinámicas sociales orientadas a promover una transición hacia otros modelos de consumo, donde sea posible mantener una alta calidad de vida sin exceder los límites de biocapacidad de los ecosistemas.

El Centro Complutense de Estudios e Información Medio Ambiental (CCEIM), perteneciente a la Fundación General Universidad Complutense de Madrid (FGUCM), articulado alrededor de los retos que surgen ante el Cambio Global en diferentes sectores y comprometido con el abordaje de estas complejas problemáticas en el seno de nuestra sociedad, junto al Centre de Recerca i Informació en Consum (CRIC - Centro de Investigación e Información en Consumo), una asociación sin ánimo de lucro pionera en la investigación sobre cuestiones relacionadas con el consumo desde una perspectiva crítica, así como en el fomento del consumo responsable mediante actividades divulgativas de sensibilización y la edición de la única publicación periódica en España especializada en la materia (Opciones), se han unido en esta iniciativa con el objetivo de presentar una reflexión exhaustiva sobre el consumo, así como de sistematizar una serie de propuestas que posibiliten su reducción y reorientación en clave de sostenibilidad. Algo especialmente valioso en el ámbito de la sostenibilidad, el Cambio Global y el consumo, donde si bien cada vez parece haber más interés no existen estudios profundos ni un ámbito académico especializado, por lo que este Informe realiza una cierta labor pionera.

Un trabajo que continúa de forma coherente con los objetivos del programa Cambio Global España 2020-2050, que buscaban impulsar un proceso continuado de información, anticipación y propuestas de acción sobre el Cambio Global en España. Alimentando debates y construyendo escenarios que resulten útiles para el diseño de políticas públicas, la toma de decisiones, la reflexión de los grupos profesionales implicados y la recuperación del protagonismo de la sociedad civil.

Por todo esto, animamos a las personas, entidades e instituciones que quieran participar en este proceso a difundir este Informe, para convertirlo en un verdadero instrumento que nos ayude a comprender e intervenir sobre el consumo y los estilos de vida ante el reto del Cambio Global.

José Luis Fernández Casadevante

Coordinador del Área Conocimiento en Red del CCEIM

Fundación General Universidad Complutense de Madrid

Montse Peiron Guàrdia

Ruben Suriñach Padilla

Junta Directiva del CRIC

Centro de Investigación e Información en Consumo

Álvaro Porro González

Director del Dpto. de Proyectos del CRIC

In addition to worsening the social inequalities, the current socioeconomic crisis is reducing the visibility of environmental matters in the public sphere, as well as displacing their priority within the political agenda. In this context, initiatives like the Global Change Spain 2020/2050 Programme (*Programa Cambio Global España 2020/2050*) are of more current importance than ever.

Climate change, the loss of biodiversity, the disruption of the majority of natural ecosystems, restrictions in access to abundant and cheap energy... these are distinct expressions of the Global Change we are referring to. These transformations are a result of the activity of the current socioeconomic system, the model which currently enforces production and consumption. This model has shown itself to be eventually unsustainable, because it crashes into the physical limits of the biosphere in a way that is more and more tangible every day.

In the last decades, Spain has grown to become a consumer society by following a model of development which has exponentially increased the impacts on the environment in order to satisfy its needs. Current patterns of consumption imply that Spaniards require a geographical territory 3.5 times the size of Spain to meet demands on natural resources.

Consumption is one of the fundamental variables in the rising incidence of Global Change, and it is also a core part of the infrastructure of our society. It is a complex phenomenon in which many factors interact, such as popular imagery and social perception, the dynamics of culture and education, policies offering economic incentives, the emerging experiences of civil society, environmental impacts, and social equity.

The analysis of our patterns of consumption and the associated lifestyles is a subject which needs to be tackled in a comprehensive manner, conducting rigorous diagnoses and incorporating a vision which is neither farsighted nor myopic. A perspective that allows us to generate policy and social activity that encourages a transition to other models of consumption, where it is possible to maintain a high living standard without overstretching the limits of ecosystems.

Two organizations have come together in this initiative. The first is The Complutense Center of Research and Environmental Information (CCEIM), part of the General Foundation of The Complutense University of Madrid (FGUCM), which has formed to face the challenges of Global Change in different sectors and is dedicated to tackling these complex problems at the heart of our future as a society. The second is the Center for Research and Information on Consumption (CRIC), a non-profit which has pioneered research on questions related to consumption from a perspective of constructive critique, and by promoting responsible consumption through activities encouraging responsible consumer habits and the publication of the only regular Spanish publication specialized on the subject (Opciones). They have come together in this initiative to present an exhaustive contemplation on consumption, and to systematize a number of proposals which will encourage downgrowth and redeployment in the direction of sustainability. In Spain, where there are neither thorough studies nor a specialized academic field, a pioneering work such as this report is particularly valuable.

An effort which continues in a consistent manner with the goals of the Global Change Spain 2020/2050 Programme, which seeks to drive a continuous process of inquiry, foresight and calls for action in response to the processes of Global Change in Spain, the project seeks to fuel discussion, construct scenarios which can be useful for the design of public policy, decision-making, deliberation by the professional groups involved, and a return of civil society to a central role in the debate.

For these reasons, we encourage people, organizations and institutions which wish to take part in this process to help spread the word of this report, and convert it into a true tool which will help us reconsider and intervene upon consumption and habits to face the challenge of Global Change.

José Luis Fernández Casadevante

Coordinator of the Knowledge Network of the CCEIM

General Foundation of The Complutense
University of Madrid

Montse Peiron Guàrdia
Ruben Suriñach Padilla

Board of Directors

Álvaro Porro González
Projects Manager

Center for Research and Information on Consumption
(CRIC)

02

Resumen Ejecutivo
Executive Summary

2 DECONSTRUIR EL CONSUMO, RECONSTRUIR LOS ESTILOS DE VIDA:

CLAVES PARA LA TRANSFORMACIÓN GLOBAL QUE NECESITAMOS

1. EL CONSUMO: UN ESPACIO EN LA CENTRALIDAD DEL CAMBIO GLOBAL

Ante los acuciantes y crecientes problemas ambientales derivados de nuestra presión sobre los ecosistemas, las políticas ambientales crecen en importancia y espectro de acción. Dentro de éstas, las políticas de consumo desarrolladas hasta la fecha han mostrado un vacío considerable entre el discurso y la implementación práctica. Expertos en consumo y estilos de vida señalan que los esfuerzos por desarrollar sistemas de consumo que sean marcadamente más eficientes y efectivos han sido escasos y apenas se han dado pasos prácticos hacia materializar su implementación.¹ Así, lejos de disminuir, los impactos ecológicos de nuestras economías en términos generales continúan creciendo, como muestra uno de sus principales indicadores —los flujos de materiales y energía directos e indirectos— y como ha mostrado el debate en torno a la desmaterialización de las economías occidentales.²

La baja efectividad de estas políticas contrasta con la centralidad del consumo en la crisis socioecológica actual y en las medidas que deberían tomarse de cara a las transformaciones necesarias en el modelo económico.

Hablar de la centralidad del consumo en nuestras sociedades puede parecer innecesario actualmente, cuando entre los múltiples “apodos” contruidos para sintetizar la esencia de nuestra sociedad (*del conocimiento, del riesgo, en red, postindustrial...*) el que menos discusión despierta es el de *Sociedad de Consumo*. Y es que en las sociedades occidentales, las prácticas de consumo ocupan el eje fundamental del proceso de articulación entre la producción y la reproducción social.

El consumo adquiere una centralidad inevitable especialmente al debatir la insostenibilidad de un modelo de uso de los recursos naturales que ignora radicalmente los límites biofísicos de los territorios concretos y del planeta en su conjunto, así como determinadas dinámicas sociales que genera: atomización, desculturización y extensión de estilos de vida insanos, tanto física como mentalmente.

A pesar del grado de consenso sobre lo anteriormente expuesto, el consumo ha tenido, paradójicamente, un lugar relativamente periférico (por pasivo y dado por supuesto) en la discusión política contemporánea. Sólo recientemente, al menos en el plano discursivo, comienza a crecer en protagonismo. Sin embargo, este ascenso, aunque positivo para la visibilización del consumo, no está exento de riesgos. El consumo sostenible entendido bajo una lógica de mercado (basada en decisiones individuales de un/a consumidor/a totalmente racional y “libre”) es uno de estos riesgos, por su potencial efecto inhibitorio de cuestionamientos de las estructuras socioeconómicas, políticas y culturales al buscar soluciones.

Creemos que la transición hacia la sostenibilidad no se construye exclusivamente desde el consumo, pero tenemos claro que éste ha de jugar un papel central.

Este Informe se plantea como una herramienta para avanzar en el conocimiento del uso social del consumo en relación con el bienestar, y desde ahí explorar distintos ámbitos de actuación (regulación e instrumentos económicos, políticas culturales y educativas, iniciativas ciudadanas) para vislumbrar varias posibilidades de transformación, desarrollar criterios de acción y esbozar propuestas de políticas de consumo a los diversos actores relevantes. Esta información se ha complementado con un proceso colectivo de visualización de distintos futuros plausibles en el Estado español, a partir de la situación actual, y de desarrollo de propuestas que nos permitan afrontar la crisis eco-social.

1. Declaración de Oslo, www.oslodeclaration.org.

2. Ayres, R. U. et al (2003): “Is the US economy dematerializing? Main indicators and drivers”, Center for the Management of Environmental Resources, INSEAD.

Consideramos que si no nos miramos el consumo de frente, resituándolo en el debate político, si no forma parte del corazón de nuestra visión y acción, si no entendemos sus mecanismos y simbiosis, si lo seguimos tomando como variable dada o totalmente dependiente de factores inasibles... la transición hacia la sostenibilidad no tendrá lugar. Creemos que en el entramado político institucional hay un enorme diferencial entre el discurso y la implementación de políticas respecto al papel del consumo en la senda hacia la sostenibilidad, y que, para reducir dicho diferencial, la investigación estratégicamente orientada debe jugar un papel clave. Ayudar a reducir esa brecha, centrándonos en el ámbito español, es el objetivo último de este estudio.

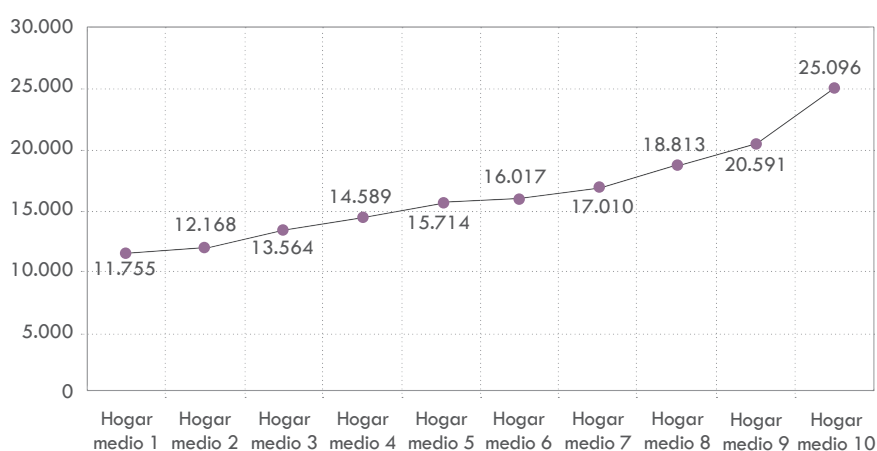
La situación en España: consumos crecientes, importantes desigualdades

En la revisión cuantitativa realizada sobre el consumo y su evolución en España se ha podido observar cómo la situación se caracteriza por unos consumos crecientes, sólo ralentizados o revertidos por la reciente situación de crisis económica que vivimos. Especialmente ilustrativos son los indicadores sobre consumos de materiales en determinados sectores o ámbitos.

Una revisión del consumo por ámbitos de actividad ha revelado también que las áreas de mayor consumo —vivienda (un 19% del gasto en consumo final de los hogares), alimentación en casa (14%) o fuera (17% incluyendo hoteles) y transporte (11%)— son, además, las más impactantes a nivel medioambiental. En cuanto a la evolución temporal, destacamos cómo la eficiencia ganada gracias a los avances tecnológicos en determinados ámbitos (como el transporte) queda disuelta por la generalización del consumo y/o un mayor uso (lo que se conoce como “efecto rebote”). Este fenómeno es analizado posteriormente en el Informe (capítulos 6.2 y 8.4.1) por su importancia en las dinámicas actuales de generación de impacto a través del consumo.

En una segunda parte de esta revisión se ha analizado el consumo desde el punto de vista de equidad socio-ambiental. A pesar de la escasa literatura al respecto, hemos podido constatar cómo los niveles de consumo son desiguales en España, y dependen de la combinación de una serie de factores económicos, como la renta, y sociodemográficos, como el lugar de residencia, el número de habitantes en el hogar, el nivel cultural, etc. Esta desigualdad en el consumo genera también una responsabilidad desigual en la generación de impactos medioambientales. La Gráfica 2.1 ilustra un ejemplo para el caso de las emisiones de CO₂.

Gráfica 2.1. Evolución de las emisiones de CO₂ para cada percentil



Los 10 grupos de hogares se definen en función de percentiles de ingresos al año.

Fuente: Padilla y Serrano (2006): “Inequality in CO₂ emissions across countries and its relationship with income inequality: A distributive approach”, Energy Policy 34.

Esta noción de desigualdad de consumos e impactos es fundamental a la hora de diseñar e implementar políticas que actúen sobre el consumo de una manera equitativa y efectiva. Por ello, es importante superar el enfoque de acción actual predominante, en base a medias nacionales de consumo per cápita, y dedicar energías a explorar y desarrollar más conocimiento sobre esta situación de desigualdad.

2. CONSUMO SOSTENIBLE Y CRISIS ECONÓMICA: DIAGNÓSTICO CUALITATIVO

Este primer bloque del estudio conecta esta investigación con la percepción social ciudadana, y vertebraba el resto de diagnósticos que hemos elaborado. Su finalidad ha sido adentrarse en la comprensión del funcionamiento de la gramática de las necesidades y las prácticas de consumo reales, con el objetivo último de entender su relación con la percepción de bienestar y evaluar el impacto de la crisis económica en las prácticas de consumo, especialmente de consumo sostenible.

Es importante aclarar que el estudio parte de la concepción del consumo como *hecho social total* y del énfasis sobre las prácticas de consumo. El consumo como *hecho social total* se entiende como una realidad objetiva y material, pero a la vez, e indisolublemente, una producción simbólica: depende de los sentidos y valores que los grupos sociales le dan a los objetos y las actividades de consumo. **El consumo se considera, por tanto, una actividad o práctica social.**

Entendido desde esta óptica, el consumo conecta con el debate científico que se da actualmente en torno al estudio del consumo sostenible, en el que surge la propuesta de enfocar el estudio de los cambios en el consumo desde las prácticas. Este enfoque critica las aproximaciones que centran su atención en las formas de selección de productos, el momento de adquisición, las etiquetas, la información y la eficiencia, sobrevalorando algunos hábitos como la movilidad y evitando las cuestiones difíciles sobre las necesidades y cómo estas se generan y se conectan con el comportamiento.

Precisamente desde esta visión de las prácticas cabe entender **cómo la situación de crisis económica**, que se ha instalado en España desde hace más de tres años, **está teniendo efectos significativos en las formas de relación de la ciudadanía con el consumo** que pueden ir más allá de la caída de las cifras de ventas. A ello se suma una preocupación creciente por la sostenibilidad de los patrones consumistas actuales y el surgimiento de pautas de consumo alternativo que, con la profundización de la crisis económica, se enfrentan a nuevas oportunidades y riesgos.

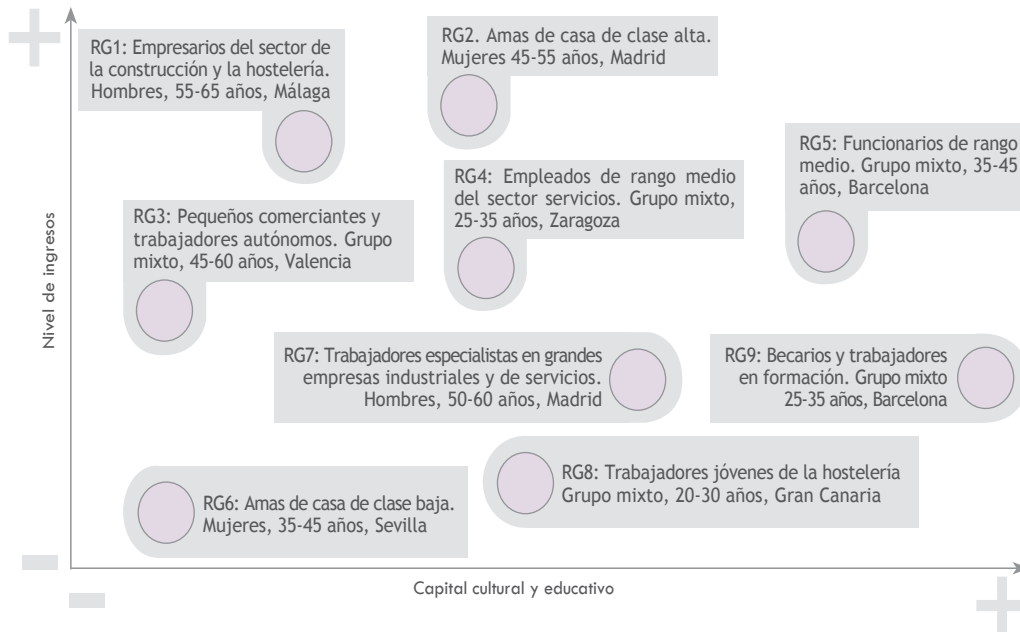
2.1 Percepción social: un estudio mediante grupos de discusión

Con este objetivo de entendimiento, nos preguntamos globalmente a través de este estudio cuál es el sentido práctico que los distintos grupos sociales dan al concepto de bienestar y que influye en el desarrollo de sus estrategias de adaptación a la crisis en el terreno del consumo, cuáles son los elementos de sus discursos que son relevantes para el consumo sostenible y qué discursos existen sobre consumo sostenible y crisis ecológica.

Para ello, hemos partido de un análisis sociológico construido sobre una metodología cualitativa, mediante grupos de discusión.³ Se ha diseñado, así, un mapa de posiciones diferenciales para lograr una muestra cualitativa y un guión temático, que sirvieran como instrumento de desarrollo de los grupos de discusión. Los grupos de discusión formados han seguido criterios de capital sociocultural y capital económico. La Gráfica 2.2 muestra los distintos perfiles de personas que han participado en el estudio.

3. Esta metodología ha tratado de integrarse en la perspectiva de la llamada por algunos Escuela Cualitativista de Madrid, y tomando como referencia, entre otros, los trabajos de Alfonso Ortí o Luis Enrique Alonso.

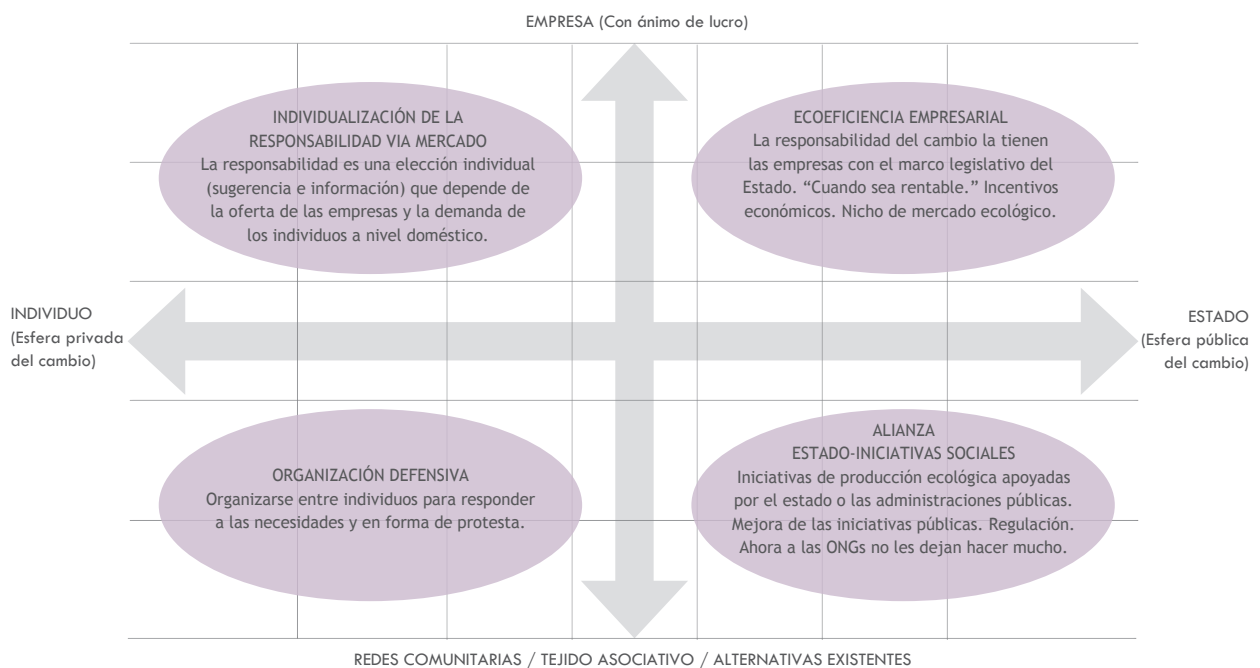
Gráfica 2.2. Mapa de posiciones diferenciales de la muestra cualitativa del estudio y perfil de los participantes en los nueve grupos de discusión



2.2. Discursos en torno a la crisis económica y sus impactos sobre el consumo

En los grupos se describen cuatro discursos básicos que representan esquemáticamente la diversidad de posiciones respecto a cuestiones clave. Éstas se configuran en dos ejes, que sintetizan las principales tensiones discursivas (ver Gráfica 2.3).

Gráfica 2.3. Los discursos básicos en torno al consumo sostenible



Como síntesis del análisis de los discursos destacamos los siguientes elementos:

Crisis y consumo: distintas lecturas

La crisis económica parece haber tenido un impacto severo en las percepciones sobre el consumo, con una cierta sensación de miedo e incertidumbre ante el futuro, que podría influir en una moderación de los hábitos tras un período de excesos. No obstante, la lectura de la crisis se hace de maneras distintas desde diferentes posiciones de clase y percepciones. Esto afecta tanto a la atribución de responsabilidad del origen de la crisis (las posiciones supraordinadas enfatizan, por ejemplo, que la crisis ha sido el resultado de una falta de racionalidad a la hora de gastar por parte de “los otros”) como a la distinta percepción de la crisis como oportunidad para reducir nuestro impacto ambiental.

Crisis económica y crisis ecológica: desconexión total

Mientras que la crisis económica se vive como cercana, real y amenazadora, la crisis ecológica se percibe como lejana y completamente desconectada de la económica, lo que facilita un relativismo moral en torno a lo que podemos hacer en nuestro consumo respecto ella.

Desresponsabilización y ecofatiga

Respecto al consumo responsable o sostenible, se identifican elementos clave en los discursos que **generan un contexto de riesgo de desempoderamiento e irresponsabilidad**. Algunos ejemplos son: la falta de cuestionamientos personales críticos y responsabilización de agentes externos (el gobierno, las empresas, “los otros”); la percepción de los mensajes proambientales como presión institucional o de marketing; la **ecofatiga** ante los mensajes proambientales o de consumo sostenible; el fatalismo hacia el sistema y la sociedad de consumo; una idealización del pasado pero que no inspira posibles futuros alternativos; el asumir el avance tecnológico como única solución posible; el relativismo moral respecto a las necesidades y los límites; y la concepción del consumo sostenible como una opción moral individual.

Algunos elementos positivos para el cambio

También aparecen elementos que pueden crear un contexto fértil para el desarrollo del consumo sostenible: la crítica general al consumismo (aunque superficial), las ventanas para el cambio (alternativas de consumo y estilos de vida que son cada vez más conocidas y entendidas), y algunos espacios de intersección entre la crisis económica y la crisis ecológica (por ejemplo, las ventajas ambientales de algunos cambios realizados por la crisis económica, por ser más sencillas y económicas).

Falta de discurso crítico

No obstante, en los grupos, y salvo raras excepciones, **no aparece un discurso crítico frente al consumo** (más allá de la crítica moral al consumismo), al que se identifica mayoritariamente como motor de la economía y del bienestar, y se cuestiona escasamente la insostenibilidad ambiental del modelo actual. De hecho, apenas se profundiza en la posibilidad de desarrollar formas alternativas de consumo (ecológicas, sostenibles, etc.).

En definitiva, los discursos sugieren que la crisis económica, instalada entre nosotras y nosotros desde hace años tras un período de un consumismo sin precedentes históricos, al menos en nuestro país, no parece haber servido para cuestionar en profundidad nuestro modelo socioeconómico y, en definitiva, de consumo actual. Esto nos da una idea de las dificultades para construir inercias sociales masivas de cambio en este sentido, así como para generar una racionalidad común en torno a los límites del modelo y nuestras formas de vida. Sin embargo, el estudio arroja elementos concretos que permiten abrir o priorizar distintos campos de acción e investigación, algunos de los cuales se trabajan en el próximo capítulo.

3. CONSUMO Y CAMBIO GLOBAL: DIAGNÓSTICO Y PROPUESTAS

Los discursos y elementos identificados en los grupos de discusión sugieren múltiples posibilidades de investigación. Dentro de éstas, el equipo investigador decidió centrarse en las posibilidades de articular políticas que afronten los siguientes aspectos:

- La **polarización de discursos sobre la oportunidad de la crisis económica como catalizador de cambios** en los patrones de consumo hacia unos más sostenibles: mientras unos resaltan que la crisis dificulta optar por productos más sostenibles pero más caros en cuanto a gasto para el consumidor (como pueden ser los alimentos ecológicos), otros ven que justamente la necesidad de ahorrar en dinero puede revertir en un ahorro también en recursos (por ejemplo usando transporte público o bici en vez de automóvil particular). Ambas percepciones identifican la coyuntura económica con condicionantes para el cambio, y nos recuerdan la importancia de las señales/incentivos económicos en la transformación de prácticas de consumo y estilos de vida. Por ello hemos querido reflexionar sobre las potencialidades y limitantes estructurales de políticas basadas en los incentivos económicos, especialmente la **fiscalidad sobre el consumo**.
- El **negacionismo y la ecofatiga**, observados en los discursos como motivadores de desconfianza, desresponsabilización y una crítica global al discurso en torno a la crisis y al límite ecológico del modelo actual de producción y consumo, nos invitan a intentar conocer cómo desde las **políticas educativas y culturales** se ha trabajado el cambio hacia otras pautas de consumo en relación a lo ambiental.
- El sentimiento de **presión institucional** que despiertan las políticas institucionales proambientales cuando inciden sobre hábitos cotidianos, la percepción de una incipiente **institucionalización y mercantilización del discurso ambiental y la dificultad de construir discursos** de comportamientos alternativos **desde la práctica propia**, nos inducen a pensar en la necesidad de dar mayor protagonismo a una sociedad civil, fuera del ámbito mercantil e institucional. Por ello, nos hemos adentrado en el universo de las llamadas **Iniciativas Comunitarias en Sostenibilidad, como articulaciones colectivas en torno a otras formas de consumo**.

Creemos que la profundización y la mirada integral y decidida que necesitan las políticas ambientales requiere, entre otras cosas, un posicionamiento más central de las políticas que buscan incidir sobre la transformación de prácticas de consumo y estilos de vida (la demanda). En este sentido, consideramos que las transformaciones sobre el consumo han de jugar un papel relevante en el cambio global, sobre todo porque es uno de los campos de acción donde las políticas pueden poner las bases para un cambio a diferentes escalas, especialmente en la sociocultural.

En esta línea, creemos que los resultados de los diagnósticos y las propuestas que ofrecemos en este apartado (las resumimos a continuación y se pueden consultar íntegramente en el capítulo 6 del Informe) constituirán una contribución al desarrollo de estrategias de investigación e implementación de políticas de consumo más integrales en el ámbito español, que hasta la fecha han sido muy marginales.

3.1. Fiscalidad y otros incentivos económicos. ¿Promueven actitudes proambientales?

Como primer bloque del capítulo de diagnósticos, este estudio ha analizado desde una perspectiva ambiental qué tipos de consumos y estilos de vida incentiva la actual fiscalidad sobre el consumo en nuestro país, así como otras políticas que podríamos incluir en el ámbito de los incentivos económicos, como pueden ser regulaciones tarifarias, subvenciones o bonificaciones (planes Renove, etc). Hemos centrado el análisis en los siguientes ámbitos de consumo: movilidad, uso energético en el entorno doméstico, agua,

generación de residuos y consumo alimentario. En ellos hemos tratado de identificar elementos y ámbitos clave a tener en cuenta, y hemos compilado experiencias e ideas que pueden servir como catálogo inicial para diseñar propuestas para España en futuros trabajos.

Por otro lado, a lo largo del análisis se ha hecho énfasis en la necesidad de una política fiscal que tenga en cuenta aspectos de **equidad socioambiental**, es decir, que no atienda sólo al impacto ecológico sino también al reparto social de la carga y los beneficios de las políticas.

La fiscalidad ambiental en España: mucho camino por hacer

Nos hemos centrado en la fiscalidad ambiental que afecta más directamente al consumo, aunque el sujeto pasivo no sea en muchos casos el consumidor.

La investigación ha confirmado el total subdesarrollo de la fiscalidad ambiental sobre el consumo en España, así como la escasa dimensión ambiental de otras políticas de incentivos económicos sobre el consumo. Sin embargo, existen varias imposiciones que, si bien tienen motivación recaudatoria, tienen también un impacto ambiental positivo en tanto que desincentivadoras de consumos de alto impacto, todo y que su estructura y tipos podrían reformarse para maximizar su efectividad ambiental.

Recorriendo los ámbitos de consumo más relevantes se han intentado situar los precios y fiscalidad españolas en términos comparativos con los países del entorno europeo. De esta manera se ha advertido que prácticamente en todos los ámbitos, con la excepción del consumo doméstico de gas, España está por debajo de la media europea. Ello permite pensar, pues, en **un margen significativo de cambio**.

A continuación se resumen las principales propuestas para cada ámbito.

Movilidad: un sector prioritario de acción fiscal

Este sector representa uno de los ámbitos prioritarios en los que introducir políticas efectivas de incentivos económicos, pues es el de mayor crecimiento y uno de los ámbitos de consumo con mayor impacto ambiental y en el que el efecto rebote se muestra con más fuerza. Existen varios impuestos (carburantes, circulación y matriculación) que en general tienen una motivación básicamente recaudatoria y en algunos casos una estructura anti-ecológica.

Las propuestas más relevantes que hacemos en este ámbito se muestran en el Cuadro 2.1.

Cuadro 2.1. Propuestas para la fiscalidad sobre movilidad

Revisar al alza los tipos del Impuesto sobre Hidrocarburos, para llegar a medias europeas, y **eliminar las exenciones ambientalmente negativas** (como la de las aeronaves).

Gravar el uso más que la tenencia del vehículo:

- Utilizar como base imponible los km recorridos en vez del consumo de carburante o las emisiones (ello es factible mediante tecnología GPS instalada durante la fabricación de los vehículos).
- Estudiar la supresión de los impuestos de matriculación y de circulación junto con un aumento proporcional de los impuestos sobre los carburantes, para grabar sobretudo la emisión asociada al uso.

Consumo energético en el hogar: potencial fiscal y tarifario

El consumo eléctrico en los hogares es otro importante vector ambiental. Actualmente, la fiscalidad en materia de consumo energético del hogar recae sobre la electricidad, el IVA (18%) y el Impuesto Especial sobre la Electricidad (4,86%). Hemos estudiado también los incentivos económicos a través de las tarifas. En el caso de la electricidad, un elemento que se ha detectado como ambientalmente preocupante es el llamado déficit de tarifa (las tarifas finales no cubren los costes establecidos, engrosando la deuda para siguientes ejercicios). Es preocupante porque contener los precios actuales de la energía, financiándola con cargo al consumo futuro, conlleva elevar el consumo presente. Sin embargo, cómo repartir este déficit (entre consumidores industriales y domésticos) y sus causas (enriquecimiento de las grandes empresas eléctricas) es objeto de debate.

Los cuadros 2.2 y 2.3 recogen las propuestas más relevantes sobre consumo energético en los hogares.

Cuadro 2.2. Propuestas para el caso de la electricidad

En cuanto a fiscalidad (Impuesto Especial sobre la Electricidad)	En cuanto a tarifas
Gravar la cantidad de electricidad consumida en vez su valor. Diferenciar tipos impositivos según la bondad ambiental del mix eléctrico o la tarifa elegida (si se diferenciara según origen). Aumentar el tipo impositivo al aumentar el consumo (diferenciación por tramos).	Cubrir los costes actuales reconocidos y los hasta ahora ocultos (impactos ambientales y sociales de la generación eléctrica). Intentar que la tarifa actual permita proveer recursos para financiar la transición a un modelo de generación y consumo eléctrico más sostenibles. Plantear una estructura tarifaria progresiva (por bloques crecientes) de manera que los consumos básicos sean muy accesibles pero los consumos superfluos o excesivos queden penalizados económicamente. Ello en general resulta progresivo socialmente. Se puede aplicar también para el caso del gas natural.

Cuadro 2.3 Propuestas transversales relacionadas con la energía

- **Impuesto sobre las emisiones de carbono** (Impuesto del Carbono Añadido): impuesto con un funcionamiento similar al IVA en términos fiscales y contables que sería añadido al precio que paga el consumidor final (garantizando gravar también los productos producidos en el extranjero mediante ajustes en frontera u otras medidas).
- **Imposición sobre los Certificados energéticos de las Viviendas (ICV)**: impuesto que podría ir asociado al IBI y gravar a los propietarios de inmuebles en función del indicador de eficiencia energética del edificio. De esta manera las características energéticas de los edificios, así como sus posibilidades de rehabilitación energética, cobrarían mayor valor en el precio de venta del inmueble. Complementariamente, esta recaudación se podría dedicar a promover la mejora de la eficiencia energética de los edificios, especialmente entre grupos de bajos ingresos.
- **Asignación personal de carbono** (sistemas de Cuotas Domésticas Comercializables de Emisión o de Energía): consisten básicamente en la asignación de una cantidad de emisiones de carbono por persona en un periodo de tiempo. Los promotores de esta idea la defienden en términos de efectividad, equidad y eficiencia.

Agua: reforzar el ahorro y la progresividad

Contrariamente a lo que ha ocurrido con otros consumos, los valores medios de consumo de agua marcan una tendencia levemente descendente durante los últimos años, incluso desde antes de la crisis.

El papel económico de tarifas y tributos o tasas sobre el agua está entremezclado y, por tanto, el análisis ha abordado tanto política fiscal como tarifaria. El diseño de tarifas y tributos debe promover que todo el mundo tienda a ocupar un espacio ambiental sostenible que garantice un mínimo vital asequible y que establezca un techo máximo que disuada el derroche insostenible, determinando un espacio intermedio donde cada cual escoja su pauta de consumo pero siempre bajo el estímulo económico y cultural de los principios (quien más gaste y contamine, que pague más). En este sentido, las tarifas progresivas o impuestos con tipos progresivos son una interesante herramienta, que de hecho está bastante implantada en los municipios españoles (el 92% de los ciudadanos pagan según esta estructura), pero su progresividad es demasiado suave para tener un efecto significativo.

En el caso del agua se han desarrollado algunas herramientas fiscales ambientales sobre el consumo, como los cánones autonómicos de saneamiento. Pueden tener impactos en el ahorro de agua pero presentan importantes limitaciones, especialmente si el peso del canon sobre el precio final del agua es moderado, cosa que ocurre en muchos de los municipios donde se aplican estos cánones.

Cuadro 2.4 Propuestas fiscales y tarifarias para el agua

- Implantar o profundizar la progresividad por tramos en los cánones autonómicos de saneamiento.
- Disminuir el peso de la parte fija en la factura (que es la más regresiva socialmente) e implantar o profundizar la progresividad por tramos de la tarifa.
- Establecer los bloques tarifarios en función del consumo per capita real, cruzando datos con el padrón municipal.
- Aplicar un coeficiente corrector en el cálculo de la cuota variable, que premie con reducciones tarifarias a los hogares que reduzcan su consumo en el tiempo.

Alimentación y otros consumos: un IVA más “verde”

Dentro de este ámbito se revisa el Impuesto sobre el Valor Añadido. En 2011 sólo 2 países de la Unión Europea tenían un tipo de IVA menor que el de España. El análisis realizado ha mostrado que, en general, pese a que el IVA es un impuesto de importancia capital por su volumen de recaudación (el segundo impuesto en importancia recaudatoria para España, por detrás del IRPF) y pese a su transversalidad por sectores y productos, su dimensión ambiental es prácticamente nula.

Cuadro 2.5 Propuestas de ambientalización del IVA

- **Estructurar los tipos reducidos y “super-reducidos” en base a criterios ambientales** (propuesta limitada por la normativa europea).
- **Revisar el régimen especial de la agricultura y la ganadería**, buscando establecer tipos menores a productos procedentes de modelos de producción ecológica o de ganadería extensiva y a productos alimenticios de menor impacto.

- También en el caso de la alimentación, y desde una perspectiva social, favorecer los modelos productivos de mayor empleo de mano de obra por euro generado, así como los modelos que ayudan a la creación de circuitos cortos de comercialización y a la supervivencia de la pequeña y mediana agricultura, garante de un medio rural vivo.
- **Estudiar propuestas para modificar el IVA** como limitar el tipo reducido a fertilizantes orgánicos y excluir de él muchos productos cosméticos, la construcción de edificios y el transporte aéreo (propuestas recogidas en la Proposición de Ley 122/170, promovida en 2009 por varios partidos, sindicatos y grupos ecologistas).

Residuos domésticos: potencial de otros sistemas de pago y gestión

En la última década la generación de residuos ha continuado aumentando a la par de los consumos de materiales y energía, de hecho es la única fuente de emisiones de GEI que no se ha reducido con la crisis económica (2007-2009).

En el caso de los residuos, se ha visto que la fiscalidad que afecta directamente al consumidor final se circunscribe actualmente a las tasas municipales de residuos, muy variables entre municipios. Éstas representan una opción social y ambientalmente regresiva, pues la cuantía es independiente de la cantidad de residuo que se genera y del nivel de ingresos. En la investigación hemos visto también que gravar según la cantidad y tipo de residuos generados es clave para que las tasas sean motivadoras. Este tipo de gravamen se conoce como sistemas de pago por generación y son muy escasos en España, por lo que actualmente su dimensión ambiental es prácticamente inexistente.

Cuadro 2.6 Propuestas para la fiscalidad y la gestión de residuos

- **Expandir los sistemas de pago por generación.**
- **Expandir los impuestos obligatorios sobre las bolsas de plástico de un solo uso** (existentes en dos CCAA), con el objetivo de fomentar su reutilización.
- **Implantar obligatoriamente los Sistemas de Depósito, Devolución y Retorno de envases (SDDR)**, en los que al comprar un producto se paga un depósito por el recipiente o envoltorio, que es devuelto si al terminar su vida útil se retorna al punto de venta (ya sea para su reciclaje o reutilización).

3.2. Políticas públicas educativas y culturales. ¿Están formuladas hacia estilos de vida sostenibles?

Este segundo bloque de diagnósticos surge de la consideración de que las políticas educativas y culturales podrían ayudar a superar las dificultades observadas en el diagnóstico cualitativo para relacionar la crisis económica con la crisis ecológica, así como los argumentos de negación y escepticismo frente a determinadas problemáticas y soluciones alternativas.

Por ello, en esta parte de la investigación se ha revisado el marco normativo español referente a políticas educativas y culturales vinculadas al consumo y estilos de vida sostenibles, para conocer si desde dichas políticas se trabaja el cambio hacia otras pautas de consumo en relación con lo ambiental, qué discursos del consumo responsable o sostenible (CRS) están presentes en ellas y cómo podrían mejorarse.

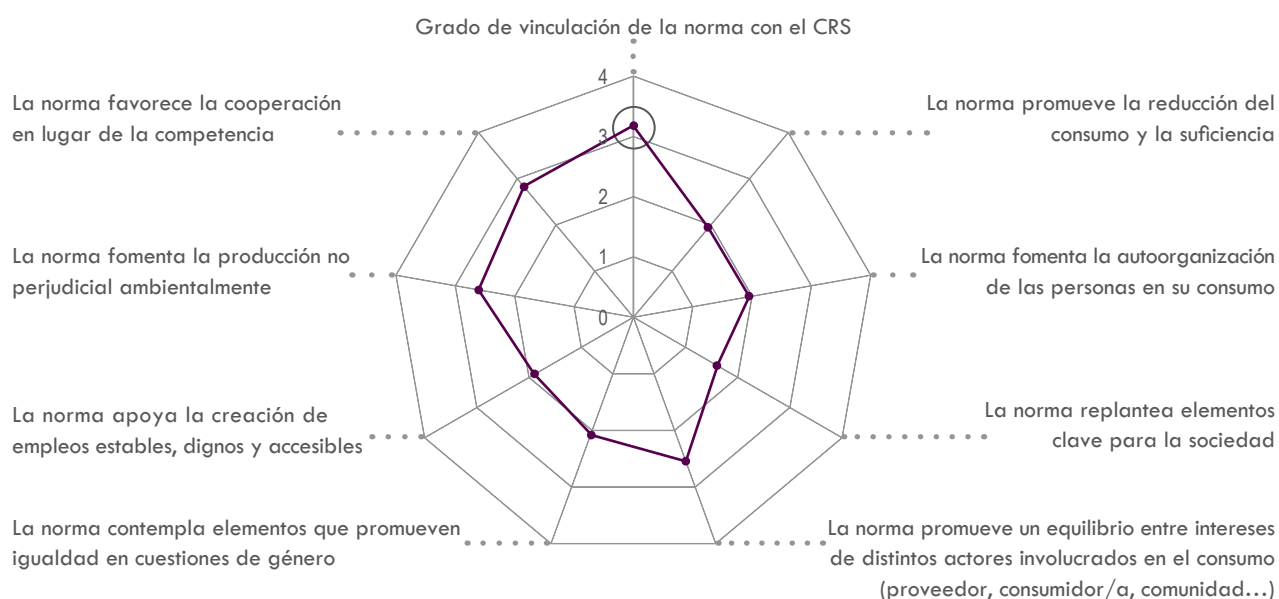
A nivel metodológico se ha seguido un enfoque exploratorio. El proceso se ha dividido en tres fases: iden-

tificación y descripción general de políticas localizadas mediante palabras clave, análisis comparativo mediante la aplicación de una batería de indicadores de CRS, y profundización en la implantación de las políticas a través de una selección de iniciativas concretas. El estudio incorpora unos estudios de caso, con el objetivo de observar cómo se trata el consumo responsable desde diferentes iniciativas concretas.

La Gráfica 2.4 muestra el valor de la batería de indicadores que evalúan la relación de las normas de la muestra con el fomento del CRS. Aunque estos resultados no deben interpretarse de forma categórica, sí revelan interesantes datos y tendencias. Las más importantes serían las siguientes:

- **Gran heterogeneidad de las políticas públicas** relacionadas con la temática, mostrando la amplitud del universo normativo vinculado en mayor o menor medida con el CRS.
- **Apuesta clara por un consumo responsable sustitutivo de bienes y servicios o basado en la mejora de la eficiencia de nuestro uso de los mismos**, con una ausencia importante en la regulación de cambios en la concepción y las formas de consumo.
- **Gran potencial desaprovechado** de las políticas que regulan la creación y el ámbito competencial de las agencias e institutos de consumo regionales.
- **Ausencia de la perspectiva de género** en la mayoría de políticas y en sus concreciones (planes, programas, proyectos).
- **Falta de planificación de muchas de las políticas públicas**, para las que no se concretan aspectos clave en su implantación (planificación temporal del cumplimiento de los objetivos, asociación de las acciones legislativas con un presupuesto estable y con un compromiso político que abarque más de una legislatura, etc.).

Gráfica 2.4. Valoración de criterios vinculados con el CRS en la normativa



Significado de los valores:

0: no aplicable

1: no aparece

2: se nombra

3: aparece transversalmente

4: aparece en apartado específico o en los objetivos/competencias

Valor medio de todos los indicadores: 2,29.

Propuestas: hacia planteamientos transformadores y una implementación efectiva

A pesar de la amplitud del marco normativo que de forma directa o indirecta regula el consumo responsable en cada territorio y cómo éste se integra en nuestras formas de vida, el riesgo de aplicación parcial y la complejidad de la sociedad en la que nos encontramos hacen que existan gran cantidad de dificultades para la implantación total de la normativa y el cumplimiento de sus objetivos, así como para la transformación cultural de nuestras pautas de consumo. Algunas de las propuestas que ofrecemos son las siguientes:

- **Incorporar enfoques de consumo más transformadores** que incluyan cuestiones más allá de la compra, como los ritmos de vida, las necesidades, el concepto de bienestar, etc. Los criterios que se han aplicado en el análisis de la muestra y de los casos de estudio pueden servir para orientar la inclusión de perspectivas más transformadoras en las políticas públicas sobre CRS.
- **Aprovechar el potencial de las agencias e institutos de consumo**, asegurando que se trabaja por el fomento del consumo responsable y los estilos de vida sostenibles desde una visión amplia de los mismos, incluyendo este tema entre sus objetos prioritarios de trabajo y su forma de funcionamiento (aplicando diferentes acciones, además de la compra pública responsable).
- **Aplicar la perspectiva de género** en las políticas. El análisis de las relaciones y diferencias de género en los patrones de consumo producirá una mejor comprensión de los mecanismos de comportamiento y las prácticas de este tipo de consumo, necesaria para su promoción y regulación.
- **Asegurar una planificación exhaustiva de las políticas**, para garantizar una formulación de políticas de mayor calidad y facilitar su implantación en cada contexto.
- **Incorporar criterios de sostenibilidad en la formulación de todas las políticas públicas** para lograr un equilibrio entre la especificidad de políticas de consumo y estilos de vida sostenibles y la necesaria transversalidad en el resto de políticas. Esto es particularmente importante en el caso de las políticas de educación formal o currículo formativo ligado directa o indirectamente al CRS, que adolecen especialmente de esta carencia.

3.3. Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad. ¿Cómo lidera la sociedad civil?

Este tercer bloque cierra los diagnósticos centrando la mirada en las iniciativas lideradas por la sociedad civil, cuyo hecho diferencial es **el liderazgo comunitario**: la comunidad en sí misma es el sujeto de cambio. Hemos considerado importante abrir la mirada a estas nuevas (o hasta ahora marginadas) estrategias, tanto por los resultados arrojados por el diagnóstico cualitativo como por el papel que pueden jugar en el reto de alcanzar la sostenibilidad. Un papel cuantitativamente significativo en algunos casos (si se dan las condiciones para ello), pero sobre todo cualitativamente importante, como “exploraciones” y “creaciones” de nuevos marcos socioculturales que drenen referentes de cambio hacia el resto de la sociedad. Parece evidente que el papel del “bien común” y la “esfera comunitaria” tendrán que ser relanzados para hacer posible otro modelo de consumo y económico-productivo. Nuevas (o renovadas) prácticas como el consumo colaborativo⁴ y nuevas (o renovadas) articulaciones colectivas parecen estar siendo la punta de lanza de este fenómeno en el ámbito de cambio global en consumo.

4. www.consumocolaborativo.com.

Las Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad (ICOS) son iniciativas que buscan satisfacer una necesidad de consumo de manera sostenible mediante la organización colectiva, el liderazgo civil y una gran importancia del trabajo voluntario gratuito. Creemos que las ICOS son un objeto fundamental de análisis por el valor estratégico que pueden tener en tres aspectos:

- Facilitación en la transición hacia otros estilos de vida, generando condiciones para que el cambio de valores, hábitos y estilos de vida sea más fácil y duradero.
- Sustitución y/o complementación de los sistemas actuales de provisión (y en consecuencia de organización socioeconómica) mayoritarios.
- Capacidad de empoderamiento social, derivado de la organización y acción colectiva.

Esta investigación se ha centrado en los grupos de consumo agroecológico (GCA), uno de los tipos de ICOS (otros serían los mercados y redes de intercambio, los huertos colectivos, las inversiones domésticas colectivas...). Para este tipo de experiencias hemos analizado sus potenciales y limitaciones para producir cambios en los estilos de vida, los elementos clave sobre los que trabajar para facilitar la reproducción y extensión de estas experiencias, y las medidas que podrían aplicarse para facilitar la consolidación y extensión de las ICOS. La información se ha obtenido de entrevistas en profundidad y cuestionarios a personas participantes en este tipo de iniciativas.

Potenciales y limitaciones de las ICOS

Hemos analizado los datos recopilados para ver si, por un lado, se generan las condiciones para facilitar cambios en los hábitos y, por otro, se transmiten valores y se reproducen normas sociales con la sostenibilidad ambiental (ciudadanía ecológica) y social como eje. Los resultados muestran principalmente que:

- **Los GCA generan círculos virtuosos en consumo sostenible:** en tanto que espacios que facilitan al/la participante la creación de automatismos (rutinas, hábitos...) de consumo sostenible, pueden generar las condiciones para que el cambio de hábitos de consumo sea más fácil, profundo y duradero y para la transmisión de valores de ciudadanía ecológica.
- **Los GCA como espacios de empoderamiento comunitario:** las iniciativas analizadas con una fuerte componente participativa y relacional se proyectan hacia la comunidad en la que se ubican, fortaleciendo la construcción de vecindad y las relaciones sociales de la zona, el fomento del conocimiento y la ayuda mutua.
- **Los GCA como espacios de activismo político “suave” pero estable:** sin ser espacios de militancia política o activismo cívico o comunitario explícitamente, pueden aproximar información y actividades relacionadas con éstos a sus participantes.
- **Modelos de crecimiento diferentes, pero complementarios:** se identifican dos tendencias en cuanto a modelos de crecimiento (GCA-empresa y CGA-espacio comunitario), con diferentes ventajas e inconvenientes que se complementan.

Se han observado también una serie de puntos críticos de cara a plantear la extensión de los GCA:

- El temor entre sus miembros a no tener la capacidad organizativa para crecer y asumir más participantes (en general, las limitaciones organizativas están muy presentes).

- La falta de participantes y de participación detectada por algunos grupos como limitante a la hora de expandir las experiencias, tanto en lo referente a la participación activa en la organización como a los usuarios/as en un rol más pasivo.
- Las limitaciones de espacio.
- La falta de coordinación entre las experiencias y las disfunciones que esto puede generar de cara a los participantes y a su propio funcionamiento.

Elementos clave sobre los que trabajar: medidas para facilitar la consolidación y extensión de las ICOS

El Cuadro 2.7 resume un rango amplio de medidas que pueden ser aplicadas a los grupos de consumo para mejorar su funcionamiento. Cada experiencia, según sus especificidades, tendrá unas necesidades concretas, por lo que las medidas de acompañamiento serán diferentes dependiendo del grupo de consumo.

La cuestión de desde dónde se ofrecen estas medidas (qué agente, cómo) es un elemento clave en la discusión e implementación futuras, pues no todos los grupos de consumo dan legitimidad a los mismos agentes sociales de cara a buscar apoyos. En concreto, el papel que podría jugar la Administración pública genera posiciones polarizadas.

Cuadro 2.7 Propuestas para mejorar el funcionamiento de los GCA y extenderlos

- Informar íntegramente sobre aquello que requiere adaptación por parte de los participantes, tanto cuestiones ideológicas como organizativas.
- Ofrecer a los participantes una incorporación progresiva y planificada, y flexibilidad en la implicación.
- Ofrecer a los GCA asesoría jurídico-legal y en logística, organización e informática.
- Darles apoyo económico, logístico e informativo para facilitar el acceso y mantenimiento del espacio e infraestructura.
- Desarrollar y mejorar las estrategias de atracción social para incorporar más participantes.
- Desarrollar estrategias de aproximación y negociación con las administraciones públicas, manteniendo el liderazgo civil.
- Establecer un espacio de comunicación y coordinación entre distintos GCA y entre GCA y otras ICOS próximas, para ampliar la incidencia social y articular un proceso territorialmente acotado.
- Formarse en tomas de decisiones colectivas, comunicación interna y gestión de conflictos.
- Aavales de confianza: establecer un mecanismo que avale de forma participativa y horizontal el buen funcionamiento de la experiencia, para transmitir confianza a la ciudadanía, y dotarle de reconocimiento formal por parte de las administraciones.
- Establecer mecanismos e incentivos a la creación de nuevos grupos de consumo.

4. CAMBIOS DE FUTURO. CONSTRUYENDO ESCENARIOS PARTICIPATIVOS

Otra vertiente de la investigación ha consistido en desarrollar un proceso participativo de construcción de escenarios de futuro, con dos objetivos básicos: **iniciar un proceso de aprendizaje mutuo y común entre los participantes y los organizadores**, así como un fortalecimiento de redes entre diferentes agentes sociales, y **lograr un marco complejo de análisis que contribuya a la generación de propuestas y criterios** para la toma de decisiones hacia un cambio social en consumo y estilos de vida sostenibles (CES) a escala estatal.

Este proceso ha representado una experiencia pionera en el Estado español, reuniendo a expertos/as y trabajadores/as de diversos ámbitos con incidencia sobre el consumo y estilos de vida en distintos procesos participativos. Para ello, la investigación ha cubierto las siguientes fases: i) un mapeo de agentes clave en el consumo sostenible, en el que se sondea la diversidad de discursos y se genera un marco común de trabajo; ii) un taller de escenarios de futuro, en el que se han identificado elementos clave en la evolución de diversos ámbitos relacionados con los CES, la naturaleza de su interrelación y sus impactos ecosociales, para poder explorar las condiciones necesarias para que se puedan dar cambios en los estilos de vida y las direcciones que éstos toman influidos por esas condiciones; y iii) una valoración y priorización de las propuestas de cambio desarrolladas en los talleres.

4.1 Mapeo de agentes clave en consumo: un entramado amplio y diverso

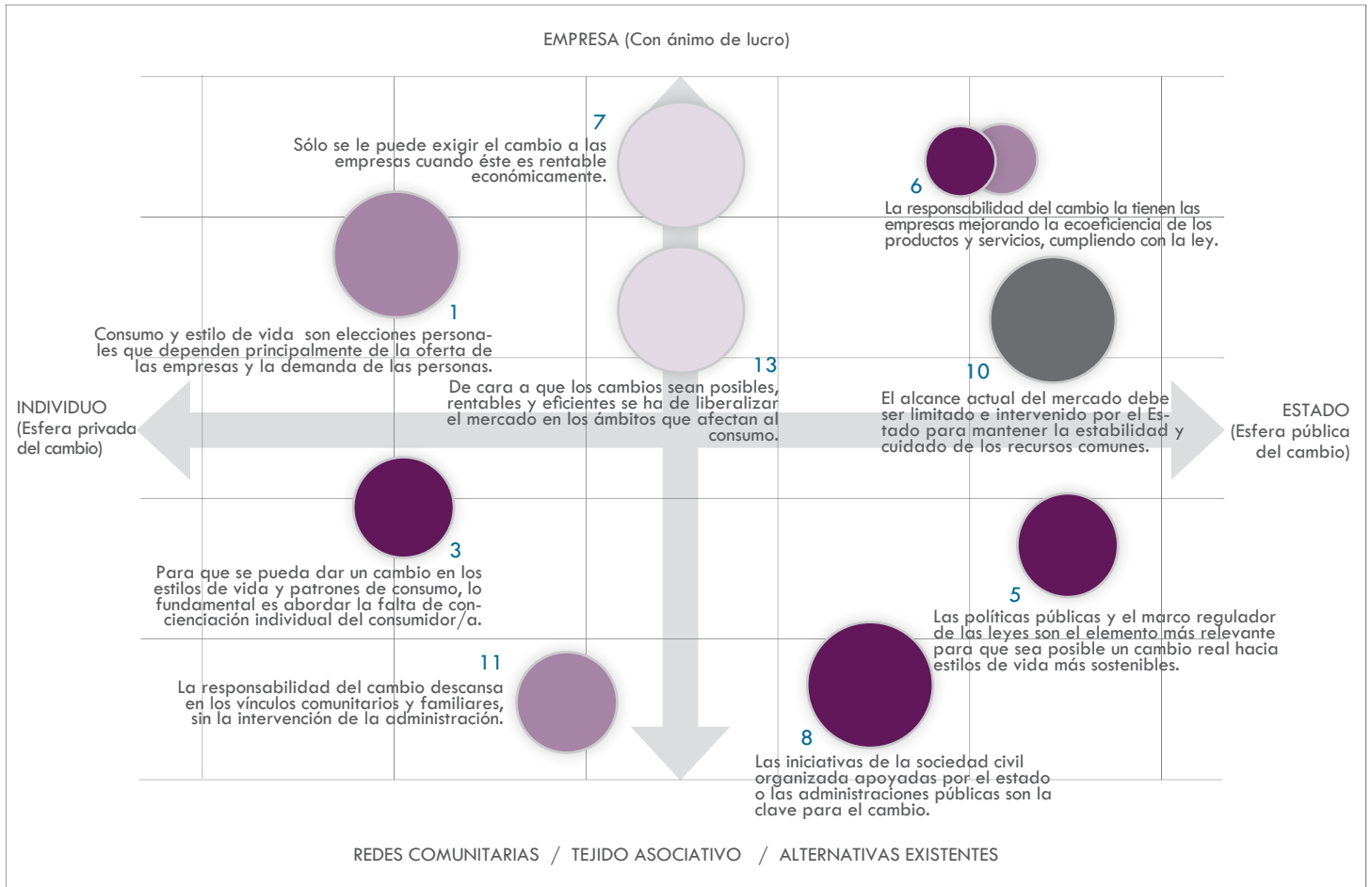
Como proceso previo a los talleres, se realizó un mapeo de agentes y colectivos relevantes en el España en materia de consumo y estilos de vida, mediante entrevistas y cuestionarios a las personas expertas y profesionales que han participado en el proceso de investigación. El proceso de mapeo participativo nos ha permitido, en primer lugar, identificar una red de 229 agentes y colectivos, con el objetivo de poder visibilizar y conectar el conjunto de entidades que trabajan en la temática a nivel estatal.

Dicha red ha mostrado en general un entramado amplio y diverso, tanto en los ámbitos y estrategias de acción como en la naturaleza de sus colectivos, destacando la presencia del ámbito asociativo. También ha puesto de manifiesto la falta de visibilización general de muchos colectivos, abriendo una línea de reflexión sobre la necesidad de una mayor interacción y coordinación entre colectivos a nivel estatal, así como de mayor continuidad de las acciones y campañas.

En segundo lugar, durante el proceso de mapeo se ha consultado también el posicionamiento de los distintos agentes y entidades expertas en consumo respecto a una serie de tensiones discursivas centradas en el peso de distintos agentes en el proceso de transición hacia CES y en los elementos relevantes de cambio dentro de este proceso (Ilustración 2.1).

A nivel general, el **binomio individuo-estado destaca en términos de responsabilidad**. Los discursos enfatizan tanto la capacidad de incidencia individual a través de nuestro comportamiento como el papel esencial del marco legislativo y estatal, a través de políticas que fomenten y faciliten dicho comportamiento (condicionantes estructurales). Esta responsabilización del Estado convive con la percepción de que las actuaciones en materia medioambiental realizadas hasta la fecha desde la Administración no son suficientes para revertir la tendencia de degradación actual. Al mismo tiempo, existe un gran acuerdo en torno a la **importancia de iniciativas colectivas organizadas** cuando éstas son **apoyadas por el Estado y la Administración pública**.

Ilustración 2.1. Apoyo de las personas consultadas respecto a tensiones discursivas y agentes de responsabilidad asociados a las mismas.



El nivel de apoyo se representa mediante un gradiente de color y el tamaño se relaciona con el porcentaje de entrevistados que tienden al nivel de apoyo mayoritario para cada discurso. Los agentes de responsabilidad se asocian a los ejes de la gráfica.



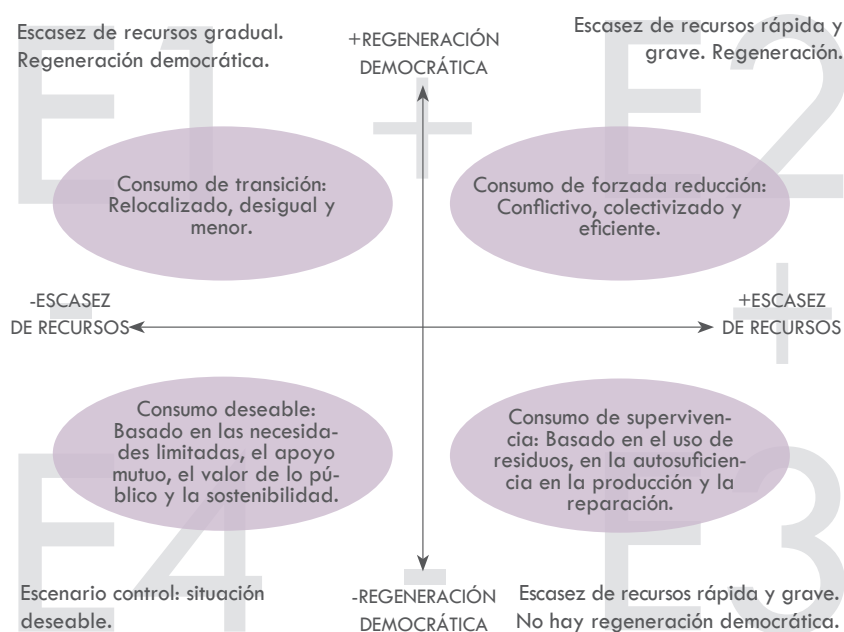
Respecto a los elementos clave, los posicionamientos de los/as participantes ponen de manifiesto el rol básico que la disponibilidad de recursos biofísicos puede tener en escenarios futuros de estilos de vida —una visión prácticamente ausente en los grupos de discusión ciudadana presentados en el apartado 2.1— y rechaza frontalmente una solución de corte tecnocrático y mercantil por inefectiva e inequitativa —frente a la confianza en la tecnología presente en dichos grupos de discusión. Los discursos sondeados durante el proceso de investigación de escenarios han cubierto, así, vacíos presentes en el diagnóstico cualitativo previo, enriqueciendo y enfatizando la dimensión socioecológica y estructural del cambio.

4.2 Taller de construcción de escenarios de futuro

Un escenario de futuro es un dibujo consistente de una realidad futura plausible, en el que se construyen narrativas basadas en información y conocimientos actuales que describen distintos futuros alternativos, desafiando el pensamiento presente y proporcionando un marco para la reflexión y la toma de decisiones.

En el taller, entre 32 participantes se construyeron cuatro escenarios de futuro, partiendo de la priorización y selección participativa de diversos *impulsores de cambio* (factores que pueden influir en tendencias de futuro). A partir de estos impulsores, el equipo de investigación conformó dos ejes correspondientes a dos tensiones priorizadas por los participantes (disponibilidad de recursos y regeneración democrática), y de su cruce salieron cuatro situaciones de partida. Sobre estas situaciones, cada grupo de discusión debatió una serie de variables y sus impactos en diversos ámbitos de consumo, construyendo una **narrativa de futuro** a corto y largo plazo (2020 y 2050 respectivamente). La Ilustración 2.2 muestra las cuatro situaciones de partida y las características básicas del consumo en cada escenario.

Ilustración 2.2. Situación de partida para cada uno de los escenarios



Situación de partida para cada escenario en base al cruce de las tensiones “escasez de recursos” y “regeneración democrática”. En los círculos, principales características del consumo resultante en cada escenario.

¿Qué nos cuentan las 4 narrativas?

Las narrativas han descrito la importancia de diversos impulsores de cambio en base a las siguientes áreas de consumo: alimentación y residuos, movilidad cotidiana, viajes y vacaciones, ritmos de vida y valores, consumo energético en el hogar, edificación y empleo. Han identificado la prioridad y la disponibilidad energética como elementos determinantes en el desarrollo de distintos futuros, y han mostrado la influencia de los niveles de regeneración democrática en la creación de distintos modelos de gestión de recursos, con diferentes impactos socioambientales. Asimismo, las narrativas han desvelado que los participantes encuentran de-

seables determinadas tendencias de futuro, en las que se incluyen elementos de democracia participativa, desaceleración de los ritmos de vida, defensa de los servicios públicos, una mayor regulación de los estilos de vida, etc.

Las discusiones a lo largo de los talleres han revelado los debates fundamentales, y la preocupación de diversos sectores ante el pensamiento a corto plazo que predomina en las decisiones políticas actuales sobre las materias tratadas. En este sentido, los escenarios hacen visibles los marcos en los que se han de generar propuestas para lograr una mayor sostenibilidad en el consumo y los estilos de vida en el Estado español. La segunda parte de los talleres fue encaminada a esta generación de propuestas.

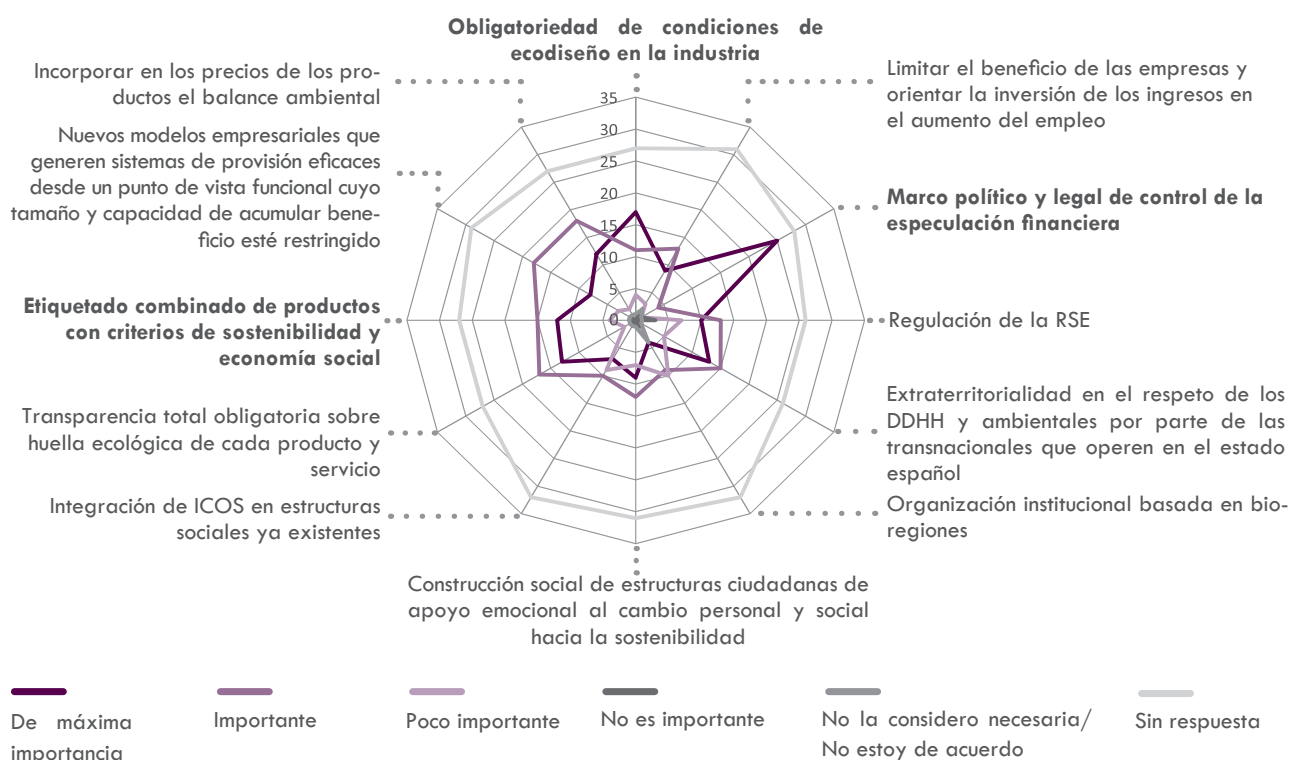
4.3 Del debate a la acción: un banco de propuestas

En el taller, después de una identificación grupal de los aspectos del futuro que se consideraban deseables y los que no, se generaron propuestas para fomentar los deseables y evitar los no deseables, relacionándolos con los ámbitos de consumo trabajados (técnica de *backcasting*).

Al listado de propuestas surgido en el taller se incorporaron otras identificadas en etapas anteriores de este proyecto de investigación y también las recogidas durante el proceso de mapeo. Todas ellas han compuesto un banco de propuestas estructurado en los seis ámbitos de consumo trabajados. Éste ha sido posteriormente devuelto a todos/as los/as participantes a lo largo del proceso, con el objetivo de valorar la importancia y la prioridad temporal de las propuestas planteadas y de las estrategias de intervención identificadas, así como de desarrollar algunas de ellas con mayor especificidad.

El énfasis de las propuestas coincide con el camino trazado previamente por los diagnósticos sobre fiscalidad, políticas culturales y educativas e iniciativas comunitarias sobre consumo, (apartado 3). Así, destacan las que giran en torno a la planificación/regulación institucional adaptada a los límites biofísicos del planeta y a la disponibilidad de recursos a medio-largo plazo, en torno a la necesidad de cambios en el modelo productivo y en las estructuras socioeconómicas que condicionan nuestro consumo actual, y a la urgencia de una educación en valores ecológicos y sociales. La Gráfica 2.5 muestra cuán importantes y urgentes se han considerado algunas de las medidas propuestas en el ámbito del modelo socioeconómico (en el Informe se pueden ver las gráficas equivalentes para los ámbitos de alimentación, residuos, tiempo, movilidad y vivienda).

Gráfica 2.5. Valoración de las medidas respecto al modelo económico-productivo según importancia y urgencia.



Destacadas en negrita las medidas que se han considerado de mayor urgencia.

5. DE LAS BRECHAS DE REALIDAD A LAS BRECHAS PARA TRANSFORMAR

El camino recorrido a lo largo de este proceso investigador nos ha mostrado una serie de brechas que necesitamos superar en la transición hacia formas de consumo y estilos de vida más sostenibles:

1) **La poca identificación de la crisis económica actual como una oportunidad real de transformación** del consumo que nos permita afrontar problemas estructurales. La deseabilidad social de la protección del medioambiente no va acompañada de una incorporación real de prácticas y criterios significativos en nuestras decisiones de consumo y de creación de estilos de vida. Esto refleja la importancia de la construcción de legitimidades y espacios de debate y toma de decisiones desde donde cimentar dicha transformación.

2) **El enorme salto entre los discursos políticos en materia de consumo y la implementación real** de políticas y estrategias que puedan tener efectos significativos para alcanzarlos. Actualmente muchas de las políticas ambientales aparecen ante el ciudadano contradictorias con otras políticas o actuaciones institucionales, sin claridad respecto a sus objetivos, medios, resultados, equidad de esfuerzos, etc. Este contexto dificulta fuertemente la motivación del esfuerzo y la aceptabilidad de las exigencias o restricciones.

3) **El desajuste entre la percepción popular y el discurso de expertos/as** en el ámbito del consumo, especialmente destacable en aspectos como el papel de la tecnología, la urgencia del cambio o los impactos de la crisis ecológica sobre nuestras vidas.

Además, hemos podido corroborar que, aunque el consumo no es la única palanca desde donde articular el cambio necesario, sí que tiene una importancia especial por ser la dimensión desde la que las mayorías sociales pueden **poner en práctica estas transformaciones** (con los impactos cuantitativos que esto pueda tener) y, sobre todo, **experimentarlas para poder reconstruir imaginarios, valores, identidades...** Y es que sólo si las mayorías sociales aceptan, entienden, promueven estas transformaciones, tanto en el plano individual como en el estructural-colectivo, podrá producirse un cambio de calado profundo.

Ahora bien, **¿cómo cambiar el consumo?** Juntando nuestra visión con los resultados de la investigación proponemos las bases siguientes como inspiración para el trabajo necesario:

- **Comunicación, sensibilización... e incentivos económicos.** La construcción de una masa crítica requiere todo un paquete de políticas de educación, información, concienciación, legislativas gigantes. Pero todo eso necesita entre otras cosas del efecto arrastre y la coherencia funcional que generan los incentivos económicos. Los precios finales de los consumos y productos no pueden dar señales contradictorias respecto a esas otras políticas ambientales. Y es que, al fin y al cabo, retrasar las correcciones necesarias en los precios implicará a medio plazo aceptar el tremendo daño inequitativamente repartido que la socialización de la crisis ecológica tendrá en forma de escasez futura.
- **Equidad social y de género como elemento clave de las políticas,** como paso necesario hacia su efectividad y aceptabilidad social.
- **Las instituciones tienen un papel clave** en la conformación de un contexto social, cultural, institucional y ético en el cual los ciudadanos desarrollan sus estrategias/prácticas de consumo. Establecer un marco institucional integral y coherente que se perciba como justo y efectivo puede modificar los apoyos, aceptabilidades y simpatías de dichas políticas. **La regeneración democrática es un requisito indispensable** para consolidar las transformaciones.

- **Nuevas vías, articulación colectiva y bien común.** Se necesita trascender el marco convencional de las políticas actuales de control y persuasión, incluyendo también propuestas que se articulen desde el liderazgo de la sociedad civil. La **revalorización del bien común** y el **empoderamiento comunitario** tienen un importante papel a jugar.
- **Piensa en términos complejos para actuar en términos sencillos.** No queremos mirar al cambio en consumo de manera simplista como un nuevo nicho de mercado para nuevos consumidores. Pero nuestra mirada compleja del consumo no debe bloquearnos para pasar a la acción: son los cambios concretos y reales los que, reapropiados por las masas sociales, en muchos casos impulsarán procesos de transformación de esa red compleja de valores, identidades, políticas, poderes, etc.

2

DECONSTRUCTING CONSUMPTION, RECONSTRUCTING LIFESTYLES:

KEYS FOR THE GLOBAL CHANGE THAT WE NEED

1. CONSUMPTION: A CENTRAL SPACE IN GLOBAL CHANGE

Given the urgent and growing environmental problems that come from our pressure upon ecosystems, environmental policy is growing in importance and coming to have a wider spectrum of influence. However, there is considerable distance between the discourse and the practical implementation of policies affecting consumers. Experts in consumerism and lifestyles indicate that efforts to develop systems of consumption which are markedly more efficient and effective have been few and far between and there have barely been any practical steps taken towards their implementation.¹ Thus, rather than being reduced, the ecological impacts of our economies continue to increase in general as shown by one of its main indicators –the direct and indirect flows of materials and energy– and as shown by the debate around the dematerialization of Western economies.²

The lack of effectiveness of these policies contrasts with the centrality of consumption in the current socio-ecological crisis and the measures which must be taken to undertake necessary changes in the economic model.

Talking about the centrality of consumption in our society may seem unnecessary these days, when among the many “buzzwords” created to describe aspects of modern life –such as *Information Society*, *Risk Society*, *Network Society*, *Post-industrial Society*– the one that most people would accept without question is *Consumer Society*. And in Western societies, consumption practices are at the heart of the coordination between social production and social reproduction.

Thus, in addressing global change and facing up to its associated problems, consumption takes on an inevitable centrality. This is especially true when discussing a model of unsustainable use of natural resources which radically ignores the biophysical limits of specific territories and the planet as a whole and certain social dynamics that it generates: fragmentation, de-culturalization and the spread of both physically and mentally unhealthy lifestyles.

Despite the degree of consensus about all of this, consumption has paradoxically been relatively sidelined in the contemporary political debate. Only recently, at least at the discursive level, has it begun to grow in prominence. Nonetheless, this rise, although it promotes the visibility of consumption, is not without risks. Sustainable consumption as understood through market logic (based on individual decisions of a totally rational and “free” consumer) is one of those risks, due to its potential inhibitory effect upon the questioning of socioeconomic, political and cultural structures in the search for solutions.

We believe that the transition to sustainability cannot be built solely from consumption. It is clear to us that it must play a central role.

This Report is presented as a tool to advance the understanding of the social use of consumption in relation to well-being and from there to explore different areas of action (regulation and economic means, cultural and educational policies, citizens’ initiatives) to envision different possibilities for transformation, to develop criteria for action, and to outline proposals for consumer policy to the various relevant groups. This information has been supplemented by a collective process of visualisation of different plausible futures in the Spanish state starting from the current situation and the development of proposals that allow us to address the eco-social crisis.

1. Oslo Declaration, www.oslodeclaration.org.

2. Ayres, R. U. et al (2003): “Is the US economy dematerializing? Main indicators and drivers”, Center for the Management of Environmental Resources, INSEAD.

We believe that the transition to sustainability will not occur unless we look directly at consumption and reposition it in the political debate, so that it forms part of the heart of our vision and action, that we understand its mechanisms and symbiosis. It must not be taken as a given variable or one that is completely dependent on elusive factors. We believe that in the political institutional framework there is a huge gap between rhetoric and the implementation of policies regarding the role of consumption in the path to sustainability, and that, in order to reduce this gap, strategically oriented research should play a key role. Reducing this gap, with a focus on the context of Spain, is the ultimate objective of this study.

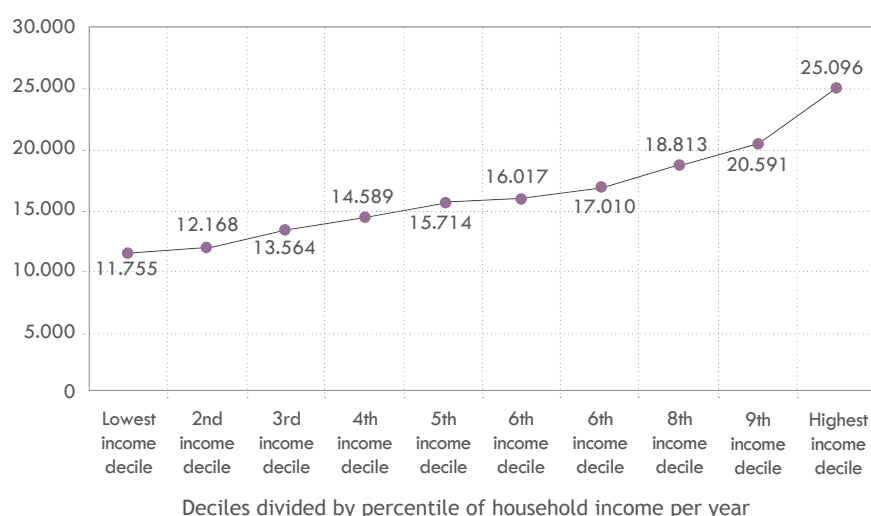
The situation in Spain: increasing consumption, serious inequalities

In the quantitative study conducted on consumption and its development in Spain, it has been possible to observe how the situation is characterized by rising consumption, only slowed or reversed by the recent economic crisis in which we are living. Especially illustrative are the indicators of consumption of materials in specific sectors or areas.

A review of consumption by area of activity has also revealed that the areas of highest consumption—housing (19% of the total household consumption) food in the home (14%) catering (17% including hotels) and transport (11%)—also have the greatest environmental impact. One observation to note in this regard is that gains in efficiency due to technological advance in certain areas (such as transport) are nullified by wider and/or increased use (which is known as the “rebound effect”). This phenomenon is further analyzed in the Report (chapters 6.2 and 8.4.1) for its importance in the current dynamics of the impacts which consumption bring.

In the second part of this reassessment, consumption has been analysed from the viewpoint of social and environmental equity. Despite the limited literature available on this subject, we have been able to establish that consumption levels are unequal in Spain and depend on the combination of a number of economic factors, such as income, socio-demographics, place of residence, the number of people in each home, cultural level, etc. This inequality in consumption also results in an unequal responsibility in the generation of environmental impacts. Figure 2.1 illustrates an example for the case of CO₂ emissions.

Figure 2.1 Progression of CO₂ emissions for each household income group



Source: Padilla and Serrano (2006): “Inequality in CO₂ emissions across countries and its relationship with income inequality: a distributive approach”, Energy Policy 34.

This notion of inequality of consumption and impacts is essential when designing and implementing policies that act upon consumption in an equitable and effective way. It is therefore important to overcome the prevailing current approach which is based on national averages of consumption per capita and to devote energy to exploring and developing more knowledge about this situation of inequality.

2. SUSTAINABLE CONSUMPTION AND ECONOMIC CRISIS: A QUALITATIVE DIAGNOSIS

This first block of study represents the connection of the lines of work of the project with the social perception of citizens and is the backbone of the other diagnoses that have taken place. Its purpose has been to look deeper at the inter-relationship between needs and real practices of consumption. The ultimate goal is to understand their relationship to the perception of well-being and to assess the impact of the economic crisis in consumption practices, especially those of sustainable consumption.

First of all, it is important to note that this study is based on the concept of consumption as a *total social fact*, and that it focuses on consumption practices. Consumption as a *total social fact* is understood as an objective and material reality, yet inseparably, as a symbolic production: it depends on the meanings and values that social groups give to objects and consumption activities. **Consumption is considered, therefore, a social activity or practice.**

Consumption understood in this light connects to the scientific debate that currently exists around the study of sustainable consumption. In this debate, there is the proposal to approach the study of changes in consumption from the standpoint of consumer practices. This focus criticizes the approaches that focus on the mode of selection of goods, the time of acquisition, labels, information and efficiency, overestimating some habits such as mobility and avoiding hard questions about needs and how these are generated and connected to behaviour.

It is precisely from this vision of practices that the **situation of economic crisis** —which is recognized to be affecting Spain for more than three years now— can be understood. **It is having significant effects on the kinds of relationship that exist between citizens and consumption**, and goes far beyond a mere drop in sales figures. Additionally there is growing concern for the sustainability of current patterns of consumption and the emergence of alternative consumption patterns, which with the deepening economic crisis, are facing new opportunities and risks.

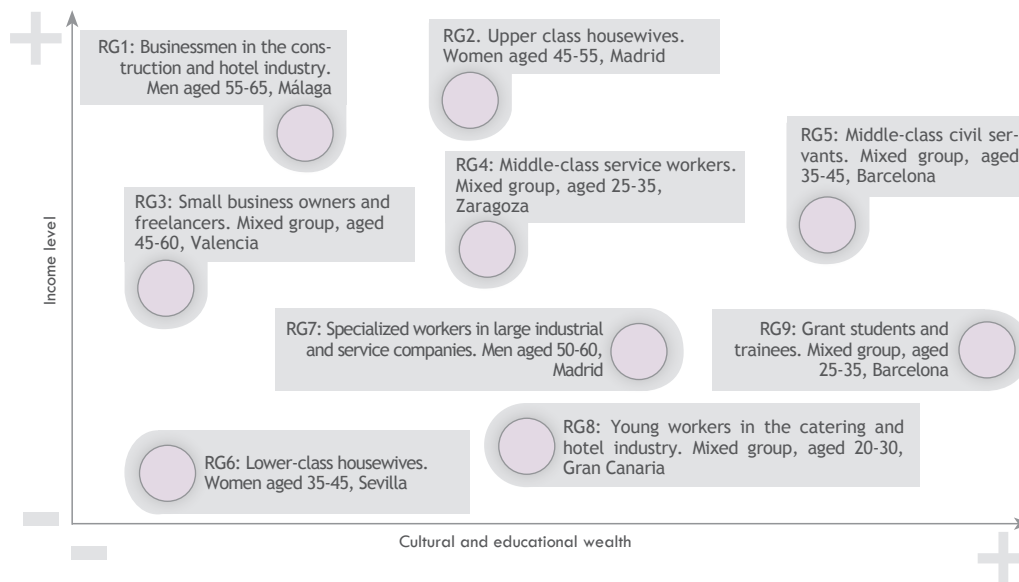
2.1 Social perception: a study through discussion groups

With this goal of shedding light on these questions, we ask ourselves throughout this study what practical meaning different social groups give to the concept of well-being and how that influences the development of strategies of adapting to the economic crisis in the arena of consumption. We ask which elements of the discourse related to the economic crisis are relevant to sustainable consumption and if there are elements that directly address the relation between them.

To do this, we have started from a sociological analysis built on a qualitative methodology using discussion groups.³ In this way a map of differential positions has been designed to achieve a qualitative sample and a thematic outline, which serve as a development tool for discussion groups. The discussion groups which formed used the criteria of sociocultural and economic capital. Figure 2.2 shows the different profiles of people who participated in the study.

3. This methodology has tried to integrate the perspective of the so-called Qualitavist School of Madrid and uses the works of Alfonso Ortí and Luis Enrique Alonso as a reference, amongst others.

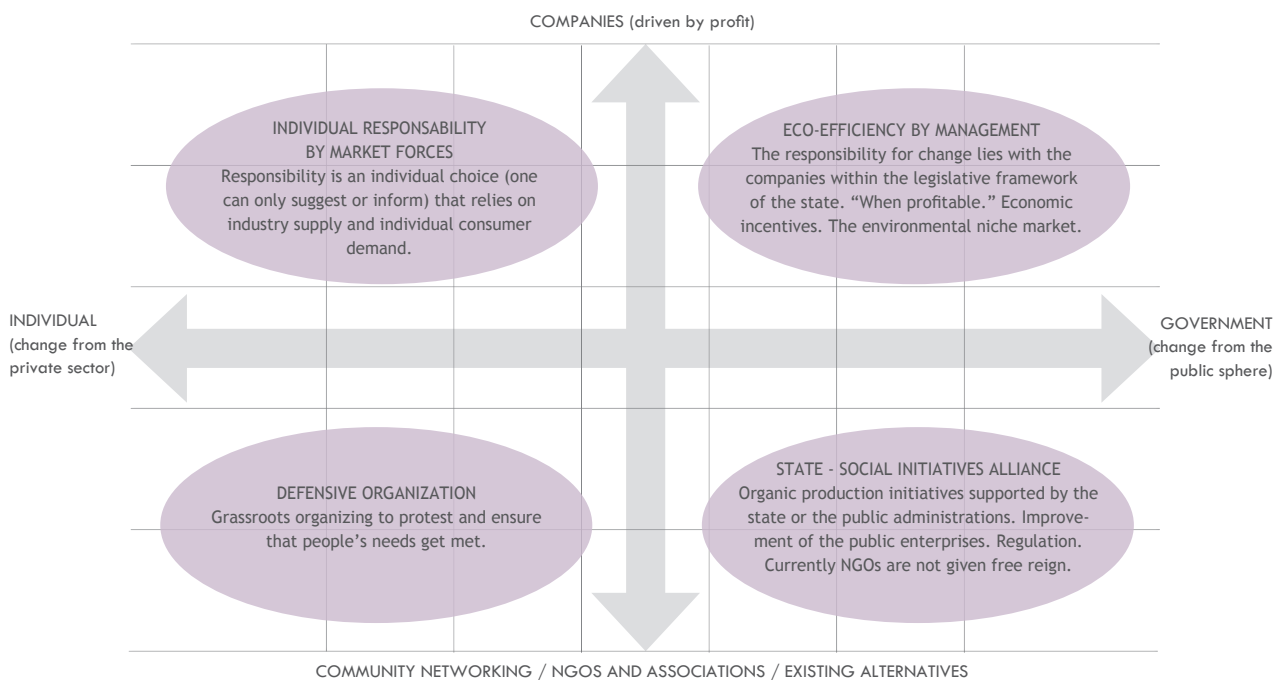
Figure 2.2. Map of differential positions of samples in the qualitative study and profiles of participants in nine focus groups



2.2 Discourses regarding the economic crisis and its impact on consumption

In the groups, four basic discourses represent the diversity of positions regarding the key questions. These can be understood along the lines of two axes, which summarize the principal sides of the debate.

Figure 2.3. Key ideas in the discourse on sustainable consumption



As a summary of the analysis of existing discourse, the following elements are worth noting:

Crisis and consumption: different readings

The economic crisis seems to have had a severe impact upon perceptions of consumption, with a certain sense of fear and uncertainty about the future, which could curb habits of consumption after a time of excess. Nevertheless, crisis can be read differently from different perceptions and different class positions. This can be seen in perceptions of blame for the origin of the crisis (people in positions of power, for example, stress that the crisis was the result of a lack of rationality in spending by “others” - or the alternative vision that the crisis is an opportunity to reduce our environmental impact).

A total disconnect of the relation between economic and ecological crises

While the economic crisis is experienced as close, real and threatening, the ecological crisis is perceived as distant and disconnected from the economic crisis. This permits a moral relativism to what can be done about it in terms of consumption.

Shirking responsibility and eco-fatigue

With regard to responsible or sustainable consumption, key elements are identified in the discourses that create a **context of risk of powerlessness and irresponsibility**. Some examples are: the lack of an individual self-critique and the blaming of external agents (government, business, the “other”), the perception of pro-environmental messages as institutional pressure or marketing, eco-fatigue when faced with pro-environmental or sustainable consumption messages, fatalistic views of the system and consumer society, an idealization of the past that doesn’t inspire possible alternative futures, the assumption of technological progress as the only possible solution, moral relativism with regards to needs and limitations and the concept of sustainable consumption as an individual moral choice.

Some positive ingredients for change

There are also some ingredients that can create a fertile context for the development of sustainable consumption: the general critique of consumerism (although superficial), the **windows for change** (alternative lifestyles and possibilities of consumption are becoming better known and understood), and the areas of intersection between the economic crisis and ecological crisis (for example, the crisis has resulted in environmental alternatives being relatively less expensive and simpler).

A lack of critical discourse

Nonetheless, in groups and with few exceptions, **there appears to be a lack of critical discourse of consumption** (beyond a moral criticism of consumerism). It is mainly identified as an engine of the economy and well-being, and the lack of environmental sustainability of the current model is rarely questioned. In fact, the discourse is only deepened at all in the possibility of developing alternative (ecological, sustainable, etc.) forms of consumption.

In short, the discourse suggests that the economic crisis of recent years, which was established after a period of historically unprecedented consumerism in Spain, seems to have led to a lack of questioning of our economic model and ultimately, current consumption. This gives us an idea of the difficulties of building a massive social movement for change in this regard in order to generate a common rationale about the limits of the model and our lifestyles. However, the study provides concrete elements for opening or prioritizing different fields of action and research, some of which we’ll look at in the next chapter.

3. CONSUMPTION AND GLOBAL CHANGE: A DIAGNOSIS AND PROPOSALS

The discourses and elements identified in the focus groups suggest many possibilities for research. Among these, the research team decided to focus on the possibilities of articulating policies which address the following:

- **Polarization of the discourse on the opportunity of the economic crisis as a catalyst for change** in consumption patterns towards greater sustainability: while on one side it is argued that the crisis makes it more difficult to choose more sustainable products (such as organic foods) due to their high price, others see that the higher cost of resources leads to reductions in consumption (such as choosing to take public transport or a bicycle in place of a private car). Both perceptions recognize the connection between the economic situation and conditions for change and highlight the importance of signals and economic incentives in the transformation of consumer practices and lifestyles. For these reasons, we wanted to reflect on the possibilities and structural limitations of policies based on economic incentives, particularly that of **taxation upon consumption**.
- **The denial and eco-fatigue** observed in the discourse as sources of distrust, disempowerment and a global critique of the discourse about the crisis and the ecological limit of the current model of production and consumption. These factors invite us to try to learn how, starting from **educational and cultural policies**, the shift towards other patterns of consumption in relation to environmental matters has been developed.
- The sense of institutional **pressure** aroused by the pro-environmental institutional policies when they affect daily habits and the perception of an emerging **institutionalization and commercialization of the environmental discourse** and the **difficulty of constructing discourses** on alternative behaviour from actual experience, lead us to think about the need to bring the civil society into greater prominence beyond the commercial and institutional arena. With this in mind, we have entered into the world of so-called **Community Sustainability Initiatives**, as **collective articulations of other forms of consumption**.

We also believe that the depth, perspective, and determination required for environmentally beneficial policies will require that issues of transformation of lifestyles and consumption (demand) become more central to the debate. In this sense, we consider that changes in consumption have to play a more relevant role in global change, above all because it is one of the areas where policy can truly can affect change on different levels, particularly in the sociocultural arena.

In this vein, we believe the results of the diagnoses and proposals offered in this chapter (summarized below and examined in detail in chapter 6 of the Report) constitute a contribution to the development of research strategies and implementation of more comprehensive consumer policies in the Spanish arena, which until now have been very marginal.

3.1. Taxation and other economic incentives. Do they promote green attitudes?

In the first section of the chapter diagnosing the problem, this study analyzes what types of consumption and lifestyle are encouraged by the current taxation on consumption in our country and their environmental impacts, as well as other policies that could be included in the field of economic incentives, such as rate regulations, subsidies or bonuses (Renewal plans, etc). We've focused our analysis on the following areas of consumption: transport, energy use in the home, water, waste generation and food consumption.

In these areas, we have sought to identify keys elements and areas to consider and we have compiled experiences and ideas that can serve as an initial catalogue to design proposals for Spain in future work.

Furthermore, throughout the analysis we have emphasized the need for fiscal policy that takes into account issues of **social and environmental equity** and therefore addresses not only the ecological impact but also the social distribution of burdens and benefits of such measures.

Environmental Taxation in Spain: still a long way to go

In this study we have focused on environmental taxation which directly affects consumption, although the taxpayer in many cases is not the consumer.

Research has confirmed the total underdevelopment of environmental taxation on consumption in Spain as well as the poor environmental dimension of other policies of economic incentives on consumption. Nevertheless, there are several forms of taxes that – despite being motivated by revenue collection – also have a positive environmental impact because they act as disincentives to high-impact consumption. However, their structure and the type of tax imposed could be redrafted to maximize environmental effectiveness.

Looking at the most important areas of consumption we have attempted to place prices and Spanish tax rates in comparative terms with the countries of the European arena. In this way it has been noted that in virtually all areas except domestic gas consumption, Spain is below the European average, suggesting a **large scope for change**.

The following summarizes the main proposals for each area.

Transport: a priority sector for economic reform

This sector represents one of the priority areas in which to introduce effective policies of economic incentives, because as well as being the fastest growing industry it is one of the areas of consumption of greatest environmental impact and the one in which the rebound effect is greatest. There are a variety of taxes (fuels, tolls and vehicle registration) for collecting funds, and in some cases these even have an anti-environmental effect.

The most relevant proposals to be made in this arena can be seen in Box 2.1.

Box 2.1. Proposals affecting taxation on transport

Consider raising taxes on fuels in order to reach European averages and **eliminate environmentally negative exemptions** (such as those on aircraft).

To record the use rather than the possession of a vehicle:

- Use as a taxable base, the number of km traveled, instead of fuel consumption or emissions (this is possible via factory-installed GPS technology in vehicles).
- Consider the possibility of abolition of registration and roadworthiness taxes together with an increase in fuel taxes, to penalize the emissions associated with use.

Household energy consumption: the potential of taxation and rate hikes

Electricity consumption in households is another important environmental vector. Currently, household energy consumption consists of a tax on electricity, VAT (18%) and the Special Tax on Electricity (4.86%). We have also studied how economic incentives affect rates.

One element of both rates that has been noted as environmentally troubling is the so-called *tariff deficit* (that final fees do not cover established costs, further increasing the debt in following tax years). This phenomenon is worrying because by containing current energy prices, and funding them by charging future consumption, present consumption rises. However, how best to divide this deficit and its causes is the subject of debate (as, according to some authors, a mechanism of “reallocation of income” has been in place since the ‘90s in the sense that domestic consumers pay above unit costs while large industrial consumers pay far below the unit cost).

Boxes 2.2 and 2.3 review the most relevant proposals on household energy consumption.

Box 2.2. Proposals for electricity tax reform	
Proposals identified for taxation on electricity (Special Tax for Electricity)	Proposals identified for rates of electricity and natural gas
Taxing the amount of electricity consumed instead of its value Differentiation of rates based on the environmental goodness of the electricity mix or the chosen tariff (if its differentiated by origin) Rate increase with increasing consumption (differentiation by stages)	Covering the currently known and hitherto hidden costs (environmental and social impacts of electricity generation). Invert the tariff deficit in an attempt to allow the current rate to provide resources to finance the transition to a more sustainable model of power generation and consumption. Proposing a progressive rate structure (in increasing blocks in which the basic consumption unit prices are low) so that the consumption of basic items is very accessible but consumption of unnecessary or excessive items is financially penalized which in general is socially progressive. This can also be applied in the case of natural gas.

Box 2.3. Crosscutting proposals related to energy
• Tax on carbon emissions (Carbon Added Tax) imposed with a similar operation to VAT tax in fiscal and accounting terms that would be added to the price paid by end consumers (avoiding the payment of this tax only on locally produced goods by adjusting border or other measures). • Housing Energy Performance Certificates (EPC): a tax that could be associated with the property tax and would tax property owners in terms of an energy efficiency indicator of the building. In this way the energy characteristics of buildings and their potential energetic rehabilitation would give higher value to the selling price of the property. Additionally its revenue could be dedicated to promoting improved energy efficiency of buildings, especially among lower income groups. • Personal carbon allocation (Tradable Domestic Emission or Energy Quota systems) consists primarily of the allocation of an amount of carbon emissions per person over a period of time. The promoters of this idea defend it in terms of effectiveness, equity and efficiency.

Water: reinforce the gains in conservation of progressive taxes

Contrary to what has happened in other areas of consumption, mean water consumption has shown a slightly downward trend in recent years, even before the crisis.

The economic role of rates and taxes or fees on water is intermingled and thus, the analysis has addressed policy regarding both taxes and rates. The design of taxes and rate hikes should guarantee a minimum of accessibility and establish limits which dissuade unsustainable squandering, by determining a middle ground where each person's consumption is their own choice, guided by cultural and economic principles – those who consume and pollute more pay a greater burden. In this sense, progressive rates or taxes with a progressive component are an interesting tool, and in fact, they are quite common in Spain (92% of Spanish municipalities work along these lines) though their distribution is still too regressive to be of significant effect.

In the case of water, some fiscal tools affecting consumption have come into vogue, such as levies for sanitation. These can result in water savings but often have major limitations, particularly if the weight of the levy on final consumption is moderate, which occurs in many municipalities where these rates are applied.

Box 2.4. Proposed taxes and rate hikes for water

- Implement or increase the progressivity of regional sanitation levies.
- Decrease the taxpayer burden for fixed use (which is the most socially regressive) and implement a progressive tax on higher use.
- Set pricing blocks based on real per capita consumption, crosschecking data with the municipal census.
- Apply a correcting coefficient to the calculation of variable rates which rewards households that reduce their consumption over time.

Food and other consumption: a “greener” Sales Tax

Within the arena of food we will look at the Value Added Tax, VAT. In 2011 only 2 EU countries had a lower VAT rate than the Spanish state. The analysis has shown that, in general, even though the VAT is a tax of great importance for the total of revenue generation (it represents the second largest tax revenue collection for Spain, after personal income tax) and its universality among sectors and products, its environmental dimension is negligible.

Box 2.5. Proposals identified for the greening of the VAT

- Structuring of reduced and “super-reduced” rates based on environmental criteria (limited by European standards)
- Review the special status of agriculture and livestock, seeking to establish reduced rates for food products from lower impact models such as organic gardening, shepherding, and free range livestock farming. From a social perspective, encourage those models which create a greater employment of labour per euro generated, and those models that help to create local cycles in commercialization and the survival of small and medium scale agriculture which guarantee a more vital countryside.

- Consider proposals made by various parties, unions and environmental groups for various VAT modifications (such as only allowing the reduced rate to organic fertilizers, or excluding the majority of cosmetic products, building construction materials, and air transport (proposal grouped together in the Proposition 122/170, which was supported in 2009 by several parties, unions, and environmental groups).

Domestic waste: potential for other payment and management systems

In the last decade waste generation has continued to increase along with the consumption of materials and energy, in fact it's the only source of greenhouse gases that has not diminished due to the economic crisis (2007-2009).

In the case of waste, we've seen that taxes which directly affect the end consumer are currently confined to municipal waste rates, which vary by municipality. Thus, this option is both socially and environmentally regressive, since the tax rate is uniform independent of the amount of waste generated or income level. In this analysis, we have also seen that rates determined by the amount and type of waste generated are key factors in affecting motivation. This kind of taxation is known as a *generation payment system* and it is very uncommon in Spain, so for now its environmental dimension is practically nonexistent.

Box 2.6. Proposals for tax reform and waste management

- Implementation of more systems of payment generation.
- Expansion of compulsory levies on single use plastic bags currently existing in two autonomous regions, with the aim of promoting reuse.
- Mandatory implementation and expansion of container deposit legislation, laws that require collection of a monetary deposit on beverage containers at the point of sale for the return and recovery of the packaging, whether for recycling or reuse.

3.2. Public education and cultural policies, do they promote sustainable consumption and lifestyles?

This second set of analysis arises from the consideration that educational and cultural policies could help overcome the difficulties encountered in the qualitative diagnosis of relating the economic crisis with the ecological crisis, and the arguments of denial and skepticism about certain issues and alternative solutions.

Therefore, in this part of the research we have revised the Spanish regulatory framework concerning educational and cultural policies linked to consumption and sustainable lifestyles to see if these policies are working towards a shift to other consumption patterns in relation to the environment, which discourse of responsible and sustainable consumption (RSC) are present and how these public policies could be improved.

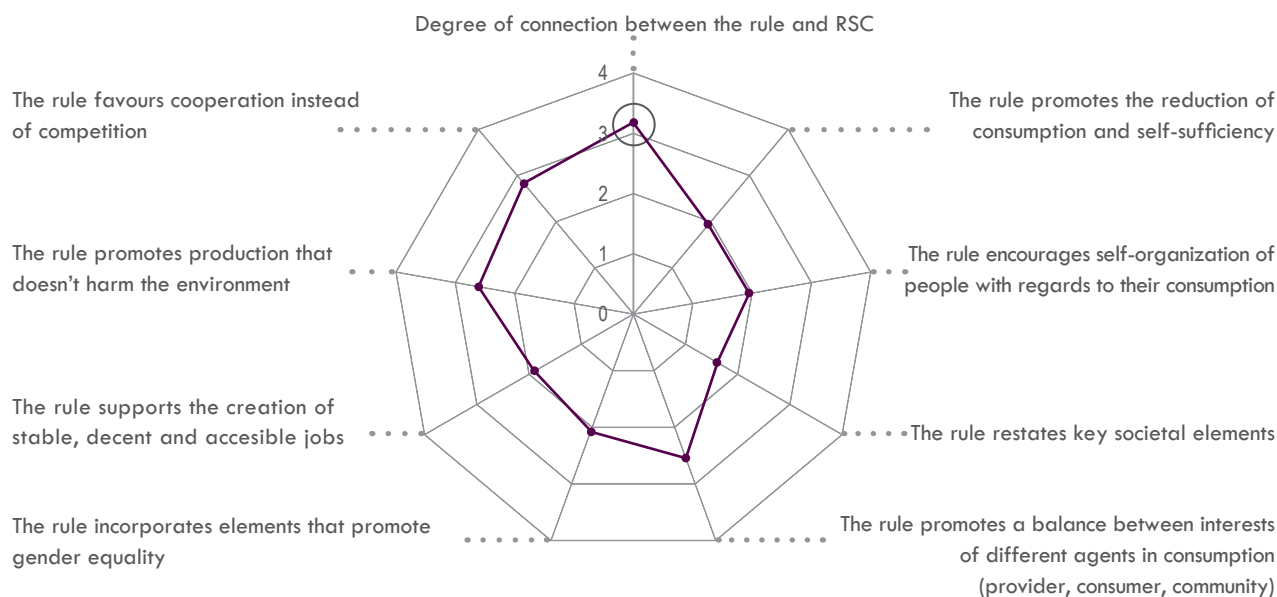
At the methodological level we have followed an exploratory focus. The process has been divided into three phases: identification and a general description of policies by keywords search, comparative analysis through application of a set of indicators of RSC and the deepening of the implementation of policies

across a range of concrete initiatives from policy located using keywords. We have also incorporated some case studies with the goal of observing how responsible consumption is dealt with as a result of different concrete initiatives.

Figure 2.4 shows the value of a battery of indicators which evaluate the relationship of the rules of the sample with the development of RSC. Although results mustn't be interpreted categorically, this exploratory study has revealed some interesting facts and trends. The following are the most important:

- **A great diversity of public policies** related to the subject, showing the existence of a broad range of regulation potentially linked to a greater or lesser extent to RSC.
- **A clear commitment to responsible consumption of goods and services** based on the improvement of efficiency of use of those goods and services, with a serious lack of regulation of behavioural changes that encourage critical consumption.
- **A large untapped potential** for policies which regulate the establishment and the competitive sphere of local consumption agencies and institutes.
- **An absence of a gender perspective** in most policies and their implementation (plans, programs, projects).
- **A lack of planning on the part of much of public policy**, for those which do not specify key aspects of their implementation (planning times for goal achievement, and association of the legislative action with a stable budget and a political commitment which spans more than one law, etc.).

Figure 2.4. Assessment of criteria linked with SRC in regulation



Meaning of values:

0: not applicable

1: not listed

2: is named

3: appears crosslinked

4: appears in specific section or in aims/competencies

Average value of all indicators: 2.29

Proposals: towards transformative approaches and an effective implementation

This research confirms that there is a broad framework of policy that directly or indirectly regulates responsible consumption in each area and how it is integrated into our lifestyles. However, the risks of its partial application and the complexity of the society in which we find ourselves mean that there are many difficulties for full implementation of policy as well as compliance with its objectives and the cultural transformation of our patterns of consumption. The search for mechanisms to improve the inter-coordination and consistency of public policies is a line of future work in the regulatory field. Here are some suggestions:

- **Incorporate more transformative approaches to consumption** which include issues beyond shopping, such as the pace of life, needs, the concept of well-being, etc. The criteria which have been applied to the sample analysis and case studies can serve to guide the inclusion of more transformative perspectives on public policy on RSC.
- **Harness the potential of consumer agencies and institutes**, ensuring that they work for the promotion of responsible consumption and sustainable lifestyles, applying a broad overview and prioritizing this issue in the workplace, in daily functioning and sustainable purchasing.
- **Apply a gender perspective** in policies. An analysis of the relationships and gender differences in consumption patterns will produce a better understanding of the mechanisms of behavior and practices of this type of consumption, all of which are necessary for its promotion and regulation.
- **Ensure comprehensive planning** to guarantee the formulation of better policies and to ease their implementation in each context.
- **Incorporate sustainability criteria in the formulation of all policies** to achieve a balance between the specificity of consumer policy and sustainable lifestyles and the necessary interrelatedness with other policies. This is particularly important in the case of formal education policies or training curriculum linked directly or indirectly to RSC, which suffer especially from this lack.

3.3. Sustainable Community Innovations: How is civil society taking the lead?

This third section concludes the analysis of the problem by concentrating on initiatives led by civil society, whose fundamental difference is **community leadership**: the community itself is the agent of change. We considered it important to explore these new (or hitherto marginalized) strategies; both for qualitative diagnostic results as well as for the role they can play in the challenge of achieving sustainability. It is a quantitatively significant role in some cases (if there are the right conditions for it), but above all it is qualitatively important, as “exploration” and “creation” of new sociocultural frameworks that provide an example of change to the rest of society. It seems clear that the roles of the “common good” and the “public sphere” will need to be recreated to make global change possible. New (or renewed) practices such as collaborative consumption and new (or renewed) collective formulations seem to be the spearhead of this phenomenon in the field of global change in consumption.

Sustainable Community Innovations (SCIs) are initiatives that seek to satisfy a need for sustainable consumption through collective organization, civilian leadership and a significant presence of free voluntary work. We believe that the SCIs are an important source of information with our analysis, for their strategic importance:

- They facilitate a transition to other lifestyles, and create the conditions which facilitate and extend the conditions for a change of values, habits and lifestyles.
- They replace and/or supplement the existing conventional systems of consumer supply (and hence of socio-economic organization).
- They can lead to social empowerment, through collective organization and action.

This study focuses on organic consumer groups (OCG), one of the types of SCIs (others include street markets or covered markets, barter fairs, community gardens, housing coops...). We have analyzed several aspects of these collectives - the capacity and limitations of producing changes in lifestyle, the key ingredients to extending and reproducing such cooperatives and a set of measures that could be applied to facilitate the consolidation and extension of SCIs. The information was obtained from detailed interviews and questionnaires of people belonging to such initiatives.

Prospects and limitations of SCIs

We have analyzed the information and data to see whether, on the one hand, conditions are created to facilitate changes in habits and, secondly, if values are transmitted and social norms are reproduced with environmental and social sustainability (ecological citizenship) at its core. The results showed in large part that:

- **OCGs generate virtuous cycles in Sustainable Consumption:** as spaces that facilitate the creation of automatic behaviors (routines, habits...) of sustainable consumption for participants, they can create conditions so that the change in consumer habits becomes easier, deeper and longer-lasting and they can facilitate the sharing and promotion of values of ecological citizenship.
- **OCGs as spaces for community empowerment:** the initiatives analyzed with a strong participatory and relational component are projected towards the community in which they are located, strengthening the construction of neighborhoods and social relations in the area, promoting understanding and mutual aid.
- **OCGs as spaces of “soft” but stable political activism:** without explicitly being spaces of political militancy or community or civic activism, they can bring information and activities related to these things to participants.
- **Different, but complementary, models of growth:** two trends have been identified (OCGs as businesses and OCGs as community spaces) with different advantages and disadvantages that complement each other.

There have been a number of critical points observed relating to the extension and wider availability of OCGs. They are:

- The fear of not having the organizational capacity to grow and take on more participants (in general, organizational constraints are often cited).
- The lack of participants and participation is seen by some groups as obstacles to expansion, both in terms of active participation in the organization and those users who have a more passive role.

- Space constraints.
- The lack of opportunity to exchange experiences among collectives and the problems that can result for participants and organizations.

Key elements on which to work: measures to facilitate the consolidation and extension of SCIs

In Box 2.7, we have identified a wide range of measures that can improve the inner working of consumer groups. Consumer groups will vary, as will their needs, so that the accompanying measures may differ widely.

The question of from where these measures are offered (by which agent and how) is a key element in future discussion and implementation, as not all consumer groups legitimize the social agents from which support might be sought. In particular, the role that public administration plays can generate polarized positions.

Box 2.7. Proposals to extend and improve the functioning of the OCGs

- **To provide comprehensive information** of all the responsibilities and prerequisites of participation, both ideological and organizational issues.
- Offer the participants a **gradual and planned integration, and flexibility in participation.**
- Offer the OCGs **guidance** in legal, administrative, organizational, and IT matters.
- Provide **economic, administrative and informational support to the OCGs**, to encourage access to spaces and infrastructures.
- To develop and improve **strategies for recruiting** new members.
- To develop **strategies for meetings and negotiation with the public administration**, while empowering civil leadership.
- Establish an arena of **communication and coordination between different OCGs** and other SCIs, to increase social activity and local prominence.
- **Get training in collective decision-making**, internal communication and conflict management.
- **Guaranteeing reliability:** establish participatory and egalitarian mechanisms for ensuring that things happen as they should. This instils reliability and foment trust among the populace and leads to formal recognition by government agencies.
- **Establish mechanisms and incentives for the creation of new groups of consumption.**

4. SCENARIOS FOR THE FUTURE. CONSTRUCTION OF PARTICIPATIVE SCENARIOS

In this research we have developed a process of construction of future scenarios, with two main objectives: **to initiate a process of mutual and common learning among the participants and organizers** as well as strengthening networks between different social agents and to achieve a complex framework of analysis that contributes **to the generation of proposals and criteria** for decision making towards social change in sustainable consumption and lifestyles (SCL) at the state level.

This process has been a pioneering experience in the Spanish state, bringing together experts and workers in various areas with overlapping interests in consumption and lifestyles in different participatory processes. To do this, the research has covered the following phases: i) a mapping of key agents in sustainable consumption, which probes the diversity of discourses and generates a common framework for collaboration, ii) a workshop on future scenarios, in which key elements have been identified in the evolution of various fields related to SCLs, the nature of their interrelation and their social economic impacts, in order to explore the conditions necessary to be able to create changes in lifestyles and directions they take influenced by these conditions and iii) an assessment and prioritization of proposals for change developed in the workshops.

4.1 Mapping of key agents in consumption: a large and diverse framework

Prior to the workshops, a map was made of relevant agents and collectives in the Spanish state in terms of consumption and lifestyles, through interviews and questionnaires of experts and professionals who participated in the research process. The participatory mapping process has allowed us, firstly, to identify a network of 229 agents and collectives, with the objective of being able to visualize and connect the network of organizations working on the issue on a statewide level.

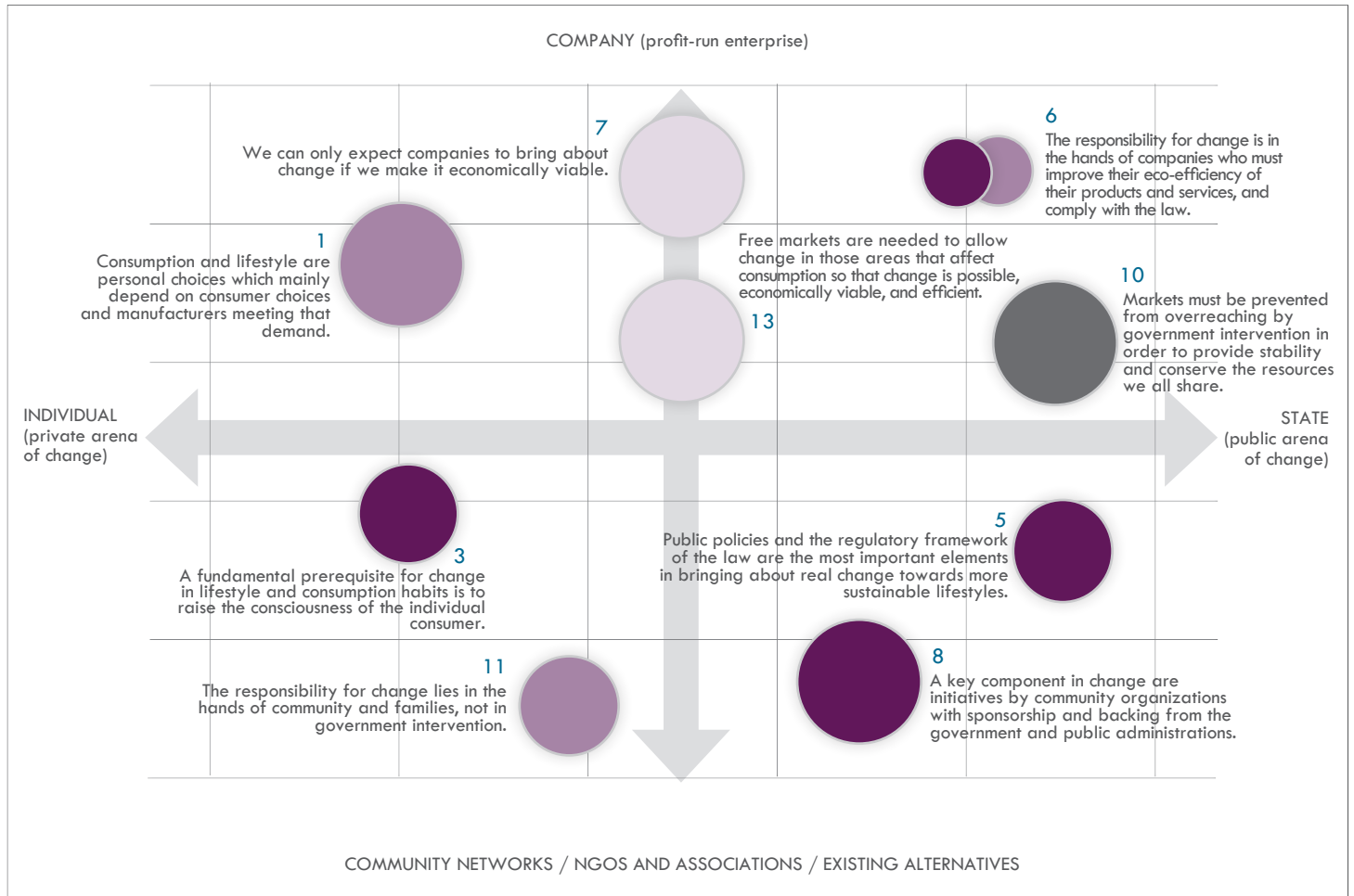
This network has provided a large and diverse framework, both in areas and strategies for action and in the nature of their collectives, highlighting the presence of the NGO sector. It has also highlighted the lack of overall visibility of many collectives, which opens a line of reflection upon the need for greater interaction and coordination between groups at the state level as well as greater continuity of actions and campaigns.

Secondly, during the mapping process the positioning of the different players and expert organizations in consumption has been looked at with respect to a number of discursive tensions centered on the weight of various actors in the process of transition towards SCL and in the relevant elements of change in this process (Chart 2.1).

In general, the **individual - state relationship stands out in terms of responsibility**, with greater agreement on the discourses that emphasize the individual capacity to influence our behavior, in line with those that highlight the essential role of the legislative and state framework through policies that encourage and facilitate such behavior (structural conditions). This accountability of the state coexists with the perception that environmental interventions to date by the Administration are not sufficient to reverse the current trend of degradation. At the same time, there is widespread agreement about the **importance of organized collective initiatives** when they are **supported by the state and public administration**.

Regarding the key elements, the positions of the participants highlight the basic role that the availability of biophysical resources can have in future scenarios on lifestyle. Practically absent from the discourse of citizen focus groups in Section 2.1, they explicitly reject technocratic and market solutions – which contrasts markedly with the confidence in technological solutions present in the discussion groups. The discourses surveyed during the research process have thus filled gaps present in the previous qualitative diagnosis, enriching and emphasizing the socio-ecological and structural dimension of change.

Chart 2.1. Support of the persons interviewed for each viewpoint and the corresponding responsible parties.



The level of support is represented by a color gradient and the size is related to the percentage of the interviewed that tended to support in large part each opinion. The responsible agents are represented by the axes of the chart.

Level of support:

Completely agree
 Somewhat agree
 Somewhat disagree
 Completely disagree
 Tension between the two viewpoints

Percentage of the interviewees who support one of the opinions expressed



Support > 70 %



Support 50 % - 70 %



Support < 50 %

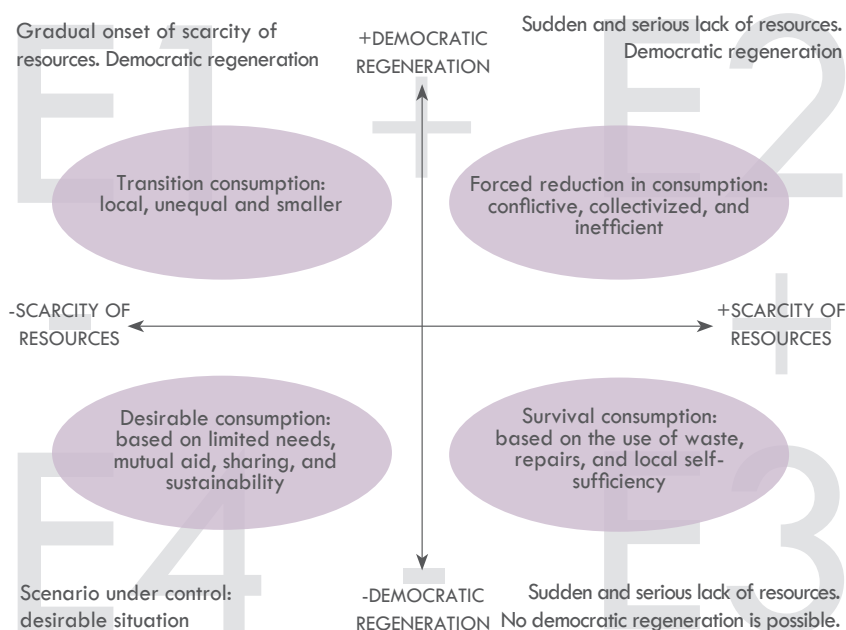
4.2 Workshop on the construction of scenarios for the future

A future scenario is a drawing consisting of a plausible future reality in which narratives are constructed based on current information and knowledge that describe different alternative futures, challenge present thinking and provide a framework for reflection and decision making.

In the workshop, 32 participants constructed four future scenarios, based on participatory prioritization and selection of various *drivers of change* (factors that may influence future trends). From these drivers, the research team formed two axes corresponding to two tensions prioritized by the participants (availability of resources and democratic regeneration) and from their crossing came four starting positions. For these situations, each focus group discussed a number of variables and their impact on various areas of consumption, constructing a **narrative for the future** in both the short and long term (2020 and 2050 respectively).

Chart 2.2 shows the four starting positions and the basic characteristics of consumption in each scenario.

Chart 2.2. Initial situation in each of the scenarios



Baseline for each scenario based on the intersection of the stress “scarcity of resources” and “democratic regeneration”. Main features of consumption resulting in each scenario.

What do the narratives tell us?

The narratives have described the importance of various driving forces behind change based on the following areas of consumption: food and waste, daily transport, travel and vacations, life rhythms and values, household energy consumption, construction, and employment. They have identified the primacy and the availability of energy as decisive elements leading to different future scenarios and have shown the influence of the levels of democratic participation in the generation of different resource management models, with different socio-environmental impacts. Moreover, the narratives revealed that participants found certain future trends to be desirable, such as elements of participatory democracy, slowing the pace of life, defense of public services, greater regulation of lifestyles, etc.

Discussions during the workshops revealed key debates and concerns of various sectors about the short-term thinking that dominates the current political decisions on the matters discussed. In this sense, the scenarios make visible the frames in which proposals must be generated to achieve more sustainable consumption and lifestyles in the Spanish State. The second part of the workshop was aimed at this generation of proposals.

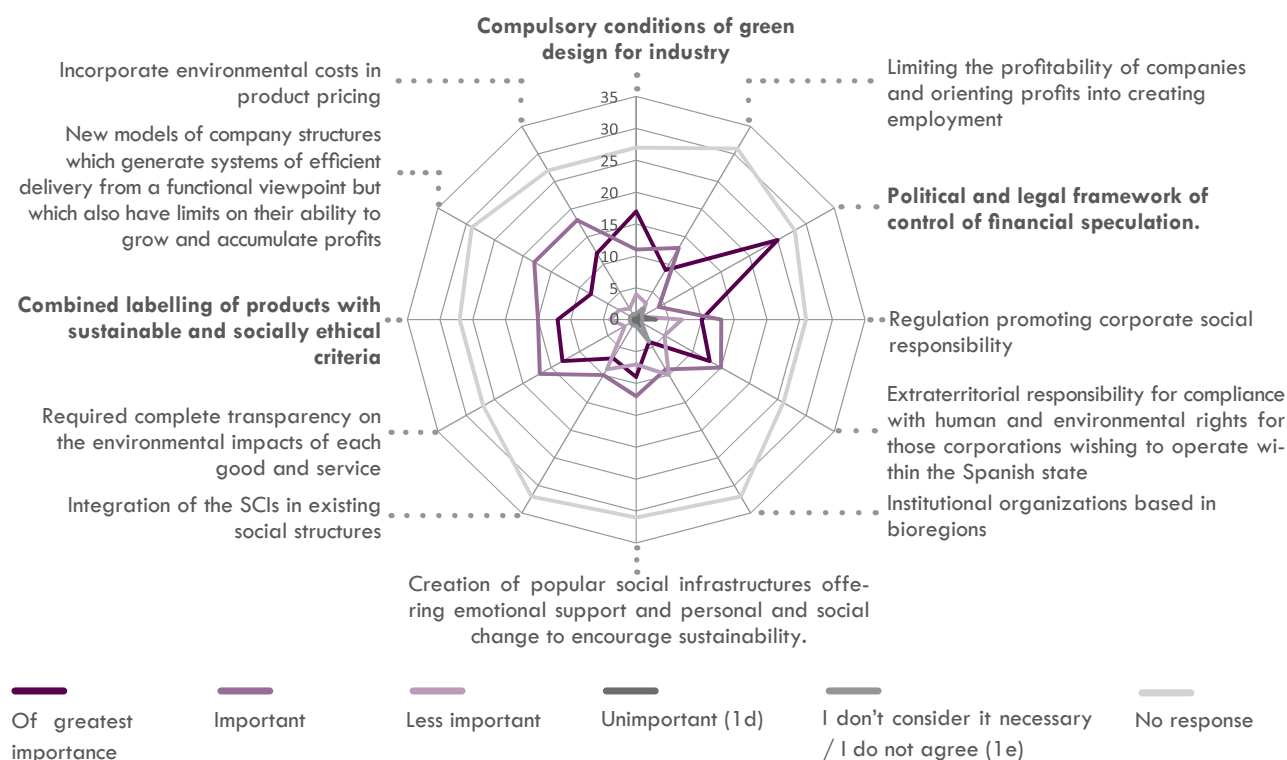
4.3 From debate to action: a bank of proposals

At the workshop, after groups identified desirable and undesirable future prospects, proposals were generated to promote the desirable ones and avoid the undesirable, relating them to the areas of consumption looked at (using the technique of backcasting).

Added to the list of proposals raised at the workshop was a list of proposals identified earlier in this research project as well as proposals taken from the mapping process. Together they consisted of a bank of proposals structured around the six areas of consumption previously mentioned. This was subsequently returned to all of the participants throughout the process, in order to assess the importance and the time priority of the proposals and the identified intervention strategies, and to flesh them out in greater detail.

The emphasis of the proposals match the path traced previously by the findings on taxation, cultural and educational policies and community initiatives on consumption, developed in other phases of the research (section 3). The proposals that stand out focus on institutional planning and regulation adapted to the biophysical limits of the planet and the availability of resources in the medium to long term, the need for changes in the production model and socio-economic structures that determine our current consumption, and the urgency of an education in ecological and social values. Figure 2.5 shows how important and urgent some of these proposals in the socioeconomic sphere are judged to be (in the Report you can see the equivalent graphics for the areas of food, waste, time, transport and housing).

Figure 2.5 Assessment of the measures with respect to the economic and productive model by importance and urgency.



Those which are of the greatest urgency are in bold.

5. FROM HANDICAPS IN PERCEPTION TO TRANSFORMATION IN CONSUMPTION AND LIFESTYLE

A series of mental handicaps must be overcome in the transition to more sustainable lifestyles and consumption:

- 1) **The lack of recognition of the link between the current economic crisis with the real opportunities for changes** in consumer habits which will permit us to confront structural problems. The social desirability of environmental protection is not accompanied by a real incorporation of practices and important criteria in our decisions of consumption and the creation of lifestyles.
- 2) There is an **enormous gap between the political discourse on material consumption and the implementation** of policies that can make significant progress. Currently many of the environmental policies are perceived by the public as contradictory with other policies or institutional interventions, without any clarity with respect to the motives, means, results, equity of effort, etc. This context strongly discourages acceptance of requirements and restrictions.
- 3) The **gap between the popular opinion and the discourse of experts** when it comes to consumption, particularly stands out in aspects such as the role of technology, the urgent need for change, or the impacts of the ecological crisis on our lives.

As well we have been able to corroborate that although consumption is not the only angle from which to effect the necessary change, it does have a special importance as it is the dimension from which masses of people can **put these changes into practice** and, above all else experience them to rebuild their imagination, values, and identity. Only if the social masses accept, understand, and promote these changes, both in individual and structural and collective life, will such changes have a deep effect.

Now then, **how can we go about changing consumption?** By combining our vision with the results of the study, we propose the following bases as an inspiration for the work which must be done:

- **Communication, consideration, and economic incentives.** The construction of a critical mass requires a complex combination of policies –education, information, consciousness-raising, enormous ballot measures. But all of these need the functional coherency which is generated by economic incentives. Low end prices to the consumer should not be allowed to undermine the effects of environmental policies. If not, in the end, the only effect will be to delay the necessary price corrections, which will lead to a far greater damages of unequal distribution and hardship when the society faces scarcity in the future.
- **Social and gender equity is a key element of policy**, both as a prerequisite to effectiveness of the measures and their social acceptability.
- **Regeneration of democracy is a critical prerequisite** to bringing about change.
- **New methods, new collective discourse.** We need to move past the conventional framework of policies and include proposals from leadership within the civil society. An **increased appreciation for the common good and community empowerment** also have an important role to play.
- **Think in complex terms to act on simple ways.** We do not wish to look for changes in consumption in the simplistic manner of imagining a new niche market for eco-consumers. But a complex analysis of consumption should not prevent us from proceeding forward to action: these are the real and practical changes that, if undertaken by masses of society, in many cases will promote transformations in the complex network of values, identities, policy, power, etc.

03

¿Por qué investigar
sobre consumo?

3

EL CONSUMO:
UN ESPACIO EN LA CENTRALIDAD DEL CAMBIO GLOBAL

Hablar de la centralidad del consumo en nuestras sociedades puede parecer innecesario actualmente, cuando entre los múltiples “apodos” contruidos para sintetizar la esencia de nuestra sociedad (“del conocimiento”, “del riesgo”, “en red”...) el que menos discusión despierta es el de “Sociedad de Consumo”.

En las sociedades occidentales contemporáneas, las prácticas de consumo ocupan el eje fundamental del proceso de articulación entre la producción y la reproducción social. Y, al enfrentar cualquiera de las problemáticas que presentan nuestras sociedades, el consumo adquiere también una centralidad inevitable, especialmente al debatir la insostenibilidad de un modelo de uso de los recursos naturales que ignora radicalmente los límites biofísicos, así como determinadas dinámicas sociales que genera: atomización, desculturización y extensión de estilos de vida insanos.

A pesar del grado de consenso sobre lo anteriormente expuesto, el consumo ha tenido, paradójicamente, un lugar relativamente periférico en la discusión política contemporánea. Sólo recientemente, al menos en el plano discursivo, comienza a crecer en protagonismo. Sin embargo este ascenso, aunque positivo para la visibilización del consumo, no está exento de riesgos.

Las políticas enfocadas al cambio de prácticas de consumo se suelen encuadrar como “políticas de consumo sostenible”, que la ONU define como “la formulación de estrategias que persiguen por igual la mayor calidad de vida, el uso eficiente de los recursos naturales y la satisfacción efectiva de las necesidades humanas, mientras que se promueve simultáneamente un desarrollo socialmente equitativo, la competitividad económica y la innovación tecnológica”. Difícilmente se puede estar en desacuerdo con esta definición. Sin embargo, la ambigüedad y por tanto flexible interpretación de algunos de los conceptos que contiene (“calidad de vida”, “uso eficiente”, “necesidades”, “socialmente equitativo”...) permite que políticas inefectivas y contradictorias quepan dentro de dicho marco.

De hecho el llamado “consumo sostenible” se ha conformado como un “lugar común”, y como tal presenta un efecto inhibitorio de cuestionamientos sobre las estructuras socioeconómicas. La “nueva solución de mercado” se proyecta sobre la libre elección de un neoconsumidor extremadamente informado, ético y racional, que nos conducirá a la sociedad sostenible, independientemente de las desigualdades sociales, las características psicosociológicas de los consumidores, el marco sociocultural hegemónico...

Si nos fijamos en los planteamientos que rechazan frontalmente el “consumo sostenible” podemos encontrar también enfoques poco realistas e inefectivos, aunque por razones diferentes. Por ejemplo, los enfoques que pretenden resolver los problemas ecológicos exclusivamente mediante la intervención reguladora estatal sobre la producción. Estos planteamientos minusvaloran el cambio cultural que la transformación del consumo implica, es decir, la reconstrucción de la idea de bienestar con todas sus necesidades adyacentes.

Por tanto, aunque creemos que la transición hacia la sostenibilidad no se construye exclusivamente desde el consumo, sí que tenemos claro que éste ha de jugar un papel central. Si no lo miramos de frente, resituándolo en el debate político, si no entendemos sus mecanismos y simbiosis, si lo seguimos tomando como variable dada... esta transición no tendrá lugar. Creemos que en el entramado político institucional hay un enorme diferencial entre el discurso y la implementación de políticas respecto al papel del consumo en la senda hacia la sostenibilidad. Afrontar qué entendemos concretamente por esos conceptos que mencionábamos más arriba (calidad de vida, necesidades humanas...) parece necesario para reducir dicho diferencial y crear políticas efectivas. La investigación estratégicamente orientada debe jugar un papel clave en este camino, que inevitablemente ha de ser político, un proceso de acuerdo social en torno a nuestra supervivencia como sociedad. Ayudar a reducir esa brecha, centrándonos en el ámbito español, es el objetivo último de este estudio.

04

Contextualización cuantitativa

4 EL CONSUMO EN ESPAÑA: ALGUNOS DATOS

Creemos relevante abrir el Informe con una fotografía cuantitativa del consumo actual en nuestro país, desde donde nos resulte más fácil comprender la secuencia de aspectos del consumo que analizamos en los capítulos siguientes. ¿Cómo gastamos, en los diferentes ámbitos de consumo? ¿Cómo han crecido nuestros consumos más impactantes? ¿Consumimos, impactamos... todos igual?

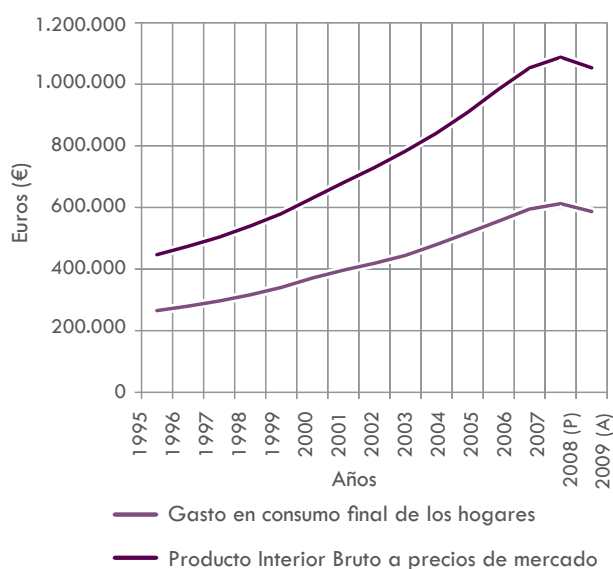
1. EVOLUCIÓN Y PRESENTE DEL CONSUMO EN EL ESTADO ESPAÑOL

Si analizamos el gasto de los hogares españoles en las últimas décadas —aunque el gasto en consumo no recoge todo el consumo realizado por las personas— podemos atisbar las necesidades, satisfactores y hábitos de los hogares, así como la inversión económica que éstos suponen.

Observamos que en 2009 los hogares gastaron aproximadamente un total de 586.554€, un 58% más que en el año 2000.¹ Desde 1995 a 2008, este gasto ha significado alrededor del 55 % del PIB español, con una tendencia levemente decreciente en este aporte.² Estos datos concuerdan con la disminución del peso de la renta salarial como aporte a los ingresos en los hogares españoles, de un 48% en 1995 a un 28% en 2006.³

Desde las últimas décadas, tanto el gasto de los hogares como el PIB han tenido una tendencia al crecimiento; los efectos de la crisis se han visto reflejados en los datos de 2008 (ver Gráfica 4.1).

Gráfica 4.1. Evolución del Producto Interior Bruto y del Gasto de Consumo de Hogares de 1995 a 2009



Respecto al destino del gasto, cada vez quedan más lejos los tiempos en los que la mayor proporción del gasto en los hogares se dedicaba a las tres funciones básicas del consumo: alimentación, abrigo y cobijo.⁴ El crecimiento de la renta a lo largo de las últimas décadas ha permitido que, una vez mejoradas las condiciones de satisfacción de las necesidades básicas, los hogares comenzaran a diversificar su gasto. Así, mientras que en 1958 los españoles dedicaban más del 80% de su gasto a estas tres funciones básicas del consumo, en 2009 no llegaba al 40% (ver Gráfica 4.2); es decir, la mitad que hace 50 años. La evolución específica de cada función ha sido, no obstante, dispar. Mientras que la alimentación ha perdido peso de forma relevante —hemos pasado de gastar un 55'3% de la renta en alimentación en 1958, a un 30'7% en 1980 y a un 14% en 2009—, el gasto en vivienda ha pasado de un 5% en 1958 a un 29,4% en 2009. Y es que, en el caso español, destaca el aumento en un 46% del gasto invertido en “Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles” entre 2000 y 2008 (Gráfica 4.3).

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INE.

1. Todos los datos sobre gasto de los hogares se han extraído de la web del Instituto Nacional de Estadística (INE), consultada entre septiembre y octubre de 2011.

2. Un 60% de aporte en gasto final de los hogares al PIB en 1995, frente a un 55% en 2009.

3. Colectivo Ioé (2008): “Barómetro Social 1994-2006”.

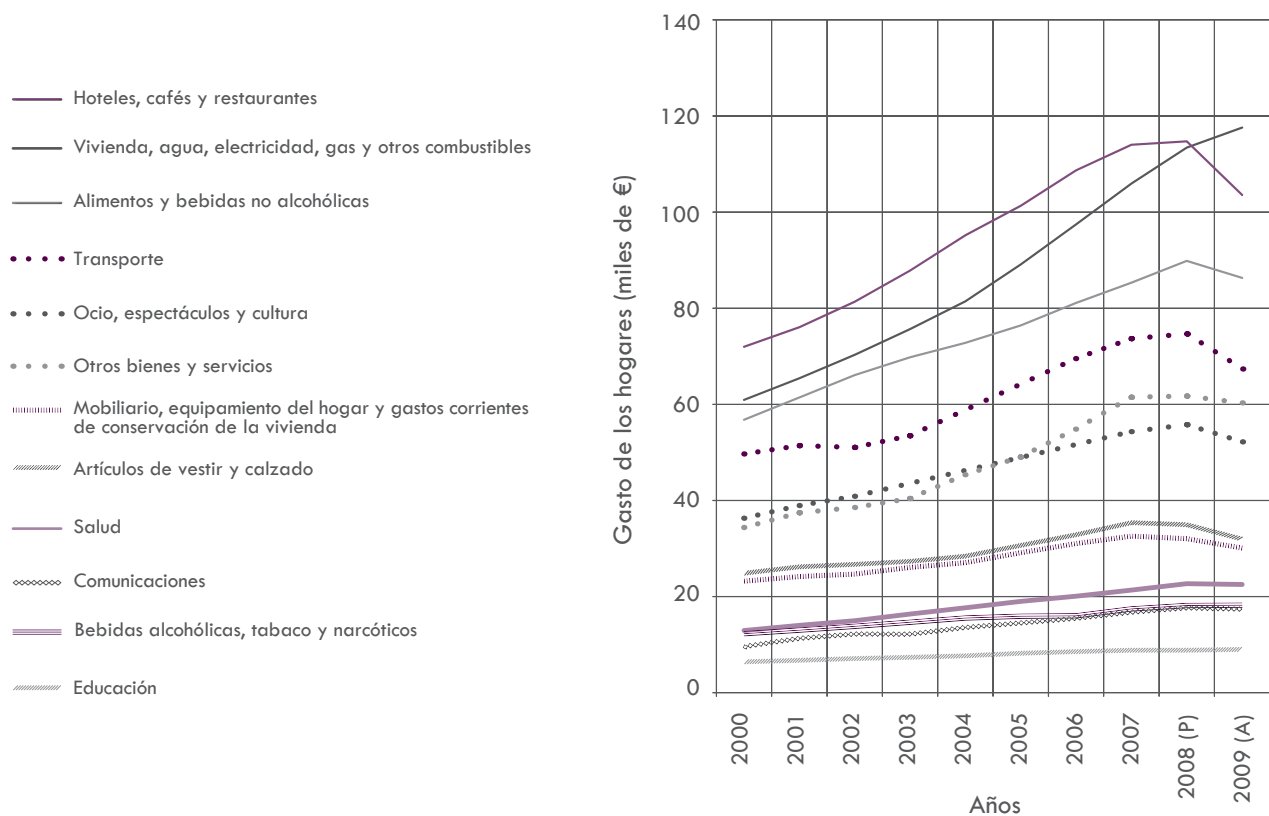
4. Rebollo, A. (2001): “La estructura del consumo en España”, Instituto Nacional del Consumo.

Gráfica 4.2. Porcentaje del gasto en consumo final de los hogares por finalidad (COICOP) para el año 2009 (estimación Avance)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Gráfica 4.3. Evolución del gasto total de los hogares, y por finalidad, entre 2000 y 2009



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Esto concuerda con el aumento de los precios para alquiler y compra de vivienda,⁵ junto con el aumento de materiales de construcción, energía y agua que los hogares necesitan para sus actividades domésticas habituales y de los residuos que estas actividades generan.⁶

La diversificación de la estructura del gasto se traduce en el aumento de éste en sectores antes poco importantes, como el transporte, los servicios o el ocio. Un buen ejemplo es el caso del gasto en “Comunicaciones” de los hogares, que en 2009 dobló el del año 2000; lo cual concuerda, por ejemplo, con el aumento de la tenencia y uso de teléfonos móviles.

Tanto a nivel estatal como a nivel europeo, la mencionada diversificación refleja una transformación paulatina de los hábitos de consumo muy profunda, en la que **el aumento de las demandas de confort se ha satisfecho con sistemas cada vez más intensivos en el uso de materiales y energía.**

El consumo, como fenómeno dinámico que es, se ha visto afectado también por el contexto socioeconómico actual. Como hemos podido observar, la crisis económica se hace patente en nuestro consumo desde 2008: el gasto medio de consumo por hogar para el conjunto del Estado español en el año 2009 fue de 30.411€, lo cual supone un 4,8 % menos que el año anterior.⁷ Más adelante veremos cómo esta reducción se produce de forma desigual entre los distintos niveles de renta.

2. ¿CÓMO IMPACTA NUESTRO CONSUMO? ALGUNOS INDICADORES BIOFÍSICOS

El ritmo creciente en la capacidad de gasto de la sociedad española tiene asociado un aumento en los impactos ambientales. Esto ocurre, entre otras cosas, porque **los consumos ambientalmente más costosos son los que aumentan a un ritmo más rápido**, como por ejemplo el consumo de coches, gasolina, carne o papel.⁸ Con el actual ritmo de consumo, los españoles necesitaríamos casi 3,5 veces el territorio del Estado para satisfacer las demandas de recursos naturales.⁹

A continuación revisaremos algunos de los consumos más impactantes ambientalmente, asociados con las prácticas y los hábitos de consumo actuales.

Alimentación

La alimentación, una de las principales categorías del gasto, es además **uno de los sectores de mayor impacto medioambiental**. El modelo agroalimentario actualmente dominante (industrializado, intensivo y global) tiene múltiples impactos socioambientales, entre ellos: pérdida de biodiversidad, erosión de suelos, acaparamiento de tierras y recursos naturales, contaminación atmosférica y de acuíferos, dependencia de las importaciones externas, concentración empresarial, etc. A nivel energético, la industrialización de la actividad agraria y la disponibilidad de petróleo barato han favorecido la consolidación de un sistema agroalimentario basado en un elevado consumo de combustibles fósiles, incrementando considerablemente el consumo energético asociado con la producción y distribución de alimentos en el último siglo.¹⁰ Entre otros impactos, este consumo contribuye al aumento de emisiones de CO₂,¹¹ a la vez que genera vulnerabilidad y dependencia.

5. Según Colectivo Ioé (2008) (op cit), entre 1994 y 2006 el precio medio de la vivienda creció en euros constantes un 195%, mientras que el PIB lo hizo en un 62% y el salario medio se redujo en un 2,4%.

6. Cambio Global España 2020/50 (2009): “Programa Ciudades. Hacia un pacto de las ciudades españolas ante el cambio global”.

7. INE (2011): “España en cifras”.

8. García, E. (2006): “Consumo y medio ambiente en el País Valenciano”.

9. World Wildlife Fund (2010): “Informe Planeta Vivo”.

10. Ingeniería Sin Fronteras (2010): “Cuando el olmo pide peras. El insostenible consumo energético del sistema alimentario”.

11. En 2007, solamente las importaciones de frutas y legumbres a España generaron 949.752 toneladas de CO₂. Amigos de la Tierra (2011): “Alimentos kilométricos. Estimación del impacto ambiental de la importación de alimentos en el Estado español, 1995-2007”.

La carne es la partida más importante en la cesta de la compra desde el punto de vista del gasto,¹² y representa uno de los consumos más impactantes de la alimentación española. Coincidiendo con la tendencia mundial de aumento del consumo de carne, entre 1964 y 1991 nuestro consumo per capita pasó de 77 a 187 gramos por persona y día. Actualmente este consumo se ha estabilizado, pero sigue doblando las recomendaciones de nutricionistas.¹³ Es importante tener en cuenta este consumo, pues la producción de carne requiere mayor cantidad de recursos que la vegetal e intensifica muchos de los impactos mencionados.¹⁴

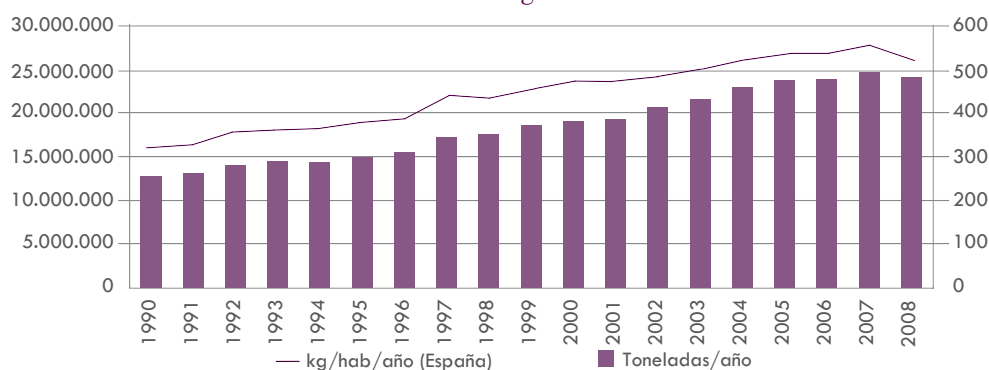
Otro de los factores que incrementan el impacto socioambiental del consumo alimentario son los residuos generados. A nivel de consumo final destacan los envases de los productos alimentarios, cuyo crecimiento se asocia al mayor consumo de elaborados, congelados, precocinados, alimentos procedentes de larga distancia, etc.

Residuos sólidos urbanos

Según el Centro Español de Plásticos, el 32% de los envases ligeros que generamos como residuos corresponden a productos alimentarios. Esta cifra llega hasta el 82% si se contabilizan los de las bebidas.

La tendencia al alza de los residuos alimentarios coincide con la del conjunto de residuos sólidos urbanos. El aumento del consumo de envases por persona (un 45% per capita) se da principalmente entre los años 80 y los 90, en un contexto de profundización de la sociedad de consumo alimentada por el aumento de las rentas y la publicidad, la obsolescencia temprana de los productos, los ritmos de vida acelerados que cambian nuestros hábitos alimenticios, la utilización del empaquetado como reclamo, la reducción del tamaño medio de los hogares, la deslocalización de la alimentación, el creciente peso de los supermercados en la comercialización alimentaria, etc. Y es que nuestras formas de consumo son el reflejo de nuestros estilos de vida, que se enmarcan en contextos sociales, económicos y culturales. En la última década, la generación de residuos sigue aumentando junto con los consumos de materiales y energía. En el caso de los envases plásticos ha habido un incremento del 200% en los últimos 20 años,¹⁵ mientras que en el de los envases de vidrio ha sido de un 50% entre 1994 y 2006.¹⁶ No obstante, se produce una leve disminución en los últimos años, probablemente influenciada por la crisis económica (Gráfica 4.4).

Gráfica 4.4. Evolución de la generación de residuos urbanos



Fuente: "Sostenibilidad en España 2010", Observatorio de la Sostenibilidad en España.

12. Durante el año 2009, cada español/a consumió 50 kilos de carne y productos cárnicos en los que gastó de media 328€. Esta cantidad representó el 20,8% del gasto alimentario.

13. Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (2004): "Guía de la alimentación saludable".

14. Por ejemplo, el gasto energético asociado a la producción de carne es unas 10 veces superior al asociado a la producción vegetal. Dutilh, C. y Linneman, A. (2004): "Energy use in the food system", Encyclopedia of Energy vol. 3, Elsevier.

15. Centro Español de Plásticos.

16. Asociación Nacional de Empresas de Fabricación Automática de Envases de Vidrio.

Además de la poca sostenibilidad ambiental que supone la constante fabricación de objetos de usar y tirar, los impactos de la gestión de los residuos son muy elevados, tanto si se depositan en vertedero (contaminación de suelos, de acuíferos por lixiviados, de las aguas superficiales, emisión de gases de efecto invernadero fruto de la combustión incontrolada, etc.) como si se incineran (emisión de sustancias contaminantes a las atmósfera —dioxinas, furanos, partículas, metales pesados—, producción de cenizas y escorias peligrosas).¹⁷

Agua

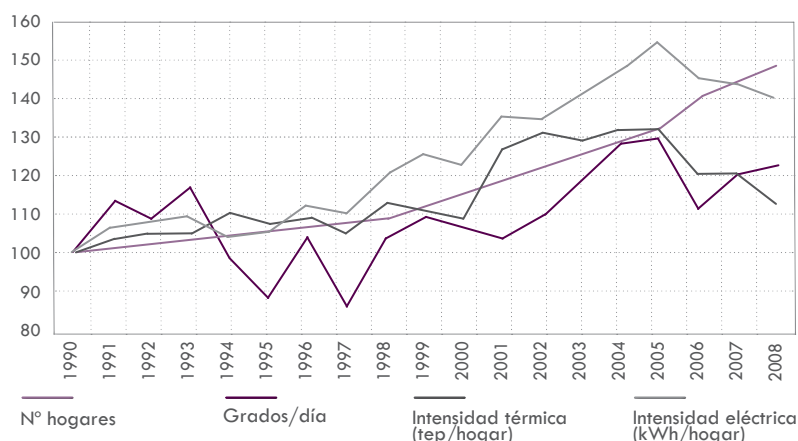
El consumo doméstico de agua es otra de las variables que merece atención: en España, cada persona consumió una media de 149 litros por día en 2009. Esta cantidad representa un 3,2% menos que el año anterior¹⁸ y refleja una tendencia levemente descendente durante los últimos años, incluso antes de la crisis. Esta dinámica descendente es única, convirtiéndolo en un consumo interesante de analizar, como veremos en el capítulo 6.2.

Consumo energético doméstico

El sector residencial es el mayor consumidor de energía en el Estado, cuando se consideran los consumos directos e indirectos. Desde la década de los noventa el consumo energético de los hogares ha aumentado 5 veces por encima del crecimiento de la población, debido principalmente al incremento del equipamiento doméstico.¹⁹ Como se observa en la Gráfica 4.5, las intensidades térmicas y eléctricas de los hogares (toneladas equivalentes de petróleo y de kWh que necesitan los hogares para sus tareas de mantenimiento y climatización) no han parado de crecer desde 1990 hasta 2006, año a partir del cual las tendencias apuntan un comienzo en la “saturación del equipamiento eléctrico de los hogares”.

En la actualidad, y a partir de datos de Eurostat, el 21,7% de las emisiones de GEI de la economía española son atribuibles a la producción de electricidad (por detrás sólo del transporte por carretera), y el 27% del consumo final de ésta es atribuible a los hogares.

Gráfica 4.5. Principales indicadores en el sector residencial



Fuente: Boletín electrónico de IDAE número 48.

Respecto a la electricidad, el consumo ha crecido entre 1990 y 2003 a un ritmo muy superior a la media de la UE-25.²⁰ Este aumento es preocupante por sus impactos ambientales asociados: actualmente en España la generación de electricidad está asociada a fuentes no renovables en un 80,3% (combustibles fósiles y de origen nuclear) y a fuentes emisoras de GEI (un 61,3% sumando gas natural, carbón y petróleo); e incluso las renovables tienen un impacto sobre el territorio significativo, especialmente la hidráulica (7,3%).²¹

17. Ecologistas en Acción (2007): “Recomendaciones para la mejora del comportamiento ambiental de las Administraciones Públicas. Propuestas sobre ahorro y contratación”.

18. INE (2011): “Encuesta sobre el suministro y saneamiento del agua. Año 2009”.

19. IDAE (2010): “Guía práctica de la energía”.

20. OSE - Observatorio de Sostenibilidad en España (2009): “Sostenibilidad en España 2009”.

21. VV.AA. (2010): “Atlas de la sostenibilidad en España 2009”, Mundi-Prensa Libros.

Movilidad

La movilidad de las personas es el otro gran factor clave del aumento en el consumo de energía per cápita. Efectivamente, la movilidad de viajeros en todos los modos de transporte creció un 99,4% en el periodo 1990-2009 en España. Este aumento ha sido especialmente relevante en el sector de la aviación y del transporte por carretera (con aumentos respectivos de 202% y 95%),²² los cuales representan, además, los medios de transporte más impactantes. Por ejemplo, en 2008, y teniendo en cuenta solamente los viajes en el interior de la Europa de los 27, cada persona europea recorrió una media de 13.138 km, de los cuales el 72,4% fue en turismos.²³ Una tendencia que también podemos observar en el crecimiento acelerado del parque automovilístico español.²⁴ Este crecimiento se interrumpe a partir de 2006 (o sea, previamente a la crisis) tanto en la UE-15 como en España, sin que ello lleve asociada una reducción de la necesidad de movilidad, ni de los impactos ambientales asociados a ésta.

En el año 2009, la participación del sector transporte en el consumo total de energía final fue de un 40%, teniendo prácticamente la totalidad de este consumo (98,7%) origen en los derivados del petróleo y el 1,3% restante en la electricidad.²⁵ Esta participación es superior a la de la media de la UE-27.²⁶ Con estos datos, se entiende que este sector sea uno de los ámbitos de consumo con mayor impacto ambiental: entre 1990 y 2009 sus emisiones totales crecieron un 71%, con especial importancia de las emisiones del transporte por carretera (un 22,8% del total del inventario en 2009).²⁷

El aumento de las emisiones coincide con el descenso de los requerimientos de combustible de los automóviles, contradiciendo la creencia de “mayor eficiencia igual a reducción de impacto”. De hecho, según la Agencia Europea del Medio Ambiente los kilómetros recorridos aumentarán en los próximos años un 10-30% como resultado de la mejora de la eficiencia en el consumo de combustible de los coches.²⁸

Gráfica 4.6. Principales indicadores en el sector transporte



Fuente: Boletín electrónico de IDAE número 48.

Este efecto rebote, que repasaremos en el capítulo 6.2, ejemplifica de manera global las tendencias cuantitativas del consumo en las últimas décadas: a pesar de las mejoras tecnológicas, cada vez consumimos más, agudizándose los impactos en escenarios presentes y futuros.

22. Ibídem.

23. Comisión Europea (2010): “EU energy and transport in figures”.

24. Según la DGT (Anuario 2009), el Estado español tenía, en 2009, 21.983.485 turismos matriculados, un 56 % más que en 1986. En las motocicletas el crecimiento ha sido todavía mayor: la flota de 2009 (2.606.674 motos) más que triplicaba la de 1986 (774.603).

25. OSE (2010): “Sostenibilidad en España 2010”.

26. Eurostat (2009): “The panorama of transport”.

27. OSE (2010), op cit.

28. Agencia Europea del Medio Ambiente (2005): “Household consumption and environment”, Report nº 11/2005.

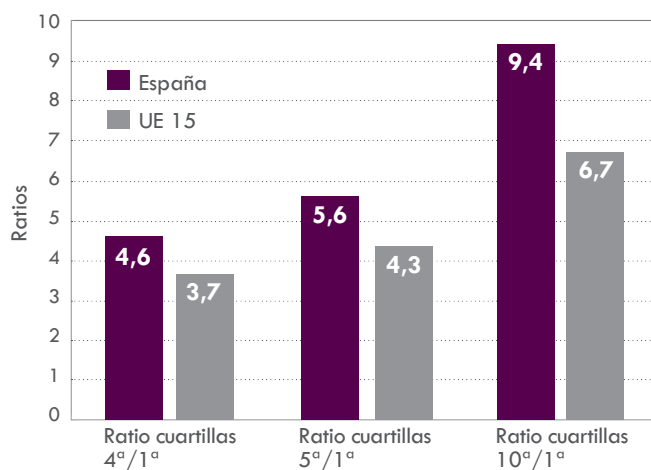
3. ¿CONSUMIMOS, IMPACTAMOS... TODOS IGUAL? CONSUMO Y DESIGUALDAD

Hasta aquí, hemos revisado de forma panorámica la evolución del consumo en los últimos años, considerando algunos de los impactos ambientales más claros fruto de estas tendencias. Sin embargo, hemos de tener en cuenta que, al trabajar medias de consumo, estamos considerando a la sociedad como una entidad uniforme, lo cual presenta graves limitaciones. La variable consumo está muy influida por diferentes componentes, especialmente por el grupo socioeconómico al que un hogar o persona pertenece. Esto es evidente si analizamos los datos por percentiles de ingresos (Gráfica 4.7).

Según la Encuesta Financiera de las Familias, la ratio de desigualdad entre el 25% de hogares más ricos y más pobres pasó de 33,3 en 2002 a 39,3 en 2005 y a 50,4 en el primer trimestre de 2009.

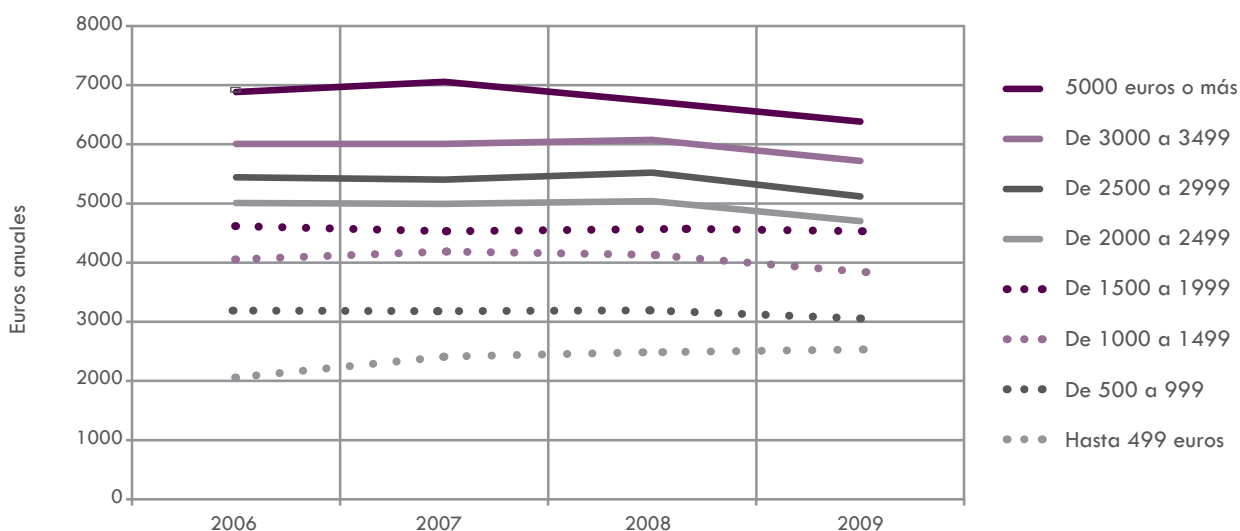
En términos de valor agregado, entre 2005 y 2009 el cuartil más rico incrementó su patrimonio en un 19,9%, mientras que el cuartil más pobre lo redujo en un 6,4%.²⁹ Estas diferencias presentan, obviamente, diferentes impactos sobre el consumo. A modo de ejemplo, la Gráfica 4.8 representa la evolución del gasto anual en alimentación de los hogares según los niveles de renta.

Gráfica 4.7. Distancia entre la renta media por persona de los grupos de renta en España



Grupos de más a menos renta: en diez tramos (decilas, del 10% con más renta hasta el 10% con menos renta), cinco tramos (quintilas) o cuatro tramos (cuartilas). Fuente: Barómetro Social, 2001.

Gráfica 4.8. Gasto medio por hogar en alimentos y bebidas no alcohólicas según niveles de ingresos

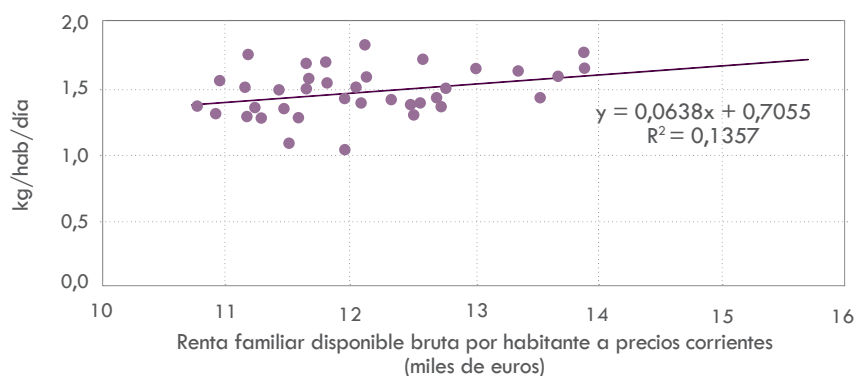


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2011)

29. Colectivo Ioé (2011): "Una evaluación del bienestar social a partir del Barómetro Social de España".

Como hemos visto en el primer apartado de esta introducción, a pesar de que el crecimiento económico entre 1995 y 2007 permitió el ascenso de una cultura fuertemente consumista y un mayor acercamiento del volumen de gasto de los individuos con distinto nivel de renta,³⁰ los indicadores de desigualdad de rentas y pobreza dibujan una sociedad segmentada desde el punto de vista del reparto de la renta y la riqueza.³¹ La tasa de riesgo de pobreza se mantenía en un 20% en 2007, al mismo nivel que en 1995, a pesar de que en este periodo el PIB per cápita creció a un ritmo medio de un 2%, con una media acumulada de crecimiento del 29%.³² En 2011 esa tasa subió al 21,7%.³³

Gráfica 4.9. Generación de residuos sólidos urbanos per capita en relación a la renta per capita. Datos para Cataluña en 2002



Fuente: Ortega, M.: “Justícia ambiental a Catalunya: anàlisi i propostes d’actuació per a l’administració pública”, ICTA - UAB 2011.

Entendiendo que en el contexto del Estado español los hogares presentan características muy diversas en lo que se refiere a gasto y consumo, podemos intuir que existen diferentes responsabilidades ante los impactos socioambientales revisados hasta ahora. Ejemplos de este traslado de impactos desde unos grupos sociales a otros han sido y son muy estudiados y denunciados en las relaciones Norte-Sur global: la deuda ecológica nos muestra cómo los países empobrecidos, sin ser los mayores causantes de los impactos ambientales, sí sufren en su geografía una parte considerable de ellos (deforestación de las selvas tropicales, extracciones mineras y petrolíferas, insalubridad de las aguas, extinción de especies,...).³⁴

Sin embargo, apenas existen estudios en España que intenten visualizar las diferencias en uso de recursos y sus impactos ambientales entre diferentes grupos sociales. Normalmente se trabaja con datos agregados o medias per cápita que, como mucho, establecen diferencias regionales, pero que esconden las grandes desigualdades en uso de recursos.

Sólo algunos estudios han analizado en alguna medida la relación entre renta y tasas de consumo (individual y/o familiar) y sus impactos ambientales. En el caso de Cataluña, Ortega apunta a una **correlación positiva entre la generación de residuos y la renta familiar** para el año 2002 (Gráfica 4.9).³⁵ Sin embargo, señala también la **influencia de otros factores sociodemográficos**, como la densidad de población,

30. Rebollo, A. (2001): “La estructura del consumo en España”, Instituto Nacional del Consumo.

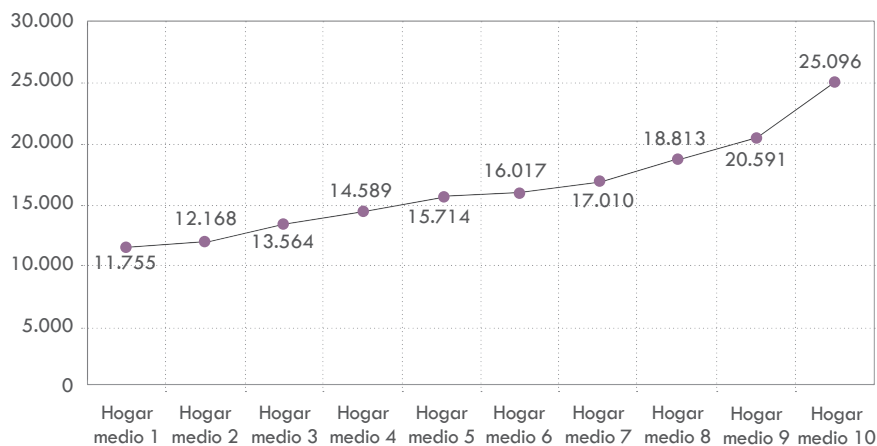
31. Colectivo Ioé (2008): “Barómetro Social 1994-2006”.

32. OSE (2007): “Sostenibilidad en España 2007”.

33. INE (2011): “Encuesta Condiciones de Vida”. Datos provisionales.

34. Observatorio de la Deuda en la Globalización (2003): “Deuda ecológica”.

35. Ortega, M. (2011): “Justícia ambiental a Catalunya: anàlisi i propostes d’actuació per a l’administració pública”, Institut de Ciència i Tecnologia Ambientals, Univ. Autònoma de Barcelona.

Gráfica 4.10. Evolución de las emisiones de CO₂ para cada percentil

Los 10 grupos de hogares se definen en función de percentiles de ingresos al año.

Fuente: Padilla y Serrano (2006): "Inequality in CO₂ emissions across countries and its relationship with income inequality: A distributive approach", Energy Policy 34.

el turismo en la zona, el nivel de ocupación y el número de habitantes por vivienda. Esta influencia se manifiesta también en otros consumos, como el del agua.³⁶

El trabajo de Calatayud y Muñiz muestra también que las características socioeconómicas del barrio o municipio influyen en el consumo y más concretamente en la huella ecológica de tal manera que, a mayor nivel de renta, mayor consumo de recursos.³⁷

Así, parece que podríamos hablar de **perfiles socioeconómico-culturales** más demandantes, y por tanto más impactantes, para algunos consumos. Estas tipologías de consumo que corresponden a los diferentes perfiles socioeconómico-culturales también se pueden ver reflejadas en las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). A nivel inter-estado se ha comprobado que, para la mayoría de los países, la mayor renta per cápita va asociada a mayores emisiones de CO₂.³⁸ A nivel intra-estado también sucede: **el total de emisiones en unidades equivalentes de CO₂ aumenta conforme aumentan los ingresos del hogar** (Gráfica 4.10).

En resumen, desde muchas perspectivas la sociedad española se ha visto fuertemente transformada en las últimas décadas, y sus patrones de consumo son uno de los ámbitos de transformación más evidentes. Sin duda, y como demuestran innumerables indicadores y estudios, esto nos convierte en una sociedad mucho más insostenible en términos ambientales. A su vez, esta transformación se da en un contexto de desigualdad socioeconómica creciente, reflejada también en la inequidad ambiental que subyace en las diferencias de consumo. Por tanto, la sociedad española debe afrontar la insostenibilidad de su consumo, pero sin perder de vista las diferencias sociales al trazar propuestas y diagnósticos hacia una sociedad más sostenible. Este Informe espera poder aportar algunas ideas y propuestas en esa dirección.

36. Tello, E. (2001): "¿Eliminar" residuos o gestionar materiales. Deure o conveniència?", Medi Ambient, Tecnologia i Cultura n° 29.

37. Muñiz I. y Calatayud D. (2009): "Sostenibilidad, ciudad compacta y dispersa".

38. Padilla y Serrano (2006): "Inequality in CO₂ emissions across countries and its relationship with income inequality. A distributive approach", Energy Policy 34.

05

Diagnóstico
cualitativo

5

CONSUMO SOSTENIBLE Y CRISIS ECONÓMICA:

DIAGNÓSTICO CUALITATIVO

El consumo es un “hecho social total” —en la clásica acepción del sociólogo y antropólogo francés Marcel Mauss—, pues es una realidad objetiva y material, pero es, a la vez e indisolublemente, una producción simbólica: depende de los sentidos y valores que los grupos sociales le dan a los objetos y las actividades de consumo. El consumo es, pues, una actividad social cuantitativa y cualitativamente central en nuestro actual contexto histórico. No sólo porque a él se dedican gran parte de nuestros recursos económicos, temporales y emocionales, sino también porque en él se crean y estructuran gran parte de nuestras identidades y formas de expresión relacionales.

Así, el consumo tiene una dimensión de política concreta, de lucha desigual por la distribución del excedente realizada por grupos sociales. No es sólo la agregación de preferencias de un agente abstracto libre e individual, como se pretende en la teoría de la elección racional, ni tampoco es sólo el síntoma de la alienación total, material y simbólica que un capitalismo todopoderoso impone a un ser humano unidimensionado, sin atributos ni poderes.

El consumo como práctica social concreta sintetiza un conjunto múltiple de fuerzas: la distribución de rentas originadas en el proceso de trabajo, la construcción de las necesidades reconocidas por parte de los consumidores, la búsqueda de beneficio mercantil, los discursos y el aparato publicitario, la conciencia de los grupos sociales reales, las instituciones formales e informales, la emulación e imitación social, los movimientos colectivos, etc.

Consumo sostenible: entre prácticas y comportamientos

Actualmente, en el ámbito científico en torno al estudio del consumo sostenible se presenta un interesante debate, de marcado carácter teórico pero con consecuencias prácticas. En él surge la propuesta de enfocar el estudio de los cambios en el consumo desde las prácticas. Este enfoque critica las aproximaciones que centran su atención en las formas de selección de bienes, el momento de adquisición, las etiquetas, la información y la eficiencia, sobrevalorando algunos hábitos como

la movilidad y evitando las cuestiones dicífiles sobre las necesidades y cómo estas se generan y se conectan con el comportamiento. Dicha visión, orientada en muchos casos desde la psicología social y ambiental, es el que críticamente Elizabeth Shove ha llamado enfoque ABC (*Attitudes, Behaviour, Change*).¹ Sin embargo esta autora propone utilizar las prácticas como centro de los análisis y utiliza esta definición: “es un tipo de comportamiento rutinario que consiste en varios elementos interconectados unos con otros: maneras de hacer actividades físicas o corporales, formas de procesamiento mental, “objetos” concretos y su uso, una serie de conocimientos que determinan la forma de entender la realidad, un “saber hacer las cosas” transmitido de diversas formas, unos estados de emoción y conocimiento motivacional...”.²

Es la llamada Teoría de las Prácticas, y su principal hecho diferencial es que comienza por distintos supuestos que no explican el consumo desde la base de la elección individual (con teorías de acción racional o razonada), ni lo explican en base a sistemas de funcionamiento (donde lo que haga la sociedad o la organización explica el comportamiento de sus miembros). En su lugar, el análisis empieza por entender la historia y desarrollo de la práctica en sí misma, la diferenciación interna de roles y posiciones en las prácticas, con las consecuencias de esas posiciones para las personas que realizan esas prácticas.³ En opinión de estos autores, esta forma de aproximación permite comprender e influir en la circulación de dichos elementos, identificar los nexos y anclajes que sostienen las prácticas insostenibles y romperlos, promover el acercamiento a o la incorporación de prácticas sostenibles y el alejamiento de otras, e influir en el acceso a estas prácticas interviniendo en las redes sociales o tejido social que las sostienen.

1. Shove, E. (2011): “Sustainable practices: beyond the ABC”, conferencia internacional “Sustainable Consumption - Towards Action and Impact”, Hamburgo.

2. Reckwitz, A. (2002): “Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing”, *European Journal of Social Theory* 5(2).

3. Warde, A. (2004): “Theories of practice as an approach to consumption”. *Cultures of Consumption Working Paper 6*, ESRC-AHRB Research Programme.

Precisamente desde esta visión de las prácticas cabe entender cómo la situación de crisis económica, que se ha instalado en España desde hace más de tres años, está teniendo efectos significativos en las formas de relación de la ciudadanía con el consumo que pueden ir más allá de la caída de las cifras de ventas. A ello se suma una preocupación creciente por la sostenibilidad de los patrones consumistas actuales y el surgimiento de pautas alternativas de consumo que, con la profundización de la crisis económica, se enfrentan a nuevas oportunidades y riesgos.

1. PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

En la definición de consumo sostenible de las Naciones Unidas que presentábamos en la apertura de este Informe (capítulo 3) sobresalen conceptos como “calidad de vida”, “satisfacción efectiva de necesidades humanas” o “uso eficiente”, de importancia capital pero cuyo significado concreto está sujeto de manera determinante a qué visión del mundo se sostenga. En este capítulo trataremos de conocer cómo se entienden en nuestra sociedad dichos elementos y cómo puede estar viéndose afectados por la crisis económica.

El *boom* económico del período 1995-2007 había favorecido el ascenso de una cultura fuertemente consumista⁴ (como demuestra por ejemplo el espectacular crecimiento de la deuda privada), que podría haber alcanzado sus límites con la llegada de la crisis. Sin embargo, es evidente que el impacto de esta última no ha sido el mismo para todos los grupos sociales, pues el desempleo o los recientes recortes sociales han afectado de forma muy desigual. Por ello, es más probable que exista una fragmentación importante en los discursos sociales que se están articulando en torno a la relación entre consumo, crisis y mercado de trabajo, con la posibilidad de que se estén generando

nuevas reflexiones sobre lo que significa consumir e incluso asumir nuevas prácticas alternativas.

La finalidad de este estudio ha sido la de adentrarse en la **comprensión del funcionamiento de la gramática de las necesidades y las prácticas de consumo reales, con el objetivo último de entender su relación con la percepción de bienestar y evaluar el impacto de la crisis económica en las prácticas de consumo**, especialmente de consumo sostenible. Así, nos preguntamos principalmente qué discursos existen en la sociedad sobre consumo sostenible y crisis ecológica, y cuáles son sus elementos más relevantes.

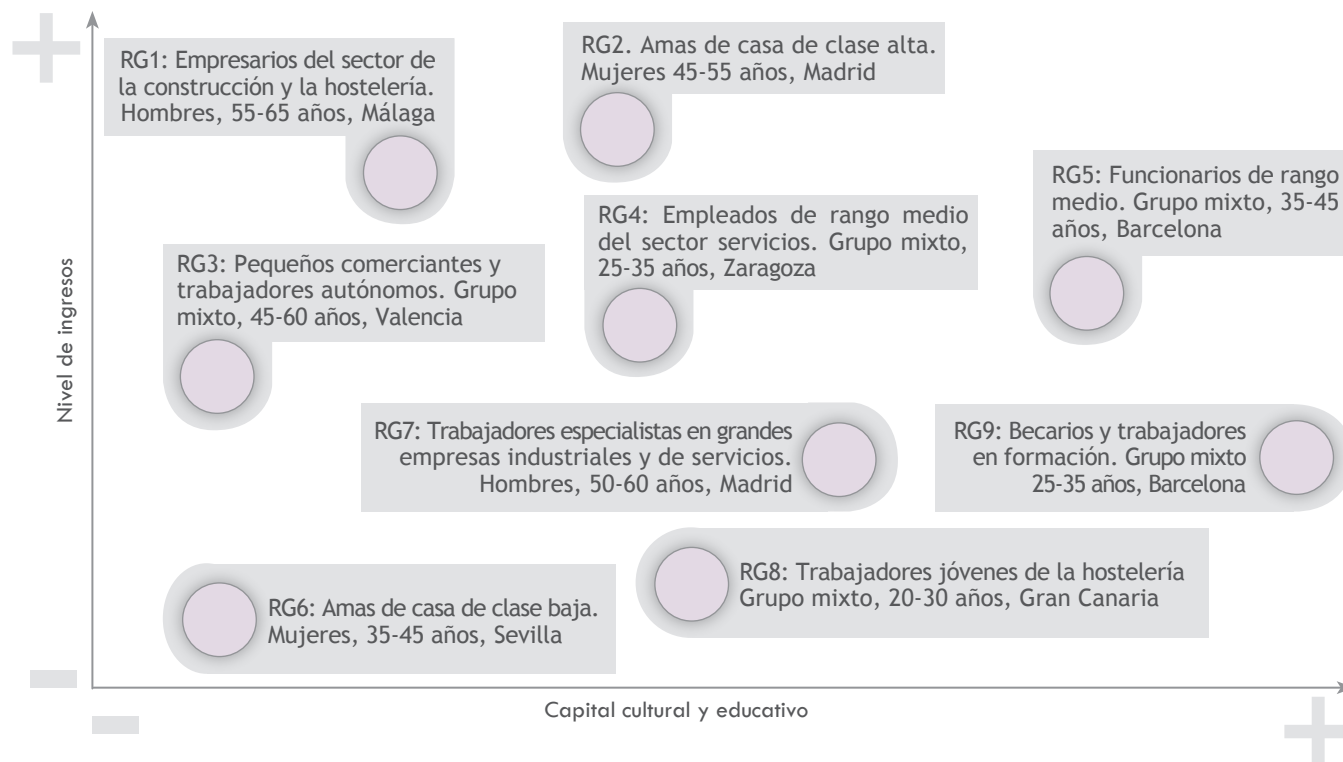
Para ello, hemos partido de un análisis sociológico construido sobre una **metodología cualitativa**, mediante **grupos de discusión**, integrándonos en la perspectiva de la llamada por algunos Escuela Cualitativista de Madrid, y tomando como referencia, entre otros, los trabajos de Alfonso Ortí o Luis Enrique Alonso.⁵ En la Gráfica 5.1 se puede ver el mapa de posiciones diferenciales que se ha diseñado para lograr una muestra cualitativa y un guión temático que sirvieran como instrumento de desarrollo de los grupos de discusión. En esta gráfica se pueden ver también los perfiles de participantes en los grupos de discusión RG1, RG2, etc.; a lo largo de este artículo haremos referencia a los grupos mediante estos identificadores.

El trabajo de campo con los grupos de discusión se llevó a cabo en las primeras semanas de febrero de 2010. En el apartado siguiente exponemos y analizamos los discursos que surgieron en estos grupos de discusión.

4. Sobre estas cuestiones ver Colectivo IOÉ (2008): “Barómetro social de España. Análisis del período 1994-2006”, Traficantes de Sueños y CIP-Ecosocial; Alonso, L. E. y Fernández, C. J. (2009): “De la norma de consumo al consumo sin norma: precariedad laboral, especulación inmobiliaria y nuevas formas de consumo en España”, en “Juventud y exclusión social: décimo foro sobre tendencias sociales”, Editorial Sistema.

5. Ortí, A. (1986): “La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta o semidirecta y la discusión de grupo”, en “El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación”, Alianza Editorial; Alonso, L. E. (1998) “La mirada cualitativa en sociología, Fundamentos.

Gráfica 5.1. Mapa de posiciones diferenciales de la muestra cualitativa del estudio y perfil de los participantes en los nueve grupos de discusión



2. PERCEPCIÓN DE LAS NECESIDADES, BIENESTAR Y ADAPTACIÓN A LA CRISIS

“Suced, en fin, que en la época en la cual la subjetividad se ha vuelto más inestable, elástica, flexible y modulable, es también la era en la cual la identidad se ha convertido en la más tiránica y rígida de las exigencias individuales”.

José Luis Pardo ⁶

Dos de los aspectos que hemos pretendido conocer mejor son el sentido práctico que los distintos grupos sociales dan al concepto mismo de bienestar, y el desarrollo de sus estrategias de adaptación a la crisis en el terreno del consumo. Ello nos permite indagar en la autopercepción de sus condiciones de vida, cuestión fundamental de cara a reflexionar acerca de cómo se interpreta socialmente dicho concepto de bienestar.

En los discursos recogidos en los grupos de discusión se ha hecho patente la fuerza simbólica que

han cobrado las marcas blancas, la búsqueda sistemática de las ofertas, los descuentos, etc. Este imaginario circula cuando los grupos son preguntados por los efectos sobre el consumo de la crisis económica, y lo hace dentro de una representación dramatizada de la crisis que permite comprender la rapidez con la que se han disparado las tasas de ahorro en nuestro país.⁷

6. Pardo, J. L. (2010): “Nunca fue tan hermosa la basura”, Galaxia Gutenberg/Círculo de Lectores.

7. En el momento más agudo de la crisis la tasa de ahorro de las familias alcanzó uno de sus máximos históricos en las épocas recientes. En el cuarto trimestre de 2009, la tasa de ahorro de los hogares españoles alcanzó el 24,7%, su nivel más alto desde el año 2000.

La percepción de la crisis es, obviamente, generalizada, si bien sus consecuencias concretas son valoradas de formas muy diferentes en los distintos grupos sociales que hemos analizado. Aunque los efectos específicos hayan sido nulos en términos individuales en las posiciones supraordinadas, la dramatización de la crisis en dichas posiciones supone un cierto redescubrimiento de la extensión y generalización de los riesgos que concuerda con la teoría de “desestabilización de los estables”.⁸ Dicha dramatización facilita la uniformización de los discursos en torno a la crisis en las posiciones sociales supraordinadas, creando un marco ideológico que contribuye a no cuestionar las diferencias sociales y a racionalizar la estructura y el orden social.

En cambio, en los sectores populares contemplados la crisis se vive con un dramatismo diferente. La posición de partida es la de quien siempre ha tenido que mirar por el dinero y, en concreto, se marca una primera distancia con respecto a quienes sufren la crisis como una novedad.

Yo es que como soy vamos a llamar “la agarrada”, siempre he estado mirando la peseta y a ver cómo voy ahorrando para mi casa, la verdad que ni he cambiado de sitio. Además hago excursiones turísticas por todos los comercios a ver cuál es donde venden las cosas más baratas. Entonces a mí, afectarme claro, afecta que entra menos en tu casa, pero como siempre hemos estado mirándolo pues al final no lo noto tanto, lo que te estás quitando un poco es de ocio, más ocio, pero tu casa no. (RG6)

Tras esa naturalidad con la que la crisis es asumida por las amas de casa de clase baja se esconde una relación muy racionalizada con el consumo y la gestión cotidiana de los ingresos, que no se ve muy modificada en sus prácticas por la percepción de la situación general de crisis, que es exactamente la negación del tipo de comportamiento y de subjetividad que les va a ser atribuido por las posiciones más supraordinadas. En la ética de consumo popular de las amas de casa está muy presente la huida del crédito y de la dependencia de los bancos,

las deudas, los créditos, las tarjetas, etc. Pero hay diferencias entre grupos de posición subordinada, porque el discurso de los jóvenes de posición social modesta, más presionado tanto en lo laboral como en los hábitos de consumo, sí expresa con angustia la situación de necesidad a través de la que viven la crisis y la relación con el consumo.

Entre estas fracciones de los jóvenes y las amas de casa no integradas en determinadas prácticas de consumo no hay percepción de “culpa” con respecto al derroche y a la ostentación de riqueza “ficticia” —responsables, en último término, de la “caída” actual. Sin embargo, el discurso de una fracción de los trabajadores varones especialistas de grandes empresas industriales y de servicios (RG7) representa el punto de inflexión, la ambivalencia ideológica de quienes ya han accedido a niveles altos de consumo y abren el hueco para interiorizar la culpa y la responsabilidad propia en la situación de crisis.

Paradójica crítica al consumismo

Existe un discurso moral dominante que critica los excesos del consumismo. Nadie puede negar, al ser interpelado por el moderador, que se consume “más de la cuenta”. Esta línea discursiva en torno a los “valores” y la “moral” asociada al consumo adquiere buena parte de su eficacia simbólica —desde hace muchos años, y todavía en la actualidad— mediante la caracterización de una singular idiosincrasia “española” frente a Europa, que será convertida en responsable de nuestro “retraso”. Estas características particulares del “ser español” favorecen que las desigualdades concretas pasen a un segundo plano y permiten, a la vez, que esos modos diferentes de representar la crisis y sus efectos no tengan las mismas posibilidades de circulación social y la misma eficacia simbólica. El espacio ideológico que abren los tópicos sobre la “cultura” española permite la circulación de dos grandes líneas discursivas represivas para el discurso popular: la centralidad del pequeño empresario y la eficiencia tecnocrática. Esta singularidad del “caso español” lleva a los discursos de las mayorías dominantes a trascender las prácticas concretas —y diferenciadas— para discutir sobre la cultura y los valores vinculados a ella.

8. Este concepto fue acuñado por el sociólogo Robert Castel en “Las metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado”, Paidós 1997.

Por tanto, el discurso moralizador sobre el derroche consumista parece ser un subproducto más del propio derroche consumista, puesto que está presente en todos los grupos que han accedido a niveles altos de consumo, o incluso puede ser una compensación moral imaginaria ante la culpa interiorizada.

Dentro de este movimiento ideológico ocupa un lugar central el discurso del pequeño negocio y del trabajador autónomo. Éste representa la mediación necesaria para llegar a una crítica del consumismo capaz de recuperar la ética del esfuerzo y la responsabilidad individual. Su posición representa la encarnación del movimiento más aleatorio del mercado, y por ello el discurso de su fracción conservadora es la punta de lanza ideológica del discurso liberal. Ellos son quienes asumen los máximos riesgos, y quienes dotan de legitimidad al conjunto del sistema.

En cuanto a los cambios producidos por la crisis económica y a la posible percepción de una crisis ecosocial, casi todos los grupos, con independencia de su condición social, reflejan un primer movimiento en sus discursos que recoge la sensación de “miedo” que ha desatado la crisis. Miedo a que “de la noche a la mañana puedes estar en la calle”, ya que pierde fuerza la antigua dualización entre estables y precarios: ahora ningún puesto de trabajo es seguro. El discurso de las amas de casa de clase media alta es el más explícito a la hora de subrayar el temor a que la situación de necesidad se extienda, rompiendo el orden:

— Claro, pero es que ahora hay gente con mucha necesidad, es que en cuanto se le ha acabado el paro solicita un subsidio...

— Y le darán cuatrocientos y pico.

— Claro, y se acaba el subsidio y de qué comes...

— Y en el supermercado eso que ves por la noche que ves gente...

— En los contenedores.

— O robando un jamón metiéndoselo como el niño debajo del carrito.

— Y en Alonso Martínez que hay unas monjitas que dan comida y hay cola, ves a gente que es normal, antes había mendigos pero ahora no. (RG2)

Y sobre la base de esta crítica genérica y moral al derroche consumista —que se proyecta hacia los sectores populares— se esconde, sin embargo, un relativo cinismo que se hace patente cuando los grupos son cuestionados en torno a los límites del modelo actual de consumo. Porque pese al consenso obvio y superficial que existe en torno al consumismo, ningún grupo es capaz de plantear principios para ponerle límites.

En los grupos apenas hay margen ni criterios de racionalidad común desde los que sugerir un límite al tipo de necesidades que construye la sociedad de consumo.⁹ Sólo los trabajadores industriales especialistas mencionan las relaciones entre prácticas de consumo y condiciones de trabajo. En el discurso más popular —representado por el grupo de amas de casa de Sevilla— el consumo es una trampa explícita y perfectamente conocida. El rechazo a caer en formas de endeudamiento de cualquier tipo y la necesidad de contar con ahorros para afrontar cualquier situación imprevista sigue siendo el centro del discurso popular en torno al consumo. Precisamente por ello, la frontera entre lo básico y lo innecesario se considera de sentido común, y en ningún momento el discurso queda atrapado en un relativismo de la necesidad y el bienestar —como ocurre en casi todos los demás grupos.

En todos los grupos con un cierto nivel de renta no hay espacios para el “no consumo”. La sociedad de consumo es perfectamente capaz de presentarse a sí misma como un monstruo —en lo colectivo— y como una trampa —en lo individual. Pero se trata de una realidad completamente ajena al deseo y a las posibilidades de intervención de las y los participantes. Una vez la política ha sido negada —en un marco de relativismo moral extremo—, sólo queda el lamento cínico.

9. Para la propia sociología del consumo tampoco la cuestión “normativa” sobre los límites para la construcción de necesidades sociales ha sido un objeto central de análisis. Véase Sayer, A. (2003): “(De)commodification, consumer culture, and moral economy”, *Environment & Planning D: Society & Space* 21(3).

Pasados nostálgicos, presentes sin límites

Ante la pregunta de si se puede vivir bien con menos,¹⁰ en algunos grupos se introduce junto con la referencia a padres, madres, abuelos y abuelas, mientras que en otros grupos la idea emerge sin necesidad de asociar el hecho de vivir con menos a los estilos de vida de las personas que preceden a las generaciones representadas en los grupos, de una generación educada en el ahorro y el sacrificio, lo que se identifica con “la mentalidad” de esas personas, asociándola a la autocontención como un valor que vertebra sus vidas. Está además presente la nostalgia del pasado en casi todos los grupos, que se remiten en algún momento a un idealizado pasado en que la mayor parte de las cosas que tenemos ahora ni existían ni eran necesarias. Pero esta memoria ya no cumple el papel de inventar otros futuros, de hacer visibles nuevas prácticas: la memoria únicamente funciona en todos los grupos como negación del presente.

Existe de manera general en los grupos una percepción separada de las crisis económica y ecológica, de manera que la crisis económica se ve cercana y real, pero la crisis ecológica se identifica con algo lejano, aunque cierto en general (excepto para un sector negacionista).

M: Hombre, que a lo mejor no se consuma a tanto ritmo a nivel mundial pues sí que puede ser.

H: Pero el consumo genera trabajo, es el pez que se muerde la cola, si no consumimos, si no consumiéramos y todo lo metiéramos lo que tenemos, o sea, se perderían muchísimos más puestos de trabajo, no sé si vas por ahí.

M: Sí, sí, por eso esto es otro tipo de consumo, no es no consumir, bueno, supongo que es innegable que estamos atrapados.

10. “Vivir bien con menos” es la evocadora sugerencia de Manfred Linz, Jorge Riechmann y Joaquim Sempere (2007), que ha sido reformulada en el marco del decrecimiento como “Menos para vivir mejor” (Campaña de Decrecimiento de 2009 de Ecologistas en Acción) y explícitamente enfocada al consumo consciente por Lodeiro, T. (2008): “Consumir menos, vivir mejor. Ideas prácticas para un consumo más consciente”, Txalaparta.

H: Claro, yo el tema de la ecología, el reciclar, todo eso, son dos cosas diferentes porque hay un problema que a la larga nuestros hijos, nuestros nietos o quien sea si no cuidamos el planeta lo van a pagar, eso está claro, y el tema de la crisis es un problema más reciente. (RG5)

Los límites biofísicos del planeta se expresan de forma muy minoritaria, así como cuestiones tales como la obsolescencia planificada y otras asociadas al modelo actual de producción-distribución-consumo (deslocalización de la producción, transporte de los alimentos, dependencia del petróleo, transgénicos, etc.). Pero sí aparecen discursos que circulan con facilidad en los que se reconoce sin ambages la insostenibilidad del modelo de consumo, como en estos dos ejemplos:

H: Porque vivíamos en la sociedad de la opulencia y yo creo que eso al final es incluso bueno que no vuelva porque esa sociedad no es buena, una sociedad en que cada cuatro años yo me tenga que cambiar el coche y cada año el móvil, no, eso no es bueno.

M: Pero eso es una sociedad de no tener cabezas, de pisar con los pies, porque si te pones el agua hasta aquí [señala el cuello] pues no siempre vas a estar así. (RG5)

M: [...] Consumíamos a lo loco, vivíamos muy bien, [...] te ibas a cualquier centro comercial cualquier día y estaba a tope, era imposible, o sea, a veces llegaba a mi casa, me sentaba y decía, madre mía la de plástico que se tiene que producir sólo para soportar el maremágnum, tanta ropa, tanto textil, la gente comprando, unas colas, colas para entrar, colas para salir, pues dices, cuánta luz es necesaria producir para todo esto, y esto es aquí, en este punto, aquí, que si te vas extendiendo, nos vamos para arriba y lo vemos...

H: Se nos ha vendido que si no hacemos eso no somos felices y por eso como somos tontos parece que tenemos que cambiar de móvil cada dos años y de coche cada cuatro y si no, no eres nadie.

M: [...] era cuestión de sentarse a esperar y decir, ya verás cuando pete. (RG5)

Y también aparecen identificados cambios en las prácticas de consumo que se consideran sintomáticos de dicha insostenibilidad:

M: Mira, yo fui a arreglar el móvil el otro día y flipaban conmigo en la tienda, la tía me decía, ¿pero no tienes otro teléfono?, digo, sí, pero es igual, vengo a arreglar éste, me decía, pero si te sale más a cuenta comprarte otro, te va a salir más caro arreglarlo, digo, ya, pero es que lo quiero arreglar, claro, pensaría, ésta es una friki de narices, le estoy ofreciendo un móvil más barato, y yo decía, no, porque es bestial que cada año cambiemos el móvil.

M: Bueno, sí, o cuando se caduca la garantía, sobre todo los electrodomésticos al día siguiente, pero el tema es que hoy día te cuesta también muy barato, entonces ya no te preocupas en arreglar las cosas, no te preocupas porque te sale más barato comprarte otro, otra cosa nueva. (RG9)

H: Por ejemplo el Ikea también es una muestra de que realmente a veces la gente gastamos menos, antes no había Ikea, hace diez años o así, ahora todo el mundo ha comprado algo en el Ikea porque es más barato, porque no sé qué, porque no sé cuántos.

H: Ya, pero es una mentalidad de cambiar el mobiliario en cuatro o cinco años, o sea, que también si te fijas no es un mueble para toda la vida, es un mueble para un determinado tiempo. (RG5)

Estas críticas a la insostenibilidad del sistema y la amenaza del fin de las formas de vida llevadas hasta ahora se expresan en forma de lamento y fatalismo, como algo casi inevitable, poniendo en algunos grupos la esperanza en las generaciones más jóvenes que tienen ya una educación ambiental.

Hay discursos encontrados acerca de si la crisis económica es una oportunidad para un cambio de los patrones de consumo actuales hacia unos más sostenibles. En algunos grupos, si bien de forma minoritaria, se recoge cómo la crisis económica aleja opciones como la de consumir productos ecológicos, que se consideran más caros:

M: De todas formas estando la gente como está, tirarse por lo que son los productos ecológicos pagándose al doble y siendo seguro como tú dices el doble de beneficiosos, que soy consciente de ello, yo apuesto que la gente no paga el dineral éste.

H: Pero es un bien de lujo.

M: Yo no me refería a que la crisis te haga ser más ecológico en ese sentido, al contrario, eso es una relación inversamente proporcional. (RG5)

Y en otros se explicitan sinergias entre el ahorro económico y la reducción de impacto ambiental:

M: Quizás sí intentas apagar más la luz y la calefacción si no tienes frío, o sea, antes llegabas y la conectabas, no mirabas tanto, y el teléfono yo me he cambiado de compañía.

H: Un jersey más en casa y no hace falta subir tanto la calefacción.

M: Yo no tengo calefacción.

H: Y doble de calcetín.

M: Yo ya por un poco un tema ecológico he intentado, o sea, hacer un consumo un poco responsable, pues ni en verano voy con un jersey ni en invierno voy con tirantes, pero sí que antes a lo mejor me llegaba el recibo, lo ponía en la carpeta, y ahora sí que miro, digo, ostia, o intento más o menos ir viendo porque además como también han hecho algunos recibos que ahora los hacen en dos, separado, me he preocupado más de decir, bueno, esto que me están cobrando qué es, o yo qué sé, el agua por ejemplo que digo, si me ducho en el gimnasio, no utilizo demasiada agua en casa porque bueno, somos dos, y claro, te das cuenta que todo son impuestos más que consumo, ese tipo de cosas, pero en el consumo de casa de agua, de luz, del gas, esto sí que lo miro. (RG9)

De manera minoritaria, casi testimonial, parecen emerger alternativas ante la crisis, como la de compartir recursos (libros, coche, CD, etc.), usar equipamientos de uso colectivo de recursos como las bibliotecas o reutilizar objetos desechados, así como buscar otros lugares donde comprar, como, por ejemplo la vuelta al mercado tradicional.

M: [...] Carísimo, los libros por ejemplo, ahora tiro más de biblioteca, antes compraba más libros, y ahora es o de amigos que haces mucho intercambio o de centros donde los puedes intercambiar o de biblioteca, o sea, compro muy poca música...

H: Bueno, los CD igual. (RG9)

Un participante en el grupo RG4 señala en otro momento que *yo cojo algunos muebles de la calle, si la gente no los quiere pues me los quedo yo y así además reciclo*. Otro cuenta que *un amigo me dio una lámpara que no quería, la pinté y arreglé y ahora la reutilizo*. Finalmente, otro hace referencia a que *me han dicho que en Madrid hay una especie de portal de internet que regala muebles de segunda mano*, lo que le parece muy interesante.¹¹

También de manera marginal aparece la cuestión del tiempo y el consumo. Se justifican hábitos de consumo por la falta de tiempo, o se eligen determinadas prácticas o productos porque hacen ganar tiempo (alimentos precocinados, microondas, etc.). Se recoge un cierto malestar sobre el manejo de los tiempos, pero no es compartido por los diferentes grupos:

No es lo mismo felicidad que consumir, lo que pasa es que hay un problema de uso del tiempo, imagínate, tú vas al supermercado una vez porque tienes congelador, si no tienes que ir todos los días, si te quieres comunicar por internet tienes que tenerlo y tienes que tener un buen ordenador que no se cuelgue y si quieres no perder tiempo lavando los platos pones lavaplatos y así, entonces claro, quizá si no tuviera todas esas cosas quizá tenía más tiempo para no..., pero bueno, es que no sabemos hacerlo, es difícil que alguno de nosotros ahora sepa sembrar una huerta como para poder vivir de ella aunque la tenga. (RG1)

Una compleja red de circunstancias triunfantes ha hecho que la gran superficie sea plenamente asumida por “el consumidor postmoderno” en la vida cotidiana, puesto que la aceleración del ritmo

11. Es frecuente la acepción de *reciclar* (recicle, reciclado, reciclaje) como reutilización de objetos o productos que han sido desechados en la basura o que las personas que los tenían anteriormente no van a seguir usándolos y los ofrecen a otras personas. Esto contrasta con la acepción institucional de *reciclaje* como procesado industrial de los residuos después de ser separados en origen, y bajo gestión institucional. El término *reciclaje* genera otras confusiones, por ejemplo se usa para referirse a los neumáticos para coches que se venden tras hacerles de nuevo el relieve antideslizante (RG7).

de vida de las familias actuales, la escasez de tiempo y el permanente apresuramiento se complementan con la apertura casi permanente de los centros comerciales.¹² Por ello, en las otras formas posibles de consumo emerge la idea de dónde comprar, con una variedad de opciones entre la gran superficie, el comercio tradicional, el mercado tradicional, el consumo directo, etc. Contrasta cómo dentro del grupo de mujeres de clase media-alta se compra en supermercados o en mercados boutique, siendo el supermercado el canal que les acerca la posibilidad de productos que consideran socialmente adecuados por la vía moral,¹³ frente al grupo universitario de Barcelona, en el que es el mercado tradicional el que simboliza un cambio en la forma de consumir, apareciendo el resurgir de los mercados porque es más barato y además es ecológico.

M: Y también yo creo que está aumentando, bueno, o al menos ahora la gente va mucho el sábado al mercado y el mercado se considera que es algo muy caro, y el mercado es más barato que muchos centros comerciales.

H: Depende del mercado, si vas al Galvany...

M: No, pero te digo el mismo Mercadona, te sale más a cuenta, la gente vuelve a ir al mercado, el sábado el mercado está a tope.

M: También se están promocionando mucho los mercados municipales y también es más ecológico porque generalmente te lo pone con el típico plástico, el papel éste impermeabilizado y ya está, no te pone la bandeja. (RG9)

En los diferentes grupos se recogen imágenes distintas de la ecología aplicada al consumo y del consumo ecológico. Es decir, se llega al “producto ecológico” por diferentes vías de distribución, constituyendo diversos conceptos de producto ecológico. Las opciones de compra tipo relación

12. Alonso, L. E. (2006): “La era del consumo”, Siglo XXI.

13. La inserción de productos considerados alternativos (ecológicos o de Comercio Justo) en los supermercados o grandes superficies es una de las polémicas dentro del movimiento del consumo responsable.

directa productor-consumidor y, de forma minoritaria, las cooperativas, son las que aparecen como algo que se ha visto en los medios de comunicación o algo que parece que “cada vez se está haciendo más”, pero no tanto como una opción propia. Se trata de una incipiente normalización (“ya no es una cosa tan descabellada”) de estas opciones, que antes estaban consideradas en los márgenes.

Prácticas concretas de consumo y sostenibilidad

“No existe ningún mercado que funcione tranquilamente”.

Alan Thein Durning ¹⁴

El discurso que emerge en los grupos nos permite vislumbrar hasta cierto punto las prácticas de consumo concretas de cada uno de los grupos sociales, y facilita el análisis de aspectos como el ocio y el tiempo libre, la alimentación o la movilidad. Además, y de manera consecuente, nos permite explorar en parte la relación entre los hábitos actuales de consumo y la sostenibilidad de los mismos, y si la crisis ha afectado a dichos hábitos o no.

Parece claro que las renunciadas al prototipo actual de estilo de vida consumista se consideran parte de una opción moral basada en los valores o como consecuencia de una pérdida de estatus.

Por ejemplo, la pérdida de estatus respecto a la idea construida de confort, de la que habla Shove,¹⁵ concretada en la disponibilidad de calefacción 24 horas en toda la casa y sin tener que usar ropa de abrigo:

— Yo el otro día mi marido me echó la bronca porque dice, hay que bajar la temperatura porque pagamos una barbaridad, y es verdad, y yo le digo, pues yo no voy a pasar frío, yo lo siento en el alma pero no paso frío.

14. Durning, A. T. (1994): “¿Cuánto es bastante?”, Apóstrofe.

15. Shove, E. (2004): “Comfort, Cleanliness + Convenience”, Berg.

— Yo no, yo es que pienso que primero es la calidad de vida.

— Hombre, eso desde luego.

— De verdad, prefiero no comprarme un bolso pero estar...

— En casa con la manta no. (RG2)

Las comodidades que se han mencionado con mayor resistencia como aquellas a las que más cuesta renunciar, aunque no en todos los grupos, son el coche (desde el uso laboral y la comodidad),¹⁶ el confort térmico (la calefacción) y las tecnologías de la comunicación (móvil, internet, ordenadores, etc.). Uno de los factores condicionantes y clave en el discurso sobre las renunciadas es la tecnología, a la cual parece que no se puede renunciar por la pérdida de funcionalidad del contexto en el que vivimos y sus elementos, y se le atribuye tanto la capacidad de cambiar las situaciones actuales como la capacidad de limitar y controlar las posibilidades de cambio.

Pero yo no creo que se pueda vivir como los abuelos porque por ejemplo hoy en la mañana se cortó la luz, en mi casa no había ni reloj, no había nada, no funcionaba nada. (RG1)

Pero hay grupos en los que sí aparecen estas opciones de autocontención en el consumo energético, lo que contrasta con la negación a esta renuncia por parte de otros grupos. Este hecho coincide con estudios demoscópicos que explican que alrededor de la mitad de la muestra (56,1%) declara que baja con frecuencia el termostato de

16. Meira, P. A. et al (2009): “La sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos en la sociedad española”, Fundación MAPFRE/Universidad de Santiago de Compostela. Según este estudio, el uso de algún transporte alternativo al coche privado, ya sea el autobús o la bicicleta, es infrecuente en seis de cada diez casos (60,9%), resultando que tres de cada diez entrevistados (31,7%) manifiestan una gran dependencia del automóvil privado, escogiéndolo siempre frente a cualquier otro medio de transporte para sus desplazamientos cotidianos.

la calefacción en invierno, y dos de cada diez personas (21,2%) nunca modula la temperatura del hogar.¹⁷

Comprender la importancia de este factor está relacionado con la *tecnolatría* que ha caracterizado Jorge Riechmann dentro de las ilusiones de omnipotencia: uno de los tres rasgos degenerativos de nuestras sociedades actuales, junto con la renuncia a saber (*denegación*) y la negativa a asumir las consecuencias de nuestros actos (*irresponsabilidad*).¹⁸

Al hablar de prácticas de consumo más sostenibles aparece la presencia cotidiana de dos prácticas concretas: la de apagar las luces y la separación para el reciclaje, lo que concuerda con los resultados de otros estudios cuantitativos,¹⁹ además de otros elementos recurrentes como el uso de bombillas de bajo consumo o apagar los aparatos eléctricos (p.e. el ordenador por la noche), por el ahorro económico que suponen. Otra práctica muy reiterada en algunos grupos es el uso del transporte público, y destaca la presencia en el discurso de la bicicleta como potencial medio de transporte, a pesar de las limitaciones percibidas para su uso como la ausencia de infraestructuras, el riesgo en las ciudades, la falta de cultura, educación y respeto en relación a este vehículo, etc. También se menciona recurrentemente el uso de bolsas de tela (en RG4) o carrito (en RG9), que evita las bolsas de plástico desechables, aunque se critica la mercantilización de esta práctica.

Los productos ecológicos son otra de las opciones presentes en los grupos, con controversias y discrepancias al respecto. Por una parte, reaparecen en un grupo los valores cuando se habla de productos más ecológicos o naturales, estableciendo así un paralelismo entre los valores tradicionales y el consumo de productos de origen menos industrial y más natural,²⁰ lo que no sucede con otros

consumos ecológicos que se asocian a algo moderno y tecnológico. También está presente en los discursos la tensión entre ecológico y lejano o alimentos más locales aunque no sean de producción ecológica. Solamente en uno de los grupos una persona afirma cultivar sus propios alimentos.

— *Yo siempre que puedo porque tengo una finquita allí de abono y tomates, alcachofas, aguacates, todo eso, no hay problema, todo ecológico, me encanta, ahí veneno no entra.*

— *En algunas ocasiones sí he consumido de eso.*

— *Pero a la mayoría de los ciudadanos de a pie no le llega.*

[..]

— *También hay un problema ecológico en el transporte, me parece que es preferible que sea de la zona y no traer un producto ecológico de por ahí, no sé, de Moscú, ahí tenemos un gasto agregado de todo ese transporte que también estamos generando un gasto, hay una tendencia digamos a generar la comida cerca de donde se consume. (RG1)*

En todos los grupos excepto RG3 y RG6 aparece el argumento de que consumir y producir productos ecológicos es más caro. Incluso en el grupo de clase alta, cuyo estatus le permite hacer crucesos, esquiar, etc., se emplea el argumento de lo ecológico como caro, por lo que lo asocian a un capricho.²¹

La alimentación ecológica es considerada en general como un bien de lujo y se le otorga un gran valor monetario dentro del gasto en alimentación básica, lo cual contrasta con las cifras de estructura

valores de manera tan clara.

21. Dentro del término *producto ecológico* se engloban cuestiones muy dispares. Una de ellas es la llamada “bayeta ecológica”, que es un producto de microfibra que no tiene un proceso de producción transparente con criterios ambientales ni hay una preocupación por el material del que está hecha. Se ha denominado *ecológica* desde la mercadotecnia porque no requiere jabón ni ningún detergente para limpiar, únicamente agua.

17. Ibídem.

18. Riechmann, J. (2009): “La habitación de Pascal”, Los Libros de la Catarata.

19. Meira, P. A. et al (2009), op cit.

20. La idea de “lo natural” aparece también en los grupos RG4 y RG7, aunque no se explicita su relación con los

de gastos en el hogar, en las que se aprecia una reducción del gasto en la canasta básica de alimentación en comparación con otros consumos.²²

*M: Creo que sí que a lo mejor la gente está empe-
zando a tomar más conciencia del consumo ecológico
tirando un poco del hilo de, claro, si ves que para
producir todo lo que se produce y los alimentos
que consumes pues se necesitan muchos pesticidas,
mucho abono para que crezcan rápido y muchos y
todas estas cosas pues claro, ves que en realidad no
es beneficioso para la salud, qué llevará este tomate
o este pollo.*

*H: Sí, pero si luego te vas a una tienda ecológica y el
tomate te lo cobran a cuatro euros el kilo...*

M: No, si ya lo sé, yo, mira, lo que sí me he dado cuenta...

*H: Precisamente la crisis es lo que te hace no
comprar... (RG5)*

La escasa presencia de discursos críticos respecto al modelo actual de consumo en relación con las posibilidades que tienen unas prácticas de consumo alternativas que fomenten la autoresponsabilidad (canales alternativos, consumo responsable, comercio justo, productos ecológicos, etc.) podría obedecer al hecho de que, al abordar los temas en las reuniones de grupo, hemos partido del binomio consumo-crisis. Nuestros grupos no reflejan el verdadero peso social que estos discursos —y sus prácticas asociadas— están teniendo en la actualidad.²³

22. Según la Estructura del Consumo en España (2001), hemos pasado de gastar un 55'3% de la renta en alimentación en 1958, a un 30'7% en 1980 y a un 16'36% en 2005. Puede ser que para mantener un modelo agroecológico de producción alimentaria tenga que volver a aumentar la renta dedicada a alimentación, pero sin olvidar que aquellas personas que tienen estilos de vida forzosamente austeros no podrán gastar más en alimentación si no bajan los precios de otros productos básicos como la vivienda (que actualmente puede alcanzar hasta un 60% de la renta, en comparación con el 5% que suponía en 1958), por lo que los cambios tienen que ir acompañados de otras medidas sociales.

23. Precisamente esta fue una de las razones por las que incorporamos a este proyecto el taller de construcción participativa de escenarios de futuro, que se describe en el capítulo 7.1, donde se prestó especial importancia a que esos discursos estuvieran presentes y visibles.

No obstante, sí pueden servir para tomar conciencia de las dificultades para construir discursos relativos a los límites que plantea la construcción social de las necesidades, cuando el marco para la discusión son las pautas individuales de consumo. De hecho se observa que existe una dificultad de encaje entre la suficiencia (plantada desde la sostenibilidad como una categoría básica que opera a distintas escalas) y el aterrizaje de esta propuesta en lo individual, entendida como autolimitación, al plantear la decisión entre qué es necesario y qué es superfluo.

Resulta obvio a partir de nuestras reuniones que la presencia ideológica de un “hedonista alternativo” (que podríamos definir como el que aplica aquello de “consumir menos para vivir mejor”), orientado hacia otros placeres menos ligados al consumo,²⁴ es muy limitada. La incapacidad (política) para utilizar el valor social del trabajo como un criterio que frene el modelo actual de crecimiento induce a no poner límites a la creación de necesidades. Estos límites también quedan reducidos al absurdo si se desvincula el consumo de la producción y de los condicionantes materiales de ésta. Sin embargo el limitante ecológico existe, y es esa realidad obvia la que da sentido a las posibles formas de consumo alternativo, que algunos sectores ven con cinismo.

Los discursos sobre la responsabilidad de otras formas de consumo más sostenible están cargados de una fuerte ambivalencia, ya que no están contruidos respecto a una agencia o experiencia activa, sino que son conocimientos mediados.

Por ello faltan argumentos de lo cotidiano, y se oscila entre una visión positiva y una visión negativa, entre las cuales se esgrimen argumentos contradictorios, apareciendo en ellos dobles vínculos. Se trata, en la mayoría de los grupos, de posicionamientos defensivos, por lo cual es difícil encontrar discursos que propongan alternativas y cambios.

Un ejemplo de estos discursos mediados son las alternativas de consumo directo que son conocidas indirectamente ya sea a través de terceras personas

24. Soper, K. (2008): “Alternative hedonism, cultural theory and the role of aesthetic revisioning”, *Cultural Studies*, 22(5).

o de los propios medios de comunicación; se emitió un programa en televisión en el que se reflejaban estas opciones escasas semanas antes del desarrollo de los grupos.²⁵ Se ven viables fundamentalmente por motivos de ahorro económico.

M: La gente está empezando a consumir sobre todo fruta y verdura que incluso piden y le vienen a su casa directamente del hortelano, o sea, ya no es una cosa como tan descabellada, yo conozco muchísima gente que lo hace y una vez a la semana viene el hortelano con aquello que le ha dado, y muchos hortelanos lo hacen, tampoco es tan raro encontrarlos, ni te vienen de Asturias ni te vienen de, es decir, están ahí en el Besós y vas a buscarlo y te lo traen y además a mí me parece muy bien para que ese señor siga produciendo su fruta y no le expropien el terreno y yo pueda comer vegetales que sé que los ha abonado normal y tal, esa es la cosa.

M: Sí, pero yo estoy contigo, no pagas una fruta a según qué precios.

M: Ahí es donde está el problema.

M: Hasta con unos mismos huevos el código que tienen, si es un cero, un uno, un tres, en las condiciones que están los animalitos.

M: Ya, pero eso es como todo, eso es un bien de lujo, o sea, la alimentación macrobiótica o biológica es un bien absolutamente de lujo, entonces...

H: Que en una época de crisis aún te lo vas a pensar menos.

M: A eso me refiero, que yo no creo que ahora a consumir más, sino que el que ya consume así, incluso por determinadas condiciones de salud o lo que sea pues se lo quitará de otras cosas y no se lo va a quitar de la alimentación, pero que no creo que por ser más ecológico consumamos más así. (RG5)

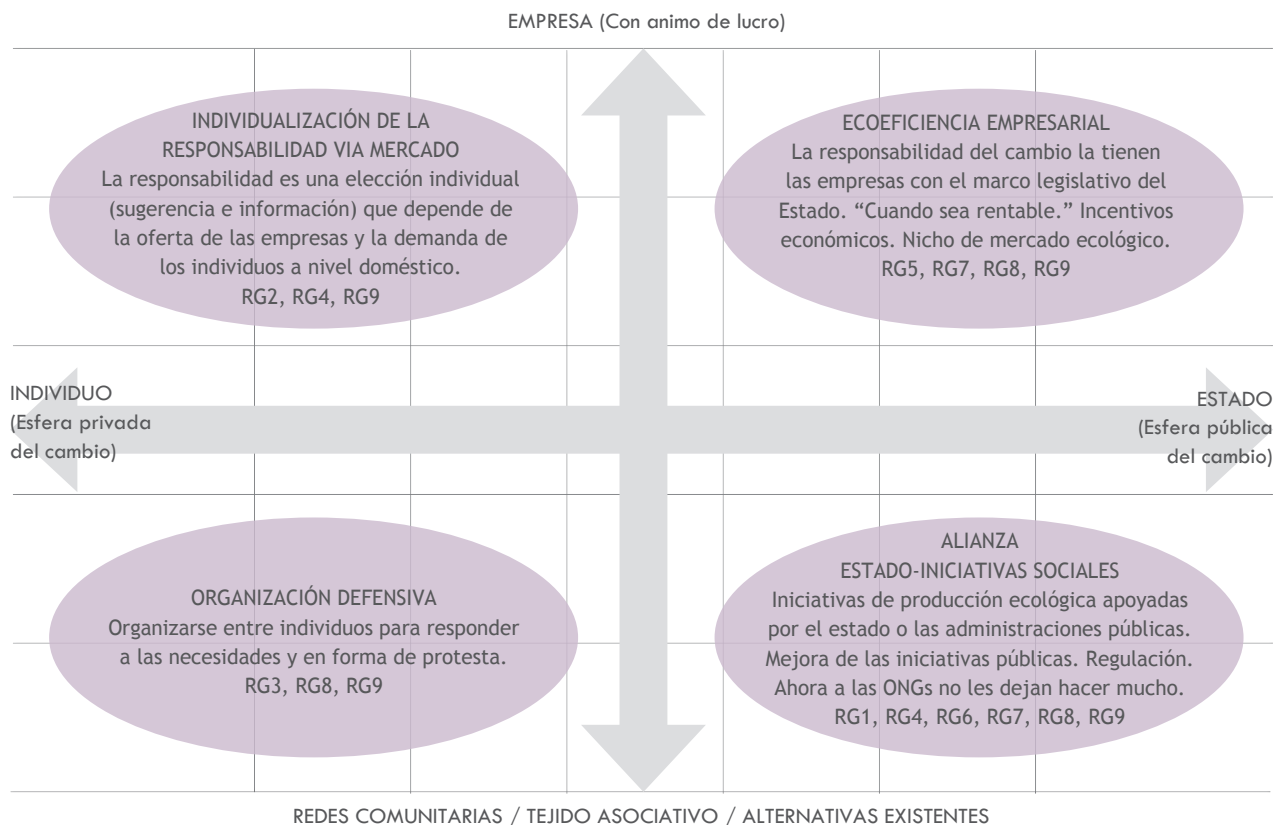
25. "Aquí hay tomate", en el programa Comando Actualidad de RTVE. Ha sido la emisión de mayor audiencia de todo el programa hasta la fecha de esta investigación (septiembre 2010).

Se recoge en varios grupos información semejante sobre las opciones de consumo directo (RG2, RG5, RG9) o el etiquetado de los huevos (RG5, RG7), lo cual indica qué información circula más respecto a estas opciones de consumo diferentes y señala cuáles son las vías de información y comunicación que se comparten entre grupos. Los medios de comunicación tienen un papel ambivalente en los grupos. Por una parte, se considera que difunden mensajes proambientales en positivo (*En muchas series de televisión lo han ido introduciendo como un hábito*, RG5), pero también a algunas personas les llegan a transmitir miedo (*Nos están metiendo miedo los medios de comunicación*, RG1) e incluso proporcionan información no tan conocida y por ello polémica, como el número de muertes por contaminación atmosférica (RG6).

Discursos básicos en torno al consumo sostenible

El discurso en relación a nuevas formas de consumo sostenible en sus diferentes facetas y vínculos con la crisis (renuncias asumibles, percepción del discurso ambiental, los límites biofísicos y la crisis ecosocial, responsabilidad de un cambio hacia la sostenibilidad, etc.) está sometido por tanto a fuertes tensiones. En el análisis de los grupos se pueden describir cuatro discursos básicos que, aunque son tipologías de discurso que no tienen la misma presencia en todos los grupos, representan esquemáticamente la diversidad de posiciones respecto a cuestiones clave que se configuran en dos ejes que sintetizan las tensiones principales (ver Gráfica 5.2). El primer eje de estructuración es el de la individualización de la responsabilidad o la responsabilidad del cambio en la esfera privada frente a la responsabilidad institucional y por tanto la búsqueda de los cambios vía regulaciones que puedan afectar directa o indirectamente a la esfera privada. Como segundo eje de estructuración tendríamos a las empresas en el contexto actual de mercado frente a las redes comunitarias o el tejido asociativo, cuya tensión principal radicaría en la diferencia entre el ánimo de lucro de las primeras y la ausencia de ánimo de lucro de las segundas.

Gráfica 5.2. Los discursos básicos en torno al consumo sostenible



La responsabilidad se reparte, así, en los diferentes grupos entre los gobiernos e instituciones a diferentes niveles de competencias, las empresas, y la ciudadanía; aparece un discurso más institucional, otro más vinculado al tándem empresas-instituciones y otro más individualista.

Como parte del discurso sobre la incapacidad de incidencia individual se esgrime el dilema respecto a las renunciaciones y al sacrificio si no es compartido, así como las diferencias de responsabilidad entre agentes, remarcando la tensión de la responsabilidad entre las empresas y los individuos:

H: Y aparte siempre estamos pensando, por qué voy a actuar yo si seguro que hay diez capullos al lado mío que no lo hacen, qué puedo aportar, realmente fríamente lo que piensa mucha gente es, a ver, para qué voy a hacer yo si seguro que el que tengo al lado no lo hace, para qué me voy a joder yo.

M: Lo puedes hacer tú pero más importante será la em-

presa de al lado que está metiendo todos sus residuos...

H: Pero eso es dinero, es ya desde ti mismo decir, ostita, voy a hacer un esfuerzo y ser súper ecológico.

M: Ya, pero si no lo haces tú mismo ya no, bueno, ya no lo hace nadie, es colaboración de todo el mundo.

M: Es una responsabilidad de cada uno.

H: Bueno, ya, pero mucha gente piensa esto, para qué lo voy a hacer yo si seguro que hay muchísima gente, y yo soy nada, una mierdecilla, siempre se tiene que empezar, sí, pero...(RG9)

Nuevas formas de organización colectiva apenas se mencionan. A lo largo de las reuniones surgieron algunas referencias a la necesidad de que la ciudadanía se organice para dar respuesta a sus necesidades, así como a la idea de repartir y compartir responsabilidades; todas, no obstante, de manera muy minoritaria. También, a la hora de

hablar de responsabilidad, aparecen expresiones vinculadas al malestar y al sentimiento de culpa, que rápidamente se disuelven.

Se percibe además una presión institucional hacia algunos hábitos, como la separación de la basura doméstica. En los grupos hay un espacio para el discurso de la sospecha, para los intereses escondidos (siempre hay alguien haciendo negocio o una institución con algún motivo). Por ello puede imponerse con relativa facilidad un discurso que rechaza de forma general las regulaciones que tratan de incidir sobre lo que se entiende como una elección individual.

M: Porque vende.

H: Claro, es publicidad.

M: Eco, bio, todo esto.

M: Por eso, bueno, que era insostenible, bueno, creo que les conviene que vaya así más que no fuera sostenible para el medio ambiente. (RG9)

Con esto los grupos no hacen sino traducir la carga individual de la culpa que proyectan las políticas públicas que no tienen en cuenta factores estructurales. Esta definición política de la sostenibilidad que tiende a cargar sobre el consumidor final la responsabilidad²⁶ desata un fuerte rechazo entre las mayorías dominantes de los grupos que abordan el tema de forma explícita. Por ello, entre esas mayorías dominantes no hay espacio para una interpretación optimista de los cambios en las pautas de consumo ligados a la sostenibilidad.

Y además encima te amenazan, que tampoco podemos vivir así, que si no lo haces te multan, pero en qué estamos viviendo, y luego no vemos los resultados. (RG2)

El discurso ambiental a lo largo de estas décadas ha ido cambiando, circulando, fragmentándose, tecnificándose, manipulándose, etc. Uno de los cambios destacables que aparecen en las respuestas de los grupos con relación a la introducción del medio ambiente o la ecología en el grupo

26. Soron, D. (2010): "Sustainability, self-identity and the sociology of consumption", *Sustainable Development* 18; Maniates, M. (2002): "Individualization: plant a tree, buy a bike, save the world?", en *Confronting Consumption*, MIT Press.

es la apropiación por parte de las instituciones de los argumentos y propuestas proambientales, o la percepción del discurso que propone comportamientos proambientales o estilos de vida más sostenibles como algo procedente y perteneciente a las instituciones públicas, que presionan y amenazan para lograr los cambios propuestos. Sorprende una ausencia generalizada en los discursos de la conexión entre ecología y movimientos sociales, con alguna excepción, pero dudando de que tenga capacidad para hacer algo.

H: Hombre, yo creo que siempre hay alguna organización y tal que entre comillas intenta hacer algo, tipo Greenpeace o así, pero vamos, yo creo que por mucho que hagan al final no, conseguirán cosas, pequeñas cosas, y está bien que lo hagan.

H: A la vista está que por el momento no han hecho mucho.

H: Pero ni les dejan ni tienen medios, siempre hay alguien por encima que corta todo eso.

H: El dinero siempre, tío, como se pierda dinero no se hace. (RG8)

Esta institucionalización por lo menos de algunos de los temas ambientales supone la pérdida de protagonismo de los movimientos sociales que son los que inicialmente introdujeron el medio ambiente en la esfera pública. Esta asimilación del hecho ambiental como un tema políticamente correcto implicaría paradójicamente la despolitización del medio ambiente o la ecología.²⁷ La desconfianza, desinformación y despolitización permiten que en algunos casos las políticas y campañas para promover hábitos más sostenibles sean percibidas dentro de la lógica de la presión moral,

27. Pol, E. (2000): "Impacte social, comunicació ambiental i participació". Monografies Universitàries, Dpto. Medio Ambiente de la Generalitat de Catalunya; Piñeiro, C. (2011): "Comunicación ambiental para la transformación social. Análisis de iniciativas sobre consumo responsable en Madrid", Tesis Doctoral por la Universidad Autónoma de Madrid.

lo que conlleva eludir la responsabilidad y conduce a la *ecofatiga*.²⁸

M: Hombre, yo creo que los hábitos ecológicos si nos los quieren hacer cambiar lo conseguirán, lo de las bolsas lo han conseguido, nos machacaron que parecía que íbamos a estar en el desierto durante diez años con el agua y lo han conseguido, irá así. (RG9)

Se construyen, asimismo, argumentos de negación de otros modelos de producción-distribución-consumo más sostenibles, por el tecno-fatalismo (“técnicamente es imposible”, “somos muchos”):

— *Hay que comprender que es muy complicado porque la cantidad, [...] si los pollos fueran de corral no habría pollos de corral para todos, sería imposible porque [...] en mi pueblo a un pollo no se le ha matado hasta que no tenía un año porque no tenía ni peso ni cualidades para matarle, sin embargo un pollo en la actualidad en cuarenta días tiene dos kilos y medio.*

— *Es que somos muchos y hay que hacer la producción.*

— *Evidentemente es imposible dar de comer a tanta gente eso. (RG7)*

En los grupos aparecen representados los discursos negacionistas del cambio climático, así como el escepticismo y la desconfianza hacia los problemas ambientales y las opciones de consumo ecológico.²⁹

28. Las estrategias analizadas de las instituciones de carácter político, promotoras habituales de la comunicación ambiental, fundamentadas en la información, la orientación de las conductas y la comunicación normativa, pueden facilitar cierta sensación de exceso de responsabilización entre sus públicos destinatarios, lo que puede potenciar precisamente rechazo hacia la responsabilidad, inhibición y “ecofatiga”. Uzzell, D. L. (2000): “The psycho-spatial dimension to global environmental problems”, *Journal of Environmental Psychology* 20; Pol, E. (2000), op cit.

29. Heras, F.: “Negacionistas, refractarios e inconsecuentes: sobre el difícil reto de reconocer el cambio climático”, seminario “Biodiversidad, cambio climático, desertificación y lucha contra la pobreza: cuatro grandes retos, una solución global”, organizado por la Fundación IPADE en el marco del Convenio AECID, Madrid septiembre de 2010.

Algunos ejemplos de escepticismo que aparecen en los grupos muestran también la confusión existente en torno al cambio climático que otros autores vienen señalando:³⁰

Es un cuento porque yo estuve en Argentina en el glaciar y te decían los geólogos allí que no, como que se está deshaciendo, el calentamiento, pero siyo de cría tenía mucho más calor en Madrid que ahora y el frío era mucho más extremo, no lo sé.

El discurso publicitario consigue integrar los productos ecológicos de tal manera en su sistema de diferencias que en las mayorías dominantes no es posible sacar lo ecológico de la esfera publicitaria.

La desconfianza parece dirigida hacia las empresas, pero no circula un mensaje que diferencie claramente el “marketing verde engañoso” del discurso ambiental sincero ni siquiera de organizaciones ecologistas:

Queda muy bonito decir, no, yo contribuyo al tema del medio ambiente porque no hago, [...] pero claro, a lo mejor ponle tú que te [cargas] cuatro ríos al año, pero si dejas de cargarte esos cuatro ríos tienes que perder en hacer la mitad de la producción, no lo vas a hacer, siguen cargándose los cuatro ríos al año, gastan dinero para decir que son ecológicos porque ponen no sé qué cosa y ya está. (RG8)

En las posiciones más conservadoras de los grupos, esta desconfianza se traslada a una crítica global de todo el discurso en torno a la crisis y el límite ecológico del modelo actual de producción y consumo, y ése constituye el hueco en el que puede circular no ya un discurso desconfiado e indiferente, sino un discurso negacionista de los problemas ambientales y perfectamente consciente.

30. Meira et al (2009), op cit. En este estudio los resultados apuntan que cuatro de cada diez personas admiten lagunas o déficits importantes en la comprensión del cambio climático, principalmente personas mayores y con bajo nivel de estudios

En síntesis, los discursos sobre otras formas de consumo posibles (cercanas a criterios ecológicos, de economía social, etc. y alejadas del consumismo) son mayoritariamente inestables, basados en los medios de comunicación y referidos a las opciones de otras personas, no son articuladas desde una argumentación que se construya desde la práctica personal. Sólo algunas prácticas responsables, como las detalladas bajo el epígrafe Prácticas de consumo y sostenibilidad, son compartidas por diferentes grupos y personas.

A éstas, junto con las prácticas que viven una incipiente normalización y en las que se vislumbra su potencial, las hemos llamado **ventanas para el cambio**.

3. CONCLUSIÓN

Como resumen final, cabe decir que la crisis económica parece haber tenido un impacto severo en las percepciones sobre el consumo, con una cierta sensación de miedo e incertidumbre ante el futuro, que podría influir en una moderación de los hábitos tras un período de excesos. No obstante, la lectura de la crisis se hace de maneras distintas desde diferentes posiciones de clase. Así, los grupos detentadores de posiciones supraordinadas enfatizan que la crisis ha sido el resultado de una falta de racionalidad a la hora de gastar (el excesivo consumismo de “los otros”, “la gente ha vivido por encima de sus posibilidades”), mientras que entre las clases populares existen sectores en los que la crisis se vive con menor dramatismo, pues es ni más ni menos que su condición económica existencial, al menos durante sus primeros dos años —cuando el estudio fue realizado.

En los discursos se identifican elementos clave que generan un contexto de riesgo de desempoderamiento e irresponsabilidad, como son la percepción de los mensajes proambientales como presión institucional o marketing, la ecofatiga ante los mensajes proambientales o de consumo sostenible, el fatalismo hacia el sistema y la sociedad de consumo, la idealización del pasado que niega las posibilidades de nuevos futuros, el relativismo moral respecto a las necesidades y los límites y

la concepción del consumo sostenible como una opción moral individual.

También aparecen elementos que pueden crear un contexto fértil para el desarrollo del consumo sostenible: la crítica general al consumismo, las ventanas para el cambio, y los espacios de intersección entre la crisis económica y la crisis ecológica (por ejemplo, las ventajas ambientales de algunos cambios originados por la crisis económica).

No obstante, en los grupos, y salvo raras excepciones, no aparece un discurso crítico frente al consumo (más allá de la crítica moral al consumismo), al que se identifica mayoritariamente como motor de la economía y del bienestar, y no se cuestiona la insostenibilidad del modelo actual. De hecho, apenas se profundiza en la posibilidad de desarrollar formas alternativas de consumo (ecológicas, sostenibles, etc.). La crisis económica, instalada entre nosotras y nosotros desde hace años tras un período de un consumismo sin precedentes históricos, no parece haber servido para cuestionar nuestro actual modelo socioeconómico y, en definitiva, de consumo.

En el marco inicial del trabajo, entendíamos que la crisis económica genera una tensión de resultado incierto para la sostenibilidad: “la economía es lo importante” vs un cambio reestructurador que establezca prioridades ambientales en diálogo con las demás prioridades. En los discursos de los grupos no parece haber una conciencia social respecto a esta disyuntiva a la hora de tomar decisiones: la crisis económica aparece con mayor relevancia y la crisis ecológica como algo distante respecto a lo cual las decisiones son de carácter principalmente moral. Lograr hacer visible esta disyuntiva y que esté presente en los discursos como salida de las crisis resulta prioritario para la sostenibilidad.

Estos resultados, que a priori no son positivos o no nos hacen ser optimistas, nos ayudan a ver las dificultades de construir discursos sociales sobre los límites y las necesidades cuando el marco es el cambio individual de los patrones de consumo. Por ello es muy relevante pensar en el marco po-

lítico de los discursos y propuestas del consumo sostenible y del diálogo entre los niveles individual y social del cambio, debates que el devenir del movimiento 15M también pone encima de la mesa. Como en cualquier estudio sobre discursos sociales, los resultados vienen muy marcados por el momento en que los grupos de discusión han sido desarrollados. La posterior profundización de la crisis y la aparición de movimientos con la repercusión social que ha tenido el movimiento 15M probablemente arrojaría diferencias si estos mismos grupos de discusión fueran realizados ahora.

06

Políticas, consumo y Cambio Global

Diagnóstico y propuestas

6.1 INTRODUCCIÓN

DE LAS DECLARACIONES DE INTENCIONES A LAS POLÍTICAS EFECTIVAS

A partir de los resultados del estudio de los grupos de discusión que hemos conocido en el capítulo anterior surgen múltiples posibilidades de investigación. Hemos tomado la de centrarnos en las posibilidades de articular políticas que afronten algunos de los aspectos que nos mostraban esos resultados.

¿Qué políticas? Hemos querido investigar sobre políticas que se adentren en ámbitos relevantes, o que hayan sido poco atendidas hasta la fecha, y que proporcionen conjuntamente cierta transversalidad por los diferentes campos de acción o factores clave, sin ceñirnos además sólo a políticas institucionales. Otro objetivo del equipo de investigación ha sido crear vínculos de trabajo y aprovechar al máximo los recursos disponibles, por lo que también hemos tenido en cuenta los ámbitos de interés y trabajo de la red difusa de interesados en participar en el proyecto.

Veamos con más detalle las motivaciones que nos han llevado a trabajar en las líneas de investigación cuyos contenidos ofrecemos en esta sección: políticas de incentivos económicos, políticas educativas y culturales e iniciativas de articulación del consumo desde las comunidades sociales.

¿Es relevante y oportuno investigar sobre políticas de transformación de las prácticas de consumo y estilos de vida?

Ante los acuciantes y crecientes problemas ambientales derivados de nuestra presión sobre los ecosistemas, las políticas ambientales o con objetivos ambientales crecen en importancia y espectro de acción. Sin embargo, si bien existen políticas e instituciones dedicadas a ello desde hace varias décadas, y en muchos países, su efectividad y su capacidad para afrontar los problemas ambientales parece todavía bastante reducida, y los impactos ecológicos de nuestras economías en términos generales continúan creciendo. Muestra de ello pueden ser la evolución preocupante de uno de los principales indicadores de impacto ambiental —los flujos de materiales y energía directos e indirectos— o las evidencias que se detectan en el debate en torno a la desmaterialización de

las economías occidentales.¹ De hecho, muchos de los descensos observados en algunos indicadores físicos de algunos países del Norte global (por ejemplo las emisiones de gases de efecto invernadero, GEI) no responden al descenso en los ritmos de consumo, sino a relocalizaciones de la producción de bienes intensivos en materiales y energía hacia terceros países.²

En febrero de 2005, cincuenta investigadores internacionales de primera fila en el campo del consumo y los estilos de vida sostenibles y activos en los programas nacionales e internacionales de referencia en la discusión, diseño e implementación de políticas en estos campos, emitieron una declaración en la que podemos leer:

“Mientras que ha habido elogiosas proclamaciones en los últimos tres años, las iniciativas reales para cultivar modos más sostenibles de consumo no se han materializado y hay indicios de que un vacío de implementación se está haciendo manifiesto. Las políticas ambientales en los países de consumos más altos continúan basándose en marcos regulatorios para remediar problemas concretos, en tecnologías de producción más limpias, y (en algunas regiones) en políticas orientadas a productos (sellos y certificaciones). Los esfuerzos por desarrollar sistemas de consumo que sean marcadamente más eficientes y efectivos son todavía bastante desconocidos y hasta la fecha se han dado pocos pasos prácticos hacia materializar su implementación.[...] El reto más inmediato debe ser la activación de un esfuerzo investigador en consumo sostenible”.³

Creemos, por tanto, que es de vital importancia una profundización y una mirada mucho más integral y decidida sobre las políticas ambientales. Esta evolución pasa entre otras cosas por un posicionamiento más central de las políticas que buscan incidir sobre la demanda, es decir, que buscan la transformación de prácticas de consumo y

1. Ayres, R. U. et al (2003): “Is the US economy dematerializing? Main indicators and drivers”, Center for the Management of Environmental Resources, INSEAD.

2. Peters, G. P. y Hertwich, E. G. (2008): “CO₂ embodied in international trade with implications for global climate policy”, *Environmental Science and Technology* 42(5).

3. Extracto de la Declaración de Oslo. www.oslodeclaration.org

estilos de vida ya sea mediante incentivos económicos, regulaciones, marcos educativos o incluso apoyo a iniciativas ciudadanas. No planteamos que sean las transformaciones del consumo las únicas, ni siquiera las principales, en el cambio global necesario, pero sí que han de jugar un papel relevante, sobre todo porque es uno de los campos de acción donde las políticas pueden poner las bases para un cambio en diferentes esferas, y especialmente en la sociocultural. En esta línea creemos que los resultados de los diagnósticos y las propuestas que ofrecemos en esta sección constituirán una contribución al desarrollo de estrategias de investigación e implementación de políticas de consumo en el ámbito español, que hasta la fecha han sido muy marginales.

A la hora de analizar propuestas de políticas partimos de estas bases:

- Las instituciones tienen un papel clave que jugar a la hora de dar forma al contexto social, cultural, institucional y ético en el cual los ciudadanos desarrollan sus estrategias/prácticas de consumo. Indican de manera sutil pero poderosa cuáles son los tipos de comportamientos y actitudes que son valorados socialmente, qué objetivos y aspiraciones son percibidas como apropiadas, cuál es la visión del mundo bajo la cual se espera que actúe la ciudadanía (en su papel de consumidoras y consumidores).
- Queremos trascender el marco convencional de políticas categorizado como “control” (políticas instrumentales, por ejemplo las de incentivos económicos como políticas fiscales o de precios) o “persuasión” (políticas de información y sensibilización). Pretendemos, en línea con algunos autores, mostrar una mirada más amplia que incluya también propuestas que se articulan en torno a instrumentos diferentes de intervención política (liderazgo de la sociedad civil, intervención local, participación, cohesión social).⁴
- El discurso ambientalista tiende a estar muy basado en la responsabilidad y la falta de educación, pero el problema ambiental también es consecuencia de relaciones sociales y económicas injustas e insostenibles. Por ello, nuestro análisis y propuestas de políticas de consumo también ha de incluir en su visión la equidad social y de género como elemento clave. De hecho nos preguntamos si el hecho de que dichos elementos pasen a una primera línea en la conformación de las políticas ambientales no sería, ya no sólo un acto de justicia, sino un paso necesario hacia la aceptabilidad social, la consolidación y la extensión de dichas políticas.

Conozcamos más a fondo las razones para incluir cada una de las líneas de políticas.

Políticas de incentivos económicos

En la búsqueda de relación entre crisis económica y crisis ecológica hemos encontrado, en los grupos de discusión, discursos en los que la crisis aparece presentada como un fenómeno en el que las opciones de consumo ecológico se alejan, ya que se consideran más caras. Sin embargo, en otros discursos se explicitan sinergias entre el ahorro económico y la reducción de impacto ambiental, como por ejemplo en el uso de la bicicleta como medio de transporte. En cualquier caso, este análisis nos recuerda la importancia de las señales/incentivos económicos en la transformación de prácticas de consumo y estilos de vida.

Dando por supuesta la necesidad de las regulaciones o políticas sin incentivos económicos (educativas, culturales...), y sin tratar de afirmar que los instrumentos de mercado son la solución mejor en la mayoría de los casos, ni por supuesto que todo puede ser valorado monetariamente, creemos que los incentivos económicos están llamados a jugar un papel clave en cualquier cambio masivo de consumo y estilos de vida hacia la sostenibilidad. Por ejemplo, remitiéndonos al sector energético, muchos estudios empíricos muestran que los precios de la energía son un importantísimo factor de comportamiento tanto para produc-

4. Jackson, T. (2003): “Policies for sustainable consumption”.

tores como consumidores.⁵ Por todo ello hemos decidido analizar la situación actual de este tipo de políticas en España.

También aparecía en los grupos de discusión la idea de que la dramatización de la crisis económica facilita la uniformización de los discursos en torno a la crisis en las posiciones sociales supra-ordinadas, creando un marco ideológico que contribuye a no cuestionar las diferencias sociales. Pues bien, creemos que en la “dramatización” de las crisis ecológica ocurre algo parecido, en el sentido de que el discurso ambiental ningunea la existencia de diferencias sociales. Y por eso hemos tratado de, especialmente al analizar las políticas de incentivos económicos, no perder de vista la equidad social como un elemento clave junto a la eficiencia ambiental.

La escala de los incentivos económicos que hacen falta para activar los cambios de comportamiento necesarios requiere una masa crítica social que los entienda, legitime y acepte. La construcción de esa masa crítica requiere políticas de educación, información, concienciación... gigantescas, así como todo un nuevo cuerpo legislativo que promueva innumerables cambios en muchísimos aspectos, y por supuesto una sociedad civil proactiva en crear canales y mecanismos de transformación. Pero todo eso necesita entre otras cosas del efecto arrastre y la coherencia funcional que generan los incentivos económicos. Los precios finales de los consumos y productos no pueden dar señales contradictorias respecto a esas otras políticas ambientales (p.e. las educativas), pero más aún: no pueden permitirse dejar de lanzar un mensaje claro e inequívoco en la misma dirección. Y es que, al fin y al cabo, retrasar las correcciones necesarias en los precios implicará a medio plazo aceptar el tremendo daño inequitativamente repartido que la socialización de la crisis ecológica tendrá en forma de escasez futura.

Sin embargo, el análisis económico y las modelizaciones que son utilizadas para estimar las reacciones ante dichos incentivos no pueden perder de vista las limitaciones de sus supuestos teóricos, como ilustra por ejemplo la teoría de la racionalidad limitada.⁶ Las características del comportamiento humano, las motivaciones y normas sociales, las preferencias morales, los contextos de información, los tiempos de decisión, los mecanismos cognitivos... todo juega un relevante papel en las prácticas de consumo y estilos de vida. Pero por eso mismo es excesivamente simplificador pensar que la población acogerá cambios en los precios de productos o consumos simplemente con un rotundo rechazo. Actualmente, muchas de las políticas ambientales aparecen ante el ciudadano contradictorias con otras políticas o actuaciones institucionales, sin claridad respecto a sus objetivos, medios, resultados, equidad de esfuerzos, etc. Este contexto dificulta fuertemente la motivación del esfuerzo y la aceptabilidad de las exigencias o restricciones. En cambio, un marco integral y coherente que se perciba como justo y efectivo puede modificar los apoyos, aceptaciones y simpatías de dichas políticas. Por ejemplo, un reciente estudio de opinión muestra la disposición positiva a pagar más por la electricidad en España (hasta 11 euros al mes por hogar, estimaba) si lo recaudado es utilizado para reducir las emisiones de GEI mediante la inversión en tecnologías limpias que abarate el precio futuro de dichas tecnologías.⁷

En cualquier caso, estas medidas, como todas, deben ser utilizadas en conjunción con otros instrumentos. Primero, porque determinadas actividades deben ser evitadas independientemente de que haya personas dispuestas a pagar una penalización o sobrecoste. Y segundo, porque según indica la evidencia empírica las políticas que agrupan diferentes instrumentos (fiscales, regulatorios, educativos...) tienden a ser más efectivas,⁸ como veremos en el capítulo 8.1.2.

5. Van den Bergh, J.C.J.M. (2008): “Environmental regulation of households? An empirical review of economic and psychological factors”, *Ecological Economics* 66.

6. Simon, H. (1957): “A behavioral model of rational choice”, en “Models of man, social and rational: mathematical essays on rational human behavior in a social setting”, Wiley.

7. Hanemann, M. et al (2011): “Economía de cambio climático”, Cátedra Fedea-Iberdrola.

8. Agencia Europea del Medio Ambiente (2000): “Environmental taxes: recent developments in tools for integration”.

Políticas educativas y culturales

A la hora de entender la percepción de lo ambiental entre los españoles se da una previsible paradoja. Por un lado se considera que es un problema lo bastante importante como para que se le otorgue la suficiente prioridad, aunque eso implique ralentizar el crecimiento económico (74% de ciudadanos a favor).⁹ Por otro, cuando eso se traduce en afectaciones directas sobre nosotros y nuestras posibilidades de consumo el posicionamiento podría parecer contradictorio: pagar precios más altos (68,7% no están a favor), pagar más impuestos (71,4% ídem)¹⁰ o recortes en nuestro nivel de vida (68% ídem). Para terminar de complicar la fotografía observamos también que un 87,6% estaría dispuesto a cambiar sus hábitos de consumo para adaptarse al cambio climático.¹¹

La fragilidad de posicionamiento ante lo ambiental que hemos encontrado en los grupos de discusión, especialmente desde el ámbito del consumo, permite que en las discusiones de varios grupos las alternativas de consumo queden muy marcadas por la esfera publicitaria, con el escepticismo y el componente mercantil que se presume a dicha esfera. A su vez, las propuestas ambientales o sociales en torno al consumo o la vida doméstica son englobadas en algunos grupos dentro de la lógica de la presión moral, lo que conlleva desresponsabilización y ecofatiga. Este difícil panorama nos invita a intentar conocer cómo desde las políticas educativas y culturales se ha trabajado el cambio hacia otras pautas de consumo en relación con lo ambiental, qué discursos sobre el consumo sostenible están presentes en las políticas educativas y culturales actuales, y cómo éstas podrían mejorarse.

Los estilos de vida sostenibles en los que se enmarcaría el consumo responsable deberían reflejar el patrimonio social, económico, cultural y natural de cada sociedad. Y es que un estilo de vida está

sujeto a —y a la vez supone— una determinada visión del mundo, es decir, al rol que se ocupa en la sociedad. Es necesario influir sobre la visión del mundo para lograr cambios en los estilos de vida y consecuentemente en los patrones de consumo. Pero, a su vez, los propios cambios en el consumo y en las prácticas cotidianas generan cambios en los estilos de vida y en las relaciones sociales, y consecuentemente en las cosmovisiones. Nos encontramos por tanto ante una dinámica bidireccional que se retroalimenta. Los discursos de los grupos de discusión muestran una dificultad social para relacionar la crisis económica con la crisis ecológica, lo que nos lleva a pensar en una visión del mundo que desliga estos aspectos.

En este sentido, el marco cultural y educativo que envuelve nuestra sociedad puede ser un importante impulsor de motivaciones hacia el consumo responsable o sostenible. Este marco viene definido por un amplio rango de elementos, desde sus prácticas concretas hasta las normas reguladoras, que pueden contribuir al cambio hacia un consumo sostenible en aspectos individuales y sociales. No podemos olvidar que los procesos de cambio socioambiental y la transformación del marco cultural surgen inmersos en fenómenos de construcción social complejos, en motivos personales y valores culturales que interaccionan en unas condiciones biofísicas y tecnológicas del entorno en las que operan diferentes agentes sociales. Por esto el impacto de las políticas públicas educativas y culturales es limitado: generan una dirección dentro de ese sistema, pero las entradas y salidas son múltiples.

Limitado, pero necesario. Las políticas públicas educativas y culturales contribuyen significativamente a los cambios, porque generan un referente común y explicitan los objetivos, los criterios y las líneas de trabajo con los que se fija una hoja de ruta, en este caso hacia la sostenibilidad.

9. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), estudios n° 2270 y n° 2322, 1999.

10. CIS, estudio n° 2557, marzo 2004.

11. CIS, estudio n° 2742, noviembre 2007.

Iniciativas de articulación del consumo desde la sociedad civil

Las percepciones en los grupos de discusión que ven el discurso proambiental con desconfianza y que tienen dificultades para separarlo del ámbito publicitario o mercantil, así como la apreciación de las políticas institucionales pro consumo sostenible como una presión, pueden inducir a pensar en la necesidad de dar mayor protagonismo a una sociedad civil fuera del ámbito mercantil e institucional. De hecho, a lo largo de las discusiones de los grupos aparecen algunas referencias a la necesidad de la ciudadanía de organizarse para dar respuesta a sus necesidades. Incluso, y ya en el terreno de las prácticas concretas, aunque de manera minoritaria, emergen alternativas ante la crisis como la de compartir recursos (libros, coche, CDs, etc.), usar equipamientos de uso colectivo de recursos (como las bibliotecas), reutilizar objetos desechados por otros... incluso las cooperativas de consumo ecológico aparecen en diversas ocasiones. Prácticas, pues, que sin dejar de estar en la marginalidad viven una incipiente normalización.

Para catalizar cambios profundos en nuestras sociedades en pos de una sostenibilidad y una equidad fuertes y estables es necesario combinar el estudio de vías de actuación diversas y complementarias, para incrementar al máximo el rango de incidencia y para dar espacio a las diferentes formas de actuar y trabajar por el cambio —donde unas medidas no llegan pueden llegar otras. Pensamos que a la hora de encarar el gran reto de alcanzar la sostenibilidad es importante abrir la mirada a estrategias emergentes, o ignoradas o marginadas, que sin duda pueden jugar un papel cuantitativamente significativo en algunos casos, y sobre todo cualitativamente, en tanto que “exploraciones” y “creaciones” de nuevos marcos socioculturales que drenen referentes de cambio hacia el resto de la sociedad.

Parece evidente que el papel del “bien común” y la “esfera comunitaria” tendrá que ser relanzado para hacer posible el cambio global.¹² Nuevas (o renovadas) prácticas como el consumo colaborativo¹³ y nuevas (o renovadas) articulaciones colectivas parecen estar siendo la punta de lanza de este fenómeno en el ámbito de cambio global en consumo.

Por eso hemos considerado interesante adentrarnos en este creciente universo, y en particular en uno de sus desarrollos más inspiradores: el de las articulaciones colectivas que hemos conceptualizado como Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad (ICOS), cuyo hecho diferencial es el liderazgo comunitario: la comunidad en sí misma es el sujeto de cambio. Qué mejor manera de hacerlo que analizar la praxis social y cotidiana de las experiencias surgidas en el seno de, o lideradas por, la sociedad civil. Innovaciones sociales de base en las que la población construye estructuras organizativas alternativas a las mayoritarias para satisfacer necesidades de consumo de manera sostenible, justa, comunitaria...

12. Gibson-Graham, J.K. (2006): “Postcapitalist Politics”, University of Minnesota Press.

13. Más información sobre este concepto en www.consumocolaborativo.com y www.collaborativeconsumption.com.

6.2 FISCALIDAD Y OTROS INCENTIVOS ECONÓMICOS

¿PROMUEVEN ACTITUDES PROAMBIENTALES?

En este estudio hemos tratado de analizar desde una perspectiva ambiental hacia dónde incentiva la actual fiscalidad sobre el consumo en nuestro país, así como otras políticas que podríamos incluir en el ámbito de los incentivos económicos como pueden ser regulaciones tarifarias, subvenciones o bonificaciones (planes Renove), etc. Hemos tratado de identificar elementos y ámbitos clave a tener en cuenta y hemos compilado experiencias y propuestas que pueden servir como catálogo inicial para diseñar propuestas para España en futuros trabajos. A la hora de elegir los ámbitos de consumo clave hemos centrado nuestra atención a aquellos que, como se presentaba en la introducción, se estima tienen mayor incidencia ambiental: la movilidad, la alimentación y el uso energético en el entorno doméstico junto con la construcción y demolición de viviendas, que en la mayoría de las clasificaciones de impacto medioambiental conforman en torno al 70-80% del impacto de los ciclos de vida del consumo.¹ También, por su relevancia fiscal o potencial de cambio hemos introducido el consumo de agua y la generación de residuos. La adquisición de vivienda y el consumo alimentario aparecen tratados superficialmente en el análisis del Impuesto del Valor Añadido.

La metodología ha consistido en la consulta de las leyes rectoras de estos tributos así como de literatura relevante relacionada con dichos tributos o instrumentos y en general con la fiscalidad ambiental en búsqueda de propuestas y experiencias. Asimismo, en algunos casos hemos entrado en contacto con autores o actores relevantes para obtener información específica, y también hemos elaborado algunos índices a partir de datos primarios.

1. FISCALIDAD AMBIENTAL Y CONSUMO

La Fiscalidad Ambiental (FA) encuentra tres objetivos principales en sus aplicaciones: incentivar cambios de comportamiento; cubrir costes de un servicio ambiental o costes de mitigación de daño, y objetivos fiscales o de recaudación. El primero de ellos es el más relevante desde la óptica de este trabajo, por tener un espíritu y motivación más transformador.

Si se valora la evolución en nuestro entorno de la FA el panorama es contradictorio. Por un lado existe abundante literatura desde hace más de dos décadas, así como documentos políticos nacionales e internacionales de carácter oficial,² que recomiendan su implementación. Sin embargo, su peso en los sistemas fiscales es relativamente bajo: en la media de los países de la OCDE pasó de casi un 6% sobre el total de la recaudación fiscal en 1994 a casi un 5% en 2007.³ Por otro lado, gran parte la fiscalidad con mayor incidencia ambiental no tiene un propósito ambiental, al menos primordialmente, sino que nació con motivación recaudatoria (el 95% de impuestos con incidencia ambiental en la UE).⁴ Los impuestos que sí fueron concebidos con finalidad ambiental, como los orientados a controlar la contaminación, pese a tener un peso relativo muy bajo (menos del 5% en la UE) son con diferencia los que proporcionalmente más han crecido; por ejemplo, los impuestos sobre residuos se han cuadruplicado entre 1995 y 2008. Por último, en el plano internacional existe una creciente evidencia de la efectividad de los impuestos ambientales.

En España la FA está totalmente subdesarrollada, de hecho es la más baja de la UE27 junto con Letonia, en términos de recaudación como porcentaje del PIB (1,8%), y tiene una tendencia a la baja entre 1995 y 2007. Como veremos a lo largo de este estudio, los instrumentos fiscales

1. Tukker, A. et al: "System innovation for sustainability 1: Perspectives on radical changes to sustainable consumption and production", documento final del proyecto Sustainable Consumption Research Exchange Network (SCORE!).

2. Ya en diciembre de 1991 el Consejo Medioambiental que reúne a ministros de medio ambiente de la UE reconocía la necesidad de utilizar herramientas fiscales en la consecución del desarrollo sostenible.

3. OECD.

4. Agencia Europea del Medio Ambiente (2000): "Environmental taxes: recent developments in tools for integration".

españoles con mayor incidencia ambiental también surgen de una motivación recaudatoria, y su dimensión ambiental es accidental o secundaria. Existen varias propuestas para la implantación de impuestos ambientales estatales, como una reforma ambiental del IVA, un impuesto sobre las bolsas de plástico y envases de un solo uso, un impuesto sobre las emisiones de carbono o un impuesto sobre la compra de ciertas sustancias ambientalmente peligrosas,⁵ entre otras, pero la relevancia social y política de dichas propuestas es pequeña. En el ámbito autonómico sí existen diferentes tributos creados con motivación ambiental, pero ninguno de aplicación directa sobre el consumo salvo diversos cánones del agua; también existen otros que, sin ser propiamente impuestos sobre el consumo, lo afectan de manera bastante directa, como el de las bolsas de plástico. Ambos son analizados en este capítulo. Y en el ámbito municipal encontramos algunas bonificaciones o recargos con motivación ambiental, así como unos pocos ejemplos de tasas municipales conformadas en base a criterios ambientales en el ámbito de los residuos o el agua.

En este estudio nos centraremos en la FA que afecta más directamente al consumo, aunque el sujeto pasivo no sea en muchos casos el consumidor. El peso de la fiscalidad (en general, no ambiental) sobre el consumo tiende a ser creciente en nuestro sistema fiscal, pasando de representar un 8,9% del PIB a un 9,5%; sin embargo sigue siendo la más baja de la UE27.⁶

Si observamos solamente el ámbito de la fiscalidad genuinamente ambiental vemos que en su mayoría grava actividades productivas, la generación de residuos o la emisión de contaminantes, y es poca la dirigida directamente al consumo. Las razones de ello pueden ser diversas: la praxis política habitual tiende a considerar impopulares los impuestos que recaen directamente sobre el ciudadano; por ser impuestos indirectos se les presume una mayor regresividad social; se espera

una menor eficiencia impositiva y se presupone la necesidad de cargas altas para conseguir efectividad. Sin embargo, desde hace unos años está habiendo una extensión de las bases imponibles y por tanto de los consumos, productos etc. gravados con perspectiva ambiental. De esta manera se suma al principio de “el que contamina paga” el de “el que usa/consume paga” (ya que este uso o consumo tienen un impacto por su uso de recursos de los ecosistemas). Y es que la FA sobre el consumo también puede albergar algunas ventajas comparativas frente a las barreras tradicionales que se le han atribuido.

En el terreno económico su incidencia sobre la vitalidad de las empresas es más indirecta y por tanto menor, y en el plano de la competitividad internacional su efecto sería neutro ya que no distingue origen. Éste es un dato muy relevante, ya que el no dañar la competitividad internacional de la economía local es uno de los principales argumentos utilizados para bloquear el desarrollo de políticas ambientales significativas. Una desventaja sin embargo reside en que su impacto sobre la inflación es directo, si bien, como se ha comprobado en este estudio, en la mayoría de los casos la fiscalidad española es más baja que la media de los países de nuestro entorno, cosa que le otorga un margen de acción considerable.

En el terreno fiscal las barreras tradicionales de la FA son extensibles en igual medida a la FA sobre el consumo, especialmente la potencial contradicción entre cambiar comportamientos y mantener los ingresos fiscales y el coste administrativo de gestión del impuesto en comparación con el ingreso generado.

En el terreno social es probablemente donde la FA sobre el consumo presenta su dimensión más delicada, por su potencial de regresividad social debido a tratarse de impuestos que gravan los productos o consumos, y por tanto la carga fiscal recae sobre todas las personas no en función de su renta sino de su consumo; por ello el estudio presta especial atención a este aspecto. Sin embargo tampoco podemos perder de vista que cualquier política del tipo que

5. Proposición de Ley de Fiscalidad Ambiental 122/170, 2009.

6. Eurostat 2009: “Taxation trends in the European Union - Taxes on consumption as % of GDP”.

sea, pero que sea relevante a la hora de hacer frente a los problemas ecológicos, tendrán implicaciones sociales; es decir, no es una característica únicamente de las medidas de FA sobre el consumo.

2. EQUIDAD Y FISCALIDAD AMBIENTAL SOBRE EL CONSUMO

Para hacer frente a problemas de desigualdad socioeconómica existen las políticas sociales, así como una buena parte del sistema fiscal (no ambiental) y de la regulación del mercado laboral. Sin embargo, no se puede separar la dimensión social de la ambiental, unidas en el propio concepto de “desarrollo sostenible”. Además, la propia aceptabilidad y factibilidad social a medio/largo plazo de las políticas ambientales depende entre otras cosas de su impacto social y de cómo éstas sean percibidas como socialmente equitativas en el reparto de esfuerzos. Por tanto la fiscalidad ambiental no puede perder de vista su papel en la **equidad ambiental**. Según Ortega y Calaf, “la equidad ambiental es una visión útil para la administración pública para integrar políticas ambientales y sociales. Pretende conseguir una distribución equitativa de los bienes e impactos ambientales entre los diferentes colectivos sociales y territorios”.⁷ Para analizar los efectos distributivos de un instrumento de fiscalidad ambiental hemos de fijarnos básicamente en tres dimensiones:⁸

1. Por un lado saber **quién se ve más o menos beneficiado por los efectos ambientales positivos** que provoca dicho instrumento, una dimensión muy importante pero poco estudiada debido a su complejidad. Como norma general se podría asu-

mir que los grupos de rentas bajas tienden a ser más beneficiados por las mejoras ambientales, ya que tienden a residir en zonas ambientalmente más degradadas, y además en caso de crisis de recursos por problemas ecológicos serán los más perjudicados debido a los previsibles incrementos de precios y a la falta de recursos para mitigar los daños, encontrar alternativas...

2. Otra dimensión muy relevante es **cómo se distribuye la carga fiscal**. Ello depende de diferentes elementos; por ejemplo, según diversos estudios un impuesto indirecto sobre el consumo de energía o de los combustibles sería progresivo en el caso del carburante para transporte, pero regresivo en el caso de la energía doméstica (electricidad y calefacción). De hecho, el efecto agregado ante estas dos dinámicas “contradictorias” sería casi neutral en Francia, Alemania, Italia, España y Holanda, pero regresivo en el Reino Unido e Irlanda. Varios de estos estudios señalan otros elementos más allá de la renta a tener en cuenta (localización, climatología, tipo de familia...).

3. Pero más allá del reparto de la carga fiscal, varios trabajos plantean que el efecto final sobre la distribución de la renta no es en absoluto independiente de **qué se haga con los ingresos generados**.⁹ En este sentido hay tres opciones básicas:

La primera es financiar proyectos ambientales que mejoren la efectividad de la política ambiental a la par que tengan un efecto redistribuidor (p.e. subvencionar un mejor aislamiento a determinados grupos sociales).

La segunda posibilidad es utilizarlos para reducir otros ingresos públicos. Aquí en esencia existen esencialmente tres vías:

a) Reducir los impuestos directos, lo que tendría efectos regresivos.

b) Reestructurar los impuestos indirectos, hacien-

7. Ortega, M. y Calaf, M. (2010): “Equitat ambiental a Catalunya. Integració de les dimensions ambiental, territorial i social a la presa de decisions”, Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible de la Generalitat de Catalunya. Este estudio es el primer análisis empírico realizado en España sobre la realidad de la equidad ambiental, pero está centrado en la comunidad autónoma de Cataluña.

8. Roca, J. (2000): “Instrumentos para una economía más sostenible: mercados y política ambiental”, en “Hacia una economía sostenible”, Centre de Cultura Contemporània de Barcelona/Bakeaz.

9. Simon, H. (1957): “Models of man, social and rational: mathematical essays on rational human behavior in a social setting”, Wiley.

do que tengan más peso los impuestos ambientales y menos otros como el IVA. Los efectos distributivos de este tipo de reforma podrían ser diversos.

c) Sustituir parte de las cotizaciones sociales por impuestos ambientales de manera que se favorezca la creación de empleo frente al uso de energía y la contaminación. En principio esta medida tiende a la progresividad.

Básicamente, éstos vendrían a ser los planteamientos posibles de la reforma fiscal verde (RFV) que se han dado en cierta medida en algunos países como Finlandia, Alemania, Checoslovaquia o Reino Unido.¹⁰ En este sentido existen diversas simulaciones realizadas para España que fueron revisadas,¹¹ mostrando en resumen una elevada capacidad de estos tributos (impuestos sobre emisiones o energía) para obtener una recaudación significativa y conseguir reducciones en los consumos energéticos y en las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), así como generalmente resultados positivos tanto en términos de empleo como de bienestar. Por último, el perfil distributivo, si bien ligeramente regresivo, no parece especialmente preocupante y resulta mucho menos marcado que el observado en otros países de nuestro entorno con figuras similares.

La tercera alternativa consiste en distribuir los ingresos total o parcialmente mediante políticas de gasto público o transferencias.

Un reciente estudio de ámbito europeo que observa las consecuencias redistributivas de un impuesto sobre el carbono similar a los que se han planteado para la UE o para el Reino Unido llega a las mismas conclusiones, aunque reconoce una significativa variabilidad entre países.¹² Si bien este impuesto tie-

ne un efecto regresivo por sí mismo, especialmente en países donde las necesidades de calefacción son más altas (norte y centro de Europa), utilizar la recaudación para reducir tipos impositivos en muchos casos no conseguiría compensar la regresividad. Sin embargo, medidas de redistribución “lump-sum” por ejemplo vía exenciones en la fiscalidad sobre la renta a grupos de bajos ingresos o pagos mediante subsidios sociales sí podría compensar de media dicho efecto en esas capas de población.

Por último es necesario señalar, como hace este estudio, que existen otros tipos de políticas de incentivos económicos mediante los cuales se puede lograr la progresividad social, como las políticas tarifarias (veremos un caso exitoso en Colombia en el apartado Consumo energético en el hogar).

3. MOVILIDAD

La movilidad es uno de los ámbitos de consumo con mayor impacto ambiental (en torno a un 48% de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) entre la gasolina y el gasóleo)¹³ y el de mayor crecimiento (un 71,4% entre 1990 y 2009; entre 1990 y 2007 los que más crecieron fueron la aviación —un 241%— y el transporte por carretera —un 95%—, medido en viajeros-km).¹⁴ De hecho la crisis económica ha marcado un significativo descenso en las emisiones españolas de GEI, acercándonos incluso a los objetivos de Kyoto, pero es precisamente en el transporte donde esa dinámica se ha dado en menor medida, con una caída durante la crisis de tan solo un 16%.¹⁵

Por otro lado, es uno de los sectores donde el efecto rebote se muestra con más fuerza; los descensos de emisiones por km provocados por las mejoras tecnológicas han sido absorbidos por el aumento de los desplazamientos y de los km recorridos. Por todas estas razones es uno de los ámbitos prioritarios.

10. Labandeira, X. (2011): “Nuevos entornos para la fiscalidad energética”, Economics for Energy, Working Paper.

11. Labandeira, X. et al (2009): “La fiscalidad energético-ambiental como espacio fiscal para las comunidades autónomas”, en “La asignación de impuestos a las comunidades autónomas: desafíos y oportunidades”, Instituto de Estudios Fiscales.

12. Panzone, L. y Smith, S (2011): “Redistributional effects of a carbon tax on the demand for energy in the EU”, Work Package 5, EUPOPP.

13. Rodríguez, J. (2004): El Impuesto Especial sobre Hidrocarburos y el medio ambiente”. Documentos nº 6/04, Instituto de Estudios Fiscales, Ministerio de Economía y Hacienda.

14. Observatorio de la Sostenibilidad en España: “Atlas de la sostenibilidad en España 2009”.

15. Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino (2011): “Avance de la estimación de emisiones de GEI”.

rios en los que introducir políticas efectivas, incluidas las de incentivos económicos. Veamos los impuestos más relevantes relacionados con la movilidad.

El Impuesto Especial sobre Hidrocarburos tiene una motivación básicamente recaudatoria.¹⁶ De hecho, es la cuarta fuente de ingreso fiscal más importante para el Estado. Sin embargo, la propia ley justifica “motivaciones extrafiscales en los costes sociales” que no aparecen reflejados en el precio. Si analizamos su estructura interna por un lado observamos alguna medida marginal de carácter ambiental, como es el tipo nulo a los biocarburantes hasta 2012 o un tipo más bajo al gas licuado. Pero, por otro lado, y de manera más relevante cuantitativamente, en algunos sentidos su estructura es antiecológica, ya que el carbón (el más contaminante de los combustibles fósiles) está sujeto a un impuesto especial más bajo, existen exenciones a la aviación y, por último, el gasóleo, que genera bastantes más contaminantes de impacto más local que la gasolina, tiene un tipo bastante más bajo que ésta; en 2007, la emisión de una tonelada de CO₂ a partir de gasóleo pagaba el 67% de los impuestos que pagaría si se emitiese a partir de gasolina.¹⁷ Ello ha contribuido a la “dieselización” del parque automovilístico (en 2008 el gasóleo ya representaba en torno al 80% del consumo de carburante de automoción).¹⁸

Aun así, es sin duda el impuesto con mayor incidencia ambiental, ya que sin su existencia se darían consumos per capita mucho más altos. En España el precio antes de impuestos está por encima de la media europea, y sin embargo el precio final de la gasolina en 2010 estaba bastante por debajo (un 14,1%), ya que tiene una fiscalidad más baja; en el caso del gasóleo ocurre lo mismo pero

en menor medida.¹⁹ En el caso de las gasolinas sin plomo en 2010 los impuestos constituyen un 52,2% del precio final, siendo la proporción más baja de toda la UE; incluso teniendo en cuenta el poder adquisitivo, los ciudadanos de solamente 3 de los 27 países hacían un menor esfuerzo fiscal en el pago de dichos impuestos.²⁰ De hecho la presión fiscal sobre los hidrocarburos ha tendido a disminuir; se ha situado en el 1,17% del PIB en el 2007, muy por debajo del 1,48% alcanzado por la media de la UE.²¹ Esto se ha debido, entre otras razones, a que los tipos se han actualizado desde los años 90 muy moderadamente (31,7% frente a 76,6% de la inflación), perdiendo hasta un 20% de su valor real en los últimos 10 años.

Desde esta perspectiva se pueden hacer varias reflexiones a la hora de plantearse cambios futuros. Primera, en clave de comparativa con los países de la UE el aumento estaría justificado ya que actualmente se encuentra significativamente por debajo de la media. Segunda, que su extraordinaria capacidad recaudatoria, así como el hecho de que el consumo de hidrocarburos es la principal carga importadora de nuestro país y, por tanto, responsable del déficit comercial, hacen que las motivaciones ambientales se vean totalmente reforzadas por los intereses económicos.

Tercera y última: si nos fijamos en la comparativa entre Europa y EEUU, probablemente el caso de la fiscalidad sobre hidrocarburos es un elocuente ejemplo de la efectividad en el largo plazo de las medidas fiscales que afectan al precio sobre los hábitos de consumo y los estilos de vida. En general, debido principalmente a la baja tributación sobre el consumo de gasolina, en EEUU su precio ha sido históricamente tres o cuatro veces inferior al de muchos países europeos. Esto ha creado unos hábitos de movilidad, estructuras urbanas, características de consumo por km de los vehículos, etc.,

16. Existe también otro impuesto sobre los hidrocarburos que es repercutido sobre el consumidor, el Impuesto sobre las Ventas Minoristas de Determinados Hidrocarburos (IVMDH). Nos centraremos en el impuesto especial por su mayor importancia.

17. Elaboración propia a partir de Roca Jusmet (coord.) (2007): “Fiscalidad y cambio climático”, Dpto. de Medio Ambiente y Vivienda de la Generalitat de Cataluña.

18. El Correo, 3 de noviembre de 2008.

19. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2010): “La energía en España”.

20. Agencia Internacional de la Energía (2011): “Energy prices and taxes. Quarterly statistics”.

21. AEAT, 2007. En los cálculos se ha tenido en cuenta también la recaudación por el IVMDH introducido en 2002, que viene a justificar el repunte aludido.

que implican estilos de vida mucho más intensivos en gasolina. Consecuentemente, el consumo de gasolina per capita estadounidense quintuplica el de países como Alemania, Reino Unido o Francia, pese a tener rentas per capita muy similares.

Por tanto el caso de los hidrocarburos muestra que cuando hay la voluntad política suficiente hay la posibilidad de gravar con rotundidad determinados consumos y esto tiene un efecto muy significativo sobre los niveles de consumo y los estilos de vida subyacentes, así como sobre el contexto que los afecta.

Un trabajo econométrico estima que si todos los países de la OCDE (incluido EEUU) tuvieran la fiscalidad de los países que la tienen más alta (Reino Unido y Holanda) y una elasticidad precio de -0,7% se podría esperar una reducción en el uso de carburante y sus emisiones asociadas del 40%.²² Sin embargo, en el corto plazo la estimación de la elasticidad del carburante de locomoción en España es de -0.06,²³ lo que hace pensar que los efectos significativos en la demanda tardarían en llegar. Y es que el consumo de hidrocarburos derivado de la movilidad es central en nuestros estilos de vida y en la insostenibilidad de nuestra sociedad. Por tanto, intentar afectar a sus niveles de consumo afecta de raíz al estilo de vida, a la ordenación del territorio, al urbanismo, a la disponibilidad de bienes, a la organización socioeconómica, etc. Es probablemente un muy buen ejemplo de la necesidad de enlazar medidas de incentivos económicos (como las fiscales) junto con otra serie de políticas más integrales. Si no está acompañada de una política territorial y urbanística enfocada a hacer posible una movilidad sostenible y un fuerte desarrollo de los transportes públicos, una fiscalidad creciente sobre su consumo será claramente ineficaz e inequitativa.

Generalmente el conocido popularmente como **Impuesto de Circulación** (Impuesto sobre Vehículos

de Tracción Mecánica) se justifica por el hecho de que los usuarios de los vehículos se benefician de una serie de gastos que deben realizar los municipios (mantenimiento y ampliación del pavimento en las vías urbanas, señalización y ordenación del tráfico urbano, creación de espacios de estacionamiento, etc.). De hecho, el peso de la recaudación en el total de los ingresos municipales es significativo (en 2005 representaba una media del 4,59% de los ingresos municipales, situándose como segunda fuente fiscal en ingresos municipales).

Si observamos el ámbito de la UE en referencia a este impuesto encontramos una significativa heterogeneidad. De los 27 estados miembros, 7 no aplicaban este impuesto y entre los que lo aplicaban sólo 7 gravaban los vehículos en función de criterios medioambientales en su base imponible.²⁴

El actual impuesto en España no incorpora criterios ambientales en su base imponible, pero sí permite el uso discrecional de bonificaciones o coeficientes con motivación ambiental; pero no son muy utilizadas, por lo que se deberían estudiar instrumentos para favorecerlo. Por ejemplo, en el caso de Barcelona existe por un lado una bonificación del 50% en la cuota del impuesto el primer año a los turistas con emisiones de hasta 100 gr de CO₂/km, y del 25% a emisiones desde 101 hasta 120 gr de CO₂/km. También existe otra bonificación ambiental del 75% en función de la clase de carburante utilizado y de las características del motor, según su incidencia en el medio ambiente.

De todas formas, este impuesto varía mucho entre municipios; según un estudio, en 2008 las diferencias entre casos extremos llegaban al 365%.²⁵ Además, la posibilidad de bonificaciones ha sido instrumentalizada por algunos municipios en dirección totalmente contraria por lo que debería ser regulada, generando “paraísos fiscales”. Tal es el caso de seis pequeños municipios cercanos a grandes urbes en los que se matriculan más del 25% del total de coches de empresa de toda España.

22. Sterner, T (2007): “Fuel taxes: an important instrument for climate policy”, Energy Policy 35. Citado en Roca Jusmet (coord.) (2007): “Fiscalidad y cambio climático”.

23. Labandeira, X. et al (2006): “A residential energy demand system for Spain”, Energy Journal 27.

24. Asociación Europea de Fabricantes de Automóviles: “Tax Guide 2009”.

25. Asociación Europea de Automovilistas.

El **Impuesto de Matriculación** (Impuesto Especial sobre Determinados Medios de Transporte) es un impuesto estatal cuya finalidad original es eminentemente recaudatoria (fue establecido con el fin de compensar la pérdida recaudatoria producida por la supresión del tipo incrementado del IVA). Sin embargo, la propia ley señala el motivo de querer mantener una presión fiscal equivalente sobre vehículos cuyo uso produce costes sociales específicos en el ámbito de la sanidad, las infraestructuras o el medio ambiente. De hecho, desde 2008 la escala de tipos depende de las emisiones del vehículo (aunque continúan existiendo exenciones ambientalmente injustificadas, como la de las aeronaves o la de los camiones y vehículos de uso exclusivamente industrial). Su impacto sobre las decisiones de compra de los españoles es difícil de medir, más en un país donde el crecimiento del número de vehículos ha sido acelerado en las últimas décadas (en 2007 se situaba en un 126% respecto a 1986 de turismos y casi un 300% de motocicletas).²⁶ Sin embargo en el último año los datos muestran un descenso en las emisiones medias de los vehículos (6% anual). Probablemente los nuevos tipos han contribuido a fomentar la compra de vehículos de menores emisiones, así como el propio avance tecnológico en esa dirección. A nivel europeo ya son 17 los países que en sus impuestos de adquisición o uso de vehículos discriminan según emisiones.

La fiscalidad sobre la adquisición de vehículos en España es relativamente baja comparada con otros países de la UE, por lo que podría ser planteable un aumento. Sin embargo existe la propuesta desde la Comisión Europea de reformar la fiscalidad sobre los automóviles con el objetivo de que el impuesto de matriculación tienda a desaparecer, de manera que la recaudación quede compensada por un aumento en el Impuesto de Circulación, vinculado a las emisiones de CO₂, y el de Hidrocarburos. Un estudio estima que esta reforma se podría aplicar en España de manera factible con una transición de 10 años que llevara a un aumento del 50% de media en el Impuesto de Circulación, que quedaría vinculado a un tipo progresivo que tendría como

base imponible las emisiones por km.²⁷ A su vez esta modificación también requeriría de un aumento del 10% en el Impuesto de Hidrocarburos, para cubrir la pérdida de recaudación.

También desde una perspectiva de progresividad ambiental (cómo evoluciona la carga fiscal por km) un estudio plantea la supresión de ambos impuestos junto con un aumento proporcional de los impuestos sobre los carburantes —se estima de un 29% en el caso español, lo que conllevaría un aumento del 12% en el precio total del carburante, lo que nos situaría cerca de las medias europeas en cuanto a precio final—, ya que éstos son los más adecuados a la hora de gravar la contaminación real que genera cada vehículo.²⁸ También propone que la recaudación esté parcialmente ligada a la inversión en transporte público.

Sin embargo, a corto plazo y tras las últimas modificaciones no se prevén grandes cambios en el impuesto, aunque se podrían hacer algunas mejoras ambientales de menor calado, como propone un estudio (que la base imponible sean las emisiones, más tramos para hacer el impuesto más sensible a las emisiones, que las aeronaves estuvieran sujetas al tipo máximo, suprimir exenciones a los vehículos de transporte de mercancías...²⁹).

En el apartado de propuestas más novedosas, y que no atienden solo al uso energético o las emisiones sino también al aumento de las congestiones de tráfico, encontramos una propuesta de utilizar como base imponible los km recorridos, en vez del consumo de carburante o las emisiones.³⁰ Para ello propone hacer uso de una tecnología por GPS que ya es utilizada por aseguradoras, que establecen bonificaciones en las cuotas por pocos km recorridos a lo largo del año u otros elementos

26. Agencia Estatal de Administración Tributaria.

27. Buñuel, M. (2009): “La tributación del transporte como instrumento frente al cambio climático”. Papeles de Trabajo nº 8, Instituto de Estudios Fiscales.

28. Espasa, M. et al (2007): “Propuesta de reforma de la fiscalidad sobre el automóvil”, Reial Automòbil Club de Catalunya.

29. Propuestas tomadas de Roca Jusmet (coord.) (2007): “Fiscalidad y cambio climático” (op cit) y Proposición de Ley 122/170 sobre fiscalidad ambiental (2009).

30. Labandeira, X. (2011), op cit.

como buena conducción (respetuosa con los límites de velocidad). Este impuesto podría de hecho establecer recargos en determinadas horas o zonas con el objetivo de evitar congestiones. Desde una perspectiva de progresividad ambiental tiene la ventaja de gravar los km recorridos y por tanto neutraliza el efecto rebote o la regresividad ambiental de los impuestos de matriculación o circulación. Por otro lado, a diferencia del impuesto sobre carburantes no incentiva la mejora tecnológica en pro de la eficiencia. Esta propuesta busca también preparar el sistema fiscal para la posible sustitución de buena parte del parque automovilístico por vehículos eléctricos ante la caída en la recaudación que supondría en el impuesto de carburantes, que cobra por gasolina consumida (los eléctricos pagarían sólo los impuestos a la producción eléctrica, que son más bajos) en vez de por km recorrido (pagarían todos independientemente de su combustible).

Por último, una forma de potenciar las plataformas de *carsharing* sería favorecerlas con desgravaciones fiscales significativas.³¹

Una política de incentivos económicos no fiscal que también ha sido largamente utilizada en España (en 14 años 3,3 millones de vehículos se acogieron al plan) y que últimamente ha sido justificada también en términos ambientales son las ayudas a la renovación de vehículos —los llamados **planes Renove**. Su bondad ambiental, sin embargo, también ha sido cuestionada, ya que si bien los vehículos nuevos tienen menores emisiones por km también son más potentes, y sobretodo porque acortar la vida de un vehículo implica favorecer la fabricación de nuevos utilitarios, con la mochila ecológica que eso comporta. Un estudio reciente de ámbito español concluye que, desde una perspectiva ambiental, retirar un vehículo de la circulación antes de los 20 años de vida útil para sustituirlo por otro de menos emisiones no está justificado, mientras que actualmente los

planes Renove sólo exigen una antigüedad 10 años (anteriormente 15).³²

Como sucesor de los planes Renove nació en 2008 el Plan VIVE: financiación a coste cero para la adquisición de un vehículo que incluye tanto medidas que pueden calificarse de ecológicas (limita a 140 gr de CO₂/km las emisiones de los vehículos nuevos subvencionados e incluye la compra de coches usados con menos de 5 años y que cumplan los límites de emisiones) como medidas antiecológicas (el límite de antigüedad del coche a desgazar pasa de 15 a 10).

Por otro lado, los descensos en las emisiones por km (en el medio plazo, no tanto en el muy corto plazo) tienden a ser absorbidos o incluso superados por el aumento de los kilómetros recorridos, al abarataarse el precio por menor uso de carburante y por el aumento de la cilindrada media de los coches; es lo que se llama efecto rebote. Según la Agencia Europea del Medio Ambiente, los km recorridos aumentarán en los próximos años un 10-30% como resultado de la mayor eficiencia en el consumo de combustible de los coches; Herring cifra en un 30-50% el efecto rebote del transporte privado en Europa, no solo debido al mayor uso y a la mayor cilindrada sino también al mayor peso de los vehículos.³³ Por ejemplo, en el caso del Volkswagen Golf —uno de los coches más vendidos en Europa— la mejora en la eficiencia ha sido del 6% y sin embargo el aumento en el peso del vehículo ha sido del 50% en el periodo 1974-2003.³⁴

4. CONSUMO ENERGÉTICO EN EL HOGAR

El consumo eléctrico en los hogares es otro importante vector ambiental; el 21,7% de las emisiones de GEI de la economía española son atribuibles a la producción de electricidad,³⁵ y el 27% del con-

31. Ser socio de dichas plataformas da derecho al uso de unos vehículos bajo unas condiciones y precios. Hoy en día existen más de seiscientas ciudades en el mundo donde la gente puede utilizar estos servicios, varias de ellas en España (Barcelona, Madrid, Mallorca, Bilbao y Zaragoza).

32. Aranda Usón, A. et al (2010): "Energy efficiency in transport and mobility from an eco-efficiency viewpoint". Centro de Investigación de Recursos y Consumos Energéticos, Universidad de Zaragoza.

33. Herring, H. (2006): "Rebound effect", The Encyclopaedia of Earth.

34. Throne-Holst, H. (2003): "The fallacies of energy efficiency: The rebound effect?". Strategies for Sustainable Energy Technology Workshop, noviembre 2003.

35. A partir de datos de Red de Ciudades por el Clima en "Herramienta de cálculo para el sistema de indicadores de diag-

sumo final de ésta es atribuible a los hogares.³⁶ Y es que el consumo eléctrico ha crecido sostenidamente hasta 2007 muy por encima de la media europea.³⁷ El significativo aumento del consumo puede ser atribuido a muchas razones, como el desarrollo económico y de la sociedad de consumo en nuestro país, o unos precios y una fiscalidad baja.

En cuanto a precio, en 2009 en España el precio medio de la electricidad para uso doméstico (impuestos incluidos) fue de 0,1577 €/kWh, por debajo de la media europea (0,1658 €/kWh en la UE-25). En términos nominales el precio de la electricidad para un consumidor de bajo consumo entre 1989 y 2007 creció solamente un 19,4% en 18 años, por debajo de la inflación; de hecho, a precios constantes el precio disminuyó un 32% en ese periodo.³⁸ Pero desde 2007 ha habido mayores subidas, acumulando entre 2007 y 2010 una subida en términos reales del 36%.³⁹

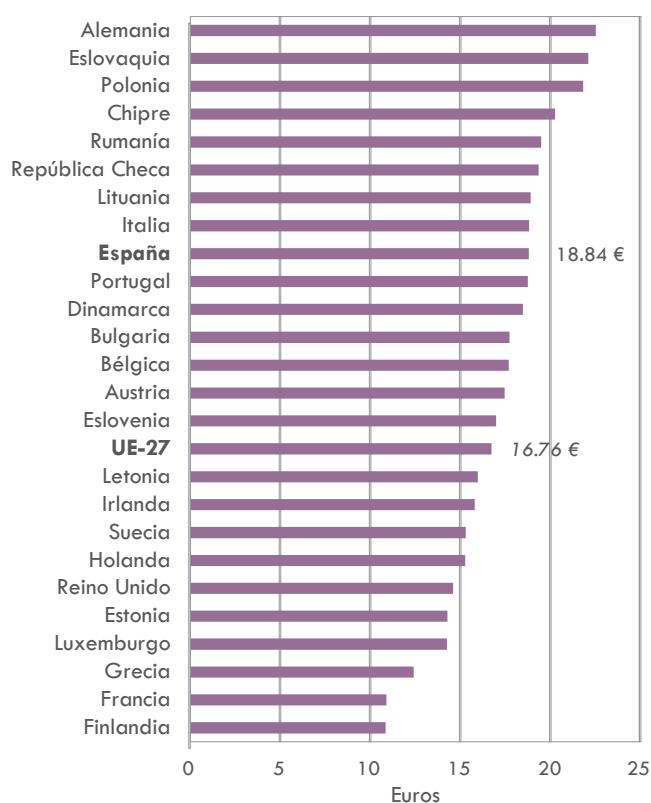
En cuanto a fiscalidad, recae sobre la electricidad el IVA (18%) y el Impuesto Especial sobre la Electricidad (4,86%). Este Impuesto, como explicita la propia ley, nace con una motivación totalmente recaudatoria, y su única dimensión ambiental está en la exención a las instalaciones en régimen especial que corresponden a las productoras de energías renovables. Actualmente la emisión de GEI o consumo energético vía demanda eléctrica (por gramo de CO₂ o por julio consumido) están comparativamente mucho menos gravados que su equivalente vía consumo de gasolina.⁴⁰

Para dar un primer paso en la ambientalización del impuesto se podría comenzar por gravar la cantidad de electricidad consumida, en vez de su valor. Otro importante campo de ambientalización a estudiar podría ser la diferenciación de

tipos según la bondad ambiental de las fuentes de producción eléctrica (mix eléctrico) distribuidas por la empresa comercializadora o la tarifa elegida (si se diferenciara según origen).

Otra posibilidad a estudiar sería el aumento del tipo, aunque si comparamos con otros países, si bien es cierto que la fiscalidad es muy baja (por debajo de la media UE27, puesto 15º en 2010) el precio final no lo es tanto (por encima de la media UE27 pero por debajo de la media de la eurozona); por tanto el margen, al menos comparativamente, no es excesivamente amplio.⁴¹ Si hacemos esta comparación teniendo en cuenta el poder adquisitivo medio el resultado depende de con que países se establece la comparativa, pero según datos de Eurostat está ligeramente por encima de la media de la UE27, en el 10º puesto (ver Gráfica 6.2.1).

Gráfica 6.2.1. Precios de la electricidad por 100 kWh para consumidores domésticos (impuestos incluidos), en paridad de poder adquisitivo



Fuente: Eurostat 2010.

41. Ministerio de Industria (2010), op cit.

nóstico y seguimiento del cambio climático” cap. 18, datos obtenidos de IPCC (2006) y de UNESA.

36. Cálculos propios a partir de Eurostat.

37. A partir de datos de Red de Ciudades por el Clima (op cit), cap. 3.

38. Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la AEAT: “Impuestos Especiales. Estudio relativo al 2007”, cap. 6.

39. Cálculos propios a partir de Eurostat e INE.

40. Labandeira, X. (2011), op cit.

De todas formas son estadísticas sujetas a mucha matización, porque por ejemplo dentro de los consumidores domésticos se observa que para los mayores consumidores España estaba por debajo de la media europea, mientras que para los menores consumidores estaba significativamente por encima.⁴² Por tanto esta subida del tipo se podría hacer de manera que se tuvieran en cuenta estas diferencias, es decir, crear tramos en el impuesto atendiendo al consumo per capita (lo que presentaría retos administrativos) o por hogar, de manera que el tipo subiese al aumentar el consumo.

En cualquier caso, y atendiendo a los estudios sobre elasticidad-precio,⁴³ no parece descartable el uso de herramientas fiscales o tarifarias que afecten al precio como medio para promover patrones de consumo más sostenibles en el corto y el largo plazo. De hecho, un estudio que analiza el impacto del impuesto sobre emisiones existente en Holanda detectó una reducción del 8% anual en la demanda doméstica eléctrica (frente al 4% en gas).⁴⁴ Otro estudio analiza el impacto de las medidas de gestión de demanda en California en la crisis eléctrica de la primavera de 2001, y muestra que sí pueden esperarse significativos cambios en la demanda a partir de políticas decididas de incentivos económicos; el consumo doméstico medio cayó un 12% en 60 días.⁴⁵

Un modelo de simulación de la aplicación de un impuesto energético sobre las emisiones de CO₂ en España señala la posible regresividad social de sus efectos (la carga fiscal es proporcionalmente mayor para los hogares de menores ingresos) pese a su efectividad ambiental (estima una disminución de las emisiones de GEI de los hogares en un 17% res-

pecto a 1995, sobre todo del consumo eléctrico doméstico, 7,8 %).⁴⁶ Por tanto, si bien estos impuestos son medidas efectivas, pueden ser socialmente regresivos. Como veíamos en el apartado *Equidad y fiscalidad ambiental sobre el consumo*, existen diferentes formas de compensar estos efectos sociales y también otras herramientas de incentivos económicos que puedan afrontar dicha regresividad y a la vez ser ambientalmente efectivas, como son las tarifas de gas y electricidad.

Tarifas eléctricas

A la hora de estudiar los incentivos económicos a la variación de hábitos y decisiones de consumo eléctrico, el sistema tarifario es un elemento crucial. En el caso de la electricidad actualmente en el mercado conviven, por un lado, unos precios sujetos a un mercado liberalizado (16% de consumidores domésticos) y, por otro, unos precios sujetos a la llamada Tarifa de Último Recurso (TUR) (el 84% restante),⁴⁷ que viene marcada por regulaciones gubernamentales en base a una serie de costes y otros elementos. Existen unos costes regulados que se incluyen en ambas tarifas y que son ambientalmente cuestionables, como los asociados a la moratoria nuclear, al ciclo del combustible nuclear y los del carbón autóctono.

Otro elemento relevante es el llamado *déficit de tarifa*: las tarifas finales no cubren los costes establecidos por el mercado y el organismo regulador del sistema, y engrosan la deuda para siguientes ejercicios. Esto ambientalmente es un problema, ya que al contener los precios actuales de la energía, financiándolos con cargo al consumo futuro, se eleva el consumo presente. Sin embargo, cómo repartir este déficit y sus causas es objeto de debate, ya que según algunos autores se ha dado desde los años 90 un mecanismo de “reasignación de rentas” en el sentido de que el consumidor doméstico paga por encima del coste unitario,⁴⁸ de manera que fi-

42. Eurostat 2010.

43. Labandeira, X. et al (2011): “Estimation of elasticity price of electricity with incomplete information”, *Energy Economics*.

44. Berkhout, P.H.G. et al (2004): “The ex post impact of an energy tax on household energy demand”, *Energy Economics* 26.

45. Reiss, P.C. y M.W. White (2003): “Demand and pricing in electricity markets: Evidence from San Diego during California’s energy crisis”, NBER Working Paper 9986. Citado en Fernández, L. (2005), op cit.

46. Labandeira, X. et al (2008): “Los costes de los ajustes relacionados con Kyoto para los hogares españoles”. Documento de Trabajo marzo 2008, Fundación de Estudios de Economía Aplicada.

47. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

48. Martínez López, L.: “¿Cuánto vamos a pagar por el déficit tarifario?” *Viento Sur*, mayo 2010.

nancia el hecho de que los grandes consumidores industriales paguen muy por debajo del coste unitario. Desde una perspectiva ambiental, las transformaciones en el sistema tarifario deben partir del principio de cubrir los costes en su totalidad, lo que provocaría subidas en torno al 20-30 %.⁴⁹ Pero igualmente el debate debería afrontar el cómo se asignan los costes entre consumidores industriales y domésticos, y también dentro del sector de consumidores domésticos, diferenciando entre hogares intensivos en energía y hogares no intensivos, lo que suele ir asociado a grupos de renta. Por otro lado, se debería estudiar la posibilidad de no solo cubrir los costes actuales reconocidos, sino cubrir costes hasta ahora ocultos (externalidades), e incluso proveer recursos para financiar la transición a un modelo de generación y consumo eléctricos más sostenibles.

En línea con ese debate y analizando la estructura del sistema tarifario resaltamos que es un sistema sobredimensionado, y la tarifa no ofrece señales significativas a los consumidores sobre los costes ni sobre el grado de saturación de la capacidad de generación (como media anual, no se utiliza más de un 60-70% del parque de producción eléctrico). Promover un reparto de consumos a lo largo del año y sobretodo del día para evitar puntas es en general algo mucho más al alcance de los consumos industriales, por el hecho de que los consumos domésticos van ligados a actividades que no pueden ser realizadas en general en otros momentos del día.

En lo que sí puede aportar sin duda la gestión de la demanda doméstica es en la reducción del consumo total. Un elemento relevante a analizar es el hecho de que hay una falta de progresividad en los precios que incite al ahorro, ya que para los consumos más bajos el precio medio por kwh de partida aumenta al aumentar la potencia contratada pero esta situación se difumina a medida que el consumo de electricidad aumenta, y se agrava cuanto mayor es la potencia contratada. Por último y en esta línea, el sistema muestra cierta re-

gresividad social ya que no es cierto que todos los consumidores paguen un precio más alto cuando contratan una potencia más elevada,⁵⁰ o al menos esto no es así para todos los niveles de consumo. Desde las instituciones reguladoras en algún momento se han dado algunas señales explícitas de querer reformar la estructura tarifaria para afrontar en parte algunas de estos problemas, pero han sido intentos leves y algunas medidas han durado un sólo año (mínimo exento, penalización por exceso de consumo, tarifa social).

En un reciente estudio de ámbito europeo sobre los efectos distributivos de potenciales impuestos energéticos se plantean las **tarifas progresivas** como una herramienta interesante, entre otras, especialmente en aquellos países donde las comercializadoras eléctricas son de propiedad pública o en entornos muy regulados.⁵¹ Incluso en países donde el sistema fiscal presenta un alto nivel de fraude pueden permitir formas alternativas de redistribución. Y es que, según este mismo estudio, desde un punto de vista económico las tarifas progresivas actúan de manera similar a las transferencias “lump-sum”, que como hemos visto en el apartado dedicado a la equidad son una de las mejores herramientas para compensar los efectos regresivos de un impuesto energético, pero presentan una ventaja extraordinaria sobre estas transferencias y es que política y comunicativamente resultan mucho más sencillas de entender y claras en sus mensajes frente a los sistemas impositivos que compensan con rebajas fiscales o aumentos en subsidios. Por otro lado presentan también obstáculos, algunos similares a los de los impuestos energéticos, ya que podría haber grupos de ingresos bajos con consumos altos por razones específicas de necesidad y habría que crear medidas compensatorias, con los consiguientes costes y dificultades de gestión e información. También resalta el estudio que el grado de progresividad de los tramos será clave para que tenga también un efecto de ahorro energético. En el caso de sis-

49. Portal Energía y Sociedad”: “Tarifa regulada, mercado y déficit de ingresos”, materiales didácticos.

50. Fernández, L. (2005): “Tarifación de la energía eléctrica residencial en España: ¿eficiencia y progresividad?”, Dept. de Política Económica de la Universidad de Barcelona.

51. Panzone, L. y Smith, S (2011), op cit.

temas eléctricos muy liberalizados la situación se complica porque se habrían de establecer nuevas regulaciones que obligaran a esa progresividad en la estructura tarifaria.

En cualquier caso, parece adecuado estudiar las posibilidades que ofrecen las tarifas progresivas desde una perspectiva ambiental y social. De hecho, el 80% de los españoles considera que gasta más electricidad de la que necesita y, paralelamente, el 56% considera que las tarifas progresivas incentivarían el ahorro.⁵² Otro reciente estudio muestra que el 63,8% de la población española cree que los hogares que gastan más energía deberían pagar más por ella.⁵³

Existe escasa literatura científica y también ejemplos reales de aplicación de tarifas eléctricas progresivas —también llamadas en bloques crecientes o invertidos—, lo que contrasta con la gran extensión de este tipo de estructuras tarifarias para el suministro de agua. En el plano internacional ha sido utilizado un sistema por bloques crecientes en la tarifa eléctrica en Colombia con motivación redistributiva socialmente, y los resultados parecen ser positivos.⁵⁴

El caso del gas natural

El gas natural para uso doméstico en sistemas de calefacción y agua caliente no está sometido al Impuesto Especial sobre Hidrocarburos y está sujeto al IVA. Por otro lado, su tarifa responde a un modelo similar al eléctrico, que combina mercado libre con tarifas reguladas, aunque la liberalización ha avanzado más deprisa que en el mercado eléctrico (sólo un 40% de los consumidores están sujetos a la TUR). Si bien entre 2001 y 2010 el precio del gas como materia prima ha crecido (en torno a un 94%)⁵⁵ tres veces por encima de la

inflación (29,8%), el precio del gas de la TUR1 por ejemplo ha permanecido más o menos estable una vez descontada la inflación. Por tanto el precio final no ha respondido proporcionalmente al aumento del precio de la materia prima. Si miramos la fiscalidad se observa que el peso de los impuestos sobre el precio final del gas natural para los hogares es del 14,5%, muy por debajo que el de la gasolina (52,2%) y de la media europea de la fiscalidad sobre el gas natural (21,4%); sólo cinco países de la UE27 tienen menor fiscalidad, y algunos más que triplican la española. Teniendo en cuenta el poder adquisitivo, la fiscalidad del gas para los hogares se encuentra también significativamente por debajo de la media europea (un 32,8%), con 20 países por encima;⁵⁶ sin embargo, atendiendo al precio final España se encuentra sensiblemente por encima de la media de la UE27. Por tanto la subida de la fiscalidad podría estar justificada por ser comparativamente muy baja, pero su efecto sobre el precio final se debería tener en cuenta ya que ya es alto comparativamente.

En los últimos años hemos asistido a un gran crecimiento de la demanda (un 12,2% anual entre 2000 y 2006). Desde una perspectiva ambiental esto ha sido presentado como una buena noticia debido a que de todos los combustibles fósiles el gas natural es ambientalmente el menos dañino (por ejemplo, es 2,2 veces menos emisor de CO₂ por kWh que la utilización de electricidad general),⁵⁷ y por tanto parece ambientalmente justificado que tenga un tratamiento favorable en comparación con otros combustibles fósiles. Sin embargo, de cara a generar transformaciones globales significativas en el modelo energético es limitada ya que sigue siendo un recurso no renovable, centralizado y generador de emisiones. Por eso, también cabe plantearse la posibilidad de gravar más fuertemente el consumo de gas natural, ya que la diferencia con otros hidrocarburos es quizás demasiado grande.

52. Revista Consumer, 29 de junio de 2005.

53. Hanemann, M. et al (2011): “Economía de cambio climático”, Cátedra Fedea-Iberdrola.

54. Maddock, R. y Castano, E. (1991): “The welfare impact of rising block pricing: Electricity in Colombia”, *The Energy Journal* 12 (4).

55. Cálculo propio a partir de datos del índice de coste de materia prima utilizado para fijar las tarifas por parte de la Comisión Nacional de Energía.

56. Labandeira, X. (2011), op cit.

57. Elaboración propia a partir de datos de Red de Ciudades por el Clima en “Herramienta de cálculo para el sistema de indicadores de diagnóstico y seguimiento del cambio climático” cap. 18, datos obtenidos de IPCC (2006) y de UNESA.

Por otro lado, y al igual que en el caso de las tarifas eléctricas, urge estudiar la posibilidad de plantear una estructura tarifaria progresiva que incentive el ahorro sin dejar de garantizar el acceso a sectores de bajos ingresos. Actualmente, si bien el término fijo sí expresa esa progresividad, el término variable es totalmente regresivo mostrando un precio por unidad para consumos superiores a 5.000 kWh un 14,2% más bajo que el de consumos inferiores. Las ofertas de las comercializadoras con descuentos sobre el término variable también tienen un impacto desincentivador del ahorro.

Propuestas transversales relacionadas con la energía

En círculos académicos y también institucionales se discute desde hace años la propuesta de un impuesto sobre las emisiones de carbono. Con las crecientes dificultades de las finanzas públicas y la creciente preocupación por la seguridad energética, unida a la de no cumplir los objetivos de mitigación del cambio climático, el debate ha retomado cierta fuerza. Sin embargo esta imposición presenta un problema inicial: puede provocar una pérdida de competencia de la economía local, y consiguientemente no solo un perjuicio económico y de empleo para ella sino la simple deslocalización de las emisiones a otros países sin imposición energética; pero no una reducción global de las emisiones.

Por eso una de las formas que ha tomado esta propuesta es la del llamado Impuesto del Carbono Añadido (ICA). Sería un impuesto con un funcionamiento similar al IVA en términos fiscales y contables que sería añadido al precio que paga el consumidor final. De esta manera se evitaría que solo paguen este impuesto los productos producidos localmente. Como principal inconveniente encontramos el hecho de que haría falta una estimación aceptada de la huella de carbono de los productos.⁵⁸

En esta línea, en abril del 2011 la Comisión Europea presentó una nueva propuesta de directiva de tributación energética que recupera algunas de las

ideas básicas de la propuesta de “ecotasa” comunitaria de los años 90, bloqueada durante años por algunos países, España entre ellos. Esta tributación energética se dividiría en dos partes: un componente sobre el CO₂, común para todos los carburantes excepto la electricidad (ya sujeta al SECE o mercado europeo de emisiones) y que se vincularía ex-post al precio del SECE, y un componente energético que respondería a objetivos recaudatorios, de seguridad energética y/o de búsqueda de eficiencia (y determinaría los niveles mínimos).

Otra propuesta novedosa surgida recientemente en círculos académicos ha sido la Imposición sobre los Certificados energéticos de las Viviendas (ICV). Este impuesto podría ir asociado al IBI y gravar los propietarios de inmuebles en función del indicador de eficiencia energética del edificio. De esta manera las características energéticas de los edificios, así como sus posibilidades de rehabilitación energética, cobrarían mayor valor. Complementariamente su recaudación podría ser dedicada a promover la mejora de la eficiencia energética de los edificios, especialmente entre grupos de bajos ingresos con stock inmobiliario viejo o de baja calidad.

Propuestas radicales: asignación personal de carbono

A la hora de analizar propuestas políticas de cambio estructural aparecen los llamados sistemas de Cuotas Domésticas Comercializables de Emisión o de Energía,⁵⁹ o también Asignaciones Personales de Carbono. Básicamente consisten en la asignación de una cantidad de emisiones de carbono por persona en un periodo de tiempo. Cada vez que una persona comprase carburante o electricidad desembolsaría su precio en dinero, y también una cantidad de unidades de su asignación personal de carbono.

El sistema sería de escala estatal, marca una cantidad de emisiones para los próximos 20 años y establece la cantidad a emitir por año. Dicha can-

58. Ortega, M. y Calaf, M. (2010), op cit.

59. Fleming, D. (2005): “The lean economy connection. Energy and the common purpose: descending the energy staircase with tradable energy quotas (TEQs)”, segunda edición 2007.

tividad se distribuiría: una parte —un 40% según la propuesta británica— entre las cuotas personales de adultos y otra parte se subastaría semanalmente al resto de agentes de la economía: empresas, instituciones, ONG, etc., que la adquirirían a cambio de dinero. El sistema por tanto no afectaría sólo a los productos energéticos directamente “gravados”, ya que indirectamente todos los productos incluirían en su coste monetario el coste de comprar unidades de emisión. Los promotores de esta idea —que ha tenido cierta resonancia en círculos institucionales, al menos en el Reino Unido (una comisión parlamentaria emitió un informe⁶⁰ y el propio gobierno británico encargó un estudio de factibilidad en 2008)— la defienden en términos de efectividad, equidad y eficiencia. Efectividad porque establece un horizonte y un marco estable en el largo plazo (20 años), algo que según ellos las herramientas fiscales no consiguen; equidad porque todo el mundo tiene derecho a la misma asignación, lo que resulta más equitativo que un impuesto energético que grava por igual los consumos aunque su peso sobre el presupuesto familiar sea mucho mayor para los hogares de bajos ingresos; eficiencia porque como cualquier sistema sujeto a oferta y demanda autoajustaría sus precios sin necesidad de decisiones gubernamentales lanzando todo el tiempo señales que incentivarían al ahorro energético. Además establece, según estos autores, un objetivo común en el ahorro de energía que las personas pueden entender fácilmente y sobre todo percibir como justo, porque todos tienen lo mismo. Asimismo presenta un ventaja ante el “efecto rebote”, ya que establece un límite absoluto y por tanto los ahorros por un lado no podrían traducirse en aumentos por otro.

5. CONSUMO DE AGUA

Contrariamente a lo que ha ocurrido con otros consumos, los valores medios de consumo de agua marcan una tendencia levemente descendente

durante los últimos años, incluso desde antes de la crisis. Esto puede tener relación con diferentes elementos, como el hecho de que es uno de los ámbitos de consumo donde los ciudadanos están más concienciados (un 82% de los españoles creen que los hogares tienden a derrochar agua).⁶¹ Sin embargo, los cambios son pequeños (un 56% afirma que consume agua igual que hace 5 años).

Quizás el mejor papel que se puede asignar a las políticas de incentivos económicos es el de ayudar a materializar valores y percepciones que están en el discurso social pero que no acaban de hacerse tangibles en las prácticas. Sin embargo estas políticas deberán afrontar una rechazo inicial (un 53% de la población se sitúa en contra de que se regule el uso de agua, y un 62% rechaza un aumento de los impuestos o del precio). Y es que la cultura política convencional ha construido una fuerte inercia hacia las políticas de oferta (tienen un 75,6% de apoyo).⁶²

Es interesante puntualizar que la unidad de estudio y trabajo, más que el agua y su demanda en términos genéricos, deben ser sus usos. El agua es un bien básico porque lo son algunos de sus usos, como aliviar la sed, cocinar, mantener un nivel de higiene, lavar los utensilios de cocina, etc. En cambio el riego de jardines intensivos en agua, el llenado de piscinas, las duchas copiosas o los baños frecuentes... no son usos básicos y, por tanto, no tiene sentido que todo los usos estén adscritos a los mismos parámetros. De acuerdo con la Directiva europea, el precio del agua debe cumplir con un triple objetivo: la recuperación de todos los costes (incluidos la amortización de activos y los costes ambientales), la sostenibilidad ambiental y la sensibilización de los usuarios hacia un consumo responsable del agua. Cumplir este objetivo implica importantes cambios tarifarios y/o fiscales en España.

En el caso del agua existen tributaciones tanto a nivel estatal como autonómico y local. La distribución competencial del ciclo integral del agua en España implica numerosos agentes públicos y

60. Fleming, D. y Chamberlin, S. (2001): “TEQs (Tradable Energy Quotas): a policy framework for peak oil and climate change”. The All Party Parliamentary Group on Peak Oil (APPGPO), House of the Commons. www.teqs.net.

61. Fundación BBVA (2007): “Estudio sobre actitudes sociales de los españoles hacia la energía y el agua”.

62. Fleming, D. y Chamberlin, S. (2001), op cit.

privados y un marco legal amplio y complejo. Al igual que en el caso de la electricidad existe un déficit de tarifa, pero en este caso lo han sufragado presupuestos públicos; entre 1996 y 2007 el precio medio del agua suministrada ha aumentado un 104,8%, pero los costes de abastecimiento y saneamiento en el mismo periodo han aumentado un 50% y un 315,4%, respectivamente. La demanda de agua en general es considerada bastante rígida, y existe significativa literatura al respecto. Sin embargo, también es aceptado en el marco regulador que la fiscalidad y las tarifas pueden ser utilizadas como herramientas de gestión de la demanda.⁶³

El papel económico de tarifas y tributos o tasas sobre el agua está entremezclado y, por tanto, el análisis debe abordar tanto política fiscal como tarifaria. En cada municipio el precio del agua puede ser distinto, ya que su gestión es descentralizada; según un estudio, en 2009 el precio medio entre 29 municipios era de 12,98€/m³, con una desviación típica de 6,17€.⁶⁴ Si se compara con la UE-17, los españoles hacen un 44% menos de esfuerzo económico que la media para pagar la factura del agua.⁶⁵ Según la Encuesta de Presupuestos Familiares 2007, el importe medio nacional por persona y año por el servicio del agua asciende a 69,6€ (en electricidad 177€ y en telefonía 329€). Este precio puede variar significativamente entre CCAA, pero la media nacional se sitúa en el 0,59% del total del gasto medio de los hogares. Para equipararse con las medias europeas el precio medio del ciclo del agua se debería aumentar un 79%.

Distintas comunidades autónomas han establecido desde los años ochenta algunos tratamientos fiscales sobre el agua. El **canon de saneamiento** se aplica en Navarra (iniciadores), Galicia, Valencia, Baleares, Asturias, Murcia, Aragón, La Rioja, Castilla-La Mancha, Cantabria y País Vasco. En algunas CCAA no se aplica este canon pero sí otro similar de escala municipal, como en Sevilla y Madrid. Los

tipos son diferentes entre CCAA pero tienen una estructura similar (un tipo por metro cúbico consumido, normalmente), pero algunos tienen parte fija y parte variable (Cantabria), otros tienen tramos según el tamaño de la población (Valencia)... Un elemento interesante a resaltar es que, contrariamente a lo que ocurre en el caso de la electricidad, el tipo es más alto para los consumos industriales (en Navarra llega a ser un 75% superior).

Algunos autores consideran “manifiestamente insuficientes” estos impuestos (el canon navarro y los similares en estructura) desde una perspectiva ambiental, por su finalidad, el hecho imponible y el tipo de gravamen, ya que no pretenden modificar los comportamientos sino simplemente recaudar para cubrir unos costes. Sin embargo, reconocen que el sobrecoste que implica este canon puede haber incentivado medidas de ahorro de agua, especialmente en algunas industrias. Además, como su peso relativo en el total del precio del agua fue significativo generó un efecto homogeneizador de la horquilla tarifaria.

El País Vasco aplica desde 2006 el llamado **canon del agua**. No es propiamente un canon de saneamiento, aunque es muy similar —quizás con mayor vocación ambiental (exenciones y bonificaciones ambientales)—, pero deja exenta la mayor parte del consumo doméstico: el que no exceda los 130 litros por persona y día.

Cataluña desde 1999 ha dado un paso más allá en la fiscalidad ambiental sobre el agua, con el establecimiento de un canon más general que incluye medidas para incentivar el ahorro y la eficiencia y penalizar el consumo excesivo. Establece tres tramos de consumo mensual por hogar, de manera que la carga fiscal por unidad de consumo sea mayor cuanto más alejado sea el consumo de un uso básico. El propio impuesto explicita que el primer tramo trata de que toda persona pueda acceder a unos 100 litros por día de consumo a un precio muy accesible (consumos básicos), y que el tercer tramo (con un precio 5 veces mayor que el del primer tramo en 2011) tiene “la finalidad de penalizar los consumos domésticos más elevados, para intentar modificar

63. OCDE (1999): Household water pricing in OECD countries.

64. Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios (FACUA), 14 de octubre de 2009.

65. Martínez, A. et al (2010): “La financiación del ciclo del agua en España. Problemática y retos de futuro”. Secretaría Gral de Presupuestos y Gastos, Instituto de Estudios Fiscales.

el comportamiento de los usuarios”. Sin embargo, pese a la progresividad de este impuesto su impacto final sobre los hábitos del consumidor está limitado, porque su peso sobre el precio final del agua es moderado (32% de media). Por tanto, si el resto de componentes del precio no siguen un esquema progresivo su efecto queda difuminado o incluso totalmente contrarrestado.⁶⁶ Algunos expertos han recomendado diversos cambios para mejorar la efectividad y equidad de este impuesto, como establecer el gravamen en función de los miembros de la vivienda mediante el padrón municipal.

El principio inspirador de la fiscalidad y la **política tarifaria** debe ser encontrar un equilibrio entre equidad, eficiencia y sostenibilidad. El diseño de tarifas debe promover que todo el mundo tienda a ocupar un espacio ambiental sostenible⁶⁷ que garantice un mínimo vital asequible y que establezca un techo máximo que disuada el derroche insostenible, determinando un espacio intermedio donde cada cual escoja su pauta de consumo pero siempre bajo el estímulo económico y cultural de los principios (quien más gaste y contamine, que pague más). En este sentido las tarifas progresivas son una herramienta interesante, como recomienda la propia OCDE. En el ámbito del consumo de agua la parte variable de la tarifa sigue tramos progresivos en muchos municipios en España, alcanzan ya al 92% de los ciudadanos españoles. Sin embargo, el resultado final de la factura no suele ser tan progresivo. Un limitado estudio⁶⁸ no muy reciente de la OCU (es de 2005) halló que, bajo tres supuestos de gasto sobre las capitales de provincia, las tarifas resultaban regresivas en al menos un tramo en la mayoría de capitales, y en 13 de ellas eran regresivas en los tres tramos. En muchos casos la estructura tarifaria total (teniendo

en cuenta la parte fija y la variable) es en realidad regresiva para muchos niveles de consumo, dado que los precios medios siguen una “U” al aumentar el consumo. Una de las causas es un elevado peso proporcional de la parte fija en la factura, por lo que una medida proambiental sería disminuir el peso de la parte fija. El otro elemento es la escasa progresividad de los tipos, que podría ser profundizada, y se podría aumentar el número de tramos. Las compañías suministradoras argumentan que si existen unos costes logísticos fijos independientes del consumo, éstos han de aparecer en la tarifa. Sin embargo, como recomiendan los autores de un estudio, la consecución de los objetivos sociales y medioambientales justifica que esos costes puedan ser cubiertos en base a la cuota variable, mediante una penalización de los consumos más altos; una especie de “subvención cruzada”.⁶⁹

Otro problema es que al no identificar el número de miembros de una vivienda se generan problemas de equidad y de eficiencia. Si bien algunos autores creen que las economías de escala en los hogares más poblados compensan en buena medida este problema, lo deseable sería establecer los bloques en función del consumo per capita real. Por tanto se podrían estudiar mecanismos cruzando datos con el padrón municipal. De hecho, existe el precedente de Flandes, donde las compañías utilizan el registro municipal (equivalente al padrón) para establecer cuántos litros gratuitos corresponden a cada hogar (existe un mínimo de acceso universal de 40 litros por persona y día). En el plano español solamente Sevilla entre las capitales ha comenzado a dar pasos significativos en este sentido;⁷⁰ en su ordenanza fiscal reguladora establece los precios por tramos y por habitante; en caso de no acreditar mediante el padrón municipal el número de personas de una vivienda se asume que vive una sola persona. A Coruña aplica un factor de corrección si viven más de tres personas en el inmueble y se notifica a la suministradora, pero en otros muchos municipios sólo se

66. Roca, J. et al (2004): “Las estructuras de precios del agua para consumo doméstico en Cataluña, desde el punto de vista de la equidad y el estímulo al ahorro”, IV Congrés Ibèric de Planificació i Gestió de l'Aigua.

67. Spangenberg, J. H. (2002): “An environmental space based approach to assess the environmental impact for household consumption”, International Institute for Applied System Analysis.

68. Calidad y precio del agua en las capitales de provincia. Organización de Consumidores y Usuarios. 2005.

69. Roca, J. et al (2006): “Ahorro de agua y tarifas domésticas”, cap. 9 en “Alternativas para la gestión del agua en Cataluña. Una visión desde la perspectiva de la nueva cultura del agua”, Bakeaz/Fundación Nueva Cultura del Agua.

70. Asociación Española de Abastecimientos de Agua y Saneamiento.

tiene en cuenta si los usuarios conforman una familia numerosa. En esta misma dirección destaca una ciudad de mucho mayor tamaño como Mataró (Cataluña), cuya empresa municipal de agua también cruza los datos con el padrón, mostrando que dicho mecanismo también es factible para los municipios grandes, y de esta manera evita que las viviendas con más de tres habitantes se vean penalizadas por el sistema de tramos progresivos.

Existen también otras medidas de incentivos económicos al ahorro, como por ejemplo la aplicación de un coeficiente corrector en el cálculo de la cuota variable, medida que se usa en Zaragoza y que premia hasta con una reducción del 10% en la tarifa a aquellos que hayan realizado un descenso en su consumo del 10% respecto a los dos años anteriores.

Otro objetivo ambiental es la reducción de los vertidos contaminantes, lo que actualmente viene asociado en el caso doméstico solamente a disminuir en general el consumo. Sin embargo, se podrían plantear fiscalidades específicamente enfocadas hacia minimizar la agresividad y cantidad de residuos, como existen en sectores industriales. Por ejemplo, instaurar tipos reducidos de IVA para productos de higiene o limpieza menos contaminantes; pero esto no estaría en manos de los ayuntamientos, y a parte podría chocar con la legislación europea sobre el IVA.

6. ALIMENTACIÓN Y OTROS CONSUMOS: EL IVA

La alimentación es un sector clave desde la perspectiva ambiental. De hecho, según un estudio de ámbito europeo sobre los impactos ambientales del ciclo de vida en términos energéticos,⁷¹ la alimentación conforma el primer ámbito de impacto, con el 31% del impacto total de nuestros consumos (en otros estudios de ámbito nacional es la tercera). Sin embargo no existe una fiscalidad específica, por lo que analizaremos el IVA en términos generales.

71. Huppes, G., A. et al (2006): "Environmental impacts of consumption in the European Union: High-resolution Input-Output tables with detailed environmental extensions", Journal of Industrial Ecology 10.3.

El Impuesto sobre el Valor Añadido es el segundo impuesto en importancia recaudatoria para España, por detrás del IRPF. En 2011 sólo dos países de la UE tenían un tipo de IVA menor que el del Estado español (ver Tabla 6.2.1). La tendencia general en el periodo 1995-2007 es a un aumento en la fiscalidad sobre el consumo, tanto en Europa (del 21,4% al 22,2%) como en España (14,2% al 15,9%).

Tabla 6.2.1. Tipos de IVA en la UE-27. 2011

	Tarifa super reducida	Tarifa reducida	Tarifa estándar	Tarifa parking
Chipre	-	5/8	15	-
Luxemburgo	3	6/12	15	12
España	4	8	18	-
Malta	-	5/7	18	-
Alemania	-	7	19	-
Holanda	-	6	19	-
Francia	2,1	5,5	19,6	-
Reino Unido	-	5	20	-
Eslovenia	-	8,5	20	-
Bulgaria	-	9	20	-
Estonia	-	9	20	-
República Checa	-	10	20	-
Eslovaquia	-	10	20	-
Italia	4	10	20	-
Austria	-	10	20	12
Bélgica	-	6/12	21	12
Irlanda	4,8	9/13,5	21	13,5
Lituania	-	5/9	21	-
Letonia	-	12	22	-
Grecia	-	6,5/13	23	-
Polonia	3	5/8	23	-
Portugal	-	6/13	23	13
Finlandia	-	9/13	23	-
Rumanía	-	5/9	24	-
Dinamarca	-	-	25	-
Hungría	-	5/18	25	-
Suecia	-	6/12	25	-

Fuente: "VAT rates applied in the member states of the European Union. Situation at 1st July 2011", Eurostat.

Esta tendencia al aumento es cuestionable desde una perspectiva de equidad. De hecho, el IVA como impuesto indirecto sobre el consumo es, en términos generales, un impuesto regresivo, ya que todos los consumidores pagan lo mismo por unidad de producto; de cara a una ambientalización del IVA se ha de tener este factor en cuenta.

En general, pese a que el IVA es un impuesto de importancia capital por su volumen de recaudación y su transversalidad por sectores y productos, su dimensión ambiental es prácticamente nula. Básicamente sus únicos elementos con dimensión ambiental serían la aplicación del tipo reducido del 8% a actividades relacionadas con gestión de aguas y residuos; la nueva exención a la rehabilitación de viviendas que incluye las medidas de aumento de la eficiencia energética como parte de la rehabilitación; y la sustracción de la base imponible del importe de los envases y embalajes reutilizables. También es interesante el hecho de que se aplica un tipo reducido al transporte de viajeros, pero, al no discriminar entre medios de transporte (avión, autobús, tren), pierde gran parte de su dimensión ambiental —por los diferentes niveles de impacto de los distintos medios. Dentro de la alimentación podemos señalar que, si bien no existe diferenciación de carácter ambiental, al menos la carne resulta relativamente más grabada que otros alimentos con un impacto ambiental menor en términos generales (hortalizas, legumbres, harinas...). Pero existen también exenciones y tipos reducidos a actividades antiecológicas, como el tipo reducido para bienes y servicios utilizados en la agricultura que incluyen por ejemplo fertilizantes y pesticidas.

Una de las principales posibilidades de ambientalización del IVA vendría de la mano de una estructuración de los tipos reducidos y “super-reducidos” en base a criterios ambientales, lo que viene limitado por la normativa europea, ya que debe estar armonizado. En el año 2000, en algunos países europeos existían varios casos de tipos reducidos ambientalmente relevantes. Los más comunes estaban relacionados con la gestión y tratamiento de agua y residuos, con algunos combustibles y con productos energéticamente aho-

rradores o eficientes. En el marco específico de la alimentación se podría revisar el régimen especial de la agricultura y ganadería, buscando establecer tipos menores a productos provenientes de modelos de producción menos agresivos con el medioambiente y menos intensivos en energía y agua (ecológico, ganadería extensiva...) y productos alimenticios de menor impacto (verduras y granos respecto a productos animales). También desde una perspectiva social se podría buscar favorecer los modelos de mayor empleo de mano de obra por euro generado, así como los modelos que ayudan a la creación de circuitos cortos de comercialización y a la supervivencia de la pequeña y mediana agricultura, garante de un medio rural vivo. Una proposición de ley sobre fiscalidad ambiental, auspiciada por varios partidos, sindicatos y grupos ecologistas, proponía modificaciones diversas sobre el IVA, como limitar el tipo reducido a fertilizantes orgánicos y excluir del tipo reducido buena parte de los productos cosméticos, la construcción de edificios y el transporte aéreo.⁷²

7. GENERACIÓN DE RESIDUOS DOMÉSTICOS

La generación de residuos sólidos urbanos está estrechamente ligada al consumo. En términos generales, y hasta ahora, el Plan Nacional de Residuos sostiene que “se mantiene el paralelismo entre el crecimiento económico y el crecimiento de la generación de residuos”.⁷³ Y es que en la última década la generación de residuos ha continuado aumentando conjuntamente con los consumos de materiales y energía, de hecho es la única fuente de emisiones de GEI que no se ha reducido debido a la crisis económica (2007-2009) y es la que más ha crecido proporcionalmente en el periodo 1990-2009. Según el propio Plan Nacional no se ha logrado “casi nada en materia de prevención ni de reutilización y hay total desinterés, cuando no la pura oposición, de los sectores productor y comercializador”. A parte, en general las tasas de

72. Proposición de Ley 122/170, 2009. Fue promovida por Ecologistas en Acción, WWF/Adena, Greenpeace, CCOO, Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds y Los Verdes.

73. Plan Nacional Integrado de Residuos 2007-2015. Ministerio de Medio Ambiente.

reciclaje son mejorables, tal y como podemos ver en la Tabla 6.2.2.

Tabla 6.2.2. Tasas de reciclaje de varios materiales

	Real según SIG*	Estimado**	Objetivos LERE (ley)
Plástico	38,40%	19,43%	22,50%
Metales	68,90%	52,09%	50%
Vidrio	60,03%	53,70%	60%
Papel y cartón	81,00%	68,18%	60%

* SIG: Sistemas Integrados de Gestión. Los datos facilitados por los SIG son difíciles de contrastar por parte de las administraciones. En general, los SIG tienden a subestimar los datos de producción de residuos y a sobrestimar los datos de reciclaje.

**Datos de la Fundació per la Prevenció de Residus (Cataluña) a partir de Arpal, Ecoacero, Recipap, Ecovidrio y Cicloplast.

Esta dinámica se debe especialmente a los envases, ya que constituyen el 26% de los residuos sólidos urbanos y son los que más han crecido. Por ejemplo, los envases de plástico se han triplicado en 20 años,⁷⁴ y entre 1994 y 2006, los envases de vidrio por persona han aumentado un 45%.⁷⁵ El consumo de bebidas enlatadas entre 1993 y 2007 se ha más que triplicado: la cerveza ha aumentado un 655% y los refrescos han aumentado un 143%.

En el caso de los residuos, la fiscalidad que afecta directamente al consumidor final se circunscribe actualmente a las **tasas municipales de residuos**. El importe de las tasas de basura varía mucho entre municipios; según datos de 2008, la recaudación por esta tasa per capita es de 44,18 euros,⁷⁶ pero la disparidad es bastante grande (desviación estándar de 29,9). La clave para que

una tasa sea ambientalmente incentivadora es que grave según la cantidad y tipo de residuos generados: lo que se conoce como **sistemas de pago por generación**. En España hay ayuntamientos que utilizan como base imponible el número de personas empadronadas por hogar, la cantidad de agua consumida (existen estudios que confirman una correlación estadística), algunos penalizan a las segundas residencias (Formentera), o utilizan los metros de fachada para penalizar el urbanismo disperso (Menorca), etc. Sin embargo, pese a que existen diversidad de bases imponibles de los diferentes municipios, son muy escasos los ejemplos de tasas por generación en España,⁷⁷ y por tanto su dimensión ambiental es prácticamente nula. Además, en tanto en cuanto la fijación de la cuantía es uniforme, es una opción regresiva socialmente, ya que existen relaciones positivas entre nivel de renta y generación de residuos por persona.⁷⁸ Por esta razón algunos ayuntamientos establecen algunos criterios para establecer las tasas en función de por ejemplo características de la vivienda (superficie, valor catastral...), lo que desde una perspectiva de renta potencial (no tanto disponible) puede ser un criterio más progresivo socialmente. En otros países están más extendidas tasas de residuos que tienen como base imponible los residuos generados, clasificados en dos tipos: sistemas que identifican el recipiente y aquellos que identifican al usuario.⁷⁹ De todas formas, estos sistemas presentan problemas de gestión ya que, en general, requieren una recogida selectiva individualizada (puerta a puerta), lo que es posible pero complicado en zonas de urbanismo denso, que predominan en las ciudades españolas. Sin embargo en determinados zonas son muy efectivos: un estudio sobre 212 municipios de EEUU con sistemas de pago por generación presentaba cifras de entre un 18% de reducción de

74. Centro Español del Plástico.

75. Asociación Nacional de Empresas de Fabricación Automática de Envases de Vidrio - ANFEVI.

76. Cálculo propio a partir de datos de Dirección General de Coordinación Financiera con las Comunidades Autónomas y con las Entidades locales. Es una media de la recaudación total per capita en concepto de tasa de residuos urbanos ponderada por la población. No separa entre recaudación doméstica y comercial.

77. Desde 2009 se aplica en Esporles (Mallorca), desde 2010 en Argenton (Barcelona) y desde 2011 en Miravet y Rasquera (Tarragona).

78. Shafil y Bandyopdhyay (1992): "Informe sobre el desarrollo mundial: desarrollo y medioambiente".

79. Se puede encontrar más información sobre estos sistemas, así como bibliografía, en Puig, I. (2005): "La reforma fiscal ecológica municipal, tesis doctoral por la Universidad Autónoma de Barcelona.

residuos y un 2% de aumento en un año, e incrementos en el reciclaje de un 32% a un 59%.⁸⁰

También existen otras medidas para generar incentivos económicos a la prevención de residuos. Por un lado encontramos la reciente creación en dos CCAA (Andalucía y Cantabria) de sendos **impuestos sobre las bolsas de plástico** de un solo uso con el objetivo de fomentar la reutilización, con motivación ambiental en el sentido de reducir residuos. Este impuesto obliga al comerciante a pagar 5 céntimos de euros por cada bolsa de un solo uso, que se espera sean transmitidos al cliente en forma de cobro por la bolsa. Los impuestos cántabro y andaluz centran su objetivo en los supermercados, eximiendo a los productos frescos y los pequeños comercios, así como a las bolsas biodegradables y las reutilizables. No existen datos que evalúen el impacto de estos impuestos porque han sido instaurados este mismo 2011, pero sí hay evidencias de que el hecho de cobrar por las bolsas de un solo uso, aunque sean cantidades muy pequeñas, reduce significativamente su uso; por ejemplo, en Cataluña, gracias a un acuerdo voluntario auspiciado por la administración entre 2007 y 2009, muchas cadenas de supermercados cobran por las bolsas y su uso se ha reducido en un 30,7%.⁸¹

Por otro lado encontramos otras herramientas que, sin ser fiscales, utilizan incentivos económicos sobre el consumidor pero bajo el principio de la responsabilidad del productor: los sistemas de depósito, devolución y retorno (SDDR). Es decir, sistemas en los que al comprar un producto se paga un depósito por el recipiente o envoltorio, que es devuelto si al terminar su vida útil se retorna al punto de venta, ya sea para su reciclaje o reutilización. La mayoría de los países que los utilizan combinan diferentes modalidades de SDDR y otras regulaciones con impuestos sobre los envases. Los SDDR funcionaban históricamente en España y otros países, articulados por las pro-

pias empresas envasadoras, para ahorrar costes de envasado. Con la aparición, abaratamiento y extensión de los envases de un solo uso —conjuntamente con la presión del sector de la distribución— estos sistemas fueron desapareciendo.

La ventaja de los SDDR es que no depositan excesiva responsabilidad sobre el consumidor, ya que las posibilidades de minimizar residuos por parte de éste es bastante limitada, sobre todo en lo referente a envases (26% del total doméstico). En España, pese a que la ley obliga a ello, los productores se acogen a lo que en principio debería ser una excepción: los Sistemas Integrados de Gestión (SIG), por los cuales las empresas responsables (las que ponen los envases en el mercado) han de asumir el sobrecoste del sistema de recogida, transporte y tratamiento de residuos, que en general está infravalorado. El resultado es que son muy escasos los sistemas de retorno de envases que han sobrevivido, y se dan exclusivamente en la hostelería. Frente a esta realidad, el SDDR aporta sin embargo unos resultados exitosos en diferentes países, como prueba el importante número de regiones y países que han instaurado estos sistemas: puede llegar a niveles de recogida del 95-98% (en España dividiría el vertido e incineración de residuos por tres), reduce mucho la basura en los espacios públicos por lo que se necesita menos limpieza viaria (reducción del 30-40% en EEUU),⁸² recupera material de muy alta calidad y reutilizable para usos alimentarios, puede reducir las emisiones asociadas en un 50-75%,⁸³ crea puestos de trabajo neto respecto al sistema actual (en torno a 12.600-13.600 en el caso español),⁸⁴ sobre todo si se recogen envases que son reutilizables, refuerza las economías locales (productores y envasadores locales)... y presenta un alto grado de aceptabilidad entre la población; un 70,9 % cree

82. Container Recycling Institute.

83. Inedit e Institut de Ciència i Tecnologia Ambientals (Univ. Autònoma de Barcelona) (2011): "Análisis del Ciclo de Vida de la gestión de envases de PET, latas y bricks mediante SIG y SDDR en España".

84. Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud (ISTAS-CCOO) (2011): "Estimación del empleo potencial en la implantación y desarrollo de la primera fase del SDDR en España", estudio para Retorna. www.retorna.org/es/retorna/documentacion.html.

80. Lapalme, S. et al (1997): "Unit pricing of residential solid waste: a preliminary analysis of 212 US communities", Agencia de Medio Ambiente de EEUU.

81. Agencia Catalana de Residuos.

que sería mejor que el sistema actual, y un 89,6% estaría dispuesto a participar.⁸⁵

Desde la plataforma Retorna, que agrupa a diversas entidades de la sociedad civil, se está promoviendo la implantación de un SDDR obligatorio en España para envases de un solo uso. En una primera fase se aplicaría indistintamente a los envases de bebidas de a partir de 100 ml, con un coste de 0,25 céntimos. El objetivo de la campaña a medio plazo es instaurar sistemas de reutilización de envases. Actualmente la iniciativa se encuentra especialmente avanzada en el ámbito catalán, en el que cuenta con apoyo de la sociedad civil, universidades y también de ayuntamientos (45 por ahora). En el resto España el proceso acaba de comenzar.

8. CONCLUSIONES

El estudio ha confirmado el total subdesarrollo de la fiscalidad ambiental sobre el consumo en España, así como la escasa dimensión ambiental de otras políticas de incentivos económicos sobre el consumo. Sin embargo existen varias imposiciones que, si bien de motivación recaudatoria, tienen un impacto ambiental positivo en tanto que desincentivadores de consumos de alto impacto, pese a que su estructura y tipos podrían reformarse para maximizar su efectividad ambiental. Recorriendo los ámbitos de consumo más relevantes se han intentado situar los precios y fiscalidad españolas en términos comparativos con los países del entorno europeo. De esta manera se ha advertido que prácticamente en todos los ámbitos, con la excepción del consumo doméstico de gas, España está por debajo de la media europea. Lo que, por tanto, permite pensar en un margen de cambio.

Se ha señalado la delicada dimensión social de la fiscalidad ambiental, y en especial de la fiscalidad ambiental sobre el consumo, estableciendo aspectos a tener en cuenta en el diseño de herramientas fiscales.

Por otro lado se han analizado las estructuras tarifarias de agua, gas y electricidad, llegando a la conclusión de que presentan efectos de regresividad ambiental y social. Se han sugerido posibles reformas de estas estructuras que aúnen objetivos sociales y ambientales.

Existen toda una serie de posibilidades de ambientalización de los impuestos y tarifas existentes, así como nuevas medidas como los SDDR. Esperemos que este estudio aporte un granito de arena en el camino hacia una reforma fiscal, así como algunas reformas tarifarias u otro tipo de políticas innovadoras que utilicen los incentivos económicos con el objetivo de colocar la dimensión ambiental, sin perder de vista la perspectiva de equidad, en el centro del escenario de cambios.

85. Confederación Española de Consumidores e Usuarios (2011): "Estudio sobre la acogida del Sistema de Depósito, Devolución y Retorno de envases.

6.3 POLÍTICAS PÚBLICAS EDUCATIVAS Y CULTURALES

¿ESTÁN FORMULADAS HACIA ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES?

1. INTRODUCCIÓN

Los estilos de vida sostenibles son patrones que responden a las cuestiones planteadas en la definición de consumo sostenible o responsable que lo concibe como “el uso de servicios y productos que satisfacen necesidades básicas y aportan una mejor calidad de vida a la vez que minimizan el uso de recursos naturales y materiales tóxicos así como las emisiones de contaminantes y residuos a través del ciclo de vida del servicio o producto sin poner en peligro las necesidades de las generaciones futuras”.² En este sentido, el marco cultural y educativo que envuelve nuestra sociedad puede ser un importante impulsor de motivaciones hacia el consumo responsable, pero ¿lo está siendo? Esta pregunta es la base sobre la que se fundamenta este estudio.

En este trabajo también se entiende que el uso de bienes y servicios, y su distribución, tienen implicaciones de género y de desigualdad social. Por ello, a la definición de consumo sostenible anteriormente considerada también se le añade “la necesidad de que exista una distribución equitativa de recursos entre categorías de género y de tipo socioeconómico para las generaciones presentes y futuras”.³ Por otro lado, revisando trabajos previos entendemos que el consumo responsable puede tener diferentes enfoques (responsable, crítico, consciente, ético, solidario, ecológico, transformador, etc.) puesto que todos ellos están interrelacionados en las prácticas.⁴ Por ello, utilizamos a lo largo del

documento de manera indistinta los términos de consumo responsable o sostenible (CRS), que son los más empleados en el contexto estatal e internacional, respectivamente.

El CRS se considera una alternativa real para avanzar hacia la sostenibilidad. Sin embargo, en plena sociedad de consumo, hay diversos elementos que pueden aumentar o disminuir la motivación hacia este tipo de conductas proambientales. Los discursos hallados en etapas anteriores del Proyecto Cambio Global 2020/2050 muestran una dificultad social para relacionar la crisis económica con la crisis ecológica,⁵ lo que nos lleva a pensar en una visión del mundo que desliga estos aspectos. Otro rasgo encontrado en estas investigaciones previas es que se construyen argumentos de negación sobre la existencia del cambio climático y que tienen bastante cabida en los discursos sociales el escepticismo y la desconfianza hacia los problemas ambientales y las opciones de consumo ecológico, así como los argumentos en torno a las dificultades técnicas para construir otros modelos de producción-distribución-consumo. Además, los productos ecológicos se ven introducidos en gran medida en los canales y las formas donde se distribuye el discurso publicitario, al igual que los productos no ecológicos. Esto produce desconfianza y desinformación no sólo hacia los productos ecológicos sino también hacia otras opciones de consumo vinculadas a criterios sociales, como por ejemplo el Comercio Justo.⁶ En este panorama, las políticas educativas y culturales podrían ayudar a superar estas dificultades. Por ello, este trabajo es una invitación a conocer si, en España, desde el marco normativo se trabaja el cambio hacia otras pautas de consumo en relación con lo ambiental, qué discursos del consumo sostenible están presentes en las políticas educativas y culturales actuales y cómo podrían mejorarse dichas políticas públicas. En consecuencia, el principal objetivo de este trabajo es estudiar cómo las normas están formuladas, conocer y analizar el contenido de esas políticas educativas y culturales vinculadas al consumo

1. Agradecemos la supervisión y colaboración de Jorge Navacerrada de Altekio S.Coop.Mad. y ConSumaResponsabilidad, así como la revisión de Ana Alcántud (Ecoinstitut Barcelona), Margarita Gómez-Reino (UNED) y Yayo Herrero (CCEIM) y las sugerencias de mejora realizadas por las asistentes al Seminario de Investigación en Educación Ambiental celebrado en junio de 2011 en el Centro Nacional de Educación Ambiental de Valsain (Segovia).

2. Centre for Sustainable Development (2004): “Every little bit helps... Overcoming the challenges to researching, promoting and implementing sustainable lifestyles”, Universidad de Westminster.

3. Grover, S. et al (1999): “Gender and sustainable consumption. Bridging policy gaps in the context of Chapter 4 of Agenda 21”, Changing Consumption and Production Patterns Report submitted to Commission on Sustainable Development (UN).

4. Piñeiro, C. (2011): “Comunicación ambiental para la transformación social. Análisis de iniciativas sobre consumo responsable en Madrid”, Tesis Doctoral por la Universidad Autónoma de Madrid.

5. Alonso, L.E. et al (2011): “Consumo y estilos de vida sostenibles en el contexto de la crisis económica”, revista Papeles nº 113.

6. Ibídem.

y estilos de vida sostenibles, y esbozar su grado de promoción y sus implicaciones en el camino hacia la sostenibilidad, así como en las prácticas cotidianas de la ciudadanía.

2. METODOLOGÍA

Esta investigación tiene un enfoque exploratorio que nos permite aproximarnos a un campo de estudio muy amplio: las políticas públicas educativas y culturales potencialmente vinculadas con el consumo y estilos de vida sostenibles, en tanto que textos de obligado o recomendado cumplimiento sobre dicha temática. Su metodología se ha planteado en tres fases (ver el Anexo Metodológico para más detalle). En una primera fase se identifican y describen de forma general las políticas públicas relacionadas con el tema de estudio, localizadas a partir del uso de palabras clave dentro del conjunto de normas recogidas en los buscadores oficiales seleccionados por su pertinencia. En una segunda fase se analizan de manera comparativa dichas políticas mediante la aplicación de una batería de indicadores. Por último, en una tercera fase se profundiza en la implantación de las políticas a través de iniciativas concretas como planes, programas o proyectos (estudios de caso).

Algunas de las cuestiones de fondo para analizar los textos normativos son en qué medida una norma es socialmente valiosa y qué consecuencias tiene su aplicación o inaplicación.⁷ Estas preguntas están relacionadas con la interpretación de la norma, que a su vez está basada, entre otras cuestiones, en los términos (palabras, expresiones) que se recogen en ella. Por eso, el marco normativo invita directa o indirectamente a desarrollar unas pautas hacia el CRS, y queremos identificar qué grado de transformación en el consumo plantea, para interpretar qué valor social tienen estas normas para el CRS.⁸ Para realizar este es-

tudio se ha partido del universo de normas contenidas en bases de datos oficiales, a partir del cual se han seleccionado dos muestras de normativa vinculada con el CRS (Tabla 6.3.1). Se ha evitado seleccionar previamente los textos a través de un muestreo intencionado, ya que se ha buscado identificar una mayor diversidad de relaciones entre las políticas públicas culturales y educativas y el CRS.

Tabla 6.3.1. Descripción de las muestras analizadas

Tamaño muestral: N = 2.742 unidades normativas
Pre-test: test piloto en n=125 unidades para validar la muestra 1
Muestra 1: n1 = 500 unidades normativas
Aplicación del criterio: aparición de términos en los cinco motores oficiales de búsqueda de legislación. La búsqueda se ha realizado a partir de los términos: consumo (consumo ecológico, consumo sostenible, consumo responsable, consumidores/as, etc.); estilo de vida, formas de vida, modos de vida, hábitos (de vida), maneras de vida; comportamientos, actitudes, valores; educativo, educación, asociacionismo, asociativo, voluntariado, cultura, cultural; medioambiental, ambiental, sostenible, sostenibilidad, medio ambiente. Uso eficiente. Eficiencia. Eficacia. Esto explica la presencia residual de la compra pública ética o sostenible en este estudio, excluyendo el ámbito de gestión interna de la administración.
Muestra 2: n2 = 46 unidades normativas
Aplicación del criterio: vinculación directa de los términos con el fomento del consumo y estilos de vida sostenibles. Se seleccionan aquellas normas con mayor puntuación como muestra para la segunda etapa.
Muestra 3: n3 = 11 estudios de caso
Aplicación de criterios: tipos de intervención socioambiental, considerando como referencia el tiempo que el receptor está interactuando con el mensaje,* representatividad de diferentes territorios y disponibilidad de la información sobre los casos para evaluar.

*Benayas, J. et al (2003): "La investigación en educación ambiental en España. Serie de educación ambiental", Secretaría General de Medio Ambiente.

7. Gordillo, A. (2001): "El método en derecho. Aprender, enseñar, escribir, crear, hacer", Civitas.

8. De la misma manera que en el estudio "El currículum oculto antiecológico de los libros de texto" (Ecologistas en Acción, 2006) se analizan los textos a modo de indicador de cómo se están formando las categorías del pensamiento en las generaciones jóvenes

(sabiendo que no es la única forma de aprendizaje), aquí analizamos las normas a modo de reflejo o indicador de la cultura que se transmite y de la educación que se impulsa en términos de CRS.

La primera muestra (n_1) aglutina un conjunto de textos normativos para caracterizar de forma general el marco educativo y cultural en el que se desarrolla el CRS. El análisis en profundidad de cómo están formuladas las políticas públicas educativas y culturales vinculadas directamente con el CRS se realiza a partir del estudio de la segunda muestra (n_2).

Por último, la tercera muestra (n_3) analiza la concreción de las políticas públicas en diversos contextos a través de actuaciones concretas. Se han analizado 11 casos de estudio, en los que se profundiza no tanto en la formulación de la política pública como texto legal sino en su aplicación en forma de programa, plan, campaña, material didáctico, etc.

3. RESULTADOS

Por tratarse de un estudio exploratorio no se deben interpretar los resultados de forma categórica; sin embargo se observan interesantes datos y tendencias que contextualizan cómo se fomenta el CRS desde el marco normativo de las políticas públicas educativas y culturales.

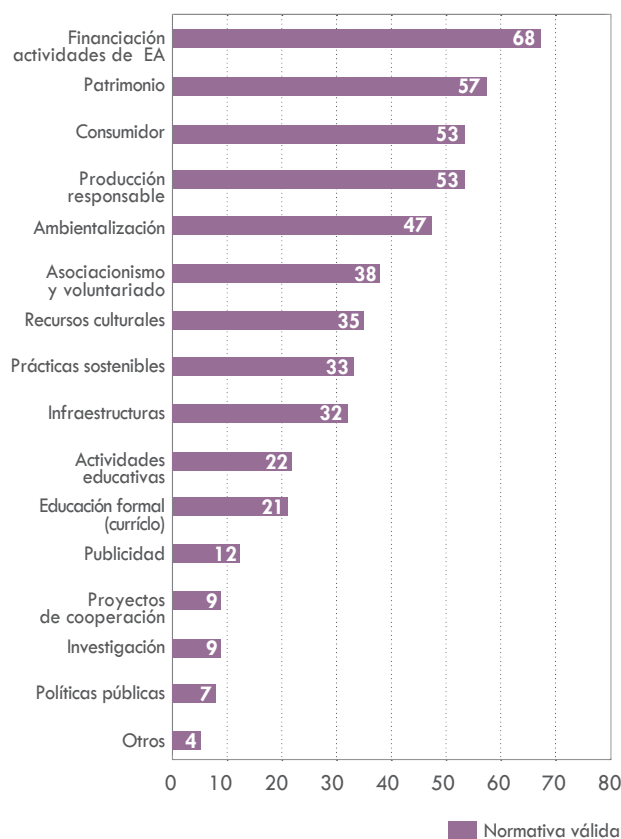
3.1. La diversa y heterogénea presencia del CRS en nuestras políticas públicas educativas y culturales

En el análisis de la primera muestra ($n_1=500$ unidades normativas) se observa una gran heterogeneidad de las políticas públicas clasificadas en 15 tipos de ámbitos de actuación: financiación de actuaciones de educación en valores, uso del patrimonio, atención a los derechos de las personas consumidoras, producción responsable, ambientalización, asociacionismo y voluntariado, recursos culturales, buenas prácticas en sostenibilidad, creación de entidades, actividades educativas —formal y no formal—, publicidad, cooperación, investigaciones, políticas públicas de sostenibilidad y otros. Esta diversidad también se produce respecto a forma legislativa (ley, decreto, resolución, etc.) o ámbito de regulación (europeo, estatal o regional). Luego se deduce la existencia de un universo normativo

muy amplio vinculado potencialmente en mayor o menor medida al CRS. Su observación de forma sistémica permite contemplar cómo su grado de aplicación (total o parcial) nos lleva a contextos complejos donde el total es más que la suma de las partes (y son muchas partes que sumar) de cara a trabajar el CRS desde ámbitos reguladores educativos y culturales.

En esta muestra (n_1), las normas asociadas a la “financiación de actuaciones de educación en valores” —actividades educativas concretas que directa o indirectamente promueven el CRS, con contenidos vinculados con el consumo, la variable ambiental y la educación en valores— son las que tienen mayor presencia (Gráfica 6.3.1). En ellas apenas hay referencias explícitas al uso eficiente y responsable de recursos en su desarrollo, lo que puede entrañar una incoherencia.

Gráfica 6.3.1. Clasificación de la muestra seleccionada en la primera fase



El segundo grupo de normas con mayor presencia en la muestra es el vinculado con la “regulación del uso y consumo de nuestro patrimonio cultural y natural”, seguido en tercer y cuarto lugar por las normas asociadas a “la regulación de los derechos de las personas consumidoras” y “la producción responsable y los elementos vinculados directamente con la relación producción-distribución-consumo responsable” (p.e. diseño y etiquetado ecológico, mejora de la eficacia y sostenibilidad de los procesos productivos, normas vinculadas a la calidad ambiental, etc.).

Es relevante la escasa presencia en la muestra de normativa vinculada con el currículo educativo (sólo 21 unidades), siendo el CRS un contenido poco abordado en las enseñanzas mínimas establecidas por norma. Es especialmente significativa la ausencia de este tipo de conceptos en planes de estudios y desarrollo curricular de itinerarios de profesiones directamente vinculadas con la gestión del medio ambiente, como el Ciclo Formativo de Salud Ambiental o la Licenciatura de Ciencias Ambientales, o en temas de consumo como el Ciclo Formativo de Servicios al Consumidor.

Si profundizamos en el análisis de conceptos clave como “consumo”, éste aparece en 247 unidades de las normas de la muestra. En su clasificación por tipo de política se confirma que gran parte de estos textos normativos se asocian a regulaciones sobre los derechos de las personas como consumidoras, elementos vinculados directamente a la producción-consumo responsable, la ambientalización de procesos y la financiación de actividades de educación en valores.

Por otro lado, si estudiamos qué políticas públicas registran en sus textos los términos estilos/formas/modos de vida, es interesante resaltar que estos términos aparecen sólo en el 3,4% de la muestra (17 unidades normativas). El 1,2% de este escueto porcentaje corresponde a las políticas de “patrimonio”, repartiéndose el 2,2% restante en las catorce categorías de clasificación de normas. Es decir, se identifican las normas que reglamentan la gestión sostenible del patrimonio cultural y natural como las únicas ligadas direc-

tamente al término o concepto “estilos de vida”, siendo su presencia muy escasa en ambas muestras.⁹ La escasa legislación respecto a normalizar nuestras formas de vida confirma resultados de estudios similares,¹⁰ aspecto que puede ser justificado desde un planteamiento democrático donde las personas de forma individual deciden qué estilo de vida quieren seguir, teniendo como referente las normas de convivencia ciudadana. El problema aparece cuando dichas normas sociales se encuentran inmersas en la sociedad de consumo, en la que se potencia el aumento del uso de bienes y servicios sin tener en cuenta ningún tipo de límite excepto el monetario. Este hecho hace que nos encontremos ante un escollo importante en el camino de la sostenibilidad, que podría ser resuelto regulando consumos que indirectamente estén configurando estilos de vida insostenibles.

3.2. Análisis de la calidad en la formulación de las políticas públicas culturales y educativas vinculadas con el CRS

El análisis en mayor profundidad de las políticas públicas culturales y educativas de la segunda muestra ($n_2=46$ unidades) se realiza utilizando el sistema de indicadores en dos grandes bloques.

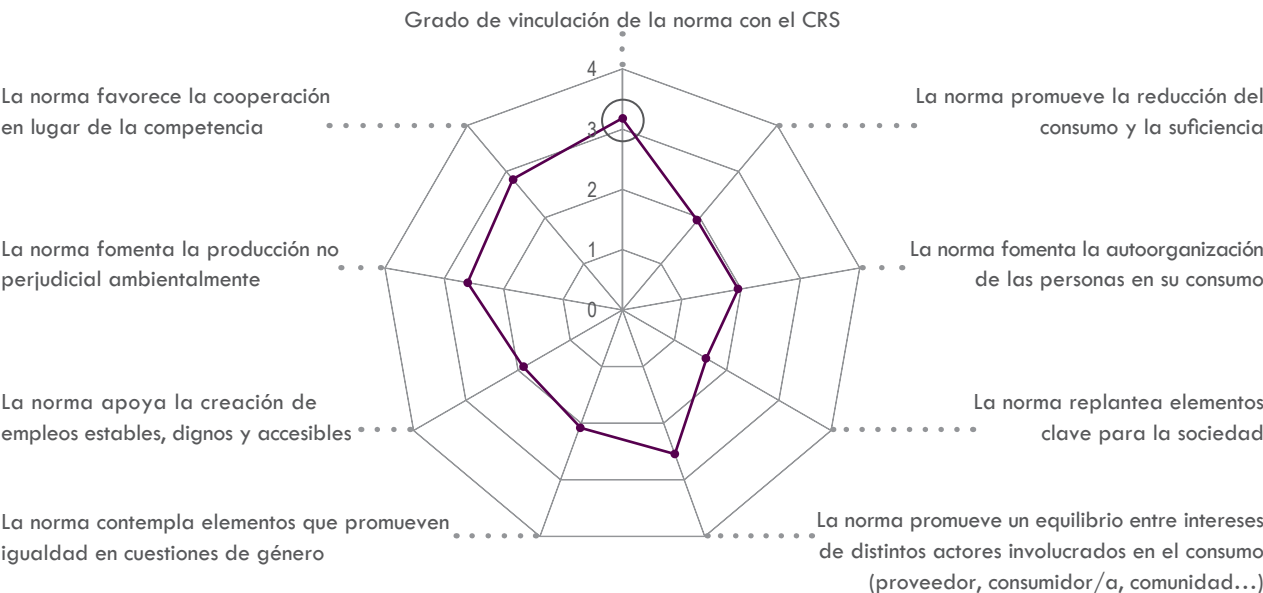
3.2.1. Valoración de la relación de la norma con el fomento del consumo responsable

La Gráfica 6.3.2 muestra el valor de una batería de indicadores que evalúan la relación de las normas de la muestra con el fomento del CRS. El valor medio de todos ellos (2,29) es bajo: gran cantidad de criterios vinculados con el consumo responsable aparecen sólo nombrados en los textos (valor “2”) en lugar de ser tratados de forma transversal en toda la norma (valor “3”) o ser recogidos en un apartado específico de la misma o en los objetivos (valor “4”), aunque esta observación varía en función del criterio.

9. Se usan estos términos desde una visión de identidad cultural y antropológica, es decir, estilos de vida tradicionales o típicos de las diferentes áreas geográficas.

10. Adell, A. et al (2009): “Sustainable consumption strategies in the European Union”, en el marco del proyecto Policies to Promote Sustainable Consumption Patterns - EUPPOP, Ecoinstitut.

Gráfica 6.3.2. Valoración de criterios vinculados con el CRS en la normativa



Significado de los valores:

0: no aplicable
1: no aparece
2: se nombra

3: aparece transversalmente
4: aparece en apartado específico o en los objetivos/competencias

Valor medio de todos los indicadores: 2,29.

Las normas con mayor vinculación con el CRS registran distintas definiciones del término (Tabla 6.3.2). La mayor parte de ellas enfocan la promoción del CRS desde un fomento de la producción y consumo de bienes y servicios vinculados con “procesos responsables”, haciendo presente la eficiencia como el motor del cambio (el valor medio del indicador que registra este contenido en las normas de la muestra n_2 es 2,61, frente a un valor medio de 1,61 de la presencia de este contenido en nor-

mas que reflejen el replanteamiento de la relación entre consumo y bienestar). Por tanto, se observa mayor presencia de normas orientadas a una sustitución de productos que cumplen unos criterios ecológicos y sociales, sin necesariamente cuestionar otros elementos clave como las necesidades, la forma de satisfacerlas (individual o colectivamente, a través de canales no comerciales), y en definitiva promover el vivir con menos consumo.

Tabla 6.3.2. Definiciones de consumo responsable recogidas en la normativa

Definición	Norma en la que aparece
“Un consumo saludable, seguro, solidario y sostenible, para el adecuado desarrollo del Plan de economía sostenible del Gobierno de España.”	Real Decreto 306/2010, de 15 de marzo, por el que se crea la Comisión Interministerial de Consumo y se regulan sus funciones, composición y funcionamiento.
“Expresión de una necesidad de equilibrio entre los aspectos sociales, económicos y ambientales presentes siempre en el ámbito del consumo.”	Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña.
“Consumo moderado, informado, reflexivo y consciente de bienes y servicios, teniendo en cuenta los criterios de sostenibilidad cultural, ambiental, socioeconómica y lingüística.”	

El énfasis excesivo en la eficiencia en detrimento de la suficiencia ha sido criticado por numerosos autores e instituciones.¹¹ La ecoeficiencia, entendida como la alianza entre la competitividad y la sostenibilidad, no se considera según estos autores como el factor clave para lograr el cambio deseado. Es el cambio político el que debe iniciarse con el debate de la suficiencia, los nuevos valores y una reorientación de la sociedad que pasa de considerar la riqueza material a la riqueza de las relaciones sociales.¹² Deberían por tanto complementarse en las normas los esfuerzos de búsqueda de eficiencia con los replanteamientos de la suficiencia.

Si analizamos otros indicadores con valores elevados (Gráfica 6.3.2) se observa que el favorecer la cooperación en lugar de la competencia y la satisfacción equilibrada de diversos intereses en los procesos de consumo son otros criterios muy valorados, que se enmarcan dentro de la economía social y tienen una amplia trayectoria, ya que están presentes en el cooperativismo y en el Comercio Justo desde la base de estas propuestas.

El indicador con menor puntuación muestra que la normativa analizada no replantea elementos clave para la sociedad (cuestionamiento de las necesidades, reconceptualización de la calidad de vida, etc.) que apoyen la realización de un consumo sostenible desde sus raíces. Igualmente es baja la incorporación de la perspectiva de género en iniciativas de CRS, que es una de las cuestiones pendientes junto con la de incluir la perspectiva del empleo digno y del acceso a personas desfavorecidas. Hay una tendencia por tanto en el concepto de CRS que aparece en el marco normativo a asociar éste con el Comercio Justo, entendiéndolo como una mejora de las condiciones de producción en otros países, y no tanto incluyendo la mejora de las condiciones de producción-distribución-consumo a escala local y estatal.

11. Riechmann, J. (2009): “La habitación de Pascal”, Libros de la Catarata.

12. Bernstein, J. (2005): “Synergising sustainable consumption and competitiveness”, informe final para Germanwatch y Worldwatch.

A modo de síntesis: en las muestras (n_1 y n_2) se observa la incorporación en la normativa de criterios ambientales en la selección de productos o servicios que nos recomiendan consumir, así como una apuesta a favor de la coordinación de agentes vinculados con los procesos de consumo responsable; y sigue sin incluirse de forma transversal la perspectiva de género (confirmándose otros resultados sobre este tipo de medidas).¹³

Por último, si se valoran los criterios sobre consumo responsable de forma individualizada en la muestra, los tipos de normas con mejores resultados (con valores medios superiores a “3” —mediante tratamiento transversal de la batería de criterios—) en cuanto a su forma de tratar el CRS son los siguientes:

- Políticas vinculadas con la cooperación internacional.
- Normas que asignan premios a buenas prácticas de sostenibilidad.
- Regulación de la creación de determinados institutos o agencias de consumo.
- Normativa que regula la educación ambiental regional.
- Políticas públicas sobre la ordenación del territorio.
- Institucionalización a través de normativa de códigos de consumo.

De forma contraria, las políticas peor valoradas respecto a la batería de criterios vinculados con el consumo responsable (con puntuaciones medias en torno a “1” —no aparece—) son aquellas relacionadas con:

- El desarrollo del currículo oficial de itinerarios formativos asociadas directa o indirectamente al consumo responsable.

13. Adell, A. et al (2009), op cit, y Piñeiro, C. (2011), op cit.

- La normativa que intenta fomentar la inversión en temas de consumo.

Esto implica que en la norma se trata el CRS pero de manera muy puntual, sin incluir los aspectos reflejados en los criterios de la batería de indicadores (que son aspectos clave para el fomento del CRS de una manera más completa). La educación para la sostenibilidad tiene que dar la vuelta a la mayor parte de las fórmulas que hemos aprendido recientemente como buenas y deseables.¹⁴

3.2.2. Valoración de la calidad de la formulación de la normativa

Entendemos la calidad de la formulación de la normativa como una definición estructurada de manera adecuada para planificar o hacer una hoja de ruta sobre el aspecto o tema que se regula, lo que implica el cumplimiento de los criterios que aparecen en la Tabla 6.3.3.

En la valoración media de los indicadores de calidad de esta muestra (n_2) observamos que en el 62,57% de los elementos estudiados existe una presencia clara de dichos indicadores. El indicador con menor presencia (menos del 33% de las normas) es el asociado a garantizar la continuidad de la norma independientemente de los posibles cambios de gobierno con diferentes grupos políticos,¹⁵ mientras que el indicador con mayor presencia es el vinculado con la identificación de colectivos destinatarios o beneficiarios de la norma.

En la formulación de las políticas públicas es interesante destacar numerosos elementos positivos que pueden mejorar el cumplimiento de las mismas, como la previsión de condicionantes que pueden comprometer la viabilidad de las normas (algo que sucede en más del 70% de la muestra) o

la existencia de mecanismos adecuados de coordinación institucional (82,6%). Entre otros aspectos mejorables resaltamos los siguientes:

- En el 58,7% de las normas, sus objetivos no aparecen planificados a corto-medio-largo plazo.
- Es relevante comentar que en más del 70% de las políticas analizadas existe una relación explícita entre las acciones y los objetivos prefijados, estando las actuaciones agrupadas en programas. Sin embargo esta proporción desciende al 57,8% cuando se estudia su planificación temporal y al 34,8% cuando se identifican presupuestos para su ejecución, aspecto que perjudica la implantación de las normativas.^{16, 17} Sería recomendable que la normativa viniese acompañada de compromisos presupuestarios concretos para los planes de actuaciones, así como para su evaluación y seguimiento.
- En más del 76% de la normativa estudiada se mencionan instrumentos de evaluación y seguimiento para conocer el resultado inmediato de las acciones y en el 60,9% se prevé la difusión de esta información. Sin embargo, casi el 40% no tienen estructurados sus procesos de evaluación. Ello hace que la implantación pueda desvincularse de sus objetivos normativos, sirviendo de ejemplo algunas de las normas estudiadas (p.e. las que regulan la estructuración de las agencias o institutos de consumo que tienen entre sus competencias fomentar el consumo responsable pero sin formulaciones concretas de cómo desarrollar su realización en muchos casos).

14. Comisión de Educación Ecológica (2006): "El currículum oculto antiecológico de los libros de texto", Ecologistas en Acción.

15. Mediante un plan de acción temporal superior al período de una legislatura (4 años). Este aspecto es especialmente relevante en las normas elaboradas o aplicadas de forma participada (en la muestra ascienden al 73%), ya que la filosofía de este tipo de metodología de elaboración consiste en disponer del apoyo plural de toda la población.

16. Europarc-España (2007): "Manual 04: EnREDando: Herramientas para la comunicación y la participación social en la gestión de la Red Natura 2000", Fundación Fernando González Bernáldez.

17. Díaz, M. J. (2009): "La construcción de políticas públicas a través de procesos de participación: las Estrategias de Educación Ambiental autonómicas", Tesis Doctoral por la Universidad Autónoma de Madrid.

Tabla 6.3.3. Batería de indicadores de calidad en la formulación de la política pública

Indicador de calidad	Porcentaje de normas que cumplen el indicador
Diagnóstico	
Se ha realizado un análisis detallado de los problemas, amenazas y oportunidades asociados al consumo responsable	47,83%
Se ha verificado que no hay condicionantes externos que comprometan la viabilidad o coherencia de la norma	71,74%
Objetivos	
Existen objetivos vinculados con el consumo responsable redactados de forma explícita	73,91%
Los objetivos están vinculados a las amenazas, problemas u oportunidades del diagnóstico respecto al consumo responsable	41,30%
Los objetivos vinculados con el consumo responsable aparece planificados a corto-medio-largo plazo	41,30%
Definición de acciones	
Existen actuaciones para fomentar el consumo responsable a corto plazo (anuales)	72,22%
Las acciones están agrupadas en programas o grupos de afinidad	73,33%
Las acciones están temporizadas o existe un cronograma	57,78%
La relación entre las acciones y los objetivos es explícita	76,09%
La norma trae asociado un presupuesto estable para su ejecución	34,78%
Las fuentes de financiación son explícitas	55,56%
Todas las acciones incorporan un pliego de prescripciones técnicas	34,09%
Identifica los documentos que determinan la implementación de la norma	80,43%
Apoyo institucional	
Se especifica la continuidad por el respaldo o compromiso de los responsables políticos	33,33%
Existen los mecanismos adecuados de coordinación institucional y verificar su funcionamiento	82,61%
Apoyo social: participación	
Se han identificado los actores sociales potencialmente relacionados con la norma (detenatarios/beneficiarios)	89,13%
Se ha contado con la participación de los colectivos implicados en la elaboración/ejecución de la norma	73,91%
Se contempla la difusión del contenido de la norma en el propio texto	76,09%
Diseño del plan de seguimiento	
Se dispone de instrumentos de evaluación y seguimiento para conocer el resultado inmediato de las acciones	76,09%
Se especifica el protocolo de evaluación y seguimiento	61,70%
Se ha previsto la difusión de los datos de evaluación y seguimiento	60,87%
Media	62,57%

De forma global se observan buenos resultados en algunos indicadores de calidad, como la consideración de los posibles grupos o sectores destinatarios en la elaboración o ejecución de la normativa.

Poco a poco se van diseñando normas de mayor calidad (en su estructura, planificación, etc.). Sin embargo, la evaluación y seguimiento de su implementación es un aspecto que aparece registrado en el texto normativo pero, según otros estudios, generalmente no es realizado, o bien no es público.¹⁸ Es importante destacar la necesidad de mejorar en este aspecto. En este sentido, para algunos autores la evaluación de la acción y de las políticas públicas es una parte de las nuevas herramientas de gestión de los sistemas democráticos que pretende contribuir a proporcionar instrumentos para asegurar la eficacia, la responsabilidad administrativa y la participación social en la acción pública.¹⁹

3.3. Estudios de caso

En esta parte de la investigación es necesario resaltar que no se trata del análisis de casos de buenas prácticas, sino de un compendio de casos con diferentes enfoques que permite tener una idea más general de cómo se trata el consumo responsable desde diferentes iniciativas concretas (planes, programas, proyectos, actividades, etc.) mediante la aplicación de algunas de las políticas públicas analizadas en etapas anteriores. En el Anexo Metodológico (capítulo 10.1) se pueden ver detalles sobre los criterios de selección de casos de estudio; se han incluido casos de publicidad ambiental, información ambiental, educación formal y no formal, formación y capacitación profesional, participación, creación de entidades, políticas públicas de sostenibilidad, ambientalización y producción responsable.

Para mostrar los resultados de manera general, en la Tabla 6.3.4 se ha clasificado cada caso estudiado considerando una síntesis de posicionamientos

respecto a las distintas corrientes de Educación para el Consumo Sostenible. Se aprecia cómo todas las iniciativas de posicionamiento liberal o reformista son institucionales, por lo que es necesario introducir un enfoque transformador en las políticas educativas-culturales actuales sobre consumo y estilos de vida sostenibles.

Existe múltiple bibliografía y un amplio debate y reflexión sobre el grado de éxito y satisfacción de las actividades socioeducativas que hacemos,^{20,21} y entre ellas aquellas que quieren potenciar el consumo responsable.²² Aunque existen algunas deficiencias en la aplicación de criterios de calidad en el diseño, planificación, ejecución y evaluación de las iniciativas emprendidas, se van superando paulatinamente. Se hacen muchas actividades, y hay preocupación porque la gente se sienta satisfecha haciéndolas.

Sin embargo, en las actuaciones vinculadas con la educación hacia la sostenibilidad es común la evaluación de los procesos pero no de los impactos, especialmente la de la disminución del impacto ambiental ocasionado. Poniendo un ejemplo, se busca que las personas hagan actividades que les gusten que propicien mejores comportamientos proambientales, y se evalúan. Pero en dicha evaluación se mide que les hayan gustado estas actividades, pero no que sus comportamientos proambientales finalmente se hayan desarrollado y en consecuencia hayan disminuido sus indicadores de impacto ambiental. Aunque hay algunos programas (como Global Action Plan²³ o el estudiado Hogares Verdes) que han avanzado mucho en este tipo de control, es necesario para ello establecer desde el principio objetivos observables y medi-

18. *Ibidem*.

19. Bañón, R. (2006): "Democracia y nueva gestión pública", en "La participación en las Administraciones Públicas: ¿cooperación o enfrentamiento?", Universidad Politécnica de Valencia.

20. Mayer, M. (2006): "Criterios de calidad e indicadores en educación ambiental. Perspectivas internacionales y ejemplos nacionales e internacionales a la vista de la Década de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible", III Jornadas de Educación Ambiental de la Comunidad Autónoma de Aragón, marzo de 2006.

21. Fernández, R. (2001): "Evaluación de programas. Una guía práctica en ámbitos sociales, educativos y de salud", Síntesis Psicología.

22. Piñeiro, C. (2011), *op cit*.

23. www.programagap.es.

Tabla 6.3.4. Clasificación de los estudios de caso en función del modelo de educación para el consumo sostenible de Pujol

	Descripción del posicionamiento*	Casos**
Liberal	Considera el consumo como un acto individual. Tiene una ausencia de críticas al sistema, que considera adecuado. Se basa en la información. Se supone que con la información correcta la persona tomará la mejor decisión.	Campaña “Compra con criterio” del Instituto Nacional de Consumo Campaña “Agricultura ecológica ¡Vívela!”, del MARM, Guía de Consumo Responsable para familias de Islas Baleares (Dirección General de Consumo del gobierno balear). Plan Renove, IDAE
Reformista	Considera el consumo como un acto con importancia económica y social Considera que en el sistema hay desigualdades y se favorece la producción en detrimento de las personas consumidoras Fomenta la autonomía y la adquisición de mecanismos críticos de los factores que intervienen en el consumo (la publicidad).	Normativa que regula a la Agencia Cantabra de Consumo Talleres y cursos de las Escuelas de Consumo de las comunidades autónomas de Cantabria, Castilla y León, Madrid, Valencia y País Vasco.
Responsable	Considera que el consumo es un acto individual y de responsabilidad social. Señala la existencia de consecuencias sociales ecológicas del consumo que deben ser corregidas. Orienta hacia una actuación responsable individual y colectiva ejerciendo sus derechos para paliar las consecuencias del modelo.	Campaña de agricultura ecológica del Departament d’Agricultura, Alimentació i Acció Rural (Generalitat de Catalunya). Plan de Consumo Ambientalmente Sostenible del País Vasco. ***
Transformador	Considera que el consumo es un acto individual y de responsabilidad social. Señala la existencia de consecuencias sociales ecológicas del modelo de producción-distribución-consumo y la necesidad de transformación del modelo. Orienta a las personas a buscar nuevas formas de ver, pensar, y actuar en relación al consumo que transformen el modelo.	Hogares Verdes, de CENEAM. Curso de Habilidades sociales para el sector pesquero, en el marco de del proyecto de Gestión integral sostenible de la pesquería del percebe de la Cofradía de pescadores de A Guarda, Baiona y Bueu (Galicia).

* Lista elaborada a partir de las descripciones de Pujol, R. M. (2007): “Consumo, medio ambiente y educación”, V Congresso Iberoamericano de Educação Ambiental, Brasil.

** Se clasifican según aquellas categorías cuyas características tenían mayor presencia.

*** Este Plan tiene gran cantidad de elementos transformadores, pero en muchos casos de carácter voluntario y orientativo y en menos de carácter normativo. Por esto se ha incluido en la categoría “Responsable”.

bles en nuestras intervenciones.²⁴

Si revisamos el análisis de casos y de políticas pú-

24. Hernández, J. y Martínez, P. (1996): “Propuesta metodológica para evaluar programas de orientación educativa”, Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa vol. 2; Bennet, D.B. (1984): “Evaluación de la educación ambiental en las escuelas. Guía práctica para maestros”. Programa Internacional de Educación Ambiental (UNESCO-PNUMA), serie Educación Ambiental n°12.

blicas de fases anteriores es relevante retomar planteamientos concretos del consumo responsable con matices y reflexiones coherentes en su integridad con el propio concepto. Merece la pena mencionar dos ejemplos. El primero es el Código de Consumo de Cataluña (analizado en la muestra n₂), que no sólo define detalladamente qué entiende por consumo responsable (ver Tabla 6.3.2) sino que también determina un principio de

consumo responsable por el cual las relaciones de consumo deben ajustarse a los criterios; asimismo formula el derecho y el deber a la información, la educación y la formación en consumo, entre los cuales se encuentran el consumo responsable y el cooperativismo de consumo. La elevada presencia del consumo responsable en la norma y el énfasis en el cooperativismo de consumo contrasta con la ausencia en otras normas con enfoques más reducidos del tema.

El segundo ejemplo es uno de los estudios de caso, el Plan Vasco de Consumo Ambientalmente Sostenible (2006-2010). Este plan ha sido desarrollado a partir de un proceso amplio de participación, y como política pública ha sido también objeto de análisis en estudios similares.²⁵ Es de especial relevancia el esfuerzo por lograr una colaboración continua entre los y las agentes sociales implicados, especialmente los vinculados con la administración pública vasca, con las dificultades de coordinación que esto conlleva. Igualmente es digno de resaltar el grado de detalle de su implementación, donde aparecen las fuentes de financiación con el desglose de las partidas presupuestarias asociadas a la implementación de cada una de sus acciones o las estrategias útiles para la intervención.

Ambos ejemplos son referencias a considerar en la formulación de políticas públicas que potencian el CRS. Sin embargo, se identifican aspectos en el resto de normativa analizada que se deben intentar mejorar. En la mayoría de textos estudiados se detecta una falta de complementariedad y congruencia entre los deseos de fomentar el CRS y la aplicación al respecto de la propia normativa. Como ejemplo, podemos citar la inexistencia en las normas que financian actividades de educación ambiental de criterios que aseguren un consumo responsable de bienes y servicios en la ejecución de dichas actividades educativas. También se identifica una falta de coherencia en los procesos administrativos, cuando aparece el fomento del consumo responsable entre los objetivos de algunas entidades (como las agencias de consu-

mo) pero sin tener en cuenta este criterio en el funcionamiento habitual de las mismas, o cuando la administración no cumple pautas de consumo sostenible en su propio funcionamiento pero sí las solicita a agentes externos. Cuando este riesgo se convierte en un hecho, las instituciones públicas dejan de ser “un ejemplo a seguir” para convertirse en un “ejemplo de lo que no se debe hacer”. Por último, es interesante destacar que en gran parte de la normativa se muestra un apoyo elevado y concreto a la promoción del asociacionismo de consumidores y consumidoras entendido de forma tradicional (con fines informativos, de defensa de derechos, etc.). En los últimos años están apareciendo nuevas formas de asociacionismo que intentan generar y consolidar pautas de consumo responsable a partir de una autoorganización de los colectivos en la provisión de bienes y servicios más sostenibles, incluyendo la implicación en la producción, reutilización, etc. Entre estas experiencias destacan las Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad (ICOS, estudiadas en el capítulo 6.4 de este trabajo), las cuales según su planteamiento y objeto de desarrollo (cooperativismo de consumo en muchos casos) podrían ser consideradas como entidades de asociacionismo de consumidores/as, por lo que podrían disfrutar de los apoyos y derechos que disponen por normativa este tipo de organismos.

4. CONCLUSIONES

Esta investigación confirma que existe un marco normativo amplio que de forma directa o indirecta regula el consumo responsable en cada territorio y cómo éste se integra en nuestras formas de vida. Sin embargo, sus riesgos de aplicación parcial y la complejidad de la sociedad en la que nos encontramos hacen que existan gran cantidad de dificultades para la implantación total de la normativa, el cumplimiento de sus objetivos, así como para la transformación cultural de nuestras pautas de consumo. La búsqueda de mecanismos que mejoren la complementariedad y congruencia de las políticas públicas es una línea de trabajo futura en el ámbito normativo.

25. Adell, A. et al (2009), op cit.

Se identifica en los resultados una apuesta clara sobre un consumo responsable sustitutivo de bienes o que se basa en la mejora de la eficiencia de nuestro uso de bienes y servicios. Sin embargo, existe una ausencia importante en la regulación de cambios de conducta que propicien un consumo crítico, que replantee cuestiones clave como la idea de bienestar, los ritmos de vida, las necesidades y la forma de satisfacerlas en cada persona, la consideración de los límites biofísicos, etc. En las políticas educativas y culturales, es necesario incorporar enfoques de consumo más transformadores que incluyan estas cuestiones. Los criterios que se han aplicado en el análisis de la muestra y de los casos de estudio pueden servir para orientar la inclusión de perspectivas más transformadoras en las políticas públicas sobre CRS.

Entre las políticas públicas analizadas, queremos destacar por su potencial aquellas que regulan la creación y el ámbito competencial de las agencias e institutos de consumo regionales. Estas entidades deben ser referencias del fomento del consumo responsable y los estilos de vida sostenibles desde una visión amplia de los mismos, incluyendo este tema entre sus objetos de trabajo. Desde estas entidades se puede y se debe fomentar el CRS, ya que son las instituciones competentes para ello (tal como establecen sus normas de creación), una oportunidad que actualmente no se está aprovechando.

La incorporación de la perspectiva de género es una de las líneas más innovadoras para estas políticas así como para sus concreciones (planes, programas, proyectos), pero ausente de manera mayoritaria. Aplicar esta perspectiva implica analizar las relaciones y diferencias de género en los patrones de consumo, lo que produce una mejor comprensión de los mecanismos de comportamiento y las prácticas de este tipo de consumo,²⁶ necesaria para su promoción y regulación; es por eso que se está incluyendo en el proyecto EUPPOP, como ejemplo destacado.

De igual forma, se observa la necesidad de mejorar la planificación de muchas de las políticas públicas, donde no se concretan desde la normativa aspectos clave para su implantación como la planificación temporal del cumplimiento de sus objetivos, la asociación de las acciones legisladas con un presupuesto estable y con un compromiso político en el diseño o implantación de las normas que abarque más de una legislatura, implicando el apoyo de las diferentes fuerzas políticas. Estos aspectos garantizan una formulación de políticas de mayor calidad que facilitarán su implantación a cada contexto.

Finalmente, es necesaria la incorporación de criterios de sostenibilidad en la formulación de todas las políticas públicas para lograr un equilibrio entre la especificidad de políticas de consumo y estilos de vida sostenibles y la necesaria transversalidad en el resto de políticas. En particular es muy importante mejorar la formulación de las políticas de educación formal o currículo formativo ligado directa o indirectamente al CRS, que adolecen especialmente de esta carencia. Esfuerzos como el impulso de la compra y contratación pública ética y sostenible (con el Plan Nacional de Compra Pública Verde como ejemplo) van en esta dirección, pero es necesario que se incorporen en mayor medida específicamente en las políticas del ámbito educativo y cultural, por su capacidad multiplicadora, y se apliquen en las distintas escalas territoriales permitiendo así generar nuevos discursos que superen la percepción actual de presión institucional hacia la ciudadanía en estos temas.

26. Heiskanen, E. et al (2009): "Conceptual framework", EUPOPP Work Package 1.

6.4 INNOVACIONES COMUNITARIAS EN SOSTENIBILIDAD

¿CÓMO LIDERA LA SOCIEDAD CIVIL?

Como se ha comentado en la introducción a esta sección (capítulo 6.1), creemos que en el gran reto de alcanzar la sostenibilidad es fundamental abrir la mirada a nuevas estrategias y vías de actuación, entre ellas las lideradas desde la sociedad civil. Por ello, introducimos y exploramos en este capítulo el concepto de Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad (ICOS) y analizamos las **potencialidades y debilidades de estas innovaciones sociales**, y más en concreto las de los Grupos de Consumo Agroecológico (GCA), para promover cambios en los estilos de vida y para generar empoderamiento social entorno a la sostenibilidad.

A partir de dicho análisis detectaremos los elementos clave sobre los que trabajar para **facilitar la reproducción y extensión de estas experiencias**. La identificación de estos elementos pretende servir como punto de partida para discutir y determinar el rol que podrían jugar las administraciones públicas y otras instituciones para facilitar estos procesos sociales, y por lo tanto, de qué manera podría desarrollarse un proceso de acompañamiento y potenciación de los GCA en particular y de las ICOS en general. Al hilo de lo anterior, al final del capítulo proponemos un conjunto de medidas que podrían aplicarse para facilitar la consolidación y extensión de las ICOS, y también presentamos algunos casos de estudio de procesos de coordinación, articulación y acompañamiento de ICOS.

1. ¿QUÉ SON LAS ICOS?

Las ICOS son iniciativas que buscan satisfacer una necesidad de consumo de manera sostenible mediante la organización colectiva, el liderazgo civil y una gran importancia del trabajo voluntario gratuito, y en las cuales la relación con la administración pública es muy diversa y no sistemática.

Hemos categorizado seis tipos de iniciativas que encajarían dentro de la definición anterior: (1) Grupos de consumo agroecológico: personas que se auto-organizan para comprar directamente comida (e incluso otros bienes) al productor/a o distribuidores. Existen experiencias donde producción y consumo están integrados en la misma iniciativa: son

las Cooperativas Agroecológicas.¹ (2) Mercados de intercambio de objetos: iniciativas basadas en un mercado puntual o regular abierto al público en el que cada persona intercambia objetos que no use pero que puedan ser todavía utilizados. (3) Redes de intercambio o monedas sociales, bancos del tiempo: formalización de una red (normalmente articulada virtualmente) en la que se suceden ofertas y demandas de objetos, servicios y también conocimientos y habilidades. Puede ser la evolución de la realización de un mercado de intercambio regular. (4) Huertos colectivos:² espacio de cultivo de huerta, común o dividido en unidades, dinamizado por varias personas y organizado y ejecutado colectivamente. (5) Inversiones domésticas colectivas y “co-housing”: diversos tipos de experiencias, caracterizadas por el hecho de hacer una inversión conjunta entre diversas unidades familiares para abastecerse de un bien o servicio doméstico, vivienda o, incluso, simplemente por invertir. (6) Gestión comunitaria de residuos: comunidades organizadas para la gestión de residuos vecinales. Existen diversas experiencias articuladas alrededor del compostaje comunitario, de modo que se habilita un espacio en el que los vecinos pueden ir a depositar sus restos de basura orgánica para obtener, posteriormente, una parte de abono. (7) Grupos de crianza compartida: proyectos encarados a educación y cuidado infantil en los que las familias cooperan para compartir la crianza. Generalmente hay un/a educador/a que acompaña el proceso pero el liderazgo es de los padres y madres, siempre presentes en la educación y acompañamiento de los/as niños/as.

La naturaleza variable de estas experiencias aconseja no tomarnos la definición y categorización anteriores con excesiva rigidez. Aún así, es importante enfatizar el principal elemento diferenciador de las mismas: **el liderazgo comunitario**, que se traduce en la organización y la toma de decisiones colectivas, y el hecho de que la comunidad es el sujeto de

1. Sánchez, R. (2009): “Aproximaciones teóricas al consumo agroecológico. Estudio de caso”, Universidad Internacional de Andalucía - Instituto de Sociología y Estudios Campesinos.

2. En esta iniciativa, la satisfacción de necesidades de consumo (alimentario) queda quizás en segundo plano en mayor medida que en otras ICOS, pero la incluimos en este punto porque sigue satisfaciendo necesidades de consumo.

Cuadro 6.4.1 ¿Cuántos grupos de consumo agroecológico?

La cuantificación de los GCA a nivel estatal es compleja debido a la continua aparición y cese de experiencias. Si bien no existe información sistematizada ni perfectamente exhaustiva, sí hay algunas aproximaciones cuantitativas interesantes:

- Según datos del proyecto ConsumpediaMed, en 2011 se cuantificaron (incluyendo Cooperativas Agroecológicas) 45 experiencias en Andalucía, 55 en la Comunidad de Madrid, 148 en Cataluña y 55 entre País Vasco y Navarra. La diferencia de tamaños entre ellas explica algunas de las disparidades en número de experiencias entre territorios: en el País Vasco y Navarra predominan los GCA de gran tamaño (de 100 a 2.000 unidades familiares), mientras que en Cataluña predominan las pequeñas (de 15 a 50 unidades familiares). Estas diferencias dificultan poder calcular la cantidad de población que se alimenta a través de GCA.
- La Federación Vasca de Consumo Ecológico y Responsable (Ekokontsumo), que aglutina a 6 GCA de gran tamaño (3.400 unidades familiares) en el País Vasco y Navarra, calculó que entre sus asociados servían a 10.000 personas.³
- A nivel catalán, según un estudio reciente de la Federación de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Cataluña para Ecoconsum (Coordinadora Catalana de Organizaciones de Consumidores de Productos Ecológicos), una muestra de 28 GCA representaban a 1.500 unidades de consumo (o familias). Esto sale a unas 50 unidades de consumo por GCA. Si usamos la misma media que en el caso vasco, para los 28 GCA saldrían unas 4.410 personas.
- También en el ámbito catalán pero partiendo de la base de datos de La Repera (espacio de encuentro entre GCA y productores),⁴ el tamaño medio de una muestra de 59 GCA (aproximadamente el 40% del total de GCA catalanes, según datos de ConsumpediaMed) era de 32,8 unidades familiares. Si extrapolamos ese tamaño medio (32,8 unidades familiares) a los 148 GCA obtenemos que se está suministrando a unas 4800 familias. Pasándolo a la familia media del caso vasco (2,9) saldrían unas 14.000 personas.

Aún pecando de simplificar en exceso los cálculos, los datos nos sirven para tener una aproximación cuantitativa al volumen de usuarios y usuarias.

3. Becerra, J.R. (2011): “Ekokontsumo Federazioa - Federación Vasca de Consumo Ecológico y Responsable”. Presentación en las Jornadas “Las Cooperativas de Consumo: modelo potenciador de una economía sostenible” organizadas por la CECCU.

4. En el momento de esta investigación La Repera tenía 95 GCA registrados, 59 de ellos con información sobre su tamaño en términos de unidades familiares.

cambio. Hablamos de la comunidad como sujeto porque, dentro de las posibles actuaciones basadas en la comunidad, pueden existir iniciativas lideradas por la administración pública o por empresas privadas, en las que podemos considerar a la comunidad más como objeto que como sujeto. También estas iniciativas comunitarias tienen su valor, pero en la presente investigación nos centramos en las ICOS debido, por un lado, a la necesidad de acotar la unidad de análisis, y por otro, al valor añadido que tiene el liderazgo comunitario al encarar los retos planteados en el presente Informe.

Por otro lado, cabe destacar que uno de los elementos transversales a las ICOS es lo que se ha llamado recientemente **Consumo Colaborativo**.⁵ Esta idea pone sobre la mesa la necesidad y posibilidad de compartir recursos (bienes y servicios)

para reducir el impacto ambiental que tiene el consumo privativo (basado en la propiedad privada), así como el papel de dinamización comunitaria que puede jugar el hecho de compartir en lugar de competir (en términos de consumo).

Teniendo el marco de las ICOS como unidad de análisis, **centraremos el trabajo de campo en los Grupos de Consumo Agroecológico (GCA)**, como objeto específico de estudio. Hemos seleccionado los GCA porque en estas iniciativas parecen convergir, a priori, muchas de las características señaladas como importantes para promover y consolidar cambios en los estilos de vida (ver el apartado siguiente). Esto nos sirve para discriminar respecto a otras experiencias en las que dichas características no destacan tanto ni parecen tan inherentes a su propio funcionamiento (como los mercados de intercambio, en los que el usuario puede limitarse con más facilidad al intercambio sin participar de una experiencia de organización colectiva). Además, el gran número de

5. Más información sobre este concepto en www.collaborativeconsumption.com y www.consumocolaborativo.com.

experiencias y el largo recorrido temporal de algunas de ellas nos permite analizar las limitaciones y potencialidades de su funcionamiento con mayor profundidad (ver el Cuadro 6.4.1).

2. INVESTIGANDO LAS ICOS

Decidimos embarcarnos en la exploración del papel que pueden jugar las ICOS a la hora de cambiar, consolidar y generalizar estilos de vida sostenibles por diversos motivos:

- Como estrategia para cambiar estilos de vida: diversos estudios sugieren que las iniciativas en sostenibilidad lideradas y participadas por la sociedad civil generan las condiciones para que el cambio de valores, hábitos y estilos de vida sea más fácil y duradero. Al hilo de lo anterior, se habla de la necesidad de complementar (y en algunos casos, sustituir) la perspectiva dominante en el diseño de políticas de cambios en el consumo (centradas en la elección racional del consumidor individual en el mercado) con estrategias lideradas comunitariamente. Todo esto a partir de un marco de actuación y de construcción de hábitos concebido desde el contexto socio-técnico que afecta y es afectado por la ciudadanía, más que desde la individualidad.⁶ Además, tomar las iniciativas comunitarias como punto de partida para el desarrollo de políticas públicas en consumo sostenible ayuda a que dichas políticas estén bien adaptadas al contexto y encajen mejor con la realidad social local.⁷
- Como estrategia para sustituir sistemas de provisión: las ICOS pretenden complementar o sustituir los regímenes de provisión (y en consecuencia de organización socioeconómica) mayoritarios. A pesar de la limitación cuantitativa que pueden tener estas prácticas, algunos autores señalan que desde una perspectiva cualitativa tienen un gran valor. Así, Chris Church argumenta que las ICOS son importantes porque (i) generan cambios en el día a día y en el entorno de la gente, (ii) facilitan la activación e implicación social de individuos y comunidades, (iii) permiten generar conocimiento para conectar las acciones locales con dinámicas globales, (iv) construyen habilidades y capacidades para poder afrontar otros retos (quizás mayores), (v) establecen responsabilidad comunitaria en el largo plazo, y (vi) ayudan a reducir el rechazo hacia temas ambientales.⁸ Otros autores perciben las ICOS como nuevas tecnologías sociales para resolver problemas relacionados con la sostenibilidad.⁹
- Como estrategia para el empoderamiento social: las ICOS pueden ser contempladas también desde la óptica de la organización colectiva, entendida como acto de empoderamiento social y político que apunta a incidir sobre las relaciones de poder entre las estructuras sociales actuales.¹⁰

Esta justificación no presupone que las ICOS tengan todas estas características ni las exploten en todo su potencial, pero sí creemos que aporta señales e indicios suficientes para dedicar esfuerzo a investigar en profundidad el rol que pueden jugar para abordar la necesidad imperante de cambio social en pos de la sostenibilidad y la equidad ambiental.

6. Más información sobre estos puntos en a) Kaplan, S y Kaplan, R. (1989): "The visual environment: public participation in design and planning", *Journal of Social Issues* 45; b) Gardner, G. T. y Stern, P.C. (2002): "Environmental problems and human behavior", Pearson Custom Publishing; c) Jackson, T. (2005): "Motivating sustainable consumption. A review of evidence of consumer behaviour and behavioural change", Centre for Environmental Strategy, University of Surrey; d) Jackson, T and Michaelis, L. (2003): "Policies for sustainable consumption", Sustainable Development Commission; e) Peters, M. y Jackson, P. (2008): "Community action: a force for social change? Some conceptual observations", RESOLVE working paper.

7. Seyfang, G. y Smith, A. (2010): "Community action: a neglected site of innovation for sustainable development?", Centre for Social and Economic Research on the Global Environment Working paper EDM.

8. Church, C. (2005): "The importance of grassroots initiatives", resumen de presentación en el seminario Grassroots Innovations in Sustainable Development, Londres.

9. En el portal web www.grassrootsinnovations.org se pueden encontrar las distintas investigaciones y actividades desarrolladas por el grupo de investigación de Gill Seyfang y Adrian Smith.

10. Toledo, V. (2010): "Las claves ocultas de la sostenibilidad: transformación cultural, conciencia de especie y poder social", en World Watch Institute: "La situación del mundo 2010. Cambio cultural. Del consumismo hacia la sostenibilidad", Icaria Editorial.

2.1 Herramientas de análisis: las ICOS como evolución del activismo en consumo

Existen muchos factores que explican el surgimiento de las ICOS, como la búsqueda de construcción de estructuras socioeconómicas que desafíen a los sistemas dominantes, o la necesidad de incidir en la ordenación del espacio urbano, o simplemente para facilitar el acceso a determinados bienes y servicios.

Sin embargo, en esta investigación nos interesa observar las ICOS desde dos perspectivas: (i) el consumo como espacio de poder desde el que generar cambios en la estructuración social, y (ii) la emergencia de nuevas formas de desarrollo y expresión de la ciudadanía, en concreto de la ciudadanía ecológica.

Respecto al primer punto, el reconocimiento oficial por la Constitución de 1978 como un espacio de poder enmarcado en el mercado y en el ejercicio de compra individual abre la puerta a diversos debates. Éstos van evolucionando desde la crítica a la perspectiva exclusivamente mercantil del acto de consumo,¹¹ frente a la que surge el movimiento por un consumo responsable (o ético, político), hasta las limitaciones de centrarse únicamente en el acto de compra y en la acción individual como espacios desde los que impulsar cambios sociales.¹² A raíz de estos debates, desde algunos ámbitos de la sociedad civil y la investigación científica deja de entenderse el consumo como un voto a través de la compra en el mercado y se pasa a cuestionar los estilos de vida (en los que la compra es un elemento entre otros dentro de la esfera del consumo).¹³ Así, a la necesidad

de promover cambios económicos y sociales a través de la compra se le incorpora la necesidad de actuar en el campo de la construcción de significaciones y símbolos sociales, y en definitiva, en la promoción de un cambio cultural. Con el afán de proporcionar y aportar una dosis de realismo al alcance que pueda tener actuar a través del estilo de vida, se ha insistido en que magnificar el poder de los actos individuales puede ser engañoso y hasta cierto punto contraproducente (ya que puede hacer que se canalicen los esfuerzos de la ciudadanía hacia un espacio de incidencia con serias limitaciones). Así pues, no es que se rechace la necesidad de actuar en un plano individual sino que más bien se matiza que debe enmarcarse y alimentar una acción colectiva para generar espacios de mayor incidencia política.¹⁴

Dentro de este marco, consideramos que las ICOS son una de las posibles plasmaciones (conscientes o no) de la necesidad de trascender la perspectiva individual y recurrir a la organización y articulación colectiva en consumo como herramienta efectiva para ocupar un espacio de poder y de incidencia más amplio. Con la presente investigación intentamos aportar más luz al papel que cumplen las ICOS como espacio de poder.

En paralelo a este cuestionamiento de los límites y alcances de la acción política a través del consumo emerge el concepto de ciudadanía ecológica,¹⁵ que define explícitamente el comportamiento privado del consumidor como político y como espacio para la acción colectiva por el bien común para afrontar los retos ambientales.¹⁶ Así

11. Para más información sobre este punto se pueden consultar a) Spaargaren, G. y Oosterveer, P. (2010): "Citizen-consumers as agents change in globalizing modernity: the case of sustainable consumption", *Sustainability* 2; b) Alonso, L.E. (2005): "La era del consumo", Siglo XXI de España Editores.

12. Algunos autores que abordan esta problemática son: a) Recio, A. (2006): "Consumo responsable: una reflexión crítica", *Mientras Tanto* 99; b) Maniates, M. (2002): "Individualization: plant a tree, buy a bike, save the world?", en "Confronting Consumption", MIT Press; c) CRIC (2007): "¿Y eso de consumo transformador?", *Opciones* 22; d) Jackson (2005), op cit.

13. Algunos autores que hablan de la relación entre consumo y

estilo de vida: Bauman, Z. y May, T. (1990): "Thinking sociologically. An introduction for everyone", Basil Blackwell; Spaargaren (2010), op cit.

14. Porro, A. (2009): "¿Y eso de consumo consciente y transformador? Reflexiones sobre el papel del consumo en la transformación social así como su potencial político en contexto de crisis", en "Crisis y respuestas en la red", Anuario de movimientos sociales, Icaria editorial; Maniates (2002), op cit; Recio (2006), op cit; CRIC (2007), op cit.

15. Dobson, A. (2003): "Citizenship and the environment", Oxford University Press.

16. Seyfang, G. (2006): "Ecological citizenship and sustainable consumption: examining local organic food networks", *Journal of Rural Studies* 22.

pues, podríamos definir la relación entre consumo y ciudadanía ecológica según la dinámica siguiente: un ciudadano ecológico se define por unos valores vinculados a la sostenibilidad y encuentra en el consumo la forma de expresar y afianzar estos valores, generando al mismo tiempo un cambio en su estilo de vida hacia la sostenibilidad.

Nos parece interesante adoptar la ciudadanía ecológica como herramienta analítica, pues uno de los principales objetivos de la presente investigación es analizar si los GCA son contextos adecuados para promover cambios en los estilos de vida, y uno de los elementos claves para ello es analizar si sus participantes expresan valores de ciudadanía ecológica.

3. CUESTIONES METODOLÓGICAS

Como hemos explicado anteriormente, el trabajo de campo se ha centrado en las ICOS como unidad de análisis y en los Grupos de Consumo Agroecológico (GCA) como objeto específico de estudio. Para la obtención de datos, se han realizado entrevistas personales y cuestionarios.¹⁷

Al analizar los GCA intentaremos responder las siguientes preguntas:

1. ¿Qué papel cumplen los GCA como espacios para generar cambios hacia estilos de vida sostenibles?
2. ¿Qué papel cumplen los GCA como espacio de empoderamiento social?
3. ¿Cuál es el grado de satisfacción de los usuarios/as?
4. ¿Cuáles son los principales retos para la expansión de los GCA?
5. ¿Qué tipo de medidas serían necesarias para acompañar y facilitar la extensión de estas experiencias?

Para dar respuesta a las cuatro primeras preguntas relacionamos cada una de ellas con unos bloques temáticos que enmarcan la obtención de datos y

serán la base del diseño del trabajo de campo. En concreto:

PREGUNTA	BLOQUE TEMÁTICO
Estilos de vida	F1: Motivaciones declaradas por los participantes y evolución > ciudadanía ecológica
Empoderamiento social	F2: Vínculo con espacios de referencia en activismo político F3: Vínculos con comunidad F4: Relaciones de género
Satisfacción de usuarios/as Retos para la expansión	F5: Eficacia en el funcionamiento operativo F6: Retos para la expansión y reproducción

Para responder a la quinta pregunta combinaremos los resultados obtenidos mediante los bloques temáticos con las respuestas obtenidas en las entrevistas a la pregunta siguiente:

¿Cree que sería deseable algún tipo de medida pública para el mejor funcionamiento de la ICOS? En caso afirmativo, ¿de qué tipo?

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis sobre los estilos de vida

En este punto analizamos la información arrojada por los datos para ver si, por un lado, se generan las condiciones para facilitar cambios en los hábitos y, por otro, se transmiten valores y se reproducen normas sociales con la sostenibilidad ambiental (ciudadanía ecológica) y social como eje.

Para ello, nos fijamos en primer lugar en las **motivaciones de las personas** para entrar al grupo de consumo y la evolución de éstas con el tiempo. De las entrevistas se desprende su amplia diversidad, distinguiendo las siguientes motivaciones: (i) por obtener un producto ecológico y de calidad (entendido en muchos casos como producto saludable para las personas y el medio, pero también como producto local, conocido...); (ii) por ideología (expresada mayoritariamente en términos de “cambiar de modelo de producción y consumo, cambio de las relaciones económicas”); (iii) por participar de un proyecto colectivo; y (iv) por conocer gente

17. Más información sobre la metodología del trabajo de campo en el anexo 10.3 de este Informe.

afín y socializar. Si analizamos estas motivaciones vemos que los entrevistados, al menos en el plano discursivo, expresan valores de ciudadanía ecológica, y también vinculados a la necesidad de democratizar y hacer más justo el modelo agroalimentario mayoritario. Por lo tanto, a nivel de valores socialmente deseados, los GCA generan un contexto social propicio para que éstos se reproduzcan.

Un segundo elemento destacable a la luz de lo anterior es que el espectro de motivaciones para participar en un grupo de consumo se amplía respecto a otros sistemas de provisión de alimentos (como una tienda o un supermercado). Así pues, a las motivaciones más comunes vinculadas al consumo responsable (la (i) y la (ii)) se le añaden la motivación para participar y para conocer gente afín. Además, según lo observado, dichas motivaciones y valores evolucionan con el tiempo y se complementan con los de las demás personas, convirtiendo a los grupos de consumo en una especie de **multiplicador de valores** vinculados a estilos de vida sostenibles.

Te vas contaminando, vas intercambiando, ves los motivos de los demás, vas aprendiendo [...]. Yo cuando entré aquí no sabía... no era consumidora de producto ecológico, y esta no era mi motivación, y después vas investigando, qué diferencias hay, producto artesanal, qué sabor tiene una cosa, y cada vez vas aprendiendo más. Supongo que también pasa en sentido contrario: la gente que ha entrado por puramente temas de consumo ecológico, pues mira qué relaciones comerciales existen, si son de comercio justo, cuáles de comercio justo y cuáles ecológicos, y te enseñan a cuestionarte cosas que antes ni te habías parado a pensar. (L'Aixada)

Enlazado con la cita anterior, es destacable también el hecho de que los grupos de consumo, más allá de los valores que se puedan reproducir en su seno, pueden ser eficaces bancos de información y recursos para facilitar el camino del cambio en los estilos de vida y los hábitos de consumo:

También hay una cosa divertida de cuando entras, que estás en contacto con muchísima información, de repente te enteras de qué es la banca ética, de que hay muchas formas de parir, qué es el comercio justo, es decir, es como una ventana que te abre muchísima información. (L'Almàixera)

Podemos encontrar en las entrevistas interesantes elementos, como el hecho de que los grupos de consumo no solamente pueden ofrecer información sino que también pueden generar algunas condiciones para que el cambio en el estilo de vida sea más fácil y duradero:

1. Son espacios de creación, consolidación y refuerzo de identidades sociales vinculadas a la sostenibilidad (ciudadanía ecológica) por el hecho de compartir un proyecto colectivo, creativo y participativo (“sentirse parte de”).

D. [Participar] es un añadido sin duda, yo vengo también por esto, ¡porque con esta gente no me relacionaría!

C. La prueba está en que cuando se organizan visitas a proveedores la gente... es un día de fin de semana...

D. No vienen todos

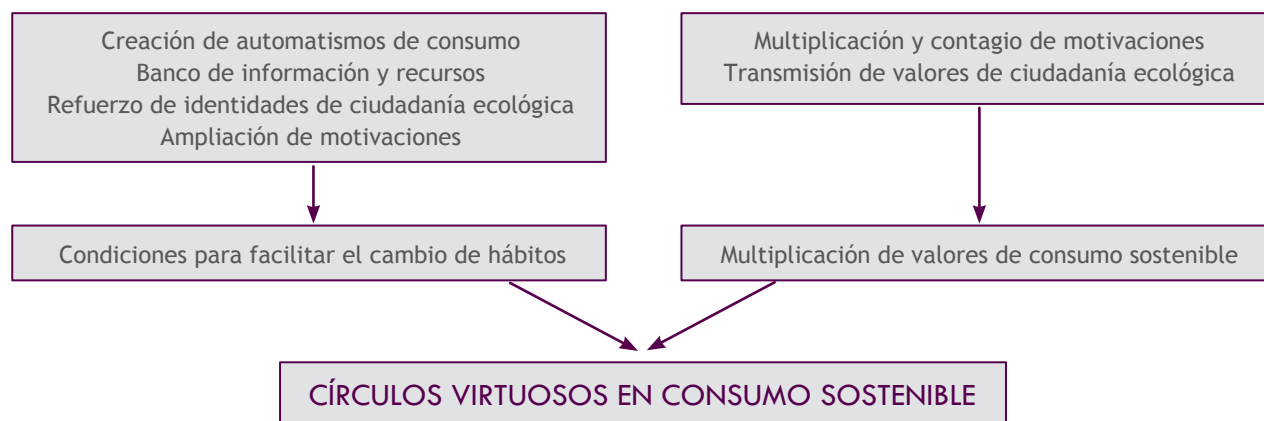
C. Pero hay bastante afluencia de gente... es un espacio con gente con intereses comunes, mismas formas de pensar. (La Remolatxa)

2. Son espacios que facilitan al/la participante la creación de automatismos (rutinas, hábitos...) de consumo sostenible, pues todas las opciones de consumo se fundamentan en los valores sociales definidos más arriba (“no hay que pensar todo el rato en si es bueno o malo, de dónde viene, etc.”).

A la vista de todo lo anterior, vemos que dentro de los grupos de consumo se pueden generar las condiciones para que el cambio de hábitos de consumo sea más fácil, profundo y duradero, al tiempo que pueden potenciar la transmisión de valores de ciudadanía ecológica (además de otros como la justicia social, la cultura participativa, la creación de comunidad o la equidad de género que analizamos en el siguiente punto). Todos estos factores nos llevan a hablar de los grupos de consumo como **círculos virtuosos en consumo sostenible** (Ilustración 6.4.1).

De todos modos, debemos entender las cualidades mencionadas como potenciales ya que, según las dinámicas internas de cada grupo de consumo, el círculo virtuoso estará más o menos desarrollado (depende en parte de la intencionalidad y de la capacidad del grupo, lo veremos con más detalle en el apartado 4.3).

Ilustración 6.4.1 Generación de círculos virtuosos en consumo sostenible



4.2. Análisis sobre empoderamiento social y político

Destaca de entrada que, más allá de los valores de ciudadanía ecológica, algunas de las personas entrevistadas también hablan no solamente de cambiar la forma en que consumen, sino de los grupos de consumo como espacios para cambiar el modelo de producción y consumo mayoritario. Estas personas expresan una **intencionalidad política y de transformación social** clara, aunque esa acción política es percibida de manera distinta según las personas:

- Para algunos, el simple hecho de consumir productos que alimentan un modelo de producción y de organización social determinado ya representa un acto político, por lo que el acto de consumo es incidencia política. Todos los grupos entrevistados se mueven bajo criterios parecidos a este nivel.
- Para otros, el propio funcionamiento de los grupos de consumo (asambleario, horizontal, autogestionado) y todo lo que de ello se deriva está generando una incidencia social. Observamos dos extremos: uno sería el GCA que tiende a ser una tienda en la que los participantes tienen un rol muy pasivo, y en el otro el GCA se basa en la participación activa de muchos de sus miembros. En este caso depende de la intención y los principios de cada GCA.
- En una tercera definición, encontramos la capacidad de incidir políticamente como la capacidad que tienen los grupos de consumo para incentivar a los usuarios a movilizarse

para determinadas actividades (reivindicativas o educativas). En general, todos los grupos de consumo, tienen vías para hacer circular información sobre campañas, movilizaciones y sucesos de implicación política de algún tipo.

Más allá de las diferencias observadas en la percepción de la acción transformadora de cada GCA, los datos nos muestran tres procesos que pueden desarrollarse en y desde los grupos y que pueden contribuir al empoderamiento de los participantes y del grupo en sí para incidir en estructuras sociales que enmarcan y trascienden su propia iniciativa. Son los siguientes:

1. Los grupos de consumo como puerta de entrada y espacio de **activismo político “suave”**: como se ha mencionado, los GCA, sin ser espacios de militancia política explícitamente, pueden aproximar información y actividades relacionadas con el activismo político a participantes que antes de entrar en el grupo las desconocían, convirtiendo a los GCA en puertas de entrada “suaves” al activismo político. Cabría preguntarse hasta qué punto los grupos con objetivos específicos de movilización política consiguen animar a los participantes a tomar parte en otros espacios de incidencia. Lo que sí podemos afirmar es que los GCA engendran un potencial para la movilización política.

2. Los grupos de consumo como espacios de **refuerzo de la comunidad y de la cultura participativa**: las iniciativas analizadas con una fuerte componente participativa y relacional se proyectan hacia

la comunidad en la que se ubican, fortaleciendo la construcción de vecindad y las relaciones sociales de la zona, el fomento del conocimiento y la ayuda mutua, por el hecho de trabajar cooperativamente para la satisfacción de una necesidad de consumo. También es destacable que a partir de algunos grupos de consumo se han impulsado otras Innovaciones Comunitarias, como por ejemplo huertos colectivos o mercados de intercambio.

3. Los grupos de consumo como espacios con **liderazgo femenino**: los datos parecen apuntar a que existe una mayor participación femenina en las ICOS analizadas, pues las personas entrevistadas perciben que en la mayoría de las experiencias hay mayor presencia cuantitativa de mujeres participando activamente. Aún así, esta relación cuantitativa es bastante incompleta si no se acompaña de un análisis más profundo del tipo de relaciones que se establecen en el propio funcionamiento. Esta limitación del estudio abre la puerta al desarrollo de futuras investigaciones en esta línea: ¿son los GCA espacios de transformación social con liderazgo y predominio de valores femeninos, o la mayor presencia femenina se debe a que la participación en el GCA es una tarea reproductiva que recae sobre la mujer, y por lo tanto es una tarea más para la mujer?

En conclusión, los GCA amplían el espacio de poder a través del cual la ciudadanía puede expresar sus valores y reivindicaciones en temas de consumo.

4.3 Satisfacción del usuario y retos para la extensión de los GCA

Dentro de los posibles elementos a analizar de los GCA en tanto que sistema de provisión entroncado en un sistema agroalimentario más amplio, hemos decidido enfocar el análisis en la percepción de los usuarios/as o participantes sobre los GCA como vías de suministro de alimentos, centrándonos en el grado de satisfacción declarado y también en los principales retos percibidos de cara a consolidar, reproducir y extender los GCA como sistemas de provisión.

Adaptación del usuario/a

De entrada cabe remarcar que el/la participante tendrá que adaptarse a ciertas dinámicas y características de estas experiencias colectivas. En este sentido, cabe destacar algunos aspectos clave que definen este cambio de concepción: i) **La gestión del tiempo**: la mayoría de las experiencias declaran que el tiempo que hay que dedicar a satisfacer la necesidad de consumo está restringido en horario en comparación con los lugares de compra convencionales, por lo que exige una mejor planificación del tiempo para adaptarse a los horarios del GCA; y ii) **La implicación en el funcionamiento**: siendo la mayor parte de las experiencias de carácter participativo y asambleario, la implicación activa en la organización y decisión de tareas colectivas está abierta a todos los miembros (en algunos casos es incluso obligatoria a riesgo de ser excluido/a del grupo). Desde esta perspectiva, la vivencia de consumo cambia substancialmente respecto a la vivencia habitual de compra en una tienda o supermercado, por lo que genera cambios por sí en los estilos de vida (como mínimo en la gestión del tiempo). Algunos de los entrevistados remarcaban la importancia de ofrecer flexibilidad a la hora de pedir implicación a los participantes, al menos al principio.

Es destacable un tercer aspecto que, si bien no cambia la concepción de la compra, sí que requiere una adaptación por parte de los participantes. Nos referimos a la necesidad de **adaptarse al producto de temporada**. En este caso, el proceso de adaptación puede considerarse un proceso de aprendizaje y de adopción de valores de ciudadanía ecológica, y por lo tanto es necesario desde una perspectiva de consumo sostenible.

Carencias en el funcionamiento ordinario

La frontera entre aquello a lo que tiene que adaptarse quien participa (como consumidor/a que recibe un producto) y aquello que tiene que mejorar a nivel operativo en la experiencia para ofrecer una mejor calidad de servicio es difusa. De todos modos, encontramos un cierto consenso entre las experiencias analizadas en que existe un camino por recorrer

para mejorar el servicio. A raíz de las respuestas de los entrevistados hemos definido tres categorías que engloban en qué aspectos los participantes pueden estar o están insatisfechos a nivel de servicio:

- **Grado de acceso a diversidad de productos:** varias personas entrevistadas afirman que, más allá de los límites establecidos por los criterios de consumo sostenible, sería deseable poder ampliar el rango de productos a los que se tiene acceso mediante grupos de consumo. Expresan como principal obstáculo las limitaciones organizativas asociadas al hecho de funcionar con trabajo voluntario. También la cuestión de la escala es percibida como un punto crítico en este aspecto.
- **Calidad, regularidad y cantidad de los productos obtenidos:** las cuestiones de cantidad y calidad dependen mayormente de factores externos (capacidad de negociación con el proveedor), aunque en cuanto a la regularidad se observa que muchas veces es deficiente por carencias organizativas internas.
- **Costes y precios:** a pesar de que también aquí existen elementos externos y específicos de cada experiencia, sí que destaca la cuestión del coste del espacio o local como obstáculo común a varios de los grupos de consumo.

Principales retos para la ampliación

Llegados a este punto, vemos que existen una serie de puntos críticos de cara a plantear la extensión de los GCA. Son los siguientes:

- El miedo a no tener la capacidad organizativa para crecer y asumir más participantes (en general, las limitaciones organizativas están muy presentes).
- La falta de participantes y de participación detectada por algunos grupos como limitante a la hora de expandir las experiencias, tanto en lo referente a la participación activa en la organización como a los usuarios/as en un rol más pasivo.

- Las limitaciones de espacio.
- La falta de coordinación entre las experiencias y las disfunciones que esto puede generar de cara a los participantes y a su propio funcionamiento. Todos los GCA analizados consideran importante establecer espacios comunicativos y de coordinación, tanto a escala local (incluso conectando con distintos tipos de ICOS, como por ejemplo huertos colectivos) como a una escala superior. Profundizaremos en esta idea en el apartado 5.

El debate de la expansión, y la difícil conciliación entre funcionalidad y participación

Los distintos grupos de consumo analizados relatan una discusión sobre modelos de expansión que tiene en el eje la dualidad entre aportar mayor funcionalidad al participante y poder ofrecer un espacio participativo y relacional. El incremento de escala de las experiencias puede conllevar la pérdida de un espacio de este tipo y de la razón de ser de algunas de las experiencias. Por otro lado, el incremento de escala puede llevar a mejoras operativas que mejoren la calidad del servicio y la diversidad y calidad del producto, con la consiguiente mejora en funcionalidad para el usuario/a. Es un debate complejo ya que ambos factores, funcionalidad y participación, pueden jugar a favor de la generalización de cambios en los estilos de vida. Según las entrevistas y lo observado por el equipo de investigación en distintos espacios de debate sobre GCA, la raíz de este debate tiene su origen en los objetivos y visión de expansión de cada experiencia. En este sentido observamos dos tendencias:

1. **El GCA - empresa:** se caracteriza, por lo general, por ser una empresa cooperativa profesionalizada con trabajadores-socios asalariados (tiene por lo tanto una escala que permite generar empleo), una tienda abierta al público y generalmente con forma jurídica establecida (cooperativa de consumidores y usuarios o asociación). Algunas de las experiencias más representativas de este modelo serían la Asociación Landare en Navarra (www.landare.org), con 11 trabajadores, dos tiendas abiertas al público y 1.400 asociados; la Asociación Bio

Alai Elkartea en Álava (www.bioalai.org), con 6 trabajadores, una tienda abierta al público y 850 socios; la Cooperativa La Ortiga en Sevilla (www.laortiga.com), con 530 socios, dos tiendas abiertas al público y 6 trabajadores; y la Cooperativa El Brot en Tarragona (www.elbrot.cat), con 130 socios, una tienda abierta al público y 4 trabajadores.

Este modelo de cooperativa de consumo logra en gran medida aportar un alto grado de funcionalidad a quienes participan, ya que la estructura profesionalizada permite mejorar la operatividad y la calidad del servicio. Como contrapartida, a raíz del trabajo realizado observamos que el grado de participación y de generación de red social de los socios es más reducido que en otras experiencias de menor escala y basadas en el trabajo voluntario.

Destaca también de este modelo de cooperativa su inserción en el mundo de la economía social, ya que emergen como proyectos empresariales generadores de empleo y de oportunidades de inversión en nuevos modelos empresariales socialmente justos y sostenibles.

2. El GCA - espacio comunitario: se caracteriza, por lo general, por el trabajo voluntario de los socios, con una escala reducida por elección propia (generalmente, por lo observado en esta investigación, no sobrepasa los 40 socios), muchas veces sin forma jurídica establecida. En Cataluña éste es el modelo más reproducido y el de la mayor parte de las experiencias entrevistadas en la presente investigación: Tota Cuca Viu, L'Almàixera, La Cortera, El Rusc, l'Aixada...

En este tipo de experiencias, el hecho de basar la estructura de gestión y funcionamiento en el trabajo voluntario hace que el grado de operatividad sea inferior al de una estructura profesionalizada, generando algunas disfunciones y reducción de calidad del servicio a los participantes. En contraposición, precisamente en estas experiencias existe una fuerte interacción entre participantes y se desarrollan de manera más pronunciada los efectos de círculo virtuoso descritos en el apartado 4.1.

En este caso cabe destacar que, si bien no son

estructuras económicas suficientemente grandes para generar empleo y oportunidades de inversión, sí que son experiencias que refuerzan la comunidad y engendran un potencial de empoderamiento social importante.

Vemos pues que ambos modelos tienen sus elementos positivos y negativos en lo que se refiere a la capacidad de generar cambios en los estilos de vida. Por un lado, los GCA - empresa, al situarse más cercanos a un canal minorista tradicional, son capaces de ofrecer un espacio de consumo muy funcional que, dependiendo de cómo se trabaje la implicación de los socios cooperativistas, alberga un potencial de generación de red social y participación más amplio socialmente. Por el otro lado, los GCA - espacio comunitario, al tener en el centro de su funcionamiento la implicación y participación de los socios, genera per se un círculo virtuoso y un espacio de cambio en los valores y estilos de vida más profundo, y puede alimentarse a su tiempo de experiencias más profesionalizadas para introducir mejoras en la operatividad y funcionalidad para el participante. Más allá de esta dualidad, existen grupos de consumo basados en el trabajo voluntario que consiguen ser operativos y ofrecer un buen servicio a los participantes, sin perder por ello participación ni reducir el espacio de relación social.

Finalmente, algunas de las personas entrevistadas han cuestionado la propia definición de funcionalidad y la percepción de aquello que es funcional. Así, desde la óptica de acceso a un determinado bien de consumo puede no parecer funcional el hecho de tener que dedicar tiempo a la participación y a la atención y construcción de relaciones sociales. Sin embargo, tomando las aportaciones teóricas de Manfred Max-Neef¹⁸ se podría considerar que los grupos de consumo son **satisfactores sinérgicos**, es decir, espacios de satisfacción de necesidades que no sólo cubren la necesidades de subsistencia-alimentación, sino que también satisfacen la necesidad de participación, ocio e identidad. De todos modos, no pretendemos sacar

18. Max-Neef, M. (1994): "Desarrollo a escala humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones", Icaria editorial.

ideas concluyentes sino abrir la puerta al cuestionamiento de la funcionalidad y las necesidades al analizar las ICOS.

4.4 ¿Qué podemos decir de otras ICOS?

Como señalamos en el Anexo Metodológico (capítulo 10.2), hemos desarrollado unos cuestionarios combinando preguntas abiertas y semiabiertas a tres tipologías de ICOS para obtener algunos indicios de si existían patrones comunes entre éstas y los grupos de consumo.

Debido a las limitaciones cuantitativas de las respuestas y metodológicas, no podemos sacar conclusiones consistentes prácticamente en ninguno de los criterios del estudio. Sólo en el plano de los retos técnicos y organizativos parece existir un denominador común referente a la participación e implicación de los/as usuarios/as en las experiencias analizadas. Este factor se erige como limitante tanto a la hora de mejorar el funcionamiento operativo como para ampliar y extender las iniciativas, y tiene repercusiones sobre otros elementos como la capacidad de generar círculos virtuosos de consumo sostenible.

En cualquier caso, la presente investigación puede sentar un precedente para aplicar el mismo enfoque metodológico utilizado con los grupos de consumo para analizar otras ICOS, como huertos colectivos, mercados de intercambio y redes de intercambio con monedas complementarias.

5. MEDIDAS Y HERRAMIENTAS DE APOYO

En primer lugar, no pretendemos presentar un planteamiento en el que se proponga como futuro factible y deseable una sociedad donde la inmensa mayoría de las necesidades estén satisfechas mediante grupos de consumo. No obstante, creemos que estas experiencias pueden ser complementarias con otras vías más funcionales o convencionales (como por ejemplo el pequeño comercio o los mercados locales), aunque para ello todavía queda mucho camino por recorrer.

Medidas de acompañamiento

A raíz del análisis desarrollado, hemos obtenido suficiente información para detectar cuáles son las principales carencias y limitaciones, así como potencialidades, de los grupos de consumo. Con el propio análisis del trabajo de campo y de las propuestas declaradas por los entrevistados hemos desarrollado un conjunto de medidas susceptibles de ser aplicadas para mejorar el funcionamiento y facilitar la extensión de los GCA (ver la Tabla 6.4.1).

Existe pues un rango amplio de medidas susceptibles de ser aplicadas a los grupos de consumo para mejorar su funcionamiento.¹⁹ La pregunta que emerge a partir de aquí es: ¿cómo se aplican estas medidas?

De entrada, consideramos que es importante partir de la base de que cada experiencia según sus especificidades tendrá unas necesidades concretas, por lo que las medidas de acompañamiento serán diferentes dependiendo del grupo de consumo. Quizás la pregunta más relevante para establecer futuros pasos para facilitar la extensión de los grupos de consumo sea la siguiente: ¿desde dónde deberían ofrecerse o provenir estas medidas de acompañamiento?

A juzgar por las discusiones que se han desarrollado en las entrevistas y en otros espacios de discusión, este aspecto nos parece clave, ya que no todos los grupos de consumo dan legitimidad a los mismos agentes sociales de cara a buscar apoyos. En concreto, respecto al papel que podría jugar la administración pública encontramos dos visiones opuestas. Por un lado, una parte de las iniciativas analizadas se manifiestan favorables a que la administración pública intervenga en la facilitación y generalización de sus experiencias. Por el otro, se expresa que lo mejor es no tener relación con la administración pública, debido, primero, al miedo a que intervenga negativamente (poniendo

19. En un estudio reciente desarrollado por la Federación de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Cataluña (FCCUC) se desglosan en profundidad estas y otras medidas detectadas como necesarias para facilitar el funcionamiento de los grupos y cooperativas. Más información en www.ecoconsum.org.

Tabla 6.4.1. Medidas para mejorar el funcionamiento de los GCA y extenderlos

Medida	Objetivos
Protocolos de entrada	Informar íntegramente sobre aquello que requiere adaptación por parte de quien participa, tanto cuestiones ideológicas como organizativas (gestión del tiempo e implicación en la experiencia). Ofrecer cierto grado de flexibilidad de las experiencias para personas con restricciones importantes de tiempo. Ofrecer una incorporación progresiva a la participación en la experiencia para desarrollar al máximo el espacio participativo y relacional. Ofrecer una incorporación planificada a la participación para mejorar el funcionamiento de la experiencia desde un punto de vista operativo (p.e. jerarquía de tareas).
Asesoría jurídico-legal	Facilitar conocimiento en cuestiones tales como posibles formas jurídicas de las experiencias, relación con cuestiones fiscales, normas sanitarias, etc.
Asesoría en logística, organización, informática	Hacer diagnósticos de operatividad. Facilitar herramientas de gestión para mejorar el funcionamiento operativo (programas informáticos, reestructuración de cuentas y organigrama, valorar la posibilidad de tener una persona asalariada...).
Facilidades de acceso a espacio e infraestructura	Apoyo económico para facilitar el acceso y mantenimiento del espacio e infraestructura. Apoyo logístico y de acceso a información para facilitar el acceso a espacio e infraestructura.
Estrategia de difusión y comunicación	Desarrollar y mejorar las estrategias de atracción social para incorporar más gente. Importante: ensalzar la cuestión participativa, relacional e identitaria.
Protocolos de acercamiento a las AAPP	Ofrecer estrategias de aproximación y negociación con la administración pública. Importante: mantenimiento del liderazgo civil.
Espacio de coordinación inter- e intralCOS	Establecer un espacio de comunicación y coordinación: •Entre grupos de consumo para mejor cobertura territorial, sinergias, economías de escala, aprendizaje mutuo, etc. •Entre grupos de consumo y otras ICOS en un marco territorial determinado, para ampliar la cobertura e incidencia social y articular un proceso territorialmente acotado.
Formación en toma de decisiones colectivas, comunicación interna y gestión de conflictos	Ofrecer formación y herramientas para: •Establecer métodos de toma de decisiones colectivas eficaces. •Trabajar la comunicación interna, el trabajo en equipo y la gestión de conflictos.
Avales de confianza	Establecer un mecanismo que avale de forma participativa y horizontal el buen funcionamiento de la experiencia para transmitir confianza a la ciudadanía. Dotarle de reconocimiento formal por parte de las administraciones.
Apoyo a la creación de nuevos proyectos	Establecer mecanismos e incentivos a la creación de nuevos grupos de consumo, entendidos como iniciativas de alto valor social y ambiental.

obstáculos a su funcionamiento) y, segundo, a que pueda apropiarse del discurso y la imagen de sus experiencias.

Espacios de coordinación a distintas escalas

La materialización de las medidas de acompañamiento en un terreno práctico es compleja, tanto por la necesidad de encontrar un agente o espacio desde donde ofrecer estas medidas que esté legitimado por los distintos grupos de consumo, como por la diversidad de necesidades específicas de cada grupo. Se suma a esta

complejidad el hecho de que distintas necesidades pueden ser cubiertas a distintas escalas.

Así, para tener acceso a un espacio o para impulsar otras iniciativas comunitarias a través del grupo de consumo, obtener apoyo a partir de los recursos locales de la comunidad en la que se asienta parecería lo más adecuado (más que recurrir a una estructura de coordinación de grupos de consumo a nivel de territorio), pues el rol de acompañamiento o coordinación debería desarrollarse con conocimiento y desde la localidad.

Cuadro 6.4.2 Transition Towns: una experiencia de coordinación comunitaria

Entre las experiencias de articulación local de las ICOS existe un caso de creciente interés: las Iniciativas de Transición (*Transition Initiatives* o *Transition Towns*, por su origen anglosajón).

Este movimiento surge en 2006 de la escuela de permacultura de Kinsale (Irlanda). En ese momento se redactó un documento que establecía los pasos necesarios para llevar a cabo una disminución del consumo energético de la población de Kinsale, de cara a minimizar su contribución al cambio climático y a estar mejor preparados para encarar el agotamiento del petróleo. De ahí surge un protocolo para facilitar la creación de procesos impulsados desde la comunidad para relocalizar la satisfacción de necesidades. El protocolo llega a un grado de precisión muy grande y se sistematiza en el libro “The Transition Handbook”.

Con el tiempo, la Transition Network se consolida como estructura de acompañamiento y se empiezan a extender Iniciativas de Transición (IT) por todo el mundo (sobre todo en el ámbito anglosajón). A finales de 2011 hay 404 iniciativas oficiales (2 en España: Barcelona e Ibiza) y 6 más en proceso de ser oficiales.

Estas experiencias se centran en la construcción de propuestas prácticas, y afirman que el desarrollo de acciones de denuncia o protesta no es su función. Así, se organizan por comisiones para distintos ámbitos o necesidades de consumo, e impulsan nuevas fórmulas de satisfacción de necesidades (la mayoría de herramientas usadas entran dentro de lo que hemos definido como Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad).

Más allá del impacto real de estas experiencias en sus respectivas localidades, es interesante destacar algunos elementos que pueden contribuir a la reflexión sobre las redes y estructuras de acompañamiento y su relación con las necesidades de las experiencias concretas en funcionamiento (como los GCA):

- **¿De dónde emerge la estructura?** La propia Transition Network (TN) define una estrategia a aplicar en las distintas localidades, crea los protocolos de actuación y atrae a la gente a impulsar IT en sus localidades. Es la TN quien decide qué iniciativas pueden ser consideradas “de Transición” y cuáles no, mediante la evaluación de unas fichas de solicitud rellenas por los aspirantes.
- **¿Responden las Iniciativas de Transición a necesidades locales detectadas por las iniciativas comunitarias existentes?** Uno de los pasos del protocolo remarca la importancia de presentar la IT a los grupos activistas y afines existentes, con el fin de aprovechar todo su potencial. El hecho de que la iniciativa no haya surgido de una necesidad o propuesta de esos movimientos puede generar reticencias a la participación (por la percepción de que es algo ajeno, que viene desde fuera), y puede mermar la legitimidad en el territorio donde se quiera situar.
- **¿Ofrece la estructura los elementos necesarios para las Iniciativas de Transición?** La TN creó los protocolos de creación y de actuación de las IT, por lo que tiene pleno conocimiento de cuáles son sus necesidades y parecería que se adecuaba a ellas.

Es difícil el rastreo y detección de experiencias en este sentido, ya que por su propia naturaleza son muy localizadas. En el Cuadro 6.4.2 presentamos una experiencia de articulación local entre distintos tipos de ICOS, de cuyo análisis se pueden extraer reflexiones útiles de cara a plantear estructuras de articulación y acompañamiento a ICOS desde la escala local.

Por otro lado, sigue teniendo sentido que para dar respuesta a necesidades comunes a distintos grupos de consumo (como por ejemplo búsqueda de proveedores o gestión de listas de espera) puedan sur-

gir estructuras de coordinación y acompañamiento para un territorio. Así, por ejemplo, en Cataluña encontramos Ecoconsum y La Repera, en Madrid Grupos de Consumo Agroecológico y Bajo el Asfalto está la Huerta, y en el País Vasco Ekokontsumo y Bashherri (en el Cuadro 6.4.3 explicamos con mayor profundidad la experiencia catalana).²⁰

20. Sus respectivas webs: www.ecoconsum.org, www.repera.wordpress.com, www.gruposdeconsumo.blogspot.com, www.bah.ourproject.org, www.basherri.wordpress.com, www.ekokontsumo.org.

Cuadro 6.4.3 Coordinación entre grupos y cooperativas de consumo en Cataluña

Ecoconsum (www.ecoconsum.org) es la coordinadora catalana de organizaciones de consumidores de productos ecológicos. Nace en los años 80 agrupando a las experiencias existentes en Cataluña en ese momento. En 2006 establece la asamblea como espacio de encuentro entre sus miembros, así como tres comisiones de trabajo (Relaciones Externas, Informática y Compras-Calidad) con un coordinador que dinamiza el trabajo y las reuniones de cada comisión. Actualmente agrupa a poco más de 20 organizaciones, aunque mantiene una base de datos con información sobre gran parte de los grupos y cooperativas de Cataluña.

Entre sus objetivos destacan favorecer la intercooperación entre GCA, ofrecerles asesoría en normativa oficial y apoyo jurídico y económico y ser un agente social que los represente para incidir políticamente y ejerza como interlocutor ante la administración.

Actualmente Ecoconsum está inmerso, con el apoyo de la Federación de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Cataluña, en el desarrollo de un Plan Estratégico para redefinir su misión, funciones y valores, y establecer una hoja de ruta de acciones para los próximos años.

La Repera nace por la necesidad de generar un espacio de encuentro entre GCA y productores agroecológicos. Entre 2008 y 2011 se han celebrado 3 encuentros y se ha organizado una feria de productores agroecológicos.

Según Joana Conill, promotora de los encuentros, los elementos más destacados de este proceso son la capacidad de generar un espacio de encuentro e intercambio abierto, difundir entre productores y GCA la necesidad de tener herramientas de facilitación para los procesos colectivos, y sensibilizar a ambos lados de la cadena sobre los problemas conjuntos y los retos del movimiento agroecológico catalán.

Cuando se plantea la posibilidad de generar estructuras de acompañamiento o de segundo grado, algunos entrevistados expresan la (in)capacidad de los grupos de consumo para mantener estructuras superiores: la mayoría de las iniciativas analizadas dedican mucha de su energía colectiva a resolver cuestiones de funcionamiento interno y no tienen tiempo para dedicar a la participación de estructuras superiores. Siguiendo con este argumento, se afirma que para que una estructura tenga participación de los grupos éstos deben percibir que les aporta algo útil y necesario para su día a día. Sería interesante analizar en mayor profundidad el papel que juegan las distintas experiencias de red y coordinación en relación con las necesidades de los grupos de consumo. Queda pues para futuras investigaciones el profundizar acerca de qué fórmulas serían válidas y factibles para facilitar la extensión de los grupos de consumo en concreto y de las ICOS en general. Para encauzar estos futuros análisis lanzamos algunas preguntas que creemos importante responder:

- ¿Qué tipo de medidas de acompañamiento deberían priorizarse?
- Dada la escasez de tiempo, ¿qué se considera prioritario: que los grupos de consumo se

dediquen más a la coordinación con otras experiencias de la comunidad local, o que se dediquen a la coordinación territorial con otros grupos de consumo?

- ¿Qué condiciones debería cumplir un agente social o espacio de coordinación para estar legitimado por los grupos de consumo?
- ¿Cómo conseguir un espacio de coordinación o acompañamiento que pueda ofrecer mejoras a los grupos de consumo sin que éstos tengan que dedicar energía excesiva a mantener una estructura?
- Al generar una estructura de coordinación, ¿qué dimensión debería tener como espacio de representación político y qué dimensión como espacio de intercooperación e intercambio de recursos e información?

6. CONCLUSIONES

Una vez desarrollada la investigación, se refuerza la necesidad de visibilizar y apoyar la Innovaciones Comunitarias en Sostenibilidad para promover cambios en los estilos de vida. Las ICOS —y en concreto los Grupos de Consumo Agroecológicos—, en tanto que aproximación a la generación de cam-

bios en los patrones de consumo, introducen una serie de elementos que otras aproximaciones no aportan (o no, al menos, en la misma medida). Las destacamos seguidamente:

- **Los GCA generan círculos virtuosos en consumo sostenible:** debido a la naturaleza participativa y colectiva de estas experiencias se generan contextos sociales en los que, por un lado, se produce una multiplicación y afianzamiento de valores de ciudadanía ecológica, y por otro, en un terreno más práctico, se generan una serie de condiciones para que el cambio de hábitos pueda ser más fácil y duradero (espacio de información y recursos en consumo sostenible, refuerzo emocional e identitario en el proceso de cambio personal, creación de automatismos y rutinas).
- **Los GCA como espacios de empoderamiento comunitario:** los GCA se convierten en espacios comunitarios del consumo sostenible de referencia, y además, debido a su naturaleza participativa pueden reforzar las relaciones vecinales y el tejido social local. Todo ello puede favorecer que desde los GCA se impulsen otras ICOS e iniciativas comunitarias en sostenibilidad.
- **Los GCA como espacios de activismo político “suave” pero estable:** siendo la actividad principal de estas experiencias el suministro de alimentos, la vocación de incidencia política de los GCA puede quedar en un segundo plano, aunque siempre está presente (porque el suministro de alimentos se desarrolla bajo unos principios ideológicos bien definidos). Esto favorece que una parte de la población que no se acercaría a espacios más específicamente dedicados a la incidencia política pueda entrar en contacto con temáticas y eventos de carácter político que en otros canales de suministro de alimentos no conocería.
- **Modelos de crecimiento diferentes pero complementarios:** se vislumbran dos modelos de expansión divergentes pero complementarios: los GCA-empresa, más enfocados a consolidar sistemas de provisión estables y

de mayor escala dentro del marco de la Economía Social, y los GCA-espacio comunitario, más centrados en el mantenimiento de un espacio altamente participativo, relacional y con menor escala, con vocación de empoderamiento social. Ambos modelos se complementan, ya que cada uno cubre unas necesidades y tiene distintos potenciales.

- La importancia del liderazgo de la sociedad civil: al plantear estrategias para el acompañamiento y facilitar la extensión de los GCA, es necesario que el liderazgo se mantenga en la sociedad civil de cara a mantener y potenciar los elementos destacados en los anteriores párrafos.

Aunque las ICOS en general y los GCA en particular puedan albergar todas las virtudes señaladas, no significa que en la realidad desarrollen todas estas iniciativas ni en la misma medida. De hecho, debido a su poco peso cuantitativo, una visión de las ICOS exclusivamente enfocada en los resultados cuantificables podría relegarlas rápidamente a la marginalidad. Pero la importancia cualitativa que tienen estas experiencias, en términos i) de capacidad de generar cambios sólidos en los valores y los estilos de vida, ii) de dotación de herramientas de participación y refuerzo democrático de base y iii) de desarrollo de sistemas de provisión basados en la solidaridad y la sostenibilidad, justifican que se les preste atención como estrategia para alcanzar la sostenibilidad.

Así pues, conscientemente mostramos unas experiencias que caminan desde los márgenes del modelo mayoritario, y, como señalan Gill Seyfang y Adrian Smith,²¹ quizás en parte sea ésa su virtud:

La experiencia histórica nos sugiere que los regímenes pueden sufrir cambios radicales, y cuando la transformación sucede tiende a empezar en y desde una red de organizaciones, tecnologías y usuarios pioneros que formaban un nicho en los márgenes del sistema mayoritario.

21. Seyfang, G. y Smith, A. (2010), op cit.

07

Cambios de futuro

Construyendo escenarios participativos

7.1 PERCEPCIONES, ESCENARIOS Y POLÍTICAS PARA EL CAMBIO GLOBAL

1. ESCENARIO CERO: Situación de partida

Vivimos una crisis socioecológica sin precedentes, resultado del llamado Cambio Global. Ante la incertidumbre que este proceso de origen antrópico nos plantea como sociedad, necesitamos nuevas formas de organizarnos para lograr cambios más efectivos y sostenibles. Además, es preciso innovar en la construcción de esas estrategias e introducir en su gestación la participación de diferentes actores sociales que permitan una combinación y diálogo de saberes, cuyas propuestas sean resilientes ante los cambios, incluyendo las incertidumbres en la planificación.

Existe un doble argumento para justificar que es necesario trabajar en este contexto de Cambio Global sobre los cambios en patrones de consumo y estilos de vida:

- Cuantitativo: porque en muchos aspectos el consumo final o doméstico es significativo (electricidad, transporte, edificación, etc.).
- Cualitativo: porque los cambios masivos que tengan lugar en los estilos de vida inevitablemente se apoyarán e impulsarán sobre cambios culturales y de percepción social mayoritarios, que son condición necesaria para cambios económicos, políticos, productivos, etc.

En esta investigación hemos desarrollado un proceso de construcción de escenarios de futuro, a lo largo del cual estaremos afrontando el reto de enfocarnos en una temática muy amplia y transversal y en un marco cuya complejidad dificulta la concreción de las propuestas. Nos hemos sumergido, pues, en la complejidad con el objetivo general de lograr un marco complejo de análisis que contribuyera a la generación de propuestas y criterios para la toma de decisiones hacia un cambio social en consumo y estilos de vida sostenibles a escala estatal.

Los escenarios planteados pueden aportar un avance en el conocimiento del estado de la cuestión en nuestro país y en la definición de líneas estratégicas de acción en la transición hacia estilos de vida más sostenibles, ya que:

- Identifican y hacen un mapeo de **agentes clave** en relación al consumo y estilos de vida sostenibles, en el que se sondea la diversidad de discursos y se genera un marco común de trabajo.
- Describen el presente y **vislumbran colectivamente los posibles futuros**, identificando elementos clave en la evolución de acontecimientos y la naturaleza de su interrelación, así como sus impactos ecosociales. De esta manera, podremos explorar las condiciones necesarias para que se puedan dar cambios en los estilos de vida y las direcciones que éstos toman influidos por las mismas.
- Obtienen un resultado que puede **contribuir a la toma de decisiones políticas**, informando sobre posibles tendencias futuras, actores, etc., y contribuye a la elaboración de propuestas políticas y a su testeo por parte de diferentes agentes clave.

2. QUÉ ES UN ESCENARIO Y PARA QUÉ SIRVE

Un escenario de futuro es un **dibujo consistente de una realidad futura plausible que informa sobre las principales cuestiones que atañen a un debate sobre políticas**. Los escenarios son futuros posibles, plausibles e internamente consistentes, y pueden utilizarse para explorar distintas alternativas de desarrollo. En ellos se construyen narrativas basadas en información y conocimientos actuales que describen distintos futuros alternativos, desafiando el pensamiento presente y proporcionando un marco para la reflexión y la toma de decisiones.¹ Por tanto, **no son, ni pretenden ser, predicciones de futuro, ni prolongaciones de las dinámicas actuales**.

1. Agencia Europea del Medio Ambiente (2009): "Looking back on looking forward: a review of evaluative scenario literature", Technical Report 3/2009; Milne, S. (2009): "Scenarios and personas: towards a methodology for portraying the carbon intensity of UK lifestyles to 2030", RESOLVE Working Paper 06-09; Nicol, P. (2005): "Scenario planning as an organisational change agent", Graduate School of Business, Curtin University of Technology.

La principal característica de los escenarios de futuro radica en **incorporar la incertidumbre en áreas clave**, lo que es de gran utilidad para la gestión.² Mediante la incorporación de la incertidumbre podemos abarcar un mayor espectro de futuros, abriendo el espacio para el desarrollo de diferentes estrategias que puedan lidiar con los resultados obtenidos, aunque no representen todos los futuros posibles.³ Otra de las ventajas de los escenarios es que **obligan a pensar en el largo plazo y en términos complejos**, lo que es fundamental para el cambio hacia la sostenibilidad.⁴

Su aplicación permite i) conocer qué propuestas/políticas pueden ser aceptables por diferentes agentes clave y vislumbrar cuáles son necesarias frente a los posibles escenarios futuros que son factibles y tienen aspectos deseables y no deseables, ii) obtener información para tomar decisiones y iii) evaluar la robustez y resiliencia de las políticas/líneas de trabajo estratégicas actuales, contrastándolas con los escenarios.⁵

Además, son herramientas útiles para comunicar elementos de deseabilidad,⁶ y el propio proceso que abren, como espacio de encuentro, diálogo y consenso entre diferentes agentes implicados, representa un elemento valioso de formación y creación de redes.

Metodología de construcción de escenarios de futuro

El marco metodológico de construcción de escenarios de futuro comprende una gran diversidad de técnicas, que permiten un amplio rango de par-

ticipación. Todas estas técnicas persiguen el desarrollo de narrativas y representaciones sobre el futuro, así como, en este caso, la elaboración de una batería de propuestas de cambio. La metodología ya se ha aplicado a escala internacional con éxito, como en el proyecto Prelude sobre usos del suelo,⁷ de la Agencia Europea de Medio Ambiente, el proyecto de Evaluación de los Ecosistemas del Milenio,⁸ de Naciones Unidas, o el proyecto Med-Action, financiado por la Unión Europea.⁹

De las diferentes posibilidades de construcción de escenarios de futuro, se ha optado por una construcción participativa (priorizando la participación en la toma de decisiones de diferentes agentes) y basada en diferentes técnicas de investigación, para asegurar la máxima triangulación de resultados y otorgar una mayor robustez.

Así, el diseño de investigación cubre tres fases (ver la Tabla 7.1.1): un mapeo de agentes clave en el consumo sostenible mediante entrevistas en profundidad y cuestionarios autoaplicados *online* (fase descrita en el apartado 3), un taller de escenarios de futuro en un encuentro de dos días (apartado 4), y una valoración y priorización de las propuestas de cambio: devolución de resultados de los talleres y cuestionario basado en las propuestas desarrolladas en los mismos, fase que se describe en el apartado 5.

2. Peterson, G.D. et al (2003): "Scenario planning: a tool for conservation in an uncertain world", *Conservation Biology* 17.

3. Carpenter, S.R. et al. (2009): "Science for managing ecosystem services: Beyond the Millennium Ecosystem Assessment", *National Academy of Sciences of the USA* vol. 106.

4. Palomo, I. et al (2010): "Participatory scenario planning for protected areas management under the ecosystem services framework: the Doñana social-ecological system in southwestern Spain", *Ecology and Society* 16(1).

5. Agencia Europea del Medio Ambiente (2009), op cit.

6. Forum for the future (2008): "Retail leadership. What are the hallmarks of a sustainable retail business?"

7. www.eea.europa.eu/multimedia/interactive/prelude-scenarios.

8. Evaluación de los Ecosistemas del Milenio de España (2011): "Conservación de los servicios de los ecosistemas y la biodiversidad para el bienestar humano" y "La evaluación de los Ecosistemas del Milenio de España. Síntesis de resultados". Fundación Biodiversidad, Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

9. www.icis.unimaas.nl/medaction.

Tabla 7.1.1. Fases de la metodología de investigación.

Fase	Técnica de investigación	Objetivos	Recogida de la información y análisis	Nº participantes	Período	Fuentes
Mapeo de agentes clave	Entrevista	- Selección de participantes en la encuesta. - Mapeo de agentes. - Información base para elaborar el cuestionario previo.	Grabación en audio, transcripción y análisis de contenido.	5	Diciembre 2010 - enero 2011	Nota 1.b)
	Encuesta previa online	- Mapeo de agentes. - Selección de participantes. - Sondeo de discursos sobre consumo y estilos de vida. - Selección de contenidos para el taller. - Familiarización de los/as participantes con el proyecto.	Encuesta con el programa LimeSurvey y análisis a partir de las estadísticas que genera el mismo, el análisis de contenido en las preguntas abiertas y el uso del programa Excel.	70	Febrero - marzo 2011	Consulta al panel de expertos/as
Taller de escenarios de futuro	Taller de escenarios de futuro	- Describir el presente y vislumbrar colectivamente los posibles futuros, identificando elementos clave en la evolución de acontecimientos y la naturaleza de su interrelación así como sus impactos ecosociales. - Generar resultados útiles para la toma de decisiones y la gestión.	Grabación en audio de las diferentes sesiones del taller de escenarios y relatoría escrita. El análisis de los escenarios se ha realizado a partir de la clasificación y síntesis de la información de los talleres, así como de la comparación analítica de los diferentes escenarios entre sí y con otros escenarios de la literatura científica reciente.	32	Un encuentro durante los días 1 y 2 de abril 2011	Nota 4 Nota 22 Nota 29
Valoración del grado de consenso generado por las propuestas de cambio	Encuesta posterior online	- Valorar la importancia y prioridad temporal del tipo de estrategia de intervención que considera más adecuadas y eficaces para lograr cambios hacia la sostenibilidad en cada ámbito. - Concretar las propuestas que precisaban un mayor detalle.	Encuesta con el programa LimeSurvey y análisis a partir de las estadísticas que genera el mismo, el análisis de contenido en las preguntas abiertas y el uso del programa Excel.	49	Julio - septiembre 2011	Consulta al panel de expertos/as

3. MAPEO DE AGENTES CLAVE EN EL CONSUMO SOSTENIBLE

3.1. Objetivos y metodología

El mapeo participativo de agentes relevantes en el proceso de cambio planteado tiene tres objetivos principales: i) identificar agentes clave de distintos ámbitos en relación con el consumo y estilos de vida sostenibles, ii) sondear la diversidad de discursos sobre consumo y estilos de vida sostenibles (CES) entre los agentes clave y iii) generar un marco común para el trabajo sobre CES en los escenarios de futuro, así como identificar variables para su diseño.

Su elaboración partió de un **sondeo aproximativo a cinco personas expertas en consumo**, mediante entrevistas en profundidad. A continuación, el equipo investigador hizo una **selección de agentes y colectivos relevantes** de acuerdo con unos criterios específicos —pertinencia, capacidad de actuación, relevancia, visión con discursos destacados y diversidad— y elaboró un **casillero tipológico**. En este casillero, los agentes y colectivos se clasificaron según su ámbito de actuación, distinguiendo los siguientes: administración pública, centros de investigación/academia, empresas del sector privado, sociedad civil organizada (ONGs, asociaciones de consumo/vecinales, movimientos sociales, etc.), sindicatos, partidos políticos y medios de comunicación. La información del casillero fue complementada con la obtenida en las entrevistas en profundidad.

Posteriormente se elaboró un cuestionario con el objetivo de ampliar la participación de las personas convocadas al taller de escenarios hasta la fase de diseño de los talleres, aumentando la legitimidad del proceso. El cuestionario fue enviado a alrededor de 140 agentes y colectivos,¹⁰ mediante la plataforma virtual LimeSurvey, obteniéndose 70 respuestas. Éstas fueron analizadas en clave de i) identificación y selección de puntos clave de discusión para los talleres desde la perspectiva de los actores/entidades participantes, ii) identificación de nuevos actores relevantes para el proceso, e iii) identificación de

discursos o posicionamientos globales en materia de CES. A continuación se muestran los resultados referentes a los dos últimos puntos.

3.2. Mapa de agentes y colectivos en el ámbito del consumo y los estilos de vida

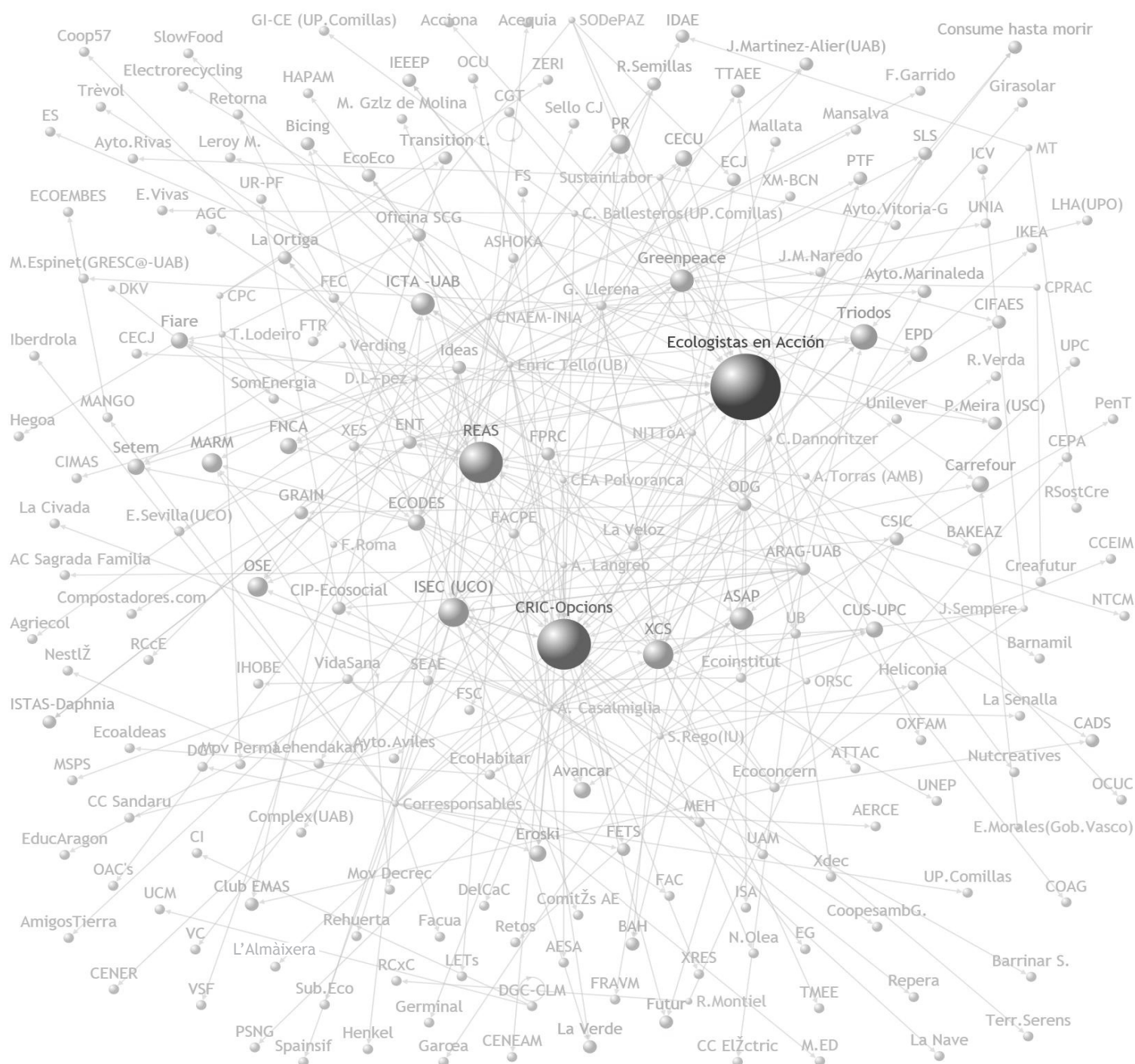
El proceso de mapeo participativo nos ha permitido identificar una red de 229 agentes y colectivos (ver Ilustración 7.1.1).¹¹ Su objetivo es poder visibilizar y conectar el entramado de entidades que trabajan en la temática a nivel estatal, desde la perspectiva de las personas expertas y profesionales que han participado en el proceso de investigación. Este mapeo no es, por tanto, ni un listado exhaustivo de todas las entidades existentes en nuestro país, ni el reflejo de un consenso homogéneo en la muestra consultada. No obstante, sí que ofrece una fotografía del sector, aportando información sobre la importancia asociada a determinados agentes y colectivos y sobre la conexión entre los mismos.

Sin pretender hacer un análisis de redes sociales, sí que podemos destacar algunas observaciones del mapeo participativo a partir de la Ilustración 7.1.1. En primer lugar, destacamos la diversidad de agentes y de entidades identificadas —que era uno de los objetivos fundamentales del equipo investigador—, reflejada tanto en los ámbitos de acción y margen de impacto de las mismas como en las estrategias y visiones sobre las que se sustentan. Dicha diversidad permite que coincidan en el mapeo agentes radicalmente diferentes en incluso enfrentados, como es el caso de determinadas multinacionales con asociaciones ecologistas. La diversidad también nos informa de la **transversalidad de la temática investigada**, que al tratar estilos de vida engloba casi cualquier ámbito de acción, más allá del consumo. Podemos observar así desde asociaciones de consumidores/as, cooperativas de producción y consumo o empresas que ofrecen productos y servicios de todo tipo (alimentación, ropa, hogar, consultoría...), hasta centros cívicos, universidades, asociaciones ecologistas, ministerios, redes alternativas, etc.

10. Las personas incluidas en el sondeo a expertos/as, así como en el resto del proceso investigador, pueden consultarse en el Anexo 10.3.

11. Para facilitar la lectura de la Ilustración 7.1.1 se han empleado acrónimos y diminutivos en algunos casos. En la página posterior se muestra el nombre completo de todos los agentes y colectivos.

El tamaño y el color de las esferas se relaciona con el número de citas que han recibido. A mayor tamaño e intensidad de color, más citas. Las líneas unen agentes que se conocen entre sí.



Glosario de abreviaturas empleadas en la red

- A. Casalmiglia: Andrea Casalmiglia
 A. Langreo: Alicia Langreo, Saborá Sociedad de Estudios
 A.Torras (AMB): Albert Torras, EMB, Millor que nou
 AA CC Sagrada Familia: Aula ambiental Centro Cívico Sagrada Familia
 AGC: Agència Catalana del Consum
 AmigosTierra: Amigos de la Tierra
 Andri Stahel: Andri Stahel, Cátedra Unesco Sostenibilidad-UPC
 ASAP: Alianza por la Soberanía Alimentaria de los Pueblos
 Barrinar S: Barrinar cap a la sostenibilitat
 C. Ballesteros (UP.Comillas): Carlos Ballesteros, Universidad Pontificia de Comillas
 C.Dannoritzer: Cossima Dannoritzer
 Cambium PermaCultura: Asociación Cambium PermaCultura
 CAR/PL: Centro de Actividad Regional para la Producción Limpia
 CC Sandaru: Centro Cívico Sandaru
 CEA Polvoranca: Pepe Astiaso
 CECJ: Coordinadora Estatal de Comercio Justo
 CENEAM: Centro Nacional de Educación Ambiental
 CENER: Centro Nacional de energías renovables
 Centro Cívico Eléctric: CC Eléctric
 CGT: Confederación General del Trabajo
 CI: Consumers International
 CIFAES: Centro de Investigación y Formación en Actividades Económicas Sostenibles, Amayuelas
 CIP-Ecosocial: Monica Di Donato, CIP-Ecosocial
 CNAEM-INIA: Centro de Agricultura Ecológica y de Montaña-INIA
 COAG: Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos
 Comités AE:Comités de agricultura ecológica
 Complex(UAB): Josep Bonil, Grupo Complex
 CoopC. La Cívada: Cooperativa de consumo La Cívada
 CoopC.Germinal:Cooperativa de consumo Germinal
 CoopesambG.: Coopes amb gràcia
 CPRAC: Centro de Actividad Regional para la Producción Limpia
 CRIC-Opciones: Centre de Recerca i Informació en Consum
 D.López: Daniel López, Ecologistas en Acción
 DelCaC: Del campo a casa
 DGC-CLM: Dir Gral de Consumo de Castilla-La Mancha
 DKV: Daniela Toro/ DKV Seguros
 DKV: DKV Seguros
 E. Suárez (ULL): Ernesto Suárez, Universidad La Laguna
 E.Morales(Gob.Vasco): Eduardo Morales, Responsable Encuestas Usos del Tiempo del Gobierno Vasco
 E.Sevilla(UCO): Eduardo Sevilla Guzmán, Universidad de Córdoba
 E.vivas: Ester Vivas
 ECJ: Espacio por un Comercio Justo
 EcoEco: Red de Economía Ecológica
 EcoHabitat: Instituto EcoHabitat
 Ecohabitar: Revista Ecohabitar
 EcologistasAcción: Ecologistas en Acción
 EducAragon: Dpto. Educación, Gobierno de Aragón
 EG: Ecoinelligent Growth
 ENT: ENT Environment and Management
 EPD: Entesa pel Decreixement
 ES: Extremadura Sana
 F.Garrido: Francisco Garrido
 F.Roma: Francesc Roma, Ayto. Barcelona
 FAC: Federación de asociaciones de consumo
 FEC: Federación Ecologistas de Catalunya
 Fiare-Banca ética
 FNCA: Fundación Nueva Cultura del Agua
 FPRC: Fundación Catalana para la Prevención de Residuos y el Consumo Responsable
 FRAVM: Federación Madrileña de Asociaciones de Vecinos
 FS: La Fábrica del Sol
 FTR: Foro por un Turismo Responsable
 Futur: Fundación Futur
 G. Llerena: Germán Llerena, Ayto. de Sant Cugat (BCN)
 Garúa: Cooperativa Garúa
 GI-CE (UP.Comillas): Grupo de Investigación del consumidor y su entorno (Univ. Comillas)
 Girasolar: Girasolar S. Coop
 HAPAM: Proyecto Historia ambiental de los paisajes agrarios del Mediterráneo
 Hegoa: Centro de Investigación en Desarrollo Humano y Economía Solidaria
 ICTA: Institut de Ciència i Tecnologies Ambientals - Univ. Autònoma Bcn UAB
 IDEAS: Marta Mangrané (IDEAS)
 IKEA: IKEA Iberica
 ISEC: Instituto de Sociología y Estudios Campesinos (Universidad de Córdoba)
 ISA: Iniciativa por la Soberanía Alimentaria
 ISTAS-CCOO: Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud de CCOO
 J.M.Naredo: Jose Manuel Naredo
 J.Martinez-Alier(UAB): Joan Martinez-Alier (UAB)
 J.V Lucio (UAH): José Vicente de Lucio, Vicedecano Facultad de Ciencias Ambientales, Universidad de Alcalá.
 La Veloz: Javier Ortega Díaz, La Veloz
 Leroy M.: Leroy Merlin
 LHA(UPO): Laboratorio de Historia de los Agroecosistemas-UPO
 M.Gzltz de Molina: Manuel González de Molina, SEAE
 M.ED: Ministerio de Educación
 M.Espinet(GRESC@-UAB): Maria Espinet (GRESC@-UAB)
 Mallata: Mallata S. Coop
 Mansalva: Grupo de consumo Mansalva
 MEH: Ministerio de Economía
 Mov Decrec: Movimiento por el Decrecimiento
 MovPerma: movimiento de permacultura
 MSPS: Ministerio de Sanidad
 N.Olea: Nicolás Olea
 NTCM: No te comas el mundo
 OAC's: Organismos autonómicos certificadores
 OCU: Organización de Consumidores y Usuarios
 OCUC: Organización de Consumidores y Usuarios de Cataluña
 ODG: Observatorio de la Deuda en la Globalización
 Oficina SCG: Oficina Sant Cugat Sostenible
 ORSC: Observatorio de la RSC
 OSE: Observatorio de la Sostenibilidad en España
 OXFAM: Intermón-Oxfam
 P.Meira (USC): Pablo Meira, Universidad de Santiago de Compostela
 PenT: Pueblos en Transición
 PlayCreatividad: PLAY ATTITUDE / PLAY CREATIVIDAD
 PR: Plataforma rural
 PSNG: Plataforma Supermercats no Gràcies
 PTF: Plataforma Transgènics fora
 R.Ibáñez (UAM): Rafael Ibáñez, Universidad Autónoma de Madrid
 R.Montiel: Reyes Montiel,Equo
 R.Verda: Revolució Verda
 RCcE: Red de colegios de coeducación
 RCxC: Red de Ciudades por el clima
 REAS: Red de Economía Alternativa y Solidaria
 Red de Semillas: R.Semillas
 Retorna: Red Retorna
 Retos: Red Retos
 RSostCre: Red Sostenible y Creativa
 SCCMA-UGT: Secretaria de Cambio Climático y Medio Ambiente, UGT
 SEAE: Sociedad Española de Agricultura Ecológica
 Sello CJ: Sello comercio justo
 Sira Rego (IU): Sira Rego/ Izquierda Unida
 SLS: Som lo que Sembrem
 Sodepaz: Alain Helies SODEPAZ
 Sub.Eco: Subética ecológica
 T.Lodeiro: Toni Lodeiro
 Terr.Serens: Territoris Serens
 TMEE: Taula de Menjadors Escolars Ecològics
 Transition t.: Transition towns
 TTAAE: Taula de Treball per l'Alimentació Ecològica a l'Escola
 UAM: Universidad Autónoma de Madrid
 UB: Universidad de Barcelona
 UCM: Universidad de Castilla la Mancha
 UNIA:Univ. Internacional de Andalucía
 UPC: Universidad Politécnica de Cataluña
 UR-PF: Universidad Rural Paulo Freire
 VC: Vía Campesina
 VSF: Veterinarios sin fronteras
 XCS: Xarxa de Consum Solidari
 XES: Xarxa d'Economia Solidària
 ZK: Zentuz Kontsumitu

En segundo lugar, podemos observar que el **ámbito asociativo está más presente** que el resto, seguido por el ámbito de las instituciones públicas, de la investigación/academia y de las empresas (con cierto predominio de los dos primeros sectores frente al empresarial). Este hecho probablemente esté relacionado con la mayor participación de este sector en el proceso (mayor tasa de respuesta a los cuestionarios, influenciada en parte por la mayor presencia y contactos del CRIC en el sector), pero también con la interconexión que caracteriza a los movimientos de base y con la visibilidad de determinadas asociaciones en nuestro país.

Respecto al protagonismo de determinados colectivos y entidades, destacamos que no hay ninguno que haya sido identificado masivamente por la muestra, sino que se ha tendido a identificar un gran número de colectivos y a recibir pocas menciones por parte de distintas personas. Así, la mayor parte de colectivos y agentes han sido identificados por entre una y tres personas. Rompen con esta tendencia tres asociaciones, que superan el umbral de las diez nominaciones: Ecologistas en Acción (la entidad más nombrada de toda la muestra), la Red de Economía Alternativa y Solidaria- REAS y el Centre de Recerca i Informació en Consum - CRIC (coordinador del presente proyecto de investigación).

Menos nominadas que las anteriores, pero más que la media, han sido otras entidades como el Instituto de Sociología y Estudios Campesinos - ISEC de la Universidad de Córdoba (ámbito académico), Triodos Bank (ámbito empresarial), Greenpeace (ámbito asociativo) o el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (administración pública).

En los cuestionarios, muchas personas identificaron también actores a nivel genérico, es decir sin citar casos concretos que, aunque no aparecen en la red de agentes y colectivos concretos, nos ayudan a complementar y analizar la información de la misma. Es el caso especialmente de las entidades locales y los ayuntamientos. Este dato refuerza la identificación de determinados ayuntamientos en la red mostrada (como el de Marinaleda, Rivas-Vaciamadrid o Vitoria-Gasteiz) y concuerda con la importancia que se concede a las administraciones

públicas y gubernamentales en otras partes de la investigación. Las asociaciones también están muy presentes a nivel genérico, al igual que en la red, pero con una particularidad. En la red de agentes concretos, las asociaciones de consumidores/as o específicamente dirigidas a los mismos/as han tenido mucho menos protagonismo que las de otro tipo, como por ejemplo las ecologistas. Si no tenemos en cuenta el CRIC, sólo la Xarxa de Consum Solidari despunta un poco más, pero sin llegar al nivel de Ecologistas en Acción o REAS. En cambio, cuando las personas consultadas señalan actores en clave genérica, las asociaciones de consumo están más presentes que las ecologistas o de economía alternativa, especialmente aquellas centradas en consumo agroecológico (grupos de consumo, cooperativas, etc.). Los productores bajo un modelo ecológico, local y/o familiar también son muy mencionados cuando los encuestados/as nombran actores a nivel genérico.

Esto nos hace pensar en el contraste entre lo que las y los expertos/profesionales consideran como actores/colectivos relevantes y los que pueden identificar explícitamente. Este contraste es digno de mención, pues dos de los actores genéricos más importantes (la administración local y las asociaciones de consumo) apenas han sido nombrados en el momento de identificar colectivos o personas específicas, produciendo cierto desajuste entre el mapeo de actores concretos y los agentes que globalmente se consideran relevantes. Este hecho además de sugerir que tal vez algunas respuestas no hayan sido exhaustivas (un riesgo asociado a los cuestionarios) nos informa también de la dificultad en determinados casos para concretar. Las causas de esta falta de concreción pueden ser diversas (falta de conocimiento específico, diversidad temática que dispersa, la falta de continuidad relevante en muchos casos en las acciones y campañas de la administración o el asociacionismo de consumo, la dificultad de relacionar iniciativas con sus impactos en determinados ámbitos, etc.) y ponen de manifiesto la mayor visibilidad de ciertos colectivos, cuyo trabajo concreto es reconocido y valorado por un mayor número de personas, aunque cuando se habla a nivel genérico no destaquen más que otros.

3.3. Mapeo de discursos en torno al consumo y los estilos de vida

Durante el proceso de mapeo, se ha consultado el posicionamiento de los distintos agentes y entidades expertas en consumo respecto a una serie de tensiones discursivas o polarizaciones de opinión, presentadas como afirmaciones sobre las que había que manifestar el grado de acuerdo. Dos temas relevantes sobre los que han expresado sus opiniones son el peso de distintos agentes en el proceso de transición hacia CES y los elementos relevantes de cambio dentro de este proceso. Ponemos estas cuestiones sobre la mesa porque consideramos que la transición en los estilos de vida puede tener desarrollos diferentes y puede haber distintos grados de deseabilidad hacia unos u otros desarrollos, en función de en quién recaiga la responsabilidad del cambio y los elementos sobre los que éste se apoye.

Puesto que el reclamo del consumo sostenible tiene matices discursivos con distintas implicaciones (énfasis en la eficiencia tecnológica, énfasis en la suficiencia y los cambios de comportamiento, etc.), hemos sondeado a la muestra consultada¹² sobre sus preferencias en relación con el peso de cuatro agentes fundamentales (estado, individuo, empresa y ciudadanía organizada) y tres elementos condicionantes del cambio (estructura social, tecnología, límites biofísicos).¹³

Para interpretar gráficamente los resultados de esta sección de la encuesta se construyó un eje de coordenadas en el que posicionar las distintas afirmaciones y apoyos. Este eje coincide con el obtenido en el estudio cualitativo que se presenta en el capítulo 5 de este Informe, y se plantea para

visualizar cómo se reparte el peso de la responsabilidad sobre los distintos agentes o cuadrantes en función de los apoyos a las tensiones planteadas (Ilustración 7.1.2).

3.4. Síntesis de conclusiones del mapeo de discursos

A modo de síntesis, los distintos grados de apoyo muestran globalmente una tendencia u orientación hacia la **confluencia de los cambios personales/ actitudinales con el establecimiento de un marco favorable para ello, tanto a nivel legal como estructural**. El binomio individuo-estado destaca así en términos de responsabilidad, con un mayor acuerdo en torno a los discursos que enfatizan la importancia del “despertar del ciudadano”, de la capacidad de incidencia individual a través de nuestro comportamiento, en sintonía con aquellos que destacan el papel esencial del marco legislativo y estatal, a través de políticas que fomenten y faciliten dicho comportamiento.

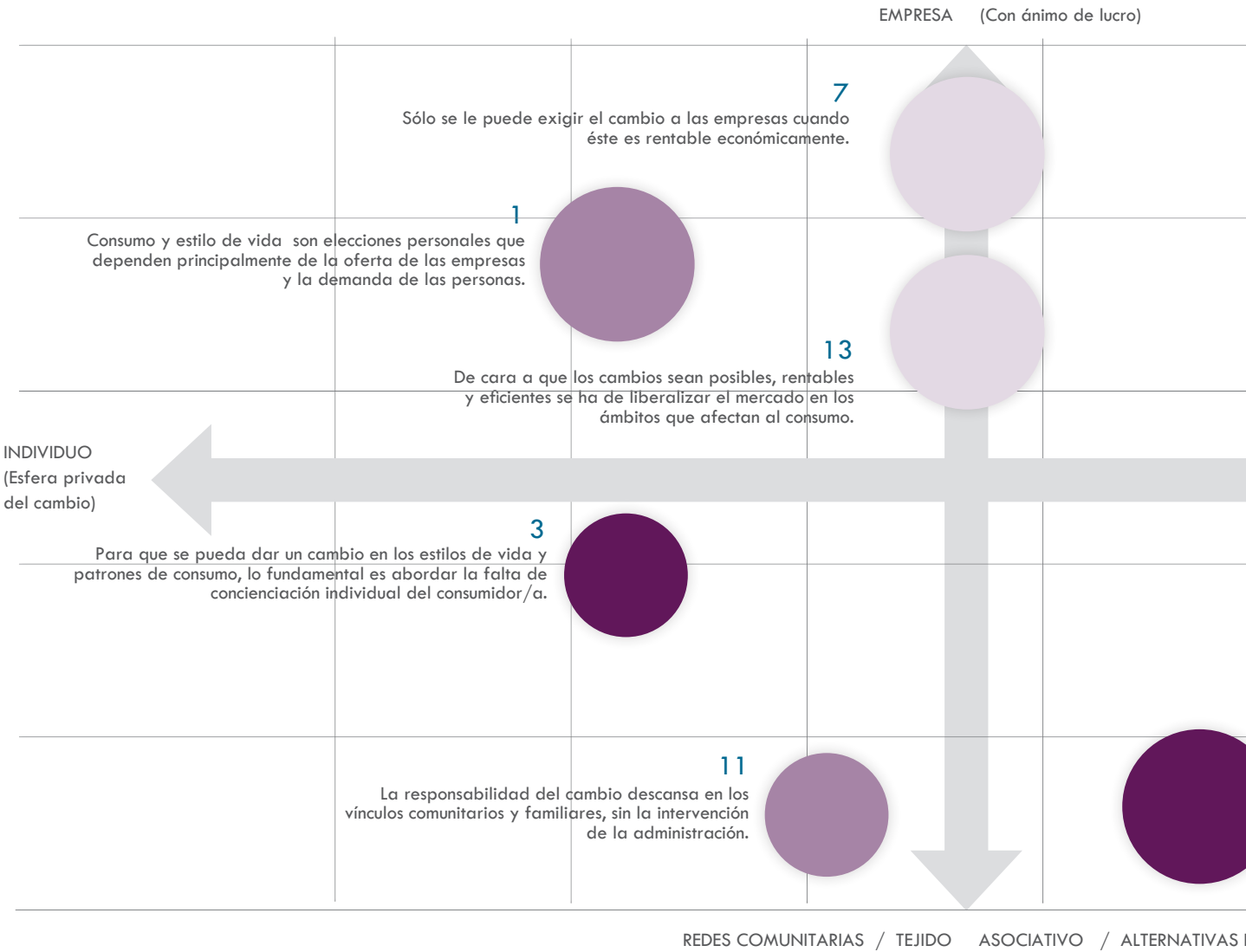
Respecto a la intensidad de la percepción sobre el cambio que se está impulsando desde las instituciones públicas, hasta un 73% de los agentes encuestados está “bastante de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” en que las actuaciones en materia medioambiental realizadas hasta la fecha no son suficientes para revertir la tendencia de degradación actual.

Eso podría explicar la tendencia a desarrollar iniciativas ciudadanas colectivas y autogestionadas en paralelo a las de corte institucional. En cuanto a la responsabilidad de los agentes en el cambio, el mayor peso que las personas encuestadas han concedido a la individualización del cambio frente a las redes comunitarias al margen de la Administración deja sin embargo espacio a un gran acuerdo en torno a la importancia de iniciativas colectivas organizadas cuando éstas son apoyadas por el Estado y la Administración pública (83% de acuerdo). La tendencia discursiva va, por tanto, en la línea de la necesidad de una sociedad civil organizada coordinada con otros agentes con influencia en un marco más global, de cara a un mayor impacto. Por su transversalidad, puede ligar con el momento

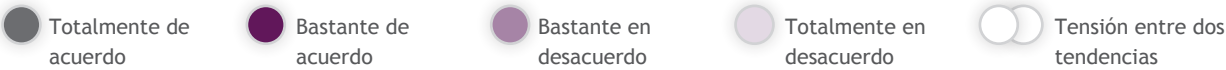
12. Al tratarse de una muestra de 70 personas, los resultados muestran tendencias de opinión dentro de los diferentes grupos consultados, y no afirmaciones estadísticamente significativas. Asimismo, como en cualquier tipo de encuesta, algunas respuestas pueden estar influenciadas por factores de deseabilidad social.

13. Se han priorizado estos elementos de acuerdo a los resultados de la primera fase de diagnóstico social del proceso global de investigación (ver el capítulo 5) y de las tensiones que se querían testear en el desarrollo de escenarios de futuro.

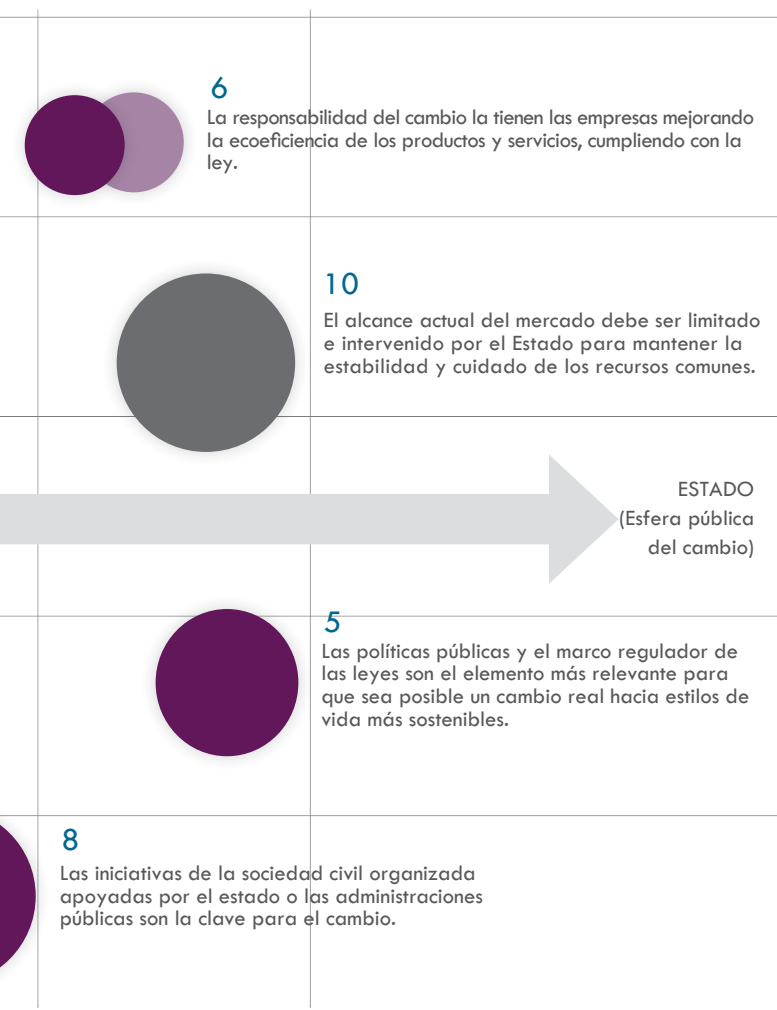
Ilustración 7.1.2. Apoyo de las personas consultadas respecto a tensiones discursivas y agentes de responsabilidad asociados a las mismas.



Nivel de apoyo



El nivel de apoyo se representa mediante un gradiente de color y el tamaño se relaciona con el porcentaje de entrevistados que tienden al nivel de apoyo mayoritario para cada discurso. Los agentes de responsabilidad se asocian a los ejes de la gráfica.



EXISTENTES

Porcentaje de encuestados que apoyan una tendencia discursiva



actual de emergencia en nuestro país, aunque a pequeña escala, de iniciativas ciudadanas de consumo alternativo (como cooperativas de consumo ecológico, mercados de intercambio, etc. que analizamos en el capítulo 6.4) o con la emergencia del movimiento 15M.

La conexión entre esfera personal y pública puede ligarse a la **percepción de barreras estructurales y sociales que limitan el comportamiento ciudadano en gran medida**. La concepción del consumidor más allá del individuo aislado encaja con los discursos que destacan la importancia de las formas de acceso y uso de los bienes de consumo y el papel que pueden jugar las y los consumidores organizados en este proceso, innovando en las prácticas sociales que perfilan las transiciones hacia formas de consumo más sostenibles.¹⁴ Si bien la economía ha conceptualizado tradicionalmente el consumo desde una visión individualista, desde la sociología del consumo se ha confrontado esta visión con el hecho de que muchas de las prácticas cotidianas que configuran nuestros estilos de vida están por encima del control de las decisiones que podemos tomar como consumidores/as individuales.¹⁵ La existencia de barreras condicionantes de nuestro comportamiento por encima de la voluntad individual de cambio ha recibido globalmente el apoyo de las personas encuestadas, si bien muestra también una polarización evidente, pues el número de personas que están “bastante de acuerdo” y “bastante en desacuerdo” es el mismo (22 personas, 30%). Si indagamos en los perfiles de respuesta, vemos que no hay ningún grupo que destaque especialmente por su mayor presencia en uno de los posicionamientos.¹⁶

14. Spaargaren, G. (2006): “The ecological modernization of social practices at the consumption junction”. Papel para Discusión en la conferencia “Sustainable Consumption and Society 24”, ISA-RC.

15. Algunas referencias sobre este tema: Alonso, L. E. (2006): “La era del consumo”, Siglo XXI; Bauman, Z. (2000): “Liquid modernity”, Polity Press; Beck, U. et al (1994): “Reflexive modernisation, politics, tradition and aesthetics in the modern social order”, Polity Press; Spaargaren, G. (2006), op cit.

16. Teniendo en cuenta la mayor representación del sector asociativo y empresarial en la muestra.

Respecto a los elementos de menor apoyo que muestra la gráfica, **el eje empresa-mercado aparece como el más rechazado**. Los pesos concedidos por los encuestados/as huyen de la solución de protagonismo empresarial, como reflejan los apoyos marginales en cuestiones como la liberalización del mercado en el ámbito del consumo, el requisito de rentabilidad económica para que las empresas se sumen al cambio o la percepción del sector empresarial como principal responsable de cambio dentro del marco legal. Sobre esta última cuestión, cabe destacar cierta polarización, pues si bien un 54% descartan las empresas como agente básico de cambio, un 31% y un 4% están, respectivamente, “bastante de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” con el papel protagonista empresarial. Dentro de este apoyo llama la atención que sólo 3 de las 21 personas que afirman estar “bastante de acuerdo” pertenecen a empresas, obteniendo más apoyo de asociaciones, mundo académico y administración. Como contrapeso, los tres encuestados/as que han declarado estar “totalmente de acuerdo” con el papel protagonista de las empresas pertenecen al sector empresarial.

Si bien la responsabilidad empresarial polariza los apoyos, **la liberalización del mercado en la esfera del consumo de cara a facilitar cambios recibe un rechazo frontal** (el mayor de toda la muestra), con un 64% totalmente en desacuerdo y ningún encuestado/a de acuerdo.

La cuestión empresarial/mercantil liga con el discurso tecnocrático, o de énfasis en las nuevas tecnologías y la eficiencia mejorada, como impulso fundamental para el cambio deseado. Este discurso emerge con fuerza desde el sector empresarial a partir de la década de los noventa¹⁷ y se basa en conceptos como la ecoinnovación o la ecoeficiencia.¹⁸ Esta tendencia ha sido criticada desde algunos

sectores por ser excesivamente reduccionista, al focalizar la cuestión del consumo sostenible en la producción sostenible y la eficiencia del uso de recursos, sin plantear reducciones en el propio consumo ni cuestionar el modelo empresarial dominante.¹⁹

El rechazo al paradigma tecnocrático, con un 86% de desacuerdo y apenas un 8% de acuerdo parcial, junto con el apoyo a iniciativas colectivas de organización ciudadana y medidas más drásticas de cambio, abre la puerta a una tendencia discursiva que enfatiza la necesidad de un mayor cambio social y conductual que pueda afectar no sólo a los productos o servicios consumidos, sino a los hábitos y rutinas que modulan globalmente nuestro patrón de consumo. Esta línea podría asociarse a una conceptualización y materialización amplia de los estilos de vida sostenibles, más allá del acto de compra individual.

En este caso, ese rechazo podría asociarse a una concepción de los estilos de vida sostenibles, que junto a la producción y la oferta incluya otros elementos clave como la suficiencia (no sólo consumir productos más eficientes, sino consumir menos), la diversificación de canales y maneras de consumo, o elementos de base psicológica y sociocultural, como son los hábitos y prácticas que comportan nuestra rutina cotidiana.²⁰

Asimismo, los perfiles de respuesta han destacado por **el discurso crítico con el sistema económico dominante por parte de las empresas consultadas y en muchos casos de la administración**, rompiendo con la concepción habitual de estos sectores como más inmovilistas y mostrando un espacio fértil para colectivos/entidades con voluntad transformadora.

hasta un nivel compatible con la capacidad de carga estimada del planeta”. La ecoinnovación se refiere a todas las formas de actividades de innovación que intenten o consigan una mejora notable de la protección medioambiental, incluyendo nuevos procesos de producción, nuevos productos o servicios y nuevos métodos de gestión y de negocio.

19. Michaelis, L. (2003): “The role of business in sustainable consumption”, *Journal of Cleaner Production* 11.

20. En el siguiente apartado se analizan algunas de estas cuestiones con información extraída del cuestionario.

17. World Business Council for Sustainable Development - WBCSD (1997): “Eco-efficiency: the business link to sustainable development”, MIT Press.

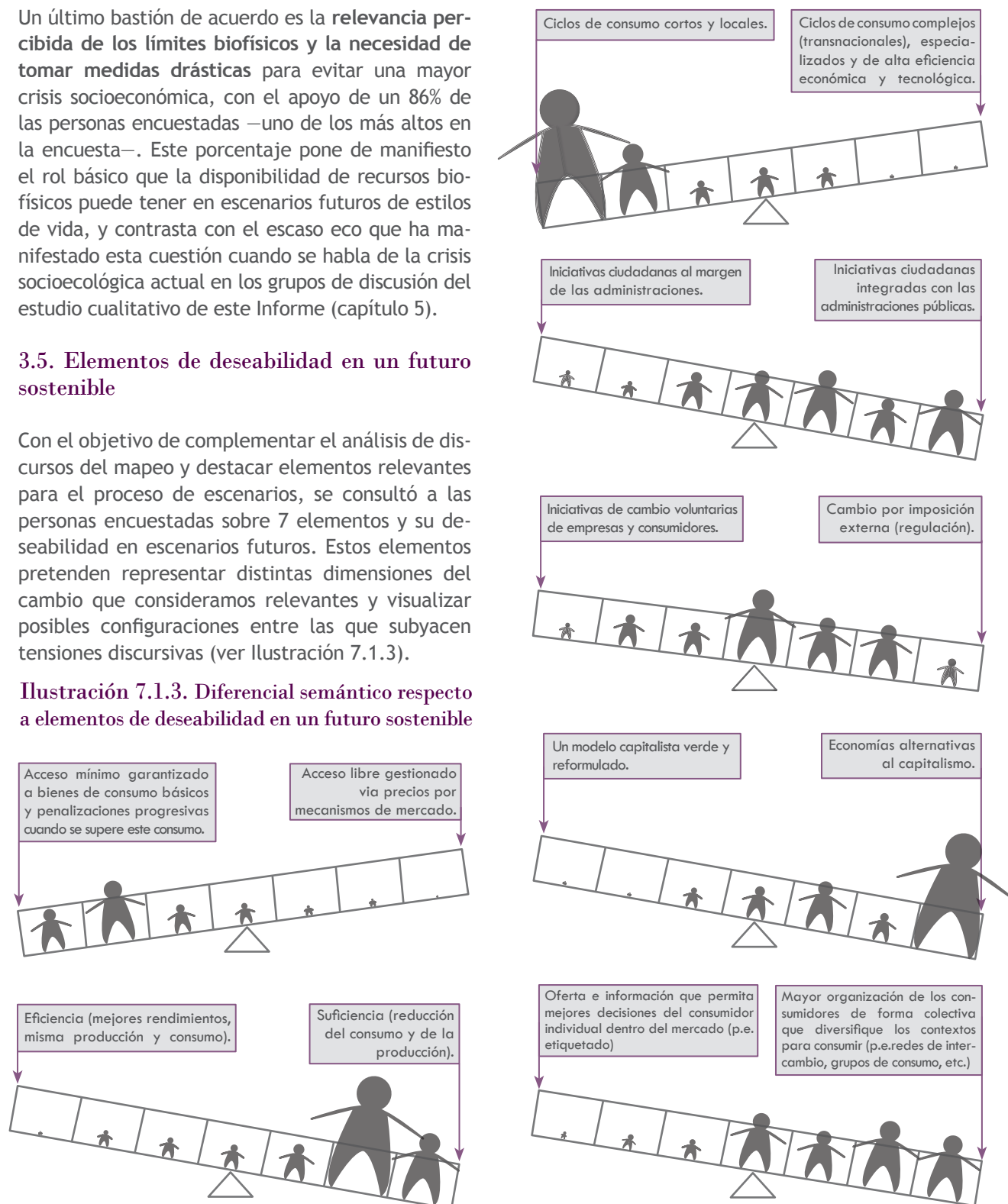
18. Según el WBCSD, la ecoeficiencia consiste en “proporcionar bienes y servicios a un precio competitivo, que satisfagan las necesidades humanas y la calidad de vida, al tiempo que reduzcan progresivamente el impacto ambiental y la intensidad de la utilización de recursos a lo largo del ciclo de vida,

Un último bastión de acuerdo es la **relevancia percibida de los límites biofísicos y la necesidad de tomar medidas drásticas** para evitar una mayor crisis socioeconómica, con el apoyo de un 86% de las personas encuestadas —uno de los más altos en la encuesta—. Este porcentaje pone de manifiesto el rol básico que la disponibilidad de recursos biofísicos puede tener en escenarios futuros de estilos de vida, y contrasta con el escaso eco que ha manifestado esta cuestión cuando se habla de la crisis socioecológica actual en los grupos de discusión del estudio cualitativo de este Informe (capítulo 5).

3.5. Elementos de deseabilidad en un futuro sostenible

Con el objetivo de complementar el análisis de discursos del mapeo y destacar elementos relevantes para el proceso de escenarios, se consultó a las personas encuestadas sobre 7 elementos y su deseabilidad en escenarios futuros. Estos elementos pretenden representar distintas dimensiones del cambio que consideramos relevantes y visualizar posibles configuraciones entre las que subyacen tensiones discursivas (ver Ilustración 7.1.3).

Ilustración 7.1.3. Diferencial semántico respecto a elementos de deseabilidad en un futuro sostenible



En la figura se representa el grado de cercanía a cada uno de los polos presentados para cada elemento. El tamaño de la figura se corresponde con el porcentaje de personas encuestadas que se han posicionado en el lugar donde se sitúa.

Las personas encuestadas han tenido que posicionarse según su grado de cercanía a cada uno de los polos presentados para cada elemento. Los resultados muestran un apoyo global a los siguientes elementos:

- Mayor organización colectiva de los consumidores/as, integrada con la iniciativa pública. Una amplia mayoría de la muestra apoya los cambios a través de la diversificación de contextos de consumo mediante articulación ciudadana, frente al cambio enfocado en una mayor oferta e información de producto, inclinándose la muestra hacia aquellos cambios en los que los consumidores/as juegan un papel activo.
- Acceso mínimo garantizado a bienes de consumo básicos y penalizaciones progresivas. La equidad social en términos de acceso a los bienes de consumo básicos y de progresividad de las penalizaciones es un elemento de deseabilidad, con un fuerte apoyo de la muestra (70%).
- Suficiencia y ciclos de consumo cortos y locales: la reducción del nivel de consumo y de producción se percibe como elemento de mayor deseabilidad frente a una eficiencia mejorada y una especialización, con casi dos tercios de la muestra posicionados junto a este elemento. El consumo de cercanía y el contacto directo en los ciclos de producción y consumo es un elemento de gran deseabilidad en un escenario futuro (casi 80% de la muestra), frente a ciclos complejos y transnacionales de alta eficiencia técnico-económica.
- Cambio por imposición externa junto a iniciativas de cambio voluntarias. La motivación del cambio es el único elemento que recibe un apoyo mayoritario en su posición intermedia: un cuarto de la muestra percibe como deseable el desarrollo de iniciativas voluntarias en sintonía con un marco regulador externo. No obstante, el balance global de apoyos está más inclinado hacia el marco regulador, revelando también cierta preferencia hacia esta estrategia como facilitadora de cambio.

- Desarrollo/consolidación de economías alternativas al capitalismo: más de la mitad de la muestra se sitúa próxima a este elemento, y la mayoría están en el polo extremo. No obstante, es la pregunta con mayor tasa de “no respuesta” de la muestra.

Los posicionamientos aquí mostrados cuadran con el análisis de discursos elaborado previamente, aportando consistencia y coherencia a los resultados obtenidos del mapeo.

4. TALLER DE CONSTRUCCIÓN DE ESCENARIOS DE FUTURO

4.1. Metodología del taller y elementos para la construcción participativa de escenarios

La metodología del taller fue diseñada específicamente para este proyecto, en línea con los objetivos planteados, contando con las aportaciones de otras experiencias de referencia,^{21,22} de un equipo de expertos/as del CENEAM, del CCEIM y de dos equipos de investigación (de la Universidad de Santiago de Compostela y de la Universidad Autónoma de Madrid), y de la Agencia Europea del Medio Ambiente y el equipo RESOLVE del Reino Unido. También se desarrollaron las jornadas “La mirada al futuro como clave metodológica: teoría y práctica de la construcción de escenarios de futuro” (organizadas por Andaira y Altekio S. Coop. Mad.), cuyo objetivo, entre otros, era reflexionar sobre la adaptación de la metodología a este caso. **En España, esta propuesta representa una experiencia pionera e innovadora, por ser la primera vez que se aplica en el campo del consumo y los estilos de vida.**

La selección de participantes ha sido una de las cuestiones clave del diseño de la investigación, siguiendo los criterios de relevancia, consistencia, diversidad e interés de los resultados. Los partici-

21. Palomo et al. (2010): “Participatory scenario planning for protected areas management under the ecosystem services framework: the Doñana social-ecological system in southwestern Spain”, *Ecology and Society* 16(1).

22. Oteros-Rozas, E. et al (en prensa): “Social-ecological resilience and transhumance landscapes in the Mediterranean: learning from the past, looking for a future”, en “Social-ecological resilience of cultural landscapes”, Cambridge University Press.

Tabla 7.1.2. Impulsores de cambio trabajados en el taller

Tipo de factor	Impulsores de cambio
Psicosociales	Educación. Valores sociales y concienciación. Percepción social del cambio en los estilos de vida. Publicidad y medios de comunicación. La gestión compleja de la información. Contexto social cercano (influencia de este factor en los cambios psicosociales).
Sociopolíticos	Iniciativas y papel de la Sociedad Civil Organizada. Equidad socioambiental. Efectividad y contundencia de las políticas públicas. Acuerdos internacionales/entidades supranacionales. Regeneración democrática-participación ciudadana. Conflictividad social. Incoherencia/contradicción en las políticas públicas.
Económico-productivos	Metabolismo físico del sistema productivo. Internalización de costes ambientales y sociales en los precios. Modelo energético y precio de la energía. Consecuencias económicas de la crisis ambiental. Evolución coyuntura económica (PIB, empleo, inflación). Financiarización de la economía (el peso de la economía financiera especulativa sobre la economía productiva).
Ambientales	Cambio Climático. Disponibilidad recursos naturales. Pérdida de biodiversidad. Cambio / especialización en usos del suelo.
Tecno-científicos	Desarrollo de tecnologías sostenibles. Privatización y mercantilización del conocimiento. Desarrollo de las biotecnologías.

Los impulsores procedentes del cuestionario previo se encuentran en tipografía regular y los procedentes de la discusión in situ en negrita.

pantes invitados al taller pertenecen a los mismos ámbitos de acción que los incluidos en el mapeo previo (ver el apartado 3.1).²³

El taller cubrió las fases segunda y tercera de la metodología seguida en la investigación: **se construyeron unos escenarios de futuro** en términos cualitativos y **se generaron propuestas para la acción**. Éstas se describen en el apartado 6, y la construcción de escenarios en el presente. En el Anexo Metodológico (capítulo 10.3) se exponen detalladamente los contenidos de las distintas sesiones de trabajo del taller.

23. A pesar del planteamiento inicial ha sido difícil garantizar la presencia equilibrada de todos los ámbitos a lo largo del proceso, existiendo una sobrerrepresentación del ámbito asociativo en la fase de encuestas, menos acentuada en los talleres. No obstante, se han mantenido unos mínimos de participación de cada ámbito.

El taller se desarrolló en tres sesiones. Tras describir en la primera sesión algunos elementos actuales y ejemplos de la vida cotidiana de insostenibilidad en el consumo y los estilos de vida, se identificaron, en la segunda sesión, factores de cambio relevantes para explicar la insostenibilidad descrita. Estos factores se llaman **impulsores de cambio** (ver Tabla 7.1.2) e influirán en las tendencias de los escenarios de futuro (que se construirán en la tercera sesión y describimos en los siguientes apartados). Es decir, los impulsores permiten una base de diálogo común acerca del pasado y del presente en aras de caracterizar los futuros. Por ello, su selección es determinante.

De entre los impulsores priorizados por los participantes en el taller, y teniendo en cuenta la discusión que se había generado, el equipo de inves-

tigación escogió dos impulsores para configurar los ejes que enmarcarían los cuatro escenarios de futuro. En la construcción de escenarios de futuro los ejes son las dos tensiones que marcarán las características básicas de partida, y de su cruce saldrán los cuatro cuadrantes que configurarán los escenarios iniciales (ver Ilustración 7.1.4). Su elección es por tanto estratégica, y depende de las cuestiones que se quieran enfatizar en la discusión. En este caso, uno de los criterios clave para la elección de los impulsores de cambio que conformarían los ejes fue equilibrar la presencia de factores de diferentes tipos (psicosociales, económicos, políticos, ambientales, etc.).

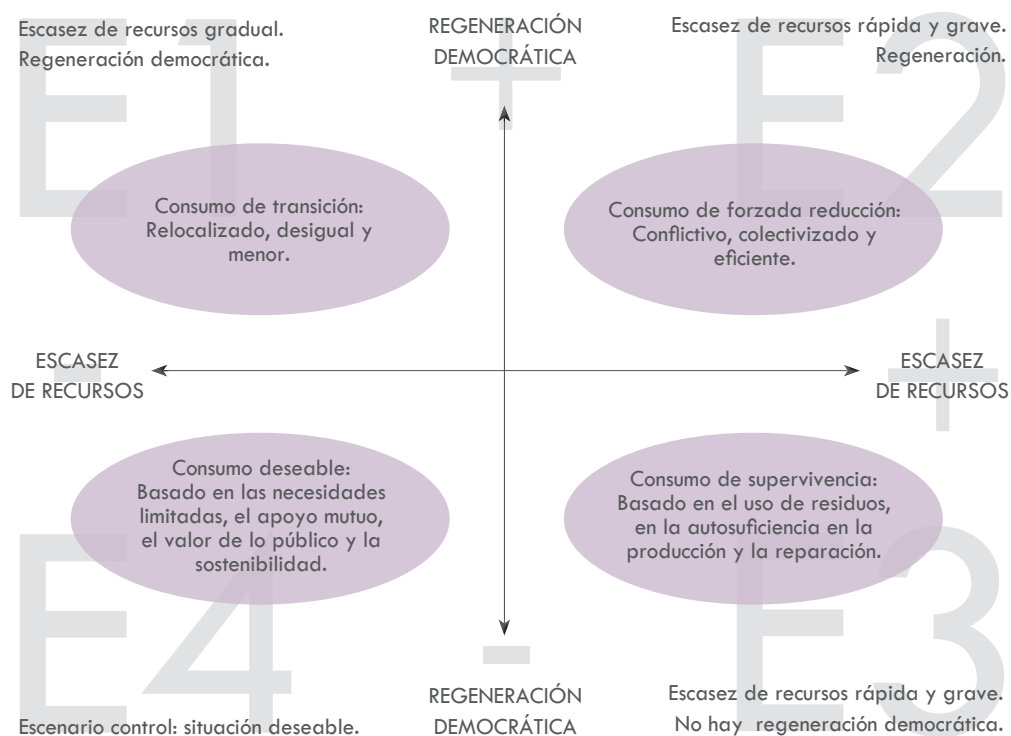
Se eligieron como impulsores de cambio principales los que habían aparecido en más grupos de trabajo y eran más diferentes entre sí en términos de los factores mencionados: **regeneración democrática institucional** y **disponibilidad de los recursos naturales**.

La elección de ambos impulsores como ejes de tensión configura cuatro escenarios de partida, de los cuales uno de ellos (e4) fue sustituido por un escenario “de control” o escenario sin impulsores caracterizados previamente. Este recurso es frecuente en el desarrollo de escenarios de futuro y persigue obtener una narrativa menos condicionada que pueda reflejar el escenario de deseabilidad (escenario deseado) y ser contrastada con el resto.

4.2. Descripción de los escenarios de futuro: cuatro narrativas

Las narrativas que describen los escenarios de futuro, y que se desarrollaron en la tercera sesión del taller, deben ser posibles, plausibles e internamente consistentes. Por ello, además de basarse en las dos características clave de cada escenario de partida (ver el apartado anterior), todos los grupos de discusión han partido del marco global de la situación actual, llamada Escenario 0; las

Ilustración 7.1.4. Situación de partida para cada uno de los escenarios



Situación de partida para cada escenario en base al cruce de las tensiones “escasez de recursos” (eje ordenadas) y “regeneración democrática” (eje de abscisas). Principales características del consumo resultante en cada escenario (en círculo).

características de este Escenario 0 corresponden al marco cuantitativo descrito en el capítulo 4 de este Informe. Las narrativas de futuro pretenden enriquecer y ampliar el debate sobre posibilidades de transición hacia la sostenibilidad, al imaginar y materializar distintos futuros alternativos, que juegan una función estratégica a la hora de construir propuestas de intervención más resilientes, incluyendo todas estas perspectivas.

A continuación presentamos una síntesis de las narrativas generadas en el taller. El análisis que se hace posteriormente, en el apartado 4.3. corresponderá al contenido de la narrativa original, más extensa y detallada (se puede encontrar en el Informe íntegro, disponible en revistaopciones.org > Nosotros > Qué más hacemos > Investigación > Proyectos de investigación).

ESCENARIO 1 (E1):

TRANSICIONES PARTICIPATIVAS EN LA CRISIS ECOLÓGICA.

El consumo en e1: Consumo de transición: relocalizado, desigual y menor.

En 2011 se inicia una ruptura que termina de constatar que la clase política no podrá gobernar más tiempo sin contar con la ciudadanía. A partir de esta ruptura, se desarrolla durante las siguientes décadas una **nueva democracia participativa y directa** con nuevos canales dinámicos, que implica que en 2035 se disuelven algunos partidos políticos tal y como se conocían en 2011 y se sustituyen por una nueva dinámica de representación, con procesos de liderazgos diferentes que facilitan que se lleven a la práctica las decisiones tomadas participativamente (que son nuevos consensos y decisiones colegiadas), coexistiendo ambos modelos —el de representación por partidos y el nuevo, más participativo. La importancia se centra en el proceso y en el plan de trabajo acordado socialmente para responder a las necesidades sociales, que no pueden ser satisfechas por la administración, debido al proceso de descapitalización que ha sufrido progresivamente el Estado (ha perdido protagonismo en la toma de decisiones, se han privatizado muchos recursos). Por ello, el plan de trabajo cuenta con la participación de una amplia diversidad y representatividad de actores sociales, basada también en lograr un diálogo intergeneracional (infancia, juventud, población adulta, población anciana).

Inicialmente, en el período que empieza en 2011, se ha dado una evolución de las tensiones sociales reprimidas por los poderes establecidos (ciudadanía versus empresa convencional/instituciones). Por tanto, el aumento de la participación social

y de la capacidad de autoorganización ciudadana coexiste con el mantenimiento de la propiedad e intereses privados y con la existencia de sectores sociales que no se suman a la regeneración participativa. Las tensiones sociales se asocian con la posesión y el manejo de la energía y de tierras por la falta progresiva de tierras, semillas, agua, conocimientos, etc. En 2035 la sociedad sigue sumergida en procesos de transición, porque la regeneración participativa ha sido progresiva y se lograrán mayores cambios sociales después de 2035.

Entre 2011 y 2035, la mayoría de las empresas convencionales y de gran tamaño quieren re-fundar el capitalismo sobre las mismas bases del capitalismo clásico, aunque hay cada vez más empresas con más sensibilidad hacia los temas de sostenibilidad. En sintonía con esta percepción social, se aceptan socialmente las regulaciones sobre los estilos de vida, por necesidad sentida en el transporte, alimentación y gestión de lo público, asumiendo que cuanto más profundos son los cambios más tiempo se requiere. En 2020 coexisten los cambios masivos mediante regulación (normas, impuestos, sanciones, etc.), y posteriormente se incorporan estas medidas en forma de valores, por lo que se logra una mayor conciencia social de la necesidad de los cambios.

La alimentación sufre una incipiente desigualdad que se hace manifiesta en 2020 con dietas baratas y perniciosas para la salud frente a dietas caras y

sanas. Se dan también robos en los campos y aparecen nuevos oficios o tareas como la de rebuscar alimentos en las tierras no cosechadas por falta de rentabilidad. En 2035, gracias a cambios en los procesos productivos, hay un menor consumo de alimentos y la dieta mayoritaria está marcada por lo local, basada en más proteína vegetal, se recupera la cocina tradicional, se introducen nuevos alimentos (p.e. algas), se aprovechan partes de los alimentos que antes eran desechados y se recuperan productos autóctonos que se habían perdido. Hay posibilidades controvertidas de una tendencia al aumento de suplementos/aportes de alimentación basados en pastillas.

En 2035, la persona consumidora tiene más opciones para elegir cómo abastecerse gracias a la proliferación de mercados alternativos, aunque en paralelo disminuye la cantidad y diversidad de producción (menos gama, menos oferta, priorización de productos para ajustar costes), porque ha habido un desmantelamiento paulatino de la producción industrial de varios sectores. Se ha vinculado el sistema de producción con la ordenación del territorio (aunando centros de producción de energía con centros de consumo, como forma de descentralización energética), y se fomentan los polos de competitividad (diferentes entidades implicadas en un proceso productivo se ubicarán muy cerca). Coexisten la especialización territorial por tareas del proceso producción-distribución-consumo y territorios encargados del ciclo completo. En 2035 hay dos tipos de procesos productivos, los inmersos en el mercado y los desarrollados en las comunidades/barrios. Hemos pasado de una sociedad globalizada, en 2011, a una sociedad vertebrada a escala local, en 2035, mediante la descentralización política y la relocalización de las actividades.

Se manifiestan impactos muy importantes por errores cometidos en el pasado en la gestión de los recursos (p.e. las aguas subterráneas están gravemente afectadas por los vertidos incontrolados).

Ilustración 7.1.5. Titulares de prensa hechos por el grupo para representar su escenario (e1).

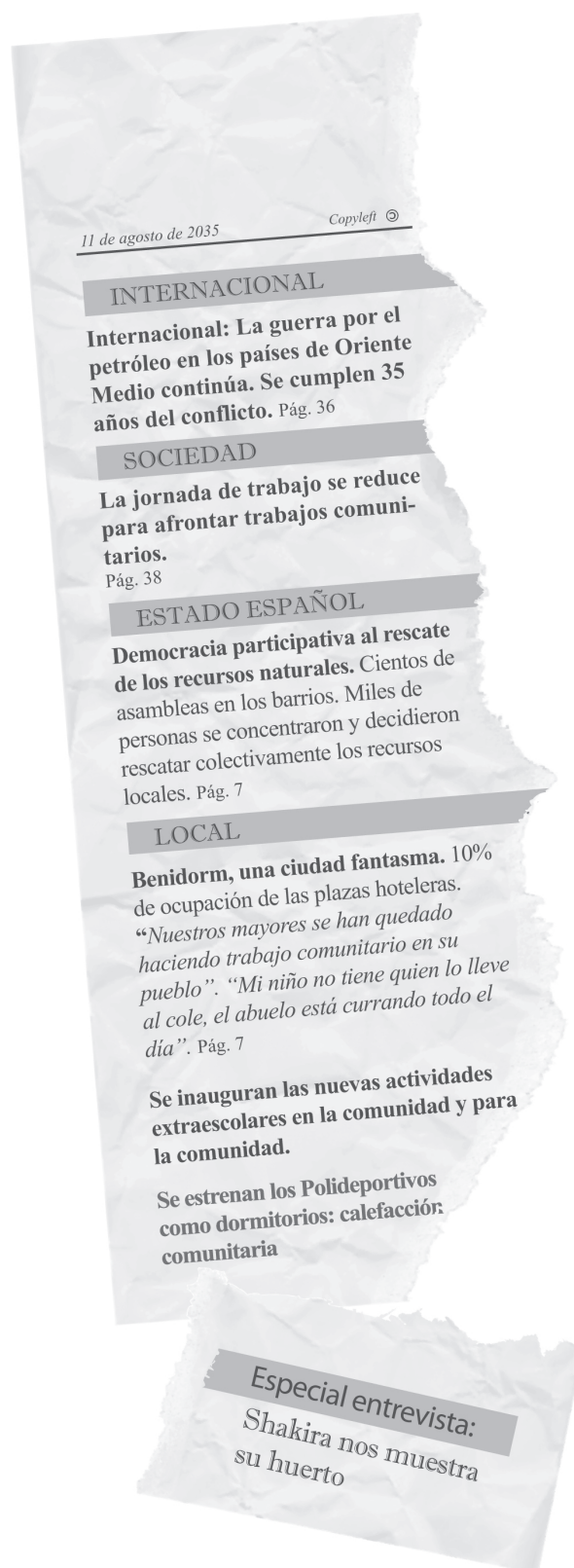


Tabla 7.1.3. Principales características del Escenario 1: Transiciones participativas

Características	
Alimentación	- Menor consumo de alimentos y la dieta mayoritaria local, mediterránea, basada en proteína vegetal, con nuevos alimentos, aprovechando partes de los alimentos o variedades que antes eran desechadas y recuperando productos autóctonos perdidos. - Posible tendencia de aumento de suplementos de alimentación basados en pastillas. - Consolidación de las iniciativas de soberanía alimentaria y alimentación colectiva, tras períodos de crisis por escasez de semillas, recursos, etc. Prohibidos los productos de fuera de temporada por el uso de fertilizantes sintéticos.
Residuos	- Aumento de residuos hasta 2020 y reducción en 2035 por la situación energética. - Medidas para gestionar los residuos: incentivos para separar, recuperar y transformar los residuos en recursos, producir menos emisiones y mayor cuidado en la eficiencia energética de los procesos y mejoras tecnológicas (se cuida el efecto rebote). Apoyo en directivas europeas. En 2035 la tecnología asociada a la reducción de residuos avanzará mucho. Compostaje a nivel local y comunitario (desde 2020). - Priman los productos de calidad y no su cantidad. Mayores presiones fiscales a la exportación (así como a su posible gestión cuando se convierte en residuo), incorporando sus costes ambientales, así como los costes de su gestión de residuos a la producción.
Ritmos de vida y valores	- Incremento en los valores intangibles, con nuevos y más extensos planteamientos de revinculación de la tierra y la recuperación de saberes tradicionales, como respuesta a una insatisfacción colectiva. - Expansión de la percepción de límites biofísicos aunque más lentamente, ya que primero se asume la existencia de la crisis ambiental. - En 2020 hay un alza del individualismo, pero en 2035 se produce un alza generalizada del tejido social. Algunos de los sectores desencantados buscan cada vez más un mayor desarrollo personal, que puede derivar posteriormente en contra de lo comunitario.
Empleo	- Fomento del teletrabajo (con incentivos públicos) hasta su consolidación en 2035 y de búsqueda de trabajos más cercanos a la vivienda habitual o viceversa. - Reducción de la jornada laboral remunerada y aumento del trabajo comunitario o del trabajo en el hogar (arreglar más lo que tienes, cocinar más y en general dedicar parte del tiempo libre a tareas de esta índole). Reforma de la legislación laboral, incorporándose a estos trabajos población de segmentos de edad (jóvenes, mayores). - Expansión de iniciativas, como movimiento en transición o el decrecimiento, y de un ocio “útil y comunitario”, junto con un ocio más clásico adaptado a la disposición de recursos.
Movilidad cotidiana	- Mejora paulatina del transporte público y las infraestructuras para otros transportes alternativos (bicicleta o compartir el vehículo privado). - Mayor uso comunitario del vehículo por el elevado precio del combustible. Pérdida de autonomía personal en la movilidad y reducción rápida de los desplazamientos en avión. - Recuperación del espacio público en las ciudades por la reducción del espacio destinado al automóvil. En 2035, vuelve el transporte con animales en distancias cortas.
Viajes y vacaciones	- Disminución de los viajes por motivos laborales y ocio. Potenciación del turismo de proximidad así como otras formas de hacer turismo (turismo interior, vacaciones en los pueblos, intercambio de viviendas para ocio). Consolidación del ocio sencillo (actividades colectivas y con amistades, disfrutar sin consumir demasiado). - Vacaciones de períodos más largos pero con menos desplazamientos. - Los desplazamientos de larga distancia se reservan para urgencias o son característicos de las élites sociales. - Nuevas posibilidades de un modelo de movilidad y turismo sustentado en las nuevas fuentes de energía y las nuevas tecnologías.
Consumo energético en el hogar	- Aumento de concienciación de la población sobre la importancia de no malgastar energía y del uso eficiente de la misma. - Producción de elementos que consumen menos energía, aunque su acceso o adquisición es más cara. Austeridad en los aparatos que consumen energía y limitadores de consumo energético en los hogares (establecimiento de una cuota disponible de energía por hogar, impulsado por las administraciones públicas). - Menos confort en los hogares de estatus medio y bajo. - Emergencia de nuevas posibilidades como las energías libres.
Edificación	- Cambio de modelo de edificación, de la promoción de la nueva vivienda individual a: i) rehabilitación de viviendas vacías con criterios de sostenibilidad (materiales autóctonos en detrimento del cemento de difícil producción por el gasto energético que conlleva); ii) nuevas viviendas sostenibles compartidas (ej. co-housing, comunidades o cooperativas en las que escoges a tu vecindad), con energías renovables, tierras de cultivo, construcciones que permitan aprovechar el entorno y un proyecto social detrás.

ESCENARIO 2 (E2):

DE LA NECESIDAD, VIRTUD: LA CONSTRUCCIÓN DEMOCRÁTICA Y CAMBIO DE VALORES PARA GESTIONAR LA ESCASEZ.

*El consumo en e2: Consumo de forzada reducción: conflictivo, colectivizado y eficiente.***Ilustración 7.1.6. Titulares de prensa hechos por el grupo para representar su escenario (e2).**

Ante la escasez de recursos suben los precios, haciendo necesarias una suficiencia y una eficiencia que reduzcan la presión creciente sobre esos recursos escasos, lo que no se logrará hasta 2020. Los mayores problemas ambientales son la escasez de agua y el cambio climático. En algunos ámbitos, la aparición con fuerza de productos y servicios más sostenibles a bajo coste conlleva el riesgo de efecto rebote, en especial en lo asociado a nuevas tecnologías de acceso gratuito y de movilidad compartida, lo que empezará a corregirse hacia 2020.

Se provoca que en un primer periodo (2011-2020) la ciudadanía aplique soluciones individualistas (“sálvese quien pueda”), consecuencia también de que el estado no garantiza el acceso universal a determinados servicios públicos (educación, salud...). El consumo se reduce pero los hábitos de consumo no se modifican hacia modelos más sostenibles, ni tampoco sus valores asociados. Se produce una polarización social, en la que las capas más bajas (tanto población autóctona envejecida como nuevos refugiados económico-ambientales) se empobrecen, mientras que las clases más cómodas se resisten al cambio buscando soluciones privadas. Esto provoca un aumento de la violencia social y una fortificación de los territorios más ricos (p.e. Europa se gestiona como fortaleza). Al mismo tiempo hay conflictos por la propiedad de la tierra fértil y otros recursos naturales que están en manos privadas.

Entre 2020 y 2035, la poca efectividad de estas soluciones individuales y de la redistribución desigual de los escasos recursos provoca que los ciudadanos empiecen paralelamente a poner en marcha iniciativas colectivas exitosas, presionando a las instituciones locales para que apoyen, defiendan y promuevan ese modelo de gestión. Al mismo tiempo se dan conflictos entre la sociedad civil organizada y los propietarios privados de recursos naturales. Las empresas luchan por demostrar su “carné ético”. Muchas van a desaparecer o transformarse (reinventarse), y aparecerán otras nuevas que han sabido interiorizar como riesgo el valor ambiental y social.

En 2035 comienza una regeneración democrática institucional de abajo a arriba —de la ciudadanía hacia las administraciones y desde lo local a lo estatal— en la que las políticas públicas tienen un papel central en la redistribución de los recursos escasos (acceso a servicios básicos, propiedad de la tierra fértil y otros recursos naturales). La escasez de recursos empuja a un aumento de la eficiencia energética que ayuda a alcanzar la suficiencia. Se reduce el consumo y se generaliza el uso de recursos energéticos alternativos. El consumo de alimentos y otros productos y servicios de primera necesidad se organiza en torno a cooperativas y colectividades (por ejemplo cooperativas, economatos o centrales de compra). Se reduce la importación, aumenta la producción local y se simplifican y reutilizan los embalajes. Sólo existirán empresas eficientes (no subvencionadas), y todas estarán orientadas a cubrir necesidades colectivas y no individuales. Hay un cambio masivo de valores sociales asociados a la sostenibilidad.

Tabla 7.1.4. Principales características del Escenario 2: De la necesidad virtud

Características	
Alimentación	- Mayor proximidad, más local y basada en alimentos de temporada, aunque a precios más altos. Mayor dedicación de los presupuestos familiares a la alimentación y menor diversidad de alimentos. Mayor presencia en los hogares de productos cultivados de forma ecológica y en la propia casa, con el incremento de espacios como huertos urbanos y con una fuerte tendencia a una dieta vegetariana (2020). - Posibilidades de aumento de la importancia del papel de las biotecnologías y de los organismos genéticamente modificados, en función de la visibilidad de los efectos perniciosos de los mismos y de los recursos energéticos asociados a ellos. - Consumo de alimentos (y otros productos y servicios de primera necesidad) organizado de manera habitual en torno a cooperativas y colectividades (2035). Riesgos de escasez de alimentos y aumento de la producción local.
Residuos	- Aumento de las formas de reducir residuos como una prioridad, con opciones como la distribución y compra a granel en circuitos locales, y un proceso más generalizado de reducción drástica y simplificación de embalaje. Inicio en 2020 y consolidación en 2035. - Implantación de los sistemas de depósito y retorno (SDDR). - Minimización hacia cero de los residuos con un diseño eficiente y duradero “de la cuna a la cuna”. Pago por generación de residuo en la producción, repercutido en los precios. - Los procesos que generan residuos tóxicos (como la depuración industrial de aguas residuales que convierten a éstas en un residuo tóxico) tienen que desaparecer, porque ante la escasez de recursos naturales no son admisibles. - Potenciación de la economía productiva ligada a la provisión de necesidades básicas y la reparación-reciclado. Vuelta de la importancia social de reparar (2020). - Los antiguos vertederos como nuevas minas para la extracción de recursos.
Ritmos de vida y valores	- Estilos de vida de la población española de 2020 caracterizados por una interiorización de la escasez de recursos en todos los ámbitos del consumo, con una reacción alimentada por el reflejo económico de la situación en la renta familiar. Mayor conflictividad social. - La vida es más lenta por las implicaciones de la escasez en ámbitos como la movilidad, el ocio y las vacaciones. El valor del tiempo toma otra dimensión y la eficiencia se vuelve un tema de interés público a lo largo de esta década. - Mayor espacio paulatino de los valores de la suficiencia y la interdependencia entre los valores sociales. Cambia la valoración social del “neorriquismo”. Comienza a estar mal visto socialmente el fenómeno de “los nuevos ricos”. - Aumenta la oferta del “Do It Yourself” y la autoreparación (aumenta el placer de hacer las cosas por ti mismo/a). Presencia del “ocio low cost”.
Empleo	- Aumento del desempleo en un primer momento y luego redistribución del empleo. - Reducción del tiempo libre o del tiempo de ocio.
Movilidad cotidiana	- Generalización del coche eléctrico para distancias cortas y medias como modelo de transición (2020). En 2035, coches eléctricos de “renting” (y también bicicletas de renting). - Nuevo modelo de movilidad propio de la escasez: basado en el vehículo compartido en sus diferentes posibilidades. - Aumento del uso de la bicicleta y los desplazamientos a pie, que son los ejes de la movilidad urbana local.
Viajes y vacaciones	- Reajuste del turismo ligado fuertemente a las posibilidades de transporte. Reducción de las distancias recorridas en las vacaciones, el número de viajes y la duración de los períodos vacacionales. - Desaparición del vuelo “low cost”, quiebra del concepto “parque temático” y “centro comercial”, a favor de un ocio más local y el alza del ocio en espacios públicos urbanos, que sustituyen aquellos elementos centrales del ocio de las décadas anteriores.
Consumo energético hogar	- Generalización de placas solares térmicas para calentar agua doméstica. - Reducción del consumo energético en el hogar, con la presencia de apagones de suministro.
Edificación	- Cambio hacia la rehabilitación en 2020, con el uso de recursos locales (p.e. madera), la transformación de las viviendas en edificios más eficientes, con mejor aislamiento, con una diversidad de fuentes de energía (destacan las biomasas) y con la disposición de servicios colectivos por barrios (p.e. lavadoras). - Búsqueda de los hogares autosuficientes energéticamente, con un balance energético igual a cero. La nueva edificación es una excepción en 2035 (ligada a impuestos nuevos). - Mayor densificación urbana y abandono de urbanizaciones por el precio del transporte que implica ese modelo de urbanización (que son ocupadas por migrantes). - Ecobarrios como nuevo modelo de urbanismo para las ciudades.

ESCENARIO 3 (E3):**MÁS ALLÁ DE LOS LÍMITES, EMERGEN NUEVAS REGLAS.***El consumo en e3: Consumo de supervivencia: autosuficiencia productiva, uso/aprovechamiento de residuos y reparación.*

Se caen los grandes relatos que sustentan la creencia en la civilización occidental, aumenta la vulnerabilidad, y nuevas y antiguas ideologías y espiritualidades, algunas vinculadas a la naturaleza, llenan esos vacíos. Después de sobrevivir a este proceso, en 2035 habrán cambiado las referencias y valores sociales, pasando del individualismo (sálvese quien pueda) y la cultura de la opulencia a la ética de lo colectivamente correcto y una cultura de lo común, del apoyo mutuo y del aprovechamiento máximo de los recursos.

En 2020, ante la grave y súbita escasez de recursos naturales clave para el modelo de desarrollo hegemónico en décadas anteriores, los cortes de suministro generan un efecto pánico que extiende el pillaje y la inseguridad ciudadana, sobre todo en las ciudades; en una fase posterior, entre 2020 y 2035, hay un éxodo de la ciudad al campo por la dificultad de abastecimiento de las ciudades y las grandes conurbaciones, y porque al haber menos concentración de energía se necesita un mayor reparto de la población en el territorio. En el mundo rural aumentan las formas de vida autoorganizadas.

Hasta acercarnos a 2020 y antes de llegar a la grave escasez, los grandes sistemas de gobernanza mundial (como los de gestión del cambio

climático) habían adaptado la sociedad al techo máximo y con sistemas de eficiencia, puesto que los acuerdos internacionales negociaron sólo los recortes de carbono estrictamente necesarios para seguir usando el petróleo que iba a estar disponible (según el pico del petróleo y las previsiones de recursos). Este sistema de gobierno tiene riesgos permanentes de caer en el ecofascismo, por tratarse de una lógica autoritaria y cortoplacista en términos de recursos naturales.

Estas decisiones acordadas internacionalmente trataban de lograr una adaptación a los límites de los recursos naturales sin romper el status quo, repartiendo los recursos a nivel mundial y convirtiéndose éstos en armas de poder. Pero rápidamente se acentuaron las desigualdades sociales en las diferentes escalas territoriales, dado el acaparamiento de recursos (tierra, energía, etc.) por parte de las élites. Este rápido proceso generó una alta conflictividad social, al producirse un choque entre el consumo como confort y bienestar al que estaba acostumbrada la sociedad en general y la rápida desaparición de innumerables productos hechos gracias al petróleo, antes disponibles. Además, los movimientos sociales, tras 40 años de lucha ambiental, crecieron y se radicalizaron al encontrarse con esta situación.

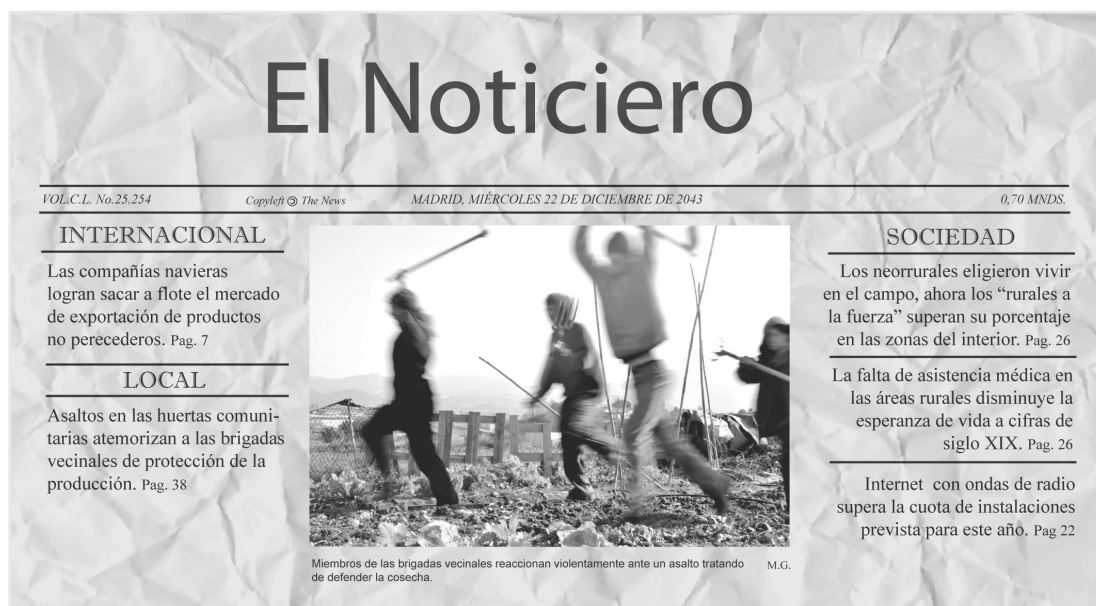
Ilustración 7.1.7. Titulares de prensa hechos por el grupo para representar su escenario (e3).

Tabla 7.1.5. Principales características del Escenario 3: Más allá de los límites

Características	
Alimentación	- Alimentación local y de temporada, simplificación de la cadena de producción-distribución-consumo y reducción drástica del consumo de carne y pescado. Revalorización de los productos regionales. Reducción mayoritaria de la diversidad de alimentos (mercado de lujo de alimentación para una minoría) y se vislumbra la posibilidad de complementos nutricionales. Intensificación del uso de la tierra a nivel estatal (aumento de 2020 a 2035). - Reducción de la cocción de alimentos y mejora de sistemas de conservación de alimentos. - Dejan de existir los Organismos Modificados Genéticamente y los pesticidas de vieja generación dependientes de un alto consumo de energía para su fabricación. - Riesgos de privatización de las semillas de uso común y de la presencia de nuevas formas de biotecnología que requieran menos consumo energético, es decir, de biotecnología adaptada.
Residuos	- En un primer momento proliferan los vertederos ilegales. Posteriormente, habrá menos residuos y se utilizarán como recursos. - Compost local de la materia orgánica (un nuevo recurso muy valorado).
Ritmos de vida y valores	- Aumenta la jornada de trabajo comunitario. - Reducción del tiempo de ocio. Se vive una mayor creatividad y empoderamiento individual en el día a día, con una búsqueda de alternativas y el disfrute de compartir tiempo en las relaciones sociales. - Cambio de las referencias y valores sociales en 2035 después de sobrevivir a este proceso de crisis muy grave, sustituyendo los valores sociales de antes, pasando del individualismo y la cultura de la opulencia a la ética de lo correcto colectivamente, una cultura de lo común, del apoyo mutuo y del aprovechamiento máximo de los recursos.
Empleo	- Reducción del consumo y aumento del trabajo, con una progresiva disminución del tiempo de ocio desde 2020 por la pluriactividad, para acabar en 2035 sin tiempo de ocio. Se requiere más tiempo y más personas para hacer las tareas que antes hacía el petróleo. - Períodos de descanso basados en los ciclos de la naturaleza. Situación de decrecimiento forzado. - Reducción del peso de cuestiones como la moda.
Movilidad cotidiana	- Movilidad centrada a escala local-comarcal (2020), con un menor número de personas con acceso a la movilidad y una reducción de los desplazamientos, volviendo a modelos de transporte con animales, bicicletas y un sistema de transporte público electrificado, aumentando el papel del tren (no de alta velocidad) dentro de este sistema, con un número menor de vehículos individuales (coches eléctricos principalmente en detrimento de los coches dependientes de la combustión de recursos fósiles). - Reducción progresiva en las siguientes décadas hasta llegar a un cambio de modelo de movilidad, en que los coches son un lujo y su uso es compartido (2035). - Aprovechamientos de picos de producción eléctrica para el sistema de transporte. No hay capacidad de almacenamiento de energía, que está disponible en función de las fuentes de producción (viento, sol, etc.). P.e. horarios en establecimientos dependientes de luz solar. Las grandes infraestructuras de movilidad son vestigios de un pasado que no volverá.
Viajes y vacaciones	- Revalorización del turismo local y regional. - Disminución del turismo por la reducción del tiempo libre. Aumento de las celebraciones locales.
Consumo energético en el hogar	- Consumo energético del hogar ligado a un boom de eficiencia energética y la simplicidad en hogar con un aprovechamiento al máximo del agua, de la luz solar, de la electricidad, de la biomasa (2020). - Un consumo adaptado a la disponibilidad de la energía y de uso colectivizado, a modo de “ecoteca de electrodomésticos” (p.e. se comparten lavadoras, neveras, etc.), con la presencia también de ingenios solares y otras tecnologías apropiadas (2035). Cambia la idea de seguridad energética en la sociedad.
Edificación	- Mejora del aislamiento de casas (base del confort térmico) y abandono de la cultura opulencia, que se refleja en que la calefacción y el aire acondicionado dejan de existir como estaban funcionando en décadas anteriores. - Aprovechamiento de leña para la calefacción (hornos y estufas de leña). - Crisis de vivienda unifamiliar (símbolo de una época pasada) y de la nueva construcción. - Incremento de la bioconstrucción con materiales locales y reestructuración de las relaciones entre trabajo, consumo y vivienda, reduciendo las distancias de desplazamiento cotidiano. - Rehabilitación de viviendas, debido a la escasez no es posible utilizar nuevos materiales. - Abandono de las zonas urbanas próximas a carreteras, las zonas periféricas y las ciudades dormitorio, porque no tienen tierra fértil alrededor ni están conectadas sin la necesidad de disposición de vehículo privado.

ESCENARIO 4 (E4):

100% PLAUSIBLE, NECESARIO Y DESEABLE.

El consumo en e4: Consumo deseable: basado en las necesidades limitadas, el apoyo mutuo, el valor de lo público y la sostenibilidad.

Durante la década de 2011 a 2020 tiene lugar un cambio social paulatino, dentro del cual se desarrollan cada vez más vías alternativas al anterior modelo hegemónico de consumo, afianzando estructuras de la sociedad civil, redes de apoyo mutuo y cooperación, valores, instituciones, iniciativas y estilos de vida alternativos, solidarios y sostenibles. Inicialmente estas pequeñas “brechas” siguen siendo minoritarias, estando en contraste con el modelo de vida insostenible predominante de la época, altamente consumidor de recursos y caracterizado por la crisis de valores, entre cuyas consecuencias negativas se encuentra el aumento de la inequidad y la tensión social hasta 2020.

Este fortalecimiento del capital social y la aparición de alternativas creativas y funcionales, junto con la creciente tensión social, son el caldo de cultivo para que tras la crisis, cuyo momento álgido se sitúa en torno a 2020, no tenga lugar el colapso de la sociedad española (aunque la percepción es de fuerte crisis y casi colapso) sino el cambio real del modelo de consumo y el estilo

de vida, basado en la generalización de un fuerte cambio de conciencia y de cultura y en la capacidad de la sociedad para autoorganizarse. El descontento generalizado posibilita el gran cambio.

Lo público ejerce el control sobre lo privado y el mercado, lo cual redundará en una mayor equidad que se plasma en 2035. El estado es fundamentalmente “el coordinador de la satisfacción de las necesidades humanas”, focalizando los intereses productivos en las necesidades locales. Las decisiones se toman bajo un modelo biorregional. La forma principal/cotidiana de organizarse está basada en lo local y en la autogestión. Las decisiones se toman a la altura/escala del problema, siguiendo el principio de subsidiariedad. La Organización de Naciones Unidas en 2035 ha sido también transformada, tras un fuerte proceso a lo largo de la década anterior desde la misma lógica de democracia participativa, asemejándose a un Foro Social Mundial.

Gracias a la reacción social frente al cambio climático, en 2035 la temperatura de la Tierra no ha subido más de 2°C, parando así los efectos más

Ilustración 7.1.8. Titulares de prensa hechos por el grupo para representar su escenario (e4).

graves de este problema ambiental heredado del modelo de desarrollo capitalista.

En cuanto a los estilos de vida, en 2035 los cuidados han pasado a tener un valor central en la sociedad, en lugar del mercado. La reducción del transporte/turismo/movilidad cotidiana, basados en distancias cortas (siguen existiendo las grandes distancias pero de manera reducida, ya que hay medidas similares a la cuota de carbono), facilita los ritmos lentos de vida, la producción local y el alivio a los ecosistemas. Lo colectivo se hace necesario y no opcional.

Internet ha dejado de ser altamente consumidora de energía y sigue existiendo, buscando cada vez formas más sostenibles dentro del nuevo modelo energético.

Se ha dado una reconfiguración de los asentamientos humanos, con la descongestión de las grandes ciudades, conformando entramados más densos multifuncionales. La agricultura urbana está muy desarrollada. Es una sociedad con un peso urbano fuerte, pero las ciudades son policéntricas y diversas (cultural, social y económicamente). Los paisajes son abiertos, posibilitando estas nuevas formas de organización social.

Tabla 7.1.6. Principales características del Escenario 4: 100% a escala humana

Características	
Alimentación	- Alimentación ecológica/orgánica, de temporada, de producción local y basada en una gastronomía localmente adaptada (por ejemplo se generalizado las prácticas de permacultura). - No existen los OMG.
Residuos	- Modelo de producción basado en la rehabilitación y el reciclaje.
Ritmos de vida y valores	- Ritmos lentos de vida, producción local y alivio a los ecosistemas. - Lo colectivo es necesario y no opcional. - Cambio de los indicadores sociales y económicos, acercándose más a medir la calidad de vida desde este otro modelo de sociedad. - No se asocia el bienestar a la acumulación/posesión de bienes sino a las relaciones equilibradas con el entorno social y ecológico.
Empleo	- Planificación de las necesidades de la sociedad y así del trabajo y de la formación de las personas, de modo que no haya un desacoplamiento entre éstos (y por tanto, no haya desempleo, frustración, abusos...). - Mayor espacio para el trabajo autónomo, restando protagonismo al trabajo heterónimo ("para otros").
Movilidad cotidiana	- Consolidación de una reducción del transporte/movilidad cotidiana, basada en distancias cortas (siguen existiendo las grandes distancias pero de manera reducida, ya que hay medidas similares a la cuota de carbono).
Viajes y vacaciones	- Consolidación de una reducción del turismo, basado en distancias cortas (siguen existiendo las grandes distancias pero de manera reducida, ya que hay medidas similares a la cuota de carbono).
Consumo energético hogar	- Reconversión del modelo energético mediante los principios de austeridad y eficiencia. - Internet deja de ser altamente consumidora de energía. Se busca cada vez formas más sostenibles, para evitar desplazamientos.
Edificación	- Reconfiguración de los asentamientos humanos, con una descongestión de las ciudades grandes. Las ciudades son policéntricas y diversas cultural, social y económicamente. La agricultura urbana está muy desarrollada.

4.3. Análisis de los escenarios. Impulsores de cambio y ámbitos de consumo: relaciones entre situaciones estructurales y prácticas de consumo

En la reflexión en torno a la construcción de escenarios de futuro sobre consumo y estilos de vida en España, emerge uno de los debates fundamentales a la hora de plantear los cambios necesarios para que el consumo tenga en consideración los límites biofísicos: ¿cuál es la relación necesaria entre los cambios individuales de prácticas de consumo (o estilos de vida) y los cambios estructurales que permiten transformaciones sociales a escalas mayores que el alcance de un individuo?

Para caracterizar nuestros escenarios de futuro, uno de los impulsores de cambio ambientales fue seleccionado por su mayor relevancia e incertidumbre: la disponibilidad de recursos naturales clave en el modelo de desarrollo actual. Este factor es uno de los que determina las principales diferencias entre escenarios, y el detonante de las diferencias se concreta en la disponibilidad de los combustibles fósiles y otros recursos energéticos. Una de las tendencias comunes a todas las narrativas es la repercusión en forma de problemas ambientales de los errores de gestión en el pasado (subida de la temperatura media planetaria, contaminación de las aguas subterráneas, desertización, nuevas enfermedades, etc.), y también la presión sobre los recursos disponibles, especialmente la tierra fértil y el agua (presente en los tres primeros escenarios).

Los cambios en la alimentación que se describen en los diferentes escenarios tienen gran relación con estas modificaciones estructurales derivadas de los cambios en impulsores ambientales. Hay dos tendencias principales de cambio en la forma de alimentarnos: la relocalización de la producción, con la consiguiente vinculación del consumo con los alimentos de temporada, y los cambios en la presencia de la biotecnología —por el hecho de requerir mucha energía para la producción (nuevos organismos modificados genéticamente) y por los riesgos que conlleva su uso en la agricultura y su mayor presencia en los alimentos, que no compensan su antigua justificación (escasez de alimentos,

suelo fértil, semillas, etc.). Los períodos de escasez y los cambios en la alimentación hacia un mayor aprovechamiento de los recursos son también consecuencias de estos impulsores ambientales.

Por otra parte, los aspectos ambientales que se vislumbran en los diferentes futuros como elementos positivos o deseables son: la reconfiguración de los asentamientos humanos (especialmente la formación de ciudades policéntricas cultural, social, ecológica y económicamente en el escenario deseado e4 - “100% a escala humana”), la naturalización de los ciclos productivos por la baja disponibilidad de energía para mantener los sistemas tecnificados (e3 - “Más allá de los límites”) y el uso de las características ambientales como criterio para la reorganización institucional en biorregiones (e1 - “Transiciones participativas” y e4).

La movilidad y los viajes quedan directamente afectados por la disponibilidad de los combustibles fósiles y otros recursos energéticos. Se traducen en cambios en las prácticas cotidianas de transporte (laboral y de ocio), con una reducción generalizada de los trayectos, modificaciones en los medios de transporte que se usan (a pie, en bicicleta, con vehículos eléctricos, con animales, marítimo, etc.) y en el tipo de transporte público (electrificado con aprovechamiento de picos de producción, tren de velocidad media), y nuevas prácticas en el uso de estos medios (renting en lugar de propiedad, uso o propiedad compartida, etc.).

Este cambio en las prácticas va asociado también a otros impulsores de cambio, como son los impulsores psicosociales, especialmente el cambio de valores. Los principales impulsores psicosociales de los escenarios marcan diferencias en términos de interrelación entre impulsores de cambio, distinguiendo en las narrativas de futuro si el cambio de valores es consecuencia o detonante de otros cambios. En e1, los cambios masivos en los estilos de vida se logran inicialmente mediante regulación y luego se incorporan como valores, puesto que el factor que inicia el cambio es la ruptura política. En e4, el cambio se produce a partir de la escasez y del impulso de una minoría proactiva, pero tras la crisis pasa a ser una reacción social generalizada gracias a la comprensión de los mo-

tivos de raíz que han llevado a la crisis y al sentir generalizado de la necesidad de un cambio.

El **cambio en los valores sociales** es una de las constantes en los escenarios: se incrementan los valores intangibles (e1); aumenta la conciencia de no gastar energía y de eficiencia (e1, e2); los valores de la suficiencia y de la interdependencia pasan de una posición marginal a una posición central en la sociedad (e2); el valor del tiempo toma otra dimensión (e2, e4); el Ser empieza a tener más valor que el Tener (e4), cambia la valoración social del “neorriquismo”²⁴ (e2); se instala la ética de lo correcto colectivamente, del apoyo mutuo y del aprovechamiento máximo de recursos (e3). Estas modificaciones están también relacionadas con otros factores como la percepción social del cambio.

Como formas de cambio de valores/actitudes/comportamientos se incluyen **la educación, la información y la comunicación**. En los escenarios menos graves en términos de escasez de recursos aumenta la información sobre los productos y el etiquetado, la educación es construida socialmente y la alfabetización ecológica es una de las claves de la educación. En los escenarios más graves en términos de escasez aparece la inseguridad ciudadana, el pillaje, el miedo, etc., que tienen influencia en la población como parte del contexto social cercano. Sin embargo, en estos escenarios los medios de comunicación convencionales pierden peso a favor de nuevos medios más comunitarios, locales, integrales en su gestión y tecnología, etc.

Para caracterizar **los estilos de vida** se han utilizado principalmente los valores y los ritmos de vida como aspectos fundamentales. En términos de ritmos de vida, hay una polarización entre los escenarios en los que hay una gestión satisfactoria del tiempo y aquellos donde deja de existir el tiempo de ocio y se sustituye la energía barata del petróleo por mano de obra. Otro de los cambios más relevantes, y mayoritario en los escenarios, son las modificaciones en la jornada laboral (uno de los impulsores económico-productivos), apareciendo p.e. jornadas como la comunitaria. Al reestructurarse las relaciones entre

trabajo, consumo y vivienda también se introduce con un papel importante el teletrabajo en diversos escenarios (e1, e3).

Precisamente los ritmos de vida o el uso de los tiempos para diferentes tareas están relacionados también con los **impulsores de cambio sociopolíticos**, puesto que los cambios en las formas de organización social implican una redistribución de los tiempos, que a su vez tiene repercusiones en las prácticas de consumo y los estilos de vida. Por ejemplo, la privatización de los servicios públicos es una de las tensiones presentes en todos los relatos. La disminución de las competencias de las administraciones públicas es vista de manera deseable en aquellos escenarios (e1, e4) en los que la democracia participativa hace que los espacios antes ocupados por las administraciones públicas sean gestionados por ciudadanía. Sin embargo, en el escenario más grave la privatización supone defender los intereses de las élites a base de políticas públicas, con ingresos para la administración menores y dependientes de las empresas. Fórmulas como las Iniciativas Comunitarias en Sostenibilidad (ver capítulo 6.4) están ligadas con la participación a diferentes niveles, desde cuestiones ligadas con la gobernanza hasta la forma en la que se cubren las necesidades de alimentación y otras necesidades básicas (en forma de cooperativas, redes de apoyo mutuo, canales cortos de comercialización, etc.; estos últimos están presentes en todos los escenarios pero con diferente grado de intensidad).

Por eso, otro de los impulsores seleccionados para construir las principales diferencias entre escenarios, por su importancia e incertidumbre en tanto que uno de los dos principales impulsores de tendencias en el cambio en los estilos de vida y consumo en el Estado español, es la **regeneración democrática institucional**, que es uno de los impulsores sociopolíticos más destacados.

El **sistema de gobernanza** es uno de los aspectos sociopolíticos más discutidos, y su evolución puede marcar diferentes futuros. La democracia participativa es uno de los elementos comunes en los escenarios e1 y e4, como principal modelo de gobernanza, y en el escenario e2 como fórmula de funcionamiento de los gobiernos locales. Se puede apuntar así

24. Entendido como la valoración social del incremento rápido del poder adquisitivo y la acumulación de bienes.

como tendencia futura deseable. La democracia representativa sigue presente a mayores escalas pero con un funcionamiento más transparente, y en dos escenarios (e1, e3) emerge la importancia de una organización bioregional.²⁵ Únicamente en el escenario e3 existe un sistema de gobierno basado en otras fórmulas de democracia que tiene riesgos permanentes de caer en el ecofascismo.²⁶ Sin embargo, uno de los riesgos compartidos en algunos escenarios es el proteccionismo estatal, las políticas de alto control y la fortificación en detrimento de la coordinación internacional, que va disminuyendo o está en peligro (e2, e3).

En relación con el tipo de gobernanza, los **acuerdos internacionales** se mencionan especialmente en los escenarios e2 y e4. En el escenario e2 aparecen como herramientas válidas para la transición participativa en coordinación global, mientras que en el escenario e4 sirven como techo de producción hasta la crisis, muy grave y rápida por disponibilidad de recursos, tras la cual pierden credibilidad.

En definitiva, las **políticas públicas** (tanto su coherencia como su contundencia y efectividad) son diversas en los escenarios como herramientas para manejar las otras circunstancias económicas, sociales, tecnológicas y ambientales que caracterizan cada escenario. Cabe destacar la presencia de nuevas legislaciones como nuevos impuestos a la importación/exportación de productos y residuos (e1), mayor presión fiscal sobre las rentas más altas (e1), prohibición de productos fuera de temporada (e1), etc. Otras medidas del estado son dejar de apoyar actividades que afectan a la escasez de recursos naturales y suponen un alto impacto ambiental (e2) y sancionar los hábitos insostenibles (e2). El aumento en las regu-

laciones sobre los estilos de vida es aceptado en varios escenarios (e2, e4), en aras de adaptar los estilos de vida a los límites biofísicos. En el caso del escenario más grave (e3), las políticas más características son las de racionalización o racionamiento, que son características de situaciones más extremas. Se dan por tanto relaciones directas entre los impulsores sociopolíticos y los cambios masivos en las prácticas de diferentes ámbitos de consumo (alimentación, residuos, consumo energético, transporte, etc.), ligando así cambios estructurales, sociales e individuales.

También, se describen **tensiones sociales y conflictividad en todos los escenarios**, de diferente origen. En e1 se habla de conflictos asociados al diferente acceso a la movilidad por los distintos estatus económicos. En e2 la conflictividad social tiene su origen en las reducciones de la renta, el aumento del desempleo y de los precios, y los usos del suelo (por la priorización de producción de la biomasa forestal y de alimentos, en detrimento de las anteriores políticas de conservación de espacios naturales y biodiversidad); pero la regeneración democrática impulsada por el nivel de presión y control popular genera nuevas soluciones a la crisis ecológica, al desempleo y a la desigualdad social. En e3, la rapidez de la escasez y el acaparamiento de recursos por parte de las élites son los detonantes de la conflictividad social, que se manifiesta fuertemente en este escenario a partir de la articulación de lazos sociales de supervivencia que en algunos casos cuentan con armas para la supervivencia. Por último, en e4 es la creciente tensión social la que sirve de “caldo de cultivo” para los cambios profundos en los estilos de vida hacia la sostenibilidad, tras el momento álgido de la crisis en el que la percepción es casi de colapso.

En relación con posibles conflictos (rural-urbano, Norte-Sur, etc.), la **migración** es un fenómeno social recogido en diferentes escenarios, descrito tanto como un movimiento originado por iniciativa propia (e2, e3) como un movimiento logrado a partir de políticas de retorno rural complementarias (e2). Se da un fenómeno de migración del Sur al Norte, como consecuencia de los efectos del cambio climático (refugiados ambientales), en los escenarios de escasez muy grave y rápida

25. Este tipo de organización emana del concepto de bioregión: una unidad política, de gestión y organización institucional, cuya base geográfica es una unidad natural identificable, es decir, con características climáticas, edafológicas, hídricas, culturales, etc. similares. Un ejemplo habitual de bioregión es una cuenca hidrográfica.

26. Nos referimos aquí a la posibilidad de un régimen totalitario que controle los estilos de vida de la población bajo el pretexto del mantenimiento de los recursos naturales y la conservación ambiental, defendiendo diferencias de privilegios entre clases sociales

(e2, e3), generándose incluso nuevos pueblos nómadas. También se dan movimientos dentro de Europa de lugares de menor capacidad de autoabastecimiento a otros lugares. La fortificación aparece en e2 en primer lugar (en 2020) ante la polarización social entre clases en términos de residencia y seguridad en las clases altas, y en segundo lugar (en 2035) con los riesgos de regreso del proteccionismo estatal ante la conflictividad internacional, en detrimento de la coordinación internacional para compartir conocimientos e innovación. El factor de privatización y mercantilización del conocimiento aparece de esta manera, así como en cuestiones de nuevos recursos escasos como las semillas.

Por tanto, otra de las posibles fuentes de conflictividad son las inequidades o desigualdades, dado que la **equidad** es una de las cuestiones más afectadas en los escenarios, tanto en términos de clase como de género. En e1 no se apunta la equidad de género como posible hasta 2035, y se identifican otros problemas de inequidad social. En e2 se da una polarización social entre las capas más bajas (la población autóctona envejecida y los nuevos/as refugiados/as ambientales) y las élites. Incluso en e4, la inequidad, y específicamente la de género, va en aumento hasta 2020, manifestada en forma de “jornadas multiplicadas”. Sin embargo, en casi todos los escenarios hay una tendencia a identificar mayor equidad de género en el futuro, excepto en e3, en el que se consolida la equidad de género en la economía autoorganizada, pero en los élites se preservan los roles tradicionales del patriarcado. Aparecen así diferencias en las prácticas de consumo entre minorías privilegiadas (élites) y otros sectores sociales. Éstas son especialmente descritas en la alimentación (en e3 hay un mercado minoritario de lujo en un contexto de escasez general), en la movilidad (e1) y en el consumo energético en el hogar (en e1 se reduce el confort en los hogares de estatus medio y bajo, predominando la austeridad energética —eliminación del aire acondicionado, calentamiento puntual del hogar y generalización de procesos manuales que sustituyen productos eléctricos o electrónicos).

Por otra parte, los **impulsores científico-tecnológicos** son factores que determinan el tipo de consu-

mo y estilos de vida característicos de los escenarios de futuro contruidos participativamente para España con el horizonte temporal de 2020 y 2035, aunque no de manera primaria. Estos cambios estructurales tienen relación principalmente con las prácticas de transporte, de residuos, de consumo energético en el hogar y edificación, alimentación, comunicación (internet y otros medios), etc.

- El coche eléctrico parece un elemento de transición entre la tecnología actual y la futura identificado en varios escenarios (e1, e2, e3), especialmente relevante en el corto plazo (2020).
- El ecodiseño ocupa un lugar relevante en las narrativas futuras, asociándolo tanto a la edificación como a los procesos de producción y los residuos. Procesos más basados en la reducción de residuos o nuevas aplicaciones del diseño “de la cuna a la cuna” son característicos de todos los escenarios, con un mayor o menor énfasis en función de la gravedad de la escasez de recursos.
- La eficiencia energética ocupa un papel destacado en la mayoría de los relatos, especialmente en aquellos escenarios caracterizados por una crisis rápida de escasez de recursos naturales (e2, e3), en los que desaparecen las tecnologías que no son viables energéticamente (depuración de aguas, gestión de residuos, tren de alta velocidad, etc.), excepto en el deseado e4 en el que destaca la suficiencia, también señalada en e2. En este sentido, se subraya la desaparición de la tecnología satelital y sus servicios asociados, así como del modelo sanitario actual (altamente tecnificado) en el escenario más grave (e3), a diferencia del escenario de escasez muy grave de recursos con una regeneración democrática (e2), en el que se prioriza el uso de la escasa energía disponible en el desarrollo de las nuevas tecnologías, y del escenario deseado, en el que se logra desarrollar una nueva generación de internet de bajo consumo energético, a la que también se apunta en el e3, pero en este último caso basándose en ondas similares a las de radio y/o cableado. Las principales

discusiones yacen por tanto en las prioridades energéticas de cada escenario.

- Una de las tensiones presentes en todos los escenarios es la de la propiedad intelectual, el conocimiento y la tecnología. Se manifiesta de maneras distintas (semillas, tecnología, energía, etc.) en todos los escenarios, excepto en el deseado (4), en el que las patentes dejan de existir en 2035.
- El papel de la biotecnología es controvertido y se apunta la existencia de organismos modificados genéticamente (OMG) de nueva generación, adaptados a la baja disponibilidad de energía para su fabricación (e2, e3). En el escenario deseado, los OMG han dejado de existir en 2035.
- Debido a la escasez de recursos muy grave y rápida que caracteriza a los escenarios e2 y e3, los vertederos antiguos pasan a ser minas de recursos en ambos escenarios.
- Los elementos diferenciales y únicos en términos de tecnología en cada escenario son: la descentralización energética que aúna los centros de producción con los centros de consumo y el uso de energías libres o 2.0 (e1); la priorización del uso de la baja energía disponible en las nuevas tecnologías (e2); la selección funcional de las tecnologías priorizando el cableado y aquellas con capacidad de reparación, en un cambio hacia una sociedad ecotécnica con preeminencia de la técnica en lugar de la tecnología (e3); el desarrollo de la tecnología al servicio de las personas permite reducir la jornada laboral y el empleo de más horas en trabajo comunitario no remunerado (e4).

Las diferencias en los **aspectos económicos-productivos** en los escenarios se basan en distintos elementos, entre los que destaca el precio de los recursos naturales, ligado a la gravedad de la escasez de recursos determinada como impulsor primario del escenario. El precio del combustible en e1 está ligado a la colonización y el racismo energéticos, junto con conflictos bélicos. En e2, las convulsiones económicas internacionales suben los precios de los recursos. En e3, se apunta el riesgo de la existencia de esclavos energéticos.

Sin embargo, en el escenario deseado la subida exponencial del precio del petróleo es lo que provocó un gran malestar, que desembocó en procesos sociales más democráticos.

De la misma forma, la repercusión de estos precios en la distribución del gasto familiar, y por tanto en la dedicación del gasto familiar, es otro de los factores diferenciales. En el escenario e2 se da una clara reducción de la renta familiar y un aumento del gasto familiar en alimentación, lo que también sucede en el escenario e3. Por tanto, la subida en los precios de los recursos naturales tiene repercusiones en gran parte de las prácticas de consumo y estilos de vida: alimentación, transporte (movilidad cotidiana y vacaciones), consumo energético en el hogar, edificación, etc. Esto expone claramente la gran dependencia que el modelo de sociedad actual y nuestras prácticas tienen de estos recursos y del modelo energético asociado.

Dentro del modelo económico-productivo cabe destacar los diferentes modelos energéticos que se señalan en los escenarios y, asociado con esto, la relación entre el mercado local y el internacional. La **relocalización** es un proceso generalizado en los escenarios. En e1 se debe a la repercusión de la escasez de recursos en los precios de productos como el petróleo, y en otros escenarios como e2 se apunta el aumento de peso del sector primario en el modelo productivo que esto supone. Tiene lugar una disminución de la cantidad y diversidad de producción en todos los escenarios, aunque aparecen mecanismos alternativos en algunos de ellos. El modelo de producción agroindustrial sufre especialmente la escasez de recursos energéticos en e3. También en e3, aparece el papel emergente de las empresas navieras en relación con el modelo de importación-exportación.

El **modelo energético** en e3 pasa de ser un modelo de producción a demanda a un modelo de consumo ajustado a la producción, ligada a las fuentes de energía (eólica, solar, etc.). Sin embargo, el escenario deseado (e4) se caracteriza por un modelo de producción centrado en la rehabilitación y el reciclaje, con menor energía, configurando un sistema socioeconómico de baja intensidad, un modelo energético guiado por los principios de au-

tosuficiencia y austeridad, un modelo económico de servicios y no de productos, y una economía de ciclos cerrados basada en cubrir las necesidades locales, dedicando los excedentes a cooperación y pago de la deuda ecológica entre países.

Por último, entre los actores sociales que destacan en cada escenario, además del ya mencionado papel de las instituciones públicas y la ciudadanía, otra de las diferencias es el **tipo de empresas** que se describen en cada uno. En e1 aumentan las empresas concienciadas, destacando el papel de cooperativas y PYMES, y la Responsabilidad Social Corporativa es una herramienta de transformación. En cambio, en e3 las corporaciones acaparan los recursos, y en e2 están en continua lucha por ello.

Todos estos impulsores de cambio trabajados en la construcción de escenarios reflejan la complejidad y posibilidad de relaciones entre sí mismos y con las prácticas cotidianas de consumo, conexiones que a veces parecen hilos invisibles por la normalización de los modelos sociales, energéticos, de estilos de vida, etc. En las discusiones queda de manifiesto la relación de todos los impulsores con los ámbitos de consumo, generando así un marco estructural de cambio en el que los cambios individuales pueden ser detonante o consecuencia de otros cambios, pero en el que los cambios a diferentes escalas son necesarios en aras de una mayor sostenibilidad.

5. DEL DEBATE A LA ACCIÓN: UN BANCO DE PROPUESTAS

5.1. Del futuro al presente: *backcasting* y propuestas de acción

La técnica de *backcasting* permite generar propuestas a corto y medio plazo a partir de la descripción de las características del presente de cada ámbito de consumo y las características emergentes en los diferentes futuros construidos. En el taller, después de una identificación grupal de los aspectos del futuro que se consideraban deseables y los que no, se generaron propuestas para fomentar los deseables y evitar los no deseables, relacionándolos con los seis ámbitos de consumo trabajados. Las discusiones sobre la deseabilidad de las posibles tendencias en el futuro se basaron

en argumentos de sostenibilidad, considerando aspectos ecológicos, sociales y económicos.

Tabla 7.1.7. Tabla empleada en la técnica del backasting

Descripción del presente	Medidas a medio plazo (2020)	Medidas a largo plazo (2035)	Descripción del futuro
	PROPUESTAS		

Al listado de propuestas surgido en el taller se incorporaron propuestas identificadas en etapas anteriores de este proyecto de investigación —tanto de la línea de consumo como de las otras líneas del proyecto Cambio Global España 2020-2050—,²⁷ así como propuestas recogidas en las respuestas a la encuesta previa. Todas ellas han compuesto un banco de propuestas estructurado en los ámbitos de consumo trabajados previamente (alimentación, residuos, empleo-género-tiempo, movilidad cotidiana-viajes, consumo energético en el hogar-edificación-vivienda, modelo económico-político-productivo). Este banco ha sido posteriormente devuelto a los participantes en los talleres y en la fase de mapeo, con el objetivo de valorar la importancia y la prioridad temporal de las propuestas planteadas y las diferentes estrategias de intervención identificadas, así como de desarrollar algunas de ellas con mayor especificidad. De esta manera se ha pretendido ofrecer un resultado más consistente y práctico de cara a la acción, en el que no sólo se plantean propuestas sino que se contextualizan según las necesidades actuales y los agentes que podrían llevarlas a cabo.

5.2 Valoración y contextualización del banco de propuestas

En total 48 personas han participado en una encuesta enfocada a sondear la valoración de propuestas en estos términos. Este sondeo nos ha permitido, en primer lugar, clasificar propuestas según su grado de importancia (de “máxima importancia” a “no necesaria”), para después identificar cuáles deberían ser aplicadas en un corto plazo (la urgencia

27. Recogida de los informes Ciudades, Energía, Edificación y Transporte, disponibles en www.cceimfundacionucm.org.

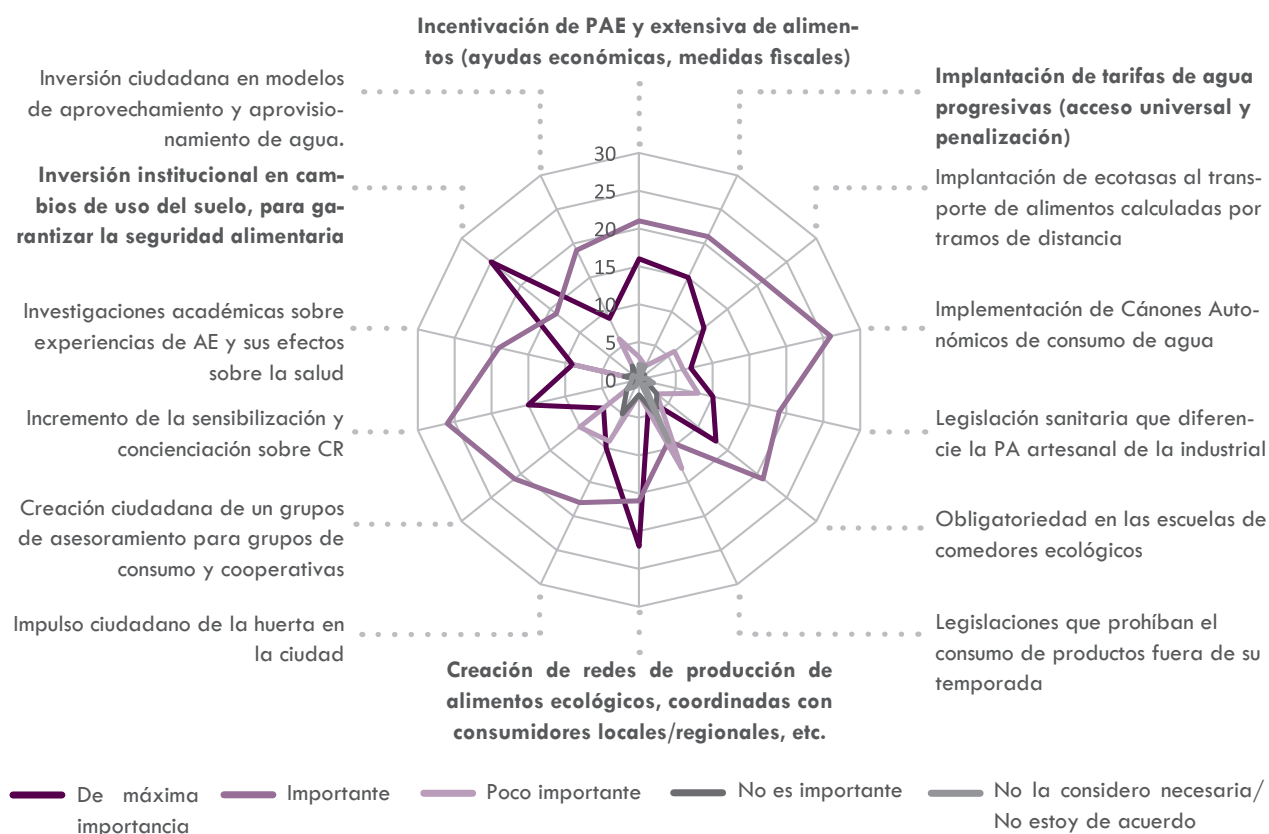
de la aplicación). Asimismo, para cada ámbito de consumo se ha valorado qué tipo de estrategias de intervención son más apropiadas según un ranking con 7 tipos de intervenciones: medidas de regulación, medidas fiscales e incentivos económicos, políticas culturales y educativas, propuestas de articulación colectiva, propuestas de planificación e inversión, buenas prácticas dentro de la administración, innovaciones tecnológicas e iniciativas de autoregulación de empresas.

A continuación podemos ver una síntesis de los resultados para cada uno de los seis ámbitos de consumo identificados.

Alimentación

En el ámbito de la alimentación, tal y como se observa en la Ilustración 7.1.9, las propuestas más valoradas se insertan fundamentalmente en estrategias de intervención dependientes de la administración pública y otras instituciones. Dentro de este tipo de medidas, se valoran y priorizan propuestas de **acceso y protección de los recursos productivos básicos, como la tierra o el agua** (“inversión institucional en cambios de usos del suelo para garantizar la seguridad alimentaria” —primera medida en términos de importancia—, “implementación de cánones autonómicos de consumo de agua en la línea de los aplicados en País Vasco y Cataluña” o “implantación de tarifas de agua progresivas”) y propuestas de **fomento de una agricultura más respetuosa con el medio y con la gente**, tanto

Ilustración 7.1.9. Valoración de las medidas del ámbito de la alimentación según importancia y urgencia



Destacadas en negrita las medidas que se consideraron de mayor urgencia.

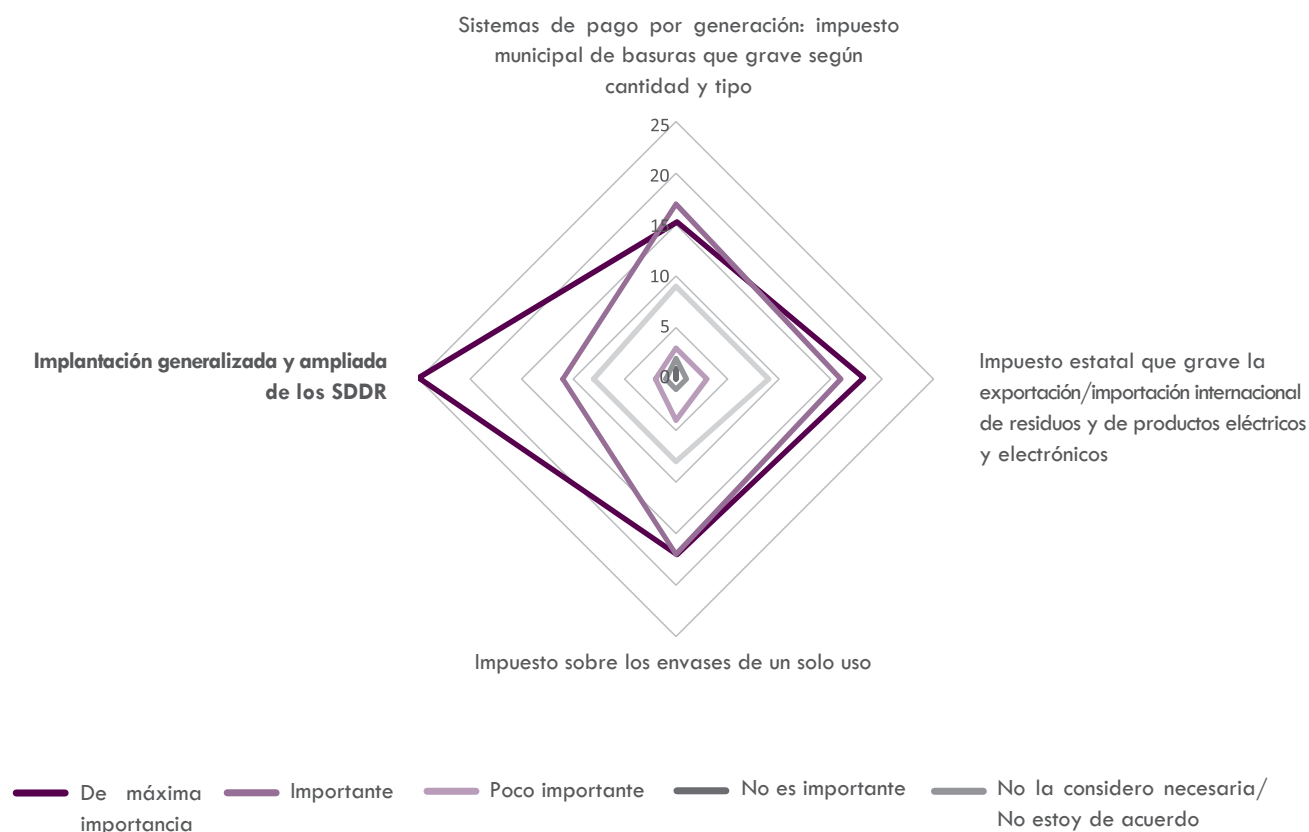
desde el punto de vista de la producción (“incentivación de la producción ecológica y extensiva de alimentos mediante ayudas económicas a la producción y medidas fiscales positivas al consumo” —medida valorada como más urgente—), como del consumo (“incremento de la sensibilización y concienciación sobre consumo responsable, especialmente desde la ejemplificación de la administración” u “obligatoriedad de consumo de alimentos ecológicos en las escuelas”). Las propuestas de articulación colectiva, más numerosas en este ámbito que en otros, reciben valoraciones intermedias, a excepción de una: la creación de redes de producción de alimentos ecológicos coordinadas con consumidores locales/regionales, que es la segunda medida más votada de toda la muestra.

Residuos

En este caso, las propuestas identificadas giran en torno a la **prevención de residuos mediante regulación fiscal e incentivos económicos**, tanto en el lado de la producción como el del consumo y a diferentes escalas territoriales, y al **desarrollo de sistemas que gestionen más eficazmente el destino de los residuos** una vez generados.

Respecto a la valoración que se hace de las medidas, la **implantación generalizada y ampliada de los Sistemas de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR)** recibe el apoyo mayoritario de las personas consultadas, tanto en términos de importancia (catalogada como de máxima importancia), como en prioridad temporal (la más valorada como urgente en el corto plazo). Además de la

Ilustración 7.1.10. Valoración de las medidas en el ámbito de los residuos según importancia y urgencia.



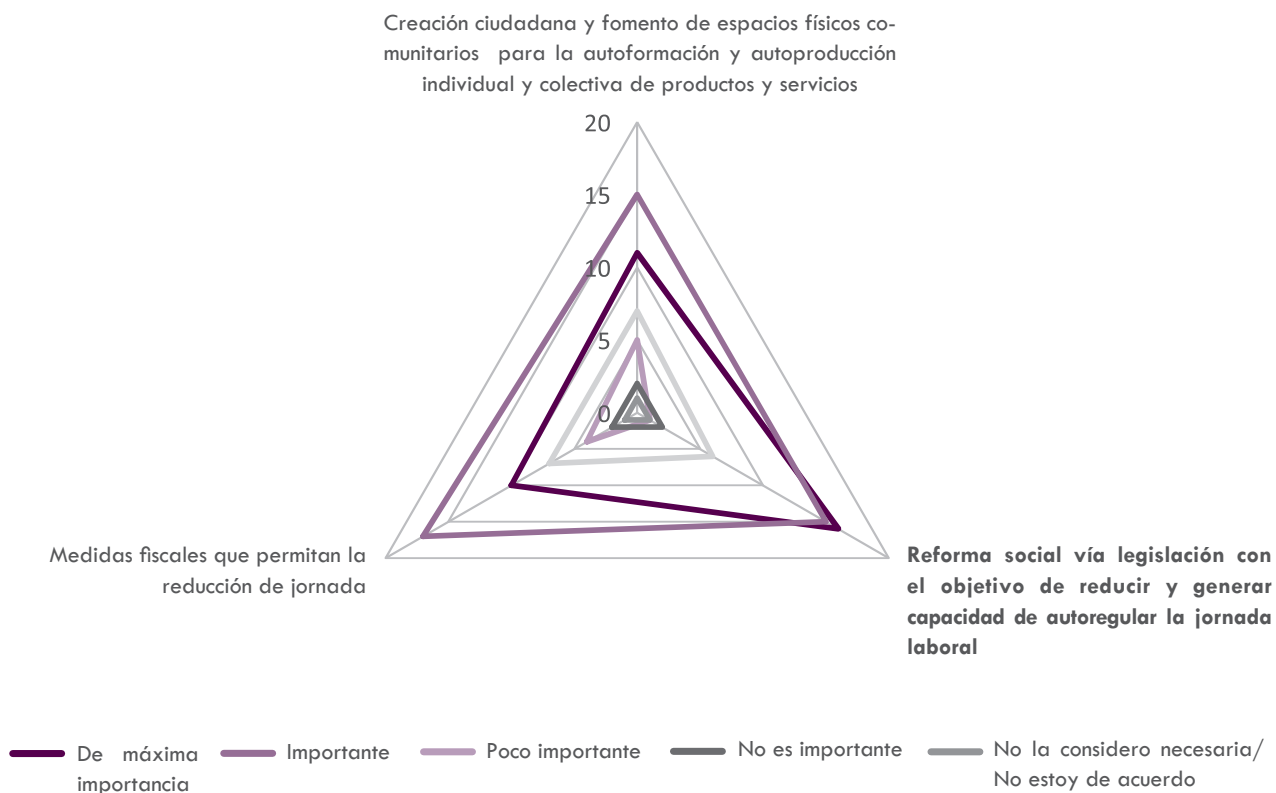
gestión en el propio territorio, el principio de **responsabilidad extraterritorial** queda patente con propuestas como la creación de un impuesto estatal que grave la exportación/importación internacional de residuos y de productos eléctricos y electrónicos, que también es valorada como de máxima importancia, aunque con menor urgencia que la anterior medida.

Empleo y usos del tiempo

En el caso del empleo y los usos del tiempo las propuestas son menos numerosas y hay más unanimidad en la valoración. A nivel general, todas las propuestas giran en torno al mejor **reparto de los tiempos y la conciliación de la vida laboral y familiar/personal, teniendo en cuenta la igualdad de género.**

Destacan las propuestas de corte institucional, especialmente de planificación y regulación, siendo la más valorada aquella que propone una reforma social vía legislación (laboral, de servicios públicos y acceso a la vivienda) con el objetivo final de redistribuir el empleo y el trabajo no remunerado, perdiendo poder adquisitivo a cambio de garantizar el acceso a la vivienda y los servicios públicos.

Ilustración 7.1.11. Valoración de las medidas en el ámbito del empleo y usos del tiempo según importancia y urgencia.



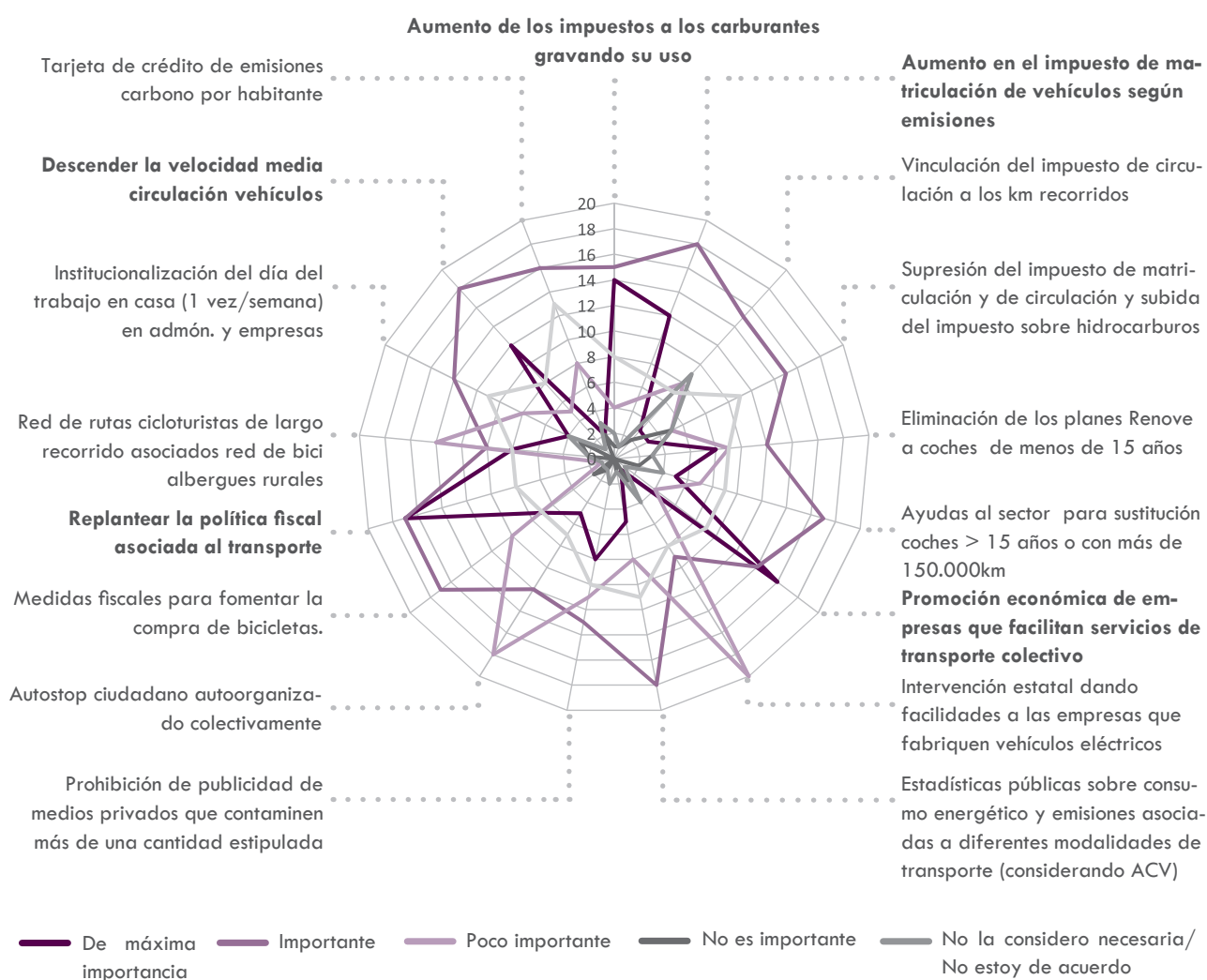
Destacadas en negrita las medidas que se consideraron de mayor urgencia.

Movilidad

En el caso de la movilidad, las propuestas más priorizadas en términos de importancia y urgencia son las que giran en torno a la fiscalidad del transporte. Así pues, la propuesta de **replantear la política fiscal asociada al transporte, para que haya una mayor fiscalización del uso de vehículo privado y de los medios más contaminantes en favor de mayores recursos para el transporte público** es la valorada como más importante. Esta propuesta aúna a su vez una serie de propuestas relacionadas que la siguen en importancia y

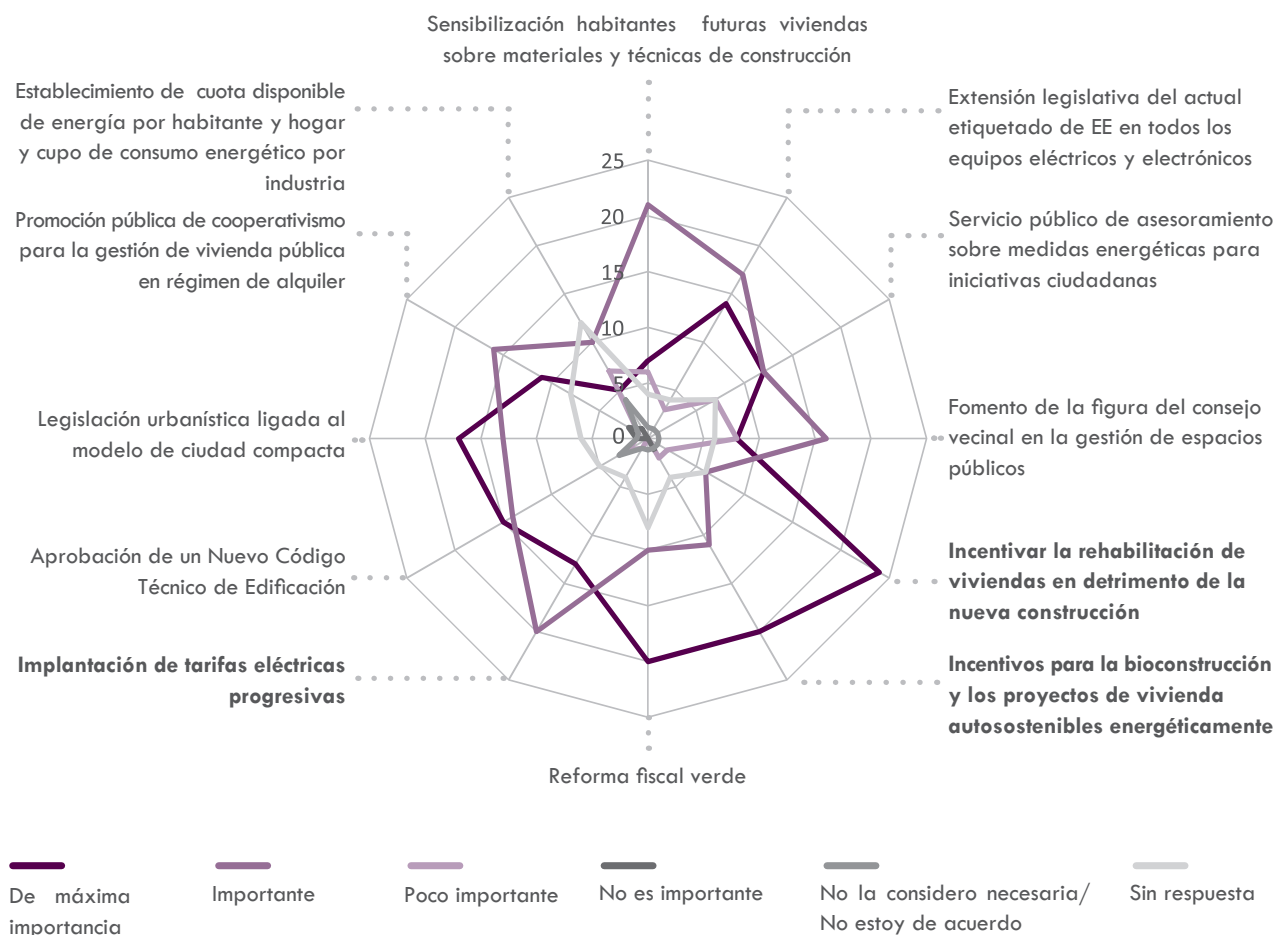
prioridad temporal, como el aumento de las diferencias fiscales en el impuesto de matriculación de vehículos según emisiones, el aumento de los impuestos a los carburantes gravando su uso o la aplicación de medidas fiscales para fomentar la compra de bicicletas. Tras las medidas fiscales, también se valoran otras medidas de incentiva- ción económica (“promoción económica de em- presas que facilitan servicios de transporte colec- tivo”) y medidas regulatorias (“disminución de la velocidad máxima de circulación”).

Ilustración 7.1.12. Valoración de las medidas en el ámbito de la movilidad según importancia y urgencia.



Destacadas en negrita las medidas que se consideraron de mayor urgencia.

Ilustración 7.1.13. Valoración de las medidas en el ámbito de edificación y la vivienda según importancia y urgencia.



Destacadas en negrita las medidas que se consideraron de mayor urgencia.

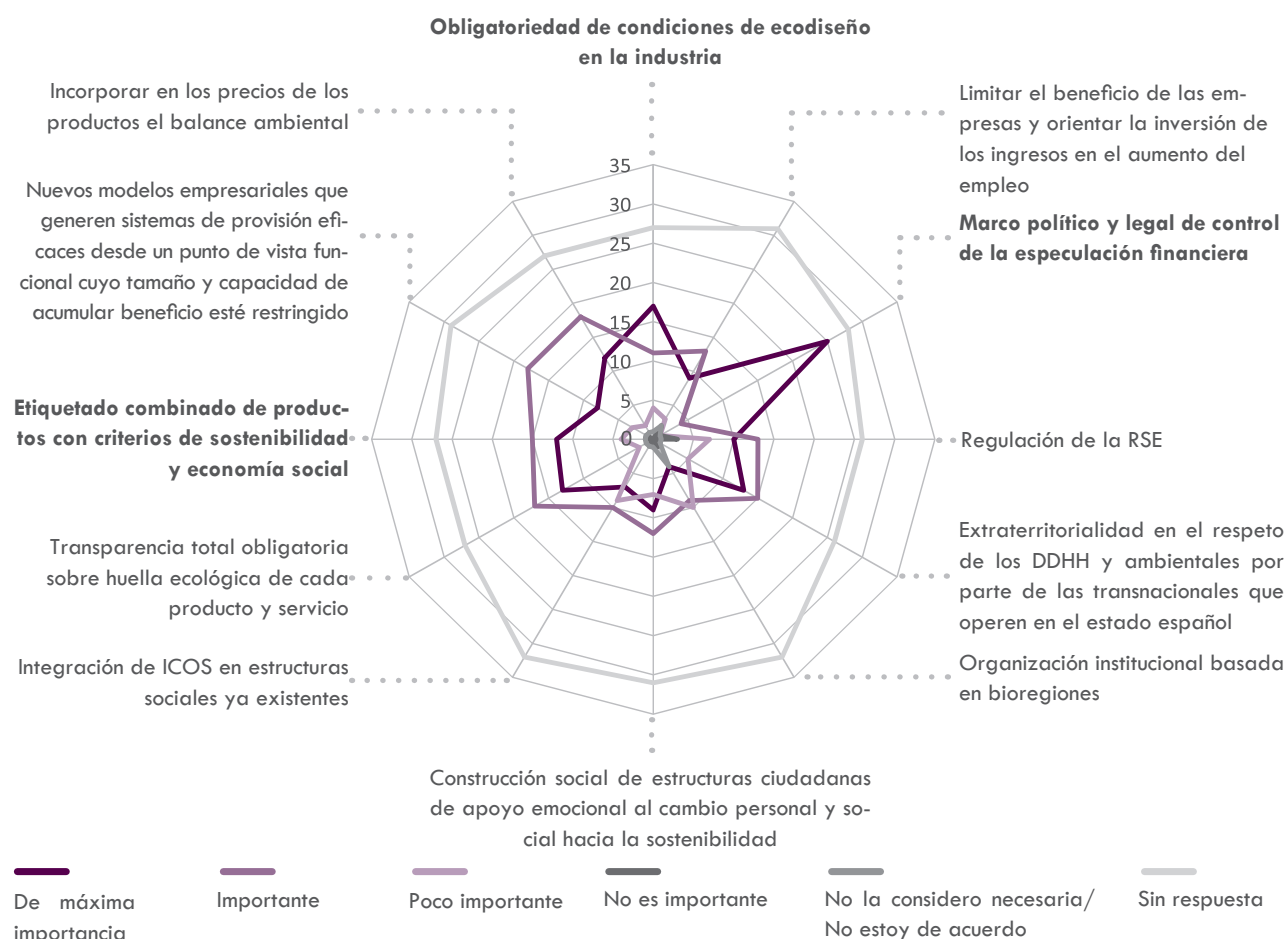
Edificación y vivienda

En el ámbito de la edificación y la vivienda, las medidas más valoradas se asocian a **incentivos económicos y reformas fiscales** que incidan en la **planificación urbana** (como “incentivar la rehabilitación de viviendas en detrimento de la nueva construcción”), en la **construcción de la vivienda** (“incentivos para la bioconstrucción y los proyectos de vivienda autosostenibles energéticamente”) y en el **consumo más racional y equitativo de energía final en el hogar** (“implantación de tarifas eléctricas progresivas”). La regulación también tiene un papel importante en las propuestas más valoradas, desde la legislación urbanística (“**legislación urba-**

nística ligada al modelo de ciudad compacta”) o la **estandarización** (“extensión legislativa del actual etiquetado de eficiencia energética en todos los equipos eléctricos y electrónicos”).²⁸

28. En la línea de estas medidas, el Grupo de Trabajo en Rehabilitación ha publicado el informe “Una visión país para el sector de la edificación” como propuesta para la reconversión del sector de la edificación. Está disponible en www.cceimfundacion.ucm.org/Temas-clave/Edificacion/Informes.

Ilustración 7.1.14. Valoración de las medidas respecto al modelo económico-productivo según importancia y urgencia.



Modelo económico y productivo

Finalmente, la discusión en torno a modelo económico y productivo genera un gran número de propuestas. Éstas giran en torno al **modelo empresarial** (responsabilidad social corporativa dentro y fuera del estado, limitación de beneficios), las **condiciones de la producción** (ecodiseño, eficiencia), **sistema financiero y precios** (limitación de la especulación, integración de costes socioambientales) y **transparencia frente al consumidor**.

Las medidas de corte regulador son en este caso las que se valoran como más prioritarias, destacando especialmente la **implementación eficaz de**

un marco político y legal de control de la especulación financiera asociada al consumo y al territorio, propuesta muy aterrizada en el contexto económico actual. Asimismo, propuestas como la **obligatoriedad por ley de condiciones de ecodiseño** en la industria (reciclabilidad, reparabilidad, intercambiabilidad, durabilidad, etc.) y la **transparencia frente al consumidor y la ley** en la información sobre productos y servicios (con etiquetado bajo criterios de sostenibilidad y economía social, cuantificación obligatoria de su huella ecológica, etc.) se valoran también como importantes y de aplicación deseable en el corto plazo.

Como se puede observar, las propuestas planteadas en el proceso son diversas en cuanto a concreción, agentes implicados, ámbito de aplicación y estrategia de intervención. No obstante, podemos identificar algunos patrones a raíz de la valoración y priorización que participativamente se ha elaborado. Un caso claro es la priorización de estrategias de intervención que tanto explícitamente (pregunta sobre priorización de estrategias) como implícitamente (valoración individual de propuestas) recoge una orientación hacia una atribución de la responsabilidad institucional o gubernamental. Esta orientación queda reflejada en el énfasis puesto en medidas de corte regulador, de incentivos económicos, de planificación y de políticas culturales. Éstas aglutinan en todos los ámbitos las propuestas más valoradas, y reúnen en muchos casos a los agentes más mencionados como promotores de medidas (entidades locales, municipios, administraciones, estado, UE, etc.). Otra consideración a tener en cuenta es la valoración desigual que se hace de las propuestas de articulación colectiva. Si bien éstas han aparecido a lo largo de todos los ámbitos y han sido valoradas como importantes en la pregunta explícita sobre estrategias de intervención, cuando aterrizamos a propuestas concretas y se valoran junto a otras de corte institucional estas últimas se priorizan en casi todos los casos. Se produce cierto desajuste, por tanto, en lo que se considera deseable y lo que se valora como prioritario de cara a la acción. Finalmente, las medidas que menos se han valorado dentro del conjunto tienen un claro sesgo empresarial y tecnológico. Esta valoración coincide con los resultados de otras fases del proceso investigador, como el mapeo, y muestra un interés bajo hacia la dimensión más tecnocrática del cambio y en algunos casos hacia las empresas como agentes de cambio.

6. CONCLUSIONES

Dentro de la amplitud del proceso investigador y creativo que se ha materializado en los escenarios de futuro, podemos distinguir el cumplimiento de dos objetivos fundamentales del proyecto (inspirados en las reflexiones de Volkery y Ribeiro):²⁹ i) **iniciar un proceso de aprendizaje mutuo y común** entre los participantes y los organizadores, así como un fortalecimiento de redes entre diferentes agentes sociales (proceso de los talleres, entrevistas y cuestionarios); y ii) **generar información útil para la toma de decisiones** (contenido de los escenarios y del mapeo de agentes y discursos).

La red que se ha construido anteriormente a los talleres aporta información sobre cómo se configura, a nivel estatal, el entramado de agentes y colectivos relevantes en el ámbito del consumo y los estilos de vida sostenibles. Dicha red ha mostrado en general un entramado amplio y diverso, tanto en los ámbitos y estrategias de acción como en la naturaleza de sus colectivos, destacando sólo el ámbito asociativo. También ha puesto de manifiesto la falta de visibilización general de muchos colectivos, abriendo una línea de reflexión sobre la necesidad de una mayor interacción y coordinación entre colectivos a nivel estatal, así como de mayor continuidad de las acciones y campañas.

El presente proceso de investigación ha aportado en esta dirección, abriendo un espacio de encuentro e intercambio entre colectivos diversos, que ha permitido tanto la generación de conocimiento y aprendizaje colectivo como el fortalecimiento de las relaciones entre organizaciones. Creemos que este aspecto de fortalecimiento de redes es fundamental y una de las líneas de trabajo básicas

29. Volkery, A. y Ribeiro, T.: "Scenario development at the science-policy interface: a suitable tool for finding robust, long-term policy strategies?", 48th Annual Convention of the International Studies Association Politics, Policy and Responsible Scholarship, febrero-marzo 2007; "Prospective environmental analysis of land-use development in Europe: from participatory scenarios to long-term strategies", Amsterdam Conference on the Human Dimensions of Global Environmental Change, 2007.

para el futuro, y sería relevante generar un espacio de intercambio permanente a nivel estatal en este tema.

Respecto a la generación de información útil, las diferentes fases de la investigación han permitido indagar en el peso de distintos agentes en el proceso de transición hacia un consumo y estilos de vida más sostenibles. Una de las cuestiones clave en los escenarios es la regeneración democrática, poniéndose de manifiesto la importancia de la alianza entre tejido asociativo/ciudadano e instituciones públicas para lograr dicha regeneración. El papel de generación de alternativas como las cooperativas o los cambios en las empresas aparecen como consecuencia de estos otros cambios sociales, tanto en la encuesta previa como en los escenarios. Además, queda reflejada la relación entre cambio individual y cambio estructural/social como algo que ha de alimentarse mutuamente, puesto que en las diferentes narrativas aparecen ambas direcciones.

También ha sido de gran utilidad identificar los discursos de estos agentes sociales. Éstos han revelado fuertes tensiones con los discursos emergentes de la investigación cualitativa realizada en una fase previa de la investigación (capítulo 5). Se complementa así la mirada de los grupos de discusión, en los que se sondea la opinión ciudadana, con la de los agentes y colectivos de profesionales y/o expertos/as que trabajan en el ámbito del consumo y los estilos de vida. Esta segunda mirada pone de manifiesto el rol básico que la disponibilidad de recursos biofísicos puede tener en escenarios futuros de estilos de vida —prácticamente ausente de los discursos de los grupos de discusión—, y rechaza frontalmente una solución de corte tecnocrático y mercantil —frente a la esperanza en la tecnología presente en los grupos de discusión. Los discursos sondeados durante el proceso de investigación de escenarios han cubierto, así, vacíos presentes en el proceso previo de investigación cualitativa con grupos de discusión de diferentes perfiles sociales, enriqueciendo y enfatizando la dimensión socioecológica y estructural del cambio.

Asimismo, las narrativas han desvelado la deseabilidad social de determinadas tendencias de futuro, en las que se incluyen elementos de democracia participativa, desaceleración de los ritmos de vida, la defensa de los servicios públicos, una mayor regulación de los estilos de vida, etc.

Respecto a la generación de propuestas, como ya señalaba David Holgrem,³⁰ el proceso de escenarios ha permitido **pensar de manera más creativa y tener en cuenta una diversidad de posibilidades mayor**, lo que permite contribuir a la toma de decisiones en relación con la promoción de estilos de vida más sostenibles. Cuestiones como el modelo agroalimentario, los ritmos de vida, la equidad de género y los cuidados, el modelo de movilidad, la regeneración democrática y otros temas principales que aparecen en el proceso de investigación, **revelan los debates fundamentales, las preocupaciones de diversos sectores ante el pensamiento a corto plazo, que predominan en las decisiones políticas actuales sobre estas materias**. En este sentido, los escenarios hacen visibles los marcos en los que se han de generar propuestas para lograr una mayor sostenibilidad en el consumo y los estilos de vida en el Estado español. El énfasis de las propuestas coincide con el camino trazado previamente por los diagnósticos sobre fiscalidad, políticas culturales y educativas e iniciativas comunitarias sobre consumo, desarrollados en otras fases de la investigación (capítulo 6). Destacan así propuestas en torno a la planificación/regulación institucional adaptada a los límites biofísicos del planeta y a la disponibilidad de recursos a medio-largo plazo, a la necesidad de cambios en el modelo productivo y en las estructuras socioeconómicas que condicionan nuestro consumo actual, y a la urgencia de una educación en valores ecológicos y sociales.

Tras la búsqueda de literatura y tras el proceso desarrollado, hemos confirmado que es difícil construir escenarios nuevos, que no sean similares

30. Holgrem, D. (2009): "Future scenarios: how communities can adapt to peak oil and climate change", Chelsea Green Books.

a otros previamente contruidos para diferentes temas o a otras escalas. No obstante, hemos confirmado también que la riqueza de los escenarios está en la posibilidad de dialogar en detalle sobre los procesos de interacción entre impulsores de cambio y sobre los factores más importantes para el futuro, y de mayor incertidumbre. Identificar estos factores permite generar criterios para la toma de decisiones de diferentes actores sociales en este campo. En este sentido, la disponibilidad de los recursos naturales es una de las cuestiones más destacadas, tanto por el fin de la era del petróleo como por el futuro de la tierra fértil y del agua.

Al analizar similitudes con otros escenarios, hallamos que en el actual movimiento en transición se utilizan también los escenarios de futuro de David Holgrem. Este autor hace hincapié en el escenario que apunta como menos considerado: el escenario de descenso energético, que sería el más cercano en nuestro caso al escenario “De la necesidad virtud” (e2). Según este autor, la polarización entre el escenario de tecno-fantasia³¹ (como escenario expresado en películas, publicidad, etc.) y el escenario de colapso, también incluido habitualmente en el discurso mediático, deja de lado la posibilidad de este otro escenario de adaptación a la baja disponibilidad de energía. El escenario de continuidad (business as usual) es considerado poco probable según las evidencias científicas de cambio. En nuestro caso los resultados apuntan en una dirección similar, ya que las prioridades energéticas han sido determinantes en las narrativas. En consecuencia, generar propuestas que consideren los escenarios de baja disponibilidad energética es prioritario para poder salir de la dicotomía habitual entre la tecno-fantasia y el colapso. **La disponibilidad energética y su impacto sobre la viabilidad de futuros proyectos y propuestas se convierte, por tanto, en un criterio fundamental en la toma de decisiones.**

El proceso de construcción de escenarios y el mapeo de discursos y actores previo nos ha permiti-

do poner en común un abanico de visiones transformadoras desde distintos ámbitos, con el que contrastar e indagar en las fuerzas de cambio, los elementos de deseabilidad, los actores relevantes, los discursos, etc., que juegan papeles clave en las distintas posibilidades de transición hacia un futuro con unos patrones de consumo y estilos de vida más sostenibles. La transversalidad y amplitud del tema tratado han dificultado en algunos casos el aterrizaje de los contenidos trabajados. En esos casos, la triangulación de metodologías y la amplia participación y discusión colectiva han ayudado a superar algunas de las limitaciones. Creemos importante considerar además la oportunidad que esta propia limitación ofrece: abre muchas puertas y espacios de trabajo y acción futuros. En este sentido, nos recuerda la importancia de considerar conjuntamente los procesos de producción, distribución y consumo en los procesos de cambio social y, por tanto, en los proyectos enfocados hacia el cambio global. Confiamos que este proceso haya sido fértil en ese sentido y haya permitido, a través de los contenidos generados y los lazos creados, dar un paso hacia adelante.

31. Próximo al “tecno-optimismo” o la “tecnología”, en palabras de Riechmann (2009): “La habitación de Pascal”.

7.2 CONSUMIENDO CARBONO

ESCENARIOS 2030 Y CONSUMO DE LOS HOGARES EN EL REINO UNIDO



Doctor Scott Milne. Economista e investigador del centro de investigación Surrey Energy Economics Centre (SEEC), de la Universidad de Surrey, Reino Unido. Experto en energía y consumo, ha colaborado en diferentes proyectos como RESOLVE, liderado por Tim Jackson, y CLUES, sobre sistemas energéticos urbanos y posibles transiciones. www.seec.surrey.ac.uk, www.ucl.ac.uk/clues.

Cualquier análisis sobre emisiones futuras de carbono asociadas al consumo doméstico está sometido a profundas incertidumbres en un gran número de frentes. Entre los diferentes factores relevantes en nuestro estudio, tres emergieron como incertidumbres críticas: la perspectiva energética, económica y ambiental. La velocidad y la escala de cambios en estos ámbitos tiene importantes impactos sobre los hogares. Si tenemos en cuenta las interacciones entre ellos, el reto es enorme. Es razonable sugerir, por tanto, que la sociedad se enfrenta a un punto de inflexión respecto a los bienes materiales y servicios y su forma de producción, bien anticipadamente mediante un diseño planificado o más tarde por necesidad.

La satisfacción de la demanda energética mundial representa uno de los grandes retos a afrontar en el siglo XXI. A pesar de la complejidad y las incertidumbres asociadas al agotamiento del petróleo, es un hecho que la disminución de su disponibilidad supone un riesgo a largo plazo para nuestras economías petrodependientes.¹ Al mismo tiempo, la peor crisis financiera desde la Gran Depresión azota las economías occidentales desde 2007. La caída del precio de la vivienda, las tasas crecientes de desempleo y la falta de crédito han contribuido a la incertidumbre económica de los hogares en los países desarrollados. En medio de ambas crisis, los líderes mundiales son llamados a la negociación climática internacional en diferentes cumbres (Copenhague 2009, Cancún 2010...) sin alcanzar apenas acuerdos vinculantes.

Frente a tales incertidumbres globales, el cambio en los comportamientos individuales puede parecer trivial. Además, mucha de la innovación tecnológica requerida para una transición baja en carbono ocurrirá fuera de la esfera del consumidor (i.e. mediante innovaciones del suministro eléctrico, nuevos métodos de cultivo agrícola, etc.).

No obstante, para enfrentarnos al cambio global pueden ser requeridos cambios sustanciales de los ciudadanos/as y consumidores/as: desde cambios sutiles (i.e. incentivos económicos para desplazar el consumo hacia versiones menos intensivas en energía de bienes y servicios convencionales), hasta cambios de comportamiento más radicales (i.e. en los usos de transporte, instalación de tecnologías de microgeneración, formación para empleo verde, etc.).

Finalmente, es posible que los valores y comportamientos individuales sean la clave para asegurar que la transición deseada se haga ordenada y proactivamente, en lugar de desordenada y reactivamente. Aunque las incertidumbres globales enmarquen el paisaje de cambio hacia 2030 y las tecnologías jueguen un papel enorme en la manera en la que la sociedad pueda responder a las mismas, ambos factores no deberían tratarse de manera determinista, ajenos a la voluntad individual.

1. Según un informe del Centro de Investigación en Energía del Reino Unido (UKERC: "Report on Global Oil Depletion", 2009) la producción mundial de petróleo caerá antes de 2030, con un riesgo importante de que esto ocurra antes de 2020.

El proyecto RESOLVE

Nuestra investigación ha pretendido, por tanto, explorar las oportunidades y limitaciones de los hogares ingleses para perfilar y responder a estos futuros. Para lograrlo, RESOLVE desarrolló cuatro escenarios con los que explorar diferentes desarrollos sociales, tecnológicos, económicos y políticos de aquí a 2030.² En cada caso se describen una serie de desarrollos globales, regionales y locales, junto con los cambios asociados al consumo en los hogares, para el Reino Unido. A continuación se resumen los principales elementos de cada escenario obtenido:

- **Mejor tarde que nunca:** hasta 2020 apenas hay cambios en los esfuerzos para frenar las emisiones. Ese año, los precios crecientes del petróleo, junto con el llamamiento social a la acción, propician el consenso internacional en torno a un detallado programa de reducción de emisiones. Este acuerdo global genera un sentido de objetivo común que propicia el cambio conductual proactivo, rompiendo con la tendencia previa de escasa descarbonización de los estilos de vida británicos.
- **Todos juntos ahora:** la acción voluntaria contra el cambio climático desarrollada por distintos países (incluyendo el fomento del empleo verde para salir de la crisis económica) contribuye a generar una base de trabajo para un acuerdo justo y equitativo en 2015.
- **Comercio de dificultades:** la acción climática unilateral de la UE no logra arrancar los compromisos de otros países, por lo que se plantea en 2015 el final de las medidas comerciales. Tras un período de alta tensión política y recesión económica, se alcanza un acuerdo con compromisos bilaterales de reducción de emisiones que siguen siendo insuficientes para evitar los impactos más peligrosos del cambio climático. La opinión pública británica, a pesar del optimismo inicial, ve debilitado su entusiasmo y los comportamientos proambientales se debilitan.
- **Cruzando el límite:** sin apenas esfuerzos para reducir emisiones, la economía global se expone a precios crecientes del petróleo hasta 2020. La intensa presión social, junto con la incapacidad de cooperar entre países en un régimen equitativo de emisiones, da lugar a políticas energéticas divergentes, y a menudo conflictivas. La persistencia de la extracción de petróleo como parte de estas políticas aniquila cualquier esperanza de transición en los usos del carbono y conduce al conflicto internacional.

Comparación de RESOLVE con los escenarios del presente Informe

Llama la atención que dos estudios independientes sobre consumo y estilos de vida, con diferentes metodologías, lleguen a tan similares conclusiones sobre las incertidumbres clave relacionadas con los impulsores de cambio. En el presente Informe, los dos principales impulsores de cambio son el grado de regeneración democrática y la disponibilidad de recursos naturales. En los escenarios de RESOLVE, éstos son el grado de efectividad de un régimen internacional de reducción de emisiones y el momento de la transición (proactiva y anticipada, reactiva y tardía).

La conclusión de nuestro trabajo es clara: el continuo enfoque sobre las emisiones producidas en los países desarrollados en lugar de las emisiones consumidas por sus ciudadanos podría dirigirnos a una deslocalización de la producción y otras industrias energéticamente intensas, simplemente *desplazando*, en lugar de *reduciendo*, una considerable proporción de nuestras emisiones. En este sentido, la descarbonización progresiva de países desarrollados, como el Reino Unido, será concebida como un éxito, a pesar de sustentarse en la exportación de emisiones a países lejanos.

2. Milne, S. (2011): "Consuming carbon: RESOLVE scenarios to 2030 for UK household consumption", Universidad de Surrey.

El análisis econométrico del consumo histórico de los hogares en el Reino Unido elaborado por RESOLVE demuestra también los límites de un enfoque basado únicamente en variables económicas, pues los cambios en el gasto de los hogares están sujetos a potentes factores no económicos.³ Para comprender la compleja interacción entre los múltiples impulsores y barreras en el consumo doméstico es necesario pasar de un enfoque basado en el individualismo metodológico (persona u hogar como unidad de análisis) a un enfoque plural, donde la unidad de análisis pueda definirse más ampliamente incluyendo comunidades geográficas (barrios, ciudades, regiones), comunidades de interés (grupos religiosos, movimientos sociales) y otros actores (gobiernos, empresas, etc.).

Por ello, en los escenarios RESOLVE, a pesar del enfoque en el consumo de los hogares, se ha pretendido enmarcar las narrativas en macro/meso-niveles de relevancia social, tecnológica, política y económica, permitiendo una aproximación dialéctica a los factores que se han revelado en las narrativas.

De manera similar, los escenarios del presente Informe contienen una rica y vibrante descripción de varios aspectos del cambio social (prácticas sociales, condiciones laborales, ritmos de vida, nuevas estructuras institucionales...), crucial para proveer resultados que sean aprovechables en la práctica. La aportación de los escenarios aquí desarrollados, resultado de la aplicación de una metodología robusta y la selección de incertidumbres y variables clave, supone una importante contribución a la literatura de escenarios sobre consumo y estilos de vida, y su aportación será provechosa tanto para agentes clave como para investigadores/as.

3. Chitnis, M. y Hunt, L. (2009): "What drives the change in UK household energy expenditure and associated CO2 emissions, economic or non-economic factors?", RESOLVE Working Paper Series 08-09.

08

Tribunas de opinión: afrontando retos

8.1 ¿CÓMO PUEDEN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS COMUNICAR EN CONSUMO?

En los grupos de discusión del capítulo 8.1 hemos identificado un discurso que circula con bastante facilidad, en el cual se percibe una presión institucional hacia algunos hábitos sostenibles, como la separación de residuos domésticos. El discurso ambiental es percibido por determinados sectores de la población como un ámbito institucional que genera una presión reguladora y una invasión de su esfera personal, o como un ámbito mercantil que sólo busca el interés comercial vía la persuasión publicitaria. Esta percepción es sin duda un obstáculo para las políticas públicas que tratan de afectar los hábitos de consumo y estilos de vida, lo cual invita a una reflexión sobre cuáles son las posibles vías de legitimación de las administraciones públicas en el campo ambiental.

Quizás por ello, hasta la fecha muchas de dichas políticas han centrado sus herramientas en la comunicación, la sensibilización, la información, etc. Según un estudio de opinión, el 80,6% de la población española está “muy o bastante de acuerdo” con incrementar las campañas de sensibilización respecto al cambio climático. No obstante, si se trata de establecer una moratoria sobre la construcción de nuevas autovías o autopistas ese porcentaje cae al 20,6% y al 18,8% si se trata de aumentar los impuestos sobre los combustibles fósiles.¹ La mayor aceptación de políticas comunicativas frente a otras más reguladoras o fiscales que impliquen consecuencias o esfuerzos personales podría ser, por tanto, una razón de peso para que las políticas en consumo hayan elegido mayoritariamente esta vía.

Este rechazo a las políticas que implican un esfuerzo personal puede parecer contradictorio con los resultados de determinados barómetros sociales. Por ejemplo, según un estudio del CIS,² el 74,7% de los españoles/as piensan que la responsabilidad ante los problemas y soluciones ambientales es compartida entre administraciones y ciudadanos, y en una escala del 1 al 10 (donde el 10 es sacrificarse muchísimo por razón medio ambiental) los españoles/as se colocan de media en un 7,32).³

A su vez, las campañas de comunicación e información presentan también limitaciones a la hora de crear una base de entendimiento mínima en la relación entre problemas ambientales y el consumo (sólo uno de cada tres españoles/as es capaz de señalar el transporte como el principal consumidor energético), sobre las políticas más importantes al respecto (el 50,7% no reconoce la etiqueta energética de los productos) o acerca de los resultados de las políticas existentes (el 57,3% no sabe o no contesta si España está cumpliendo el protocolo de Kyoto).⁴

Por estas razones, hemos creído relevante cuestionarnos el papel y la efectividad de las políticas públicas en consumo, y en especial de las políticas centradas en la comunicación y la información.

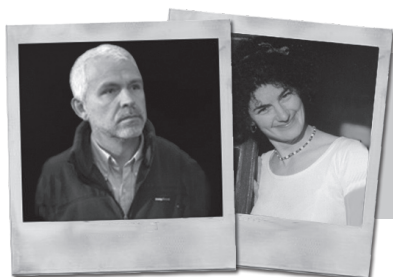
1. Meira, P. (2009): “La sociedad ante el cambio climático: conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española”, Fundación Mapfre.

2. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), estudio nº 2590.

3. CIS, estudio 2557.

4. Meira, P. (2009), op cit.

8.1.1.¿QUÉ PODEMOS ESPERAR DE LA COMUNICACIÓN?



María Sintés Zamanillo y Francisco Heras Hernández son biólogos ambientales y coordinadores del Área de Educación y Cooperación del Centro Nacional de Educación Ambiental, perteneciente al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Cuando la información y la comunicación importan

Durante las dos últimas décadas, la Comisión del Codex Alimentarius, dependiente de la FAO y la OMS, ha sido escenario de largos debates sobre el etiquetado de los alimentos transgénicos. Los productores de alimentos se han opuesto insistentemente a las propuestas para la creación de un etiquetado que permita a los consumidores conocer la procedencia transgénica de un alimento. La razón es evidente: la información permitiría discriminar estos productos.¹

El caso de los transgénicos no es único. Hay gente preocupada por la *huella de carbono*² de los alimentos que consume o por las condiciones laborales de los trabajadores que fabrican las zapatillas de deportes que utiliza, por poner un par de ejemplos. Gente que, contando con la información adecuada, probablemente traduciría su sensibilidad en criterios de compra responsable.

En el año 2010, los españoles/as consumieron productos de comercio justo certificados por Fairtrade por un valor aproximado de 14,9 millones de euros.³ La cifra puede parecer modesta, pero representa un incremento del 82,5% en comparación con el año anterior. Los productos de comercio justo son, a menudo, más difíciles de obtener y más caros que los “convencionales”, pues en su precio incorporan los costes derivados de un salario justo para los trabajadores que los producen; sin embargo, el aumento de las ventas, en un año marcado por la crisis económica, es un indicio de que una adecuada información sobre las ventajas socioambientales de determinados productos de consumo puede marcar una diferencia en el comportamiento del consumidor.

Necesaria, pero pocas veces suficiente

Sin duda, entre las claves que explican el auge de los productos de comercio justo hay que destacar la creación de un “sello semántico” de sólo dos palabras y cuyo significado es reconocido por un número creciente de personas, así como la existencia de avales independientes (identificados mediante logos reconocibles) que proporcionan garantías al consumidor y dificultan los fraudes. Pero hay más: uno de los motivos del citado aumento de ventas ha sido que su producto estrella —el café— está siendo ofertado crecientemente por el sector de la hostelería y la restauración y, muy especialmente, a través de las máquinas de *vending*. La moraleja es clara: las campañas informativas y el etiquetado han sido un elemento clave para promocionar esos productos, pero la ampliación de los canales de distribución también está jugando un papel esencial.

1. Un estudio de 2008 de la empresa de investigación social y análisis de mercado Simple Lógica reveló que 7 de cada 10 españoles había oído hablar de los alimentos transgénicos, y prácticamente la mitad de ellos señaló que “evita consumirlos”.

2. La huella de carbono puede definirse como la totalidad de gases de efecto invernadero emitidos como efecto directo o indirecto de la producción, conservación, distribución y comercialización de un producto.

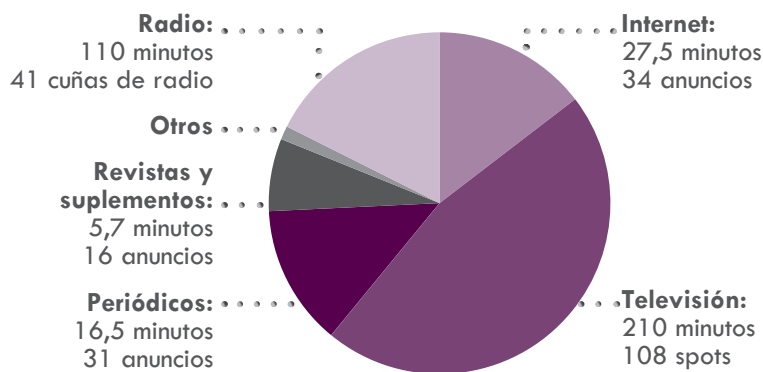
3. Datos de Fairtrade España, publicados en www.sellocomerciojusto.org.

Otro factor que puede resultar decisivo para que unas actitudes favorables o desfavorables hacia determinados productos y servicios se traduzcan en comportamientos tangibles son los precios.

Nadar a contracorriente

Al analizar los límites de la comunicación para la responsabilidad social y ambiental en el consumo debemos considerar, además, el reto que supone la difusión de ideas que cuestionan o están en abierta contradicción con nuestra “cultura del consumo”: ese conjunto de códigos, valores y comportamientos compartidos por una mayoría social y que, en resumen, considera la adquisición y renovación permanente de bienes y servicios no sólo la base sobre la que se asienta la prosperidad económica y el bienestar colectivo, sino uno de los ejes definitorios de la identidad y el prestigio individual.

Media de anuncios en cada medio por persona y día



Fuente: El Cederrón Didáctico de Consume Hasta Morir
(www.consumehastamorir.org)

En este contexto, las reflexiones sobre las consecuencias de los hábitos de compra o las propuestas de contención en la satisfacción de necesidades o deseos, por no hablar de los planteamientos más radicales que cuestionan los fundamentos y viabilidad del modelo consumista, se topan a menudo con la indiferencia, el rechazo o la mera dilución en un océano de mensajes que, por miles cada día, tientan, ofertan, emocionan, seducen... en fin, empujan a consumir sin límite ni preocupación.

Incluso en la etapa de graves crisis que atravesamos, cuando las circunstancias favorecen la revisión crítica sobre las causas que han llevado al mundo al punto en el que está, sigue siendo una rareza encontrar, en los grandes medios de comunicación, ideas antagónicas al modelo consumista, análisis que expongan perspectivas diferentes de los problemas o reflexiones que pongan en relación aspectos que se nos presentan inconexos... Por el contrario, la preocupación general es el desmayo del consumo familiar, la disminución en las ventas de automóviles, la caída libre de la construcción en un país con aproximadamente dos millones de viviendas vacías... Parece que la salida del hoyo es cavarlo aún más profundo.

Sin embargo, un indicio esperanzador dentro del ámbito de la comunicación es el florecimiento, en los últimos años, de la creación de recursos —especialmente películas documentales— que, a través de un lenguaje accesible y apoyados en las aplastantes evidencias que ofrece la realidad, están haciendo llegar a un público amplio poderosas críticas del sistema en el que nos hemos instalado como sociedad. Un ejemplo reciente es el documental “Comprar, tirar, comprar”, cuyo innegable éxito en televisión (más de dos millones y medio de espectadores sólo en televisiones europeas) se multiplica gracias a la difusión viral a través de internet y sus redes sociales, esa nueva herramienta a disposición de la comunicación masiva.

Pedirle peras al olmo de la comunicación

Con todo, incluso en los raros casos en los que se consigue colocar con éxito mensajes atípicos y transgresores en el océano de los mitos establecidos, queda por delante el extraordinario reto de lograr que ese arañazo en la conciencia colectiva pase a ser grieta, por la que se vaya infiltrando más reflexión crítica, que a su vez

haga sitio a las semillas de nuevos planteamientos. ¿Es realista pensar que la comunicación persuasiva puede lograr un cambio cultural significativo y eficaz? Planteada así la cuestión, parece que la respuesta es no.

Como antes planteamos, la información es imprescindible pero insuficiente, sobre todo cuando contradice el contexto cultural. El concepto de *disonancia cognitiva*, que la psicología ha popularizado, explica la tensión que nos produce la incompatibilidad entre dos creencias simultáneas... pero nuestro conflicto puede resolverse de maneras opuestas: bien con un cambio de ideas, actitud o comportamiento o, muy a menudo, mediante el rechazo de la nueva información o la autojustificación de la posición previa.

La comunicación para el consumo responsable ofrece un buen ejemplo de disonancia cognitiva mayúscula, pues trata de poner en evidencia que gran parte del bienestar (y todo el exceso superfluo) que disfrutamos en las sociedades opulentas tiene el mismo origen que los males y amenazas que nos asustan. Dicho de otro modo, el modelo del que formamos parte, que nos ofrece seguridad, comodidad, trabajo, coche y vacaciones pagadas (a una parte del mundo), genera a su vez tales presiones sobre la naturaleza, los recursos globales, las personas y los países empobrecidos, que guarda en sí mismo el germen de su autodestrucción. Es preciso reconocer el esfuerzo que supone para la mayoría digerir estos planteamientos sobre la insostenibilidad del sistema de consumo, partiendo de la conciencia de que de él depende nuestra vida, tal como ahora es, y desde la falta de definición de posibles alternativas.

Es fundamental introducir reflexiones que generen disonancia en la mentalidad dominante pero, para que el efecto sea relevante, las personas necesitamos además estímulos que empujen al cambio, bien en forma de refuerzo colectivo (el efecto *masa crítica*), bien mediante alternativas que faciliten la adopción de nuevas formas de comportamiento. De ahí que, en estos momentos, sea más recomendable que nunca que, junto al discurso de ideas, a la presentación de argumentos o al juego dialéctico (que ahora es más fácil de “ganar”), se ofrezcan propuestas prácticas, ejemplos de reorganización, experiencias reales. En este sentido, se abren nuevas oportunidades a la extensión de iniciativas que exploran caminos alternativos, como las redes locales de producción-distribución de alimentos o energía, los sistemas de trueque o apoyo mutuo, las comunidades que avanzan en la autosuficiencia, la banca ética... iniciativas que, a pesar de su relativa pequeñez, empiezan a ser objeto de la curiosidad y el interés social.

Oportunidad y límites de la comunicación institucional

También sería un momento excepcional para impulsar, desde las administraciones, proyectos diferentes, soluciones basadas en el sentido común, en la eficiencia energética y en el uso racional de los recursos, sistemas de coordinación interna y de cooperación con otras entidades —públicas y privadas— que permitiesen hacer más con menos... Sería un momento oportuno para hacer pedagogía social, para promover un abordaje colectivo de las necesidades particulares, para fortalecer valores olvidados en estas pasadas décadas de exaltación del *nuevo-riquismo* y la solución individualista.

Pero también las administraciones están atrapadas en el paradigma dominante del consumo como motor del desarrollo socioeconómico, lo cual hace que muchas de sus apelaciones al ahorro, a la responsabilidad, a la colaboración ciudadana en pro de la sostenibilidad, caigan en la inconsistencia. ¡Cuántas veces se ha clamado, desde colectivos sociales y ambientalistas, por una coherencia entre las campañas de comunicación institucional y las prácticas de la gestión pública! ¡Cuántas veces una buena normativa o un sistema de gestión racional es la mejor y más eficaz campaña de comunicación!

La reciente decisión gubernamental de reducir el límite de velocidad máxima en autovías a 110 km/h para restituir, cuatro meses después, el anterior de 120, sin que nada haya cambiado respecto a la enorme de-

pendencia española del petróleo externo —razón que presuntamente había motivado la medida—, ofrece un ilustrativo ejemplo de cómo malgastar una oportunidad para avanzar en el camino adecuado por la vía de la gestión, generando, de paso, un interesante y pedagógico debate social.

Cuestión de confianza: cuando el mensajero es sospechoso

La inconsistencia y la incoherencia son dos faltas graves en comunicación y provocan efectos perniciosos: el descrédito de la fuente y la consiguiente falta de confianza en sus mensajes. Según algunos datos de recientes demoscopias,⁴ las administraciones y empresas aparecen como los emisores con menor credibilidad para la población española en lo que se refiere a la comunicación de temas como el cambio climático. En el ámbito del consumo, otros estudios confirman asimismo que los consumidores desconfían de los mensajes comerciales que califican como “verdes”, “ecológicos” y con otras virtudes a determinados productos.⁵ El uso abusivo de estas alegaciones por parte de algunas empresas facilita que el descrédito se extienda a la generalidad, incluidos aquellos productos o productores que tratan de “marcar una diferencia” desde la responsabilidad ambiental o social.

Un nuevo reto para la comunicación: recuperar la confianza de la ciudadanía a través de la veracidad y la solidez de los mensajes y de la congruencia entre el decir y el hacer.⁶

Comunicar para cambiar

El análisis de los factores que recortan, o incluso anulan, el impacto potencial de la comunicación, y de las barreras, más amplias, que dificultan los avances en materia de sostenibilidad, está dando lugar a una nueva generación de intervenciones, más realistas y ajustadas a las circunstancias socioambientales en las que éstas se desarrollan. Unas intervenciones en las que la comunicación no es una panacea, aunque sí se concibe como una herramienta que debe combinarse de forma coherente con otros instrumentos —normativos, económicos, organizativos— para facilitar la creación de nuevos escenarios.⁷

En materia de comunicación se buscan los mensajes “estratégicos” que abren caminos al cambio. Para ello resulta esencial detectar ideas erróneas, malentendidos y mitos que sustentan el *status quo*, pero también las nuevas oportunidades que genera el ecosistema social y los consiguientes conocimientos de tipo práctico que resultan clave para que la gente pueda “saltar” hacia opciones y hábitos más sostenibles. Desde esta visión, la comunicación ambiental está planteándose análisis menos ingenuos, que se están traduciendo en una cierta cura de humildad: ahora sabemos que, sólo desde la educación y la comunicación, difícilmente podremos catalizar los cambios requeridos. Pero seguimos convencidos de que la educación es un requisito esencial para el cambio.

4. Fundación MAPFRE (2011): “La sociedad española ante el cambio climático”.

5. Véase el capítulo 5 de este Informe.

6. En el caso español, en 2009 se creó, bajo los auspicios del Ministerio de Medio Ambiente, un Código de Autorregulación sobre el Uso de Argumentos Ambientales en Comunicaciones Comerciales, con reglas para guiar a las compañías adheridas.

7. Nos referimos a una nueva generación de intervenciones socioeducativas de carácter multidimensional, que buscan producir cambios en factores estratégicos: intervención multiagente, con multidestinatario y multiestrategia.

8.1.2. ¿CÓMO HACER POLÍTICAS EFECTIVAS EN CONSUMO? Resultados del proyecto EUPPOP



Ana Alcantud. Licenciada en Sociología, actualmente trabaja en el Ecoinstitut de Barcelona desarrollando labores de asesoramiento socioambiental a administraciones públicas. Ha participado en proyectos europeos del 6º y 7º Programa Marco y del Programa LIFE y es especialista en energías renovables, políticas y estrategias de consumo y gestión sostenibles.

En los últimos años, muchos gobiernos europeos han desarrollado planes y políticas de consumo y/o producción sostenibles, conscientes de la importancia del consumo como un elemento clave para el desarrollo sostenible. Pero existe cierta incertidumbre sobre el funcionamiento de los instrumentos económicos, normativos, comunicativos o voluntarios que se están elaborando e implementando para fomentar el consumo sostenible, y sobre el impacto real que tienen en términos de sostenibilidad

El proyecto EUPPOP¹ analiza los instrumentos políticos con los que cuenta la administración pública para promover el consumo sostenible en dos áreas concretas: la vivienda y la alimentación. Su objetivo es valorar la capacidad de intervención de las administraciones públicas (AAPP) en el ámbito del consumo, así como estimar el impacto de las políticas sobre consumo sostenible en términos de sostenibilidad (social, económica y ambiental). Para ello, la investigación aúna la aproximación cualitativa del diseño, implementación e impacto de los instrumentos políticos con la elaboración de escenarios futuros de menor impacto ambiental gracias al análisis de flujo de materiales.

Dentro del proyecto se han analizado las tendencias de consumo actuales y se ha realizado un análisis comparativo de las mejores prácticas existentes a partir de un inventario de 110 instrumentos políticos (47 sobre alimentación y 63 en vivienda).

Aportación del proyecto EUPPOP

La primera gran conclusión de EUPPOP es que la dinámica actual del mercado y la interacción entre consumo y producción hace difícil que las políticas públicas puedan “dirigir” los hábitos de consumo de los ciudadanos. No obstante, el análisis realizado de varias experiencias de las AAPP y los instrumentos concretos que han aplicado demuestra que quedan márgenes de maniobra que permiten influir en las prácticas de consumo.

El estudio señala que la eficacia de las políticas de consumo sostenible se relaciona con las políticas productivas. Por lo tanto, hay una necesidad de coherencia entre las políticas de consumo y de producción. Además de la necesidad de coherencia entre políticas de diferentes ámbitos, el estudio muestra que es necesario estructurar la intervención pública para estimular el consumo sostenible en paquetes de instrumentos coherentes entre sí. Los paquetes de políticas que se apoyan mutuamente son más eficaces que una política aislada. Esto implica comprobar la consistencia de las estrategias existentes de consumo y producción sostenible e integrar de manera coherente nuevos instrumentos en los paquetes de políticas. Una de las combinaciones de instrumentos más efectivas es la constituida por elementos centrales regulativos y económicos acompañados de otros instrumentos que, sin ser absolutamente centrales, también

1. EUPPOP: Policies to Promote Sustainable Consumption Patterns, proyecto europeo del Séptimo Programa Marco - Tema 6: Medio Ambiente (cambio climático incluido), 2008-2011. www.eupopp.net.

son especialmente necesarios, como son los comunicativos (campanas de información, certificaciones ambientales, etc.) y la evaluación y monitoreo de los resultados.

Tanto la comunicación como los mecanismos de monitoreo y evaluación de impacto en términos de sostenibilidad son elementos clave de las políticas de consumo sostenible. Puesto que se demandan cambios en prácticas cotidianas que muchas veces son propias del ámbito de la vida privada (hábitos alimenticios, uso del agua, separación de residuos, etc.) y se adoptan de manera voluntaria, es necesario que los ciudadanos-consumidores sean conscientes de las consecuencias ambientales de su acción o no-acción. Por ello, las políticas públicas en consumo sostenible deberían incluir una parte de impacto ambiental que permita comunicar claramente y con la mayor transparencia posible cuál es la situación ambiental de partida y cuáles son las mejoras ambientales potenciales que supondría la aplicación de la política y la colaboración ciudadana.

Uno de los casos estudiados en profundidad en España por EUPOPP.² corresponde a las campañas comunicativas realizadas por las AAPP catalanas durante el último período de sequía en 2008, especialmente la campaña ¡Instálame!, cada gota cuenta. En dicha campaña se distribuyeron, gratuitamente, aireadores reductores de caudal para los grifos junto con información sobre el estado de la sequía. Ésta fue una de las actividades comunicativas que contribuyó a incrementar la conciencia de la necesidad de hacer un uso responsable de los recursos hídricos, a la vez que ofrecía una solución práctica para hacer efectivo el ahorro doméstico de agua.

Las actividades comunicativas, junto con otros factores del contexto de la sequía (como la compra de buques de agua potable a Francia o el cierre de las fuentes ornamentales públicas), propiciaron un cambio real de hábitos de la ciudadanía respecto al consumo de agua. Hasta el punto de que el Área Metropolitana de Barcelona es el área urbana europea con menos consumo doméstico de agua: 107,4 litros por persona y día (2010). Otras políticas económicas, como la estructura tarifaria por bloques crecientes, podrían haber influido en este resultado, aunque no formaron parte del paquete de medidas contra la sequía.

Junto a la comunicación de los impactos ambientales esperados con un determinado paquete de medidas políticas, es igualmente necesario comunicar a la ciudadanía los resultados de su aplicación y los logros alcanzados por la ciudadanía.

Desde la perspectiva relacional, en la que se reclama la colaboración ciudadana (las AAPP necesitan de otros actores sociales o productivos para ejecutar sus políticas), la transparencia de la actuación de las administraciones es básica en dos sentidos: qué hace la administración como ente legítimo de gestión de la “res publica”, y qué hace como entidad consumidora.

Como institución que legítimamente gestiona y administra los recursos públicos, las AAPP deben mostrar cómo es esta gestión, especialmente en aquellas áreas del consumo sobre las que hay desconocimiento ciudadano. Es el caso de la gestión de los residuos sólidos urbanos: muchos ciudadanos/as desconocen los procedimientos, las competencias entre diferentes AAPP, el coste de su tratamiento y su disposición final. Este desconocimiento genera una cierta desconfianza ante la administración e incluso una cierta resistencia a prácticas sostenibles como la separación de los residuos domésticos.³

2. Alcantud, A. y Mazo, D. (2011): “Claves para abordar situaciones de crisis desde las administraciones públicas”. Gestión y Análisis de Políticas Públicas 6, Nueva Era, julio 2011.

3. Alcantud, A. y Mazo D. (2010): “Public bodies role as a driving force for sustainable behaviour change”, Knowledge Collaboration & Learning for Sustainable Innovation ERSCP-EMSU Conference.

Las AAPP también deberían explicar cuál es su comportamiento como institución consumidora. En este sentido ya existen numerosas instituciones públicas que llevan a cabo planes y/o estrategias de Compra Pública Verde y/o Sostenible (CPV/CPS). La comunicación de la gestión interna sostenible de la propia administración refuerza y legitima la actuación pública hacia la ciudadanía, pues está “predicando con el ejemplo”.

De la misma manera que la ciudadanía generalmente desconoce que hay administraciones públicas que ponen en práctica el consumo sostenible gracias a la CPV/CPS, la mayoría de administraciones desconoce cuáles son las prácticas en consumo de la ciudadanía. Mientras que el sector privado invierte buena parte de recursos en conocer los hábitos y los diferentes perfiles de consumidores, la administración no tiene un conocimiento exhaustivo de los diferentes perfiles de consumidores y sus hábitos y prácticas habituales. Este conocimiento es especialmente importante en el diseño de políticas de consumo sostenible, pues cuanto más encajen los instrumentos aplicados en las prácticas y hábitos de los consumidores/as, más probabilidades de éxito tendrán, al adoptarse más fácilmente de manera voluntaria.

Conclusiones

Respecto al diseño de los instrumentos políticos dirigidos a potenciar el consumo sostenible entre la ciudadanía, éstos deberían contar preferiblemente con un núcleo normativo apoyado por medidas de tipo económico. Si bien ésta sería la parte central de la política pública en consumo sostenible, la previsión de mecanismos de monitoreo de los resultados así como establecer actividades de comunicación para poder comunicar tanto el impacto esperado como los resultados son también especialmente necesarios.

En lo que se refiere a la implementación de las políticas de consumo sostenible, es de gran importancia la transparencia en la actuación de la propia administración. Tanto en lo referente a la gestión interna (con prácticas como la compra pública sostenible), como en la ejecución de sus funciones en la aplicación de la política de consumo sostenible. Así, gracias a la transparencia en la propia actuación como ente consumidor y en la comunicación de la gestión y consecución de resultados, la administración se dota de legitimidad para reclamar cambios en la vida cotidiana privada de la ciudadanía.

8.2 ¿CÓMO PODEMOS CAMBIAR LAS PERSONAS?

UNA MIRADA DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL Y AMBIENTAL.

En los grupos de discusión estudiados, los discursos sobre otras formas posibles de consumo son mayoritariamente inestables. Esta inestabilidad radica esencialmente en una construcción del discurso basada en los medios de comunicación y en las opciones de otras personas (conocimientos mediados), en lugar de construirse desde la práctica personal. El discurso presenta, por tanto, una fuerte ambivalencia, faltando argumentos de lo cotidiano y oscilando entre una visión positiva y una visión negativa de estos cambios, entre las cuales se esgrimen argumentos contradictorios y aparece un discurso cargado de dobles-vínculos. Son posicionamientos defensivos en muchos casos, por lo que es difícil encontrar discursos que propongan alternativas y cambios.

Solamente algunas prácticas sostenibles o responsables ecosocialmente son compartidas por diferentes grupos y personas, como el reciclaje. Estas observaciones parecen contrastar con otros estudios de percepción social: según una encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas, el 47,1% de los españoles/as dicen estar totalmente dispuestos a aceptar modificaciones en sus hábitos de consumo para luchar contra el cambio climático, llegando a ser un 87,6% si añadimos a las personas que “probablemente” también estarían dispuestas. ¿Por qué, si decimos estar dispuestos/as a modificar hábitos de consumo, luego no lo hacemos?

Ante esta falta de práctica y experiencias reflejada en los grupos de discusión, nos hemos preguntado sobre las dificultades, las barreras psico-sociológicas a la hora de transformar los estilos de vida y patrones de consumo. ¿Cuáles son los mecanismos que nos permiten pasar de las motivaciones a la acción? ¿Qué factores potencian o inhabilitan el cambio en las personas? La psicología ambiental tiene un recorrido histórico lo suficientemente maduro como para ofrecernos algunas ideas clave al respecto.

8.2.1. CREENCIAS AMBIENTALES Y ESTILOS DE VIDA: LA SOSTENIBILIDAD COMO VISIÓN ALTERNATIVA DEL MUNDO.



Ernesto Suárez. Profesor Titular en la Universidad de La Laguna. Sus investigaciones se centran en el análisis del comportamiento sostenible, las actitudes y las creencias ambientales. Es miembro del Comité Científico de los congresos de Psicología Ambiental en España. Hasta 2009 fue subdirector de la revista Medio Ambiente y Comportamiento Humano. Actualmente es miembro del comité de redacción de la revista *Psychecology*.

Una cosmovisión o visión del mundo se puede describir como un conjunto de respuestas articuladas e interconectadas a preguntas tales como: (1) ¿Qué clase de mundo es éste? (2) ¿Cómo encajamos en el mundo y cómo se ha podido llegar hasta aquí? (3) ¿Qué es lo más importante en la vida y cómo se puede lograr? (4) ¿Cómo podemos desarrollar un mundo mejor? Desde este punto de vista, las visiones del mundo proporcionan un marco para la forma en que una persona o una comunidad fijan el sentido de la vida y el mundo en sus aspectos y dimensiones más significativos.¹

Conciencia ecológica y visiones del mundo

La conciencia ecológica, y su expresión e integración en forma de diferentes visiones del mundo, presupone el cuestionamiento no sólo de la relación de los seres humanos con el medio físico natural sino también de las relaciones de los grupos y comunidades humanas entre sí. Así, siguiendo a Morin,² puede afirmarse

1. Irzik, G. y Nola, R. (2009): “Worldviews and their relation to science”, *Science and Education* 18.

2. Morin, E. (1977): “La Méthode: la nature de la nature”, Seuil.

que cuando se habla de Crisis Ecológica se está haciendo referencia al problema sociológico y psicosocial más significativo del mundo contemporáneo. De hecho, Macy y Brown identifican el momento actual como “El Gran Cambio”,³ caracterizado por una modificación fundamental de la visión del mundo dominante y antiecológica y asociado al desarrollo de medidas orientadas a reducir el daño provocado a la Tierra y a las especies que la habitan, la identificación de las causas estructurales del deterioro ecológico y la creación de nuevas alternativas de comportamiento. Hablar así de una “Visión Ecológica del Mundo” (VEM) implica un conjunto amplio y comprensivo de principios que actúan como marco interpretativo, además de delimitar la forma en que dichos principios se plasman en las prácticas sociales.

El valor atribuido al ambiente y el modo en que se conciben las razones, motivos y explicaciones de los vínculos entre las personas y el ambiente constituyen los principios fundamentales de las VEMs. Son consideradas así como el marco interpretativo a partir del cual se construye el reconocimiento colectivo y compartido de crisis ecológica global como conjunto de fenómenos (entre otros: sobreexplotación de recursos, reducción de la biodiversidad, contaminación, cambio climático, desertización, amenazas a la salud asociadas a la tecnificación y producción industrial, sobre-urbanización del territorio) resultante de prácticas sociales que no han tenido en cuenta los parámetros de los ecosistemas en su desarrollo.

Desde un punto de vista psicológico, las VEMs se han definido y operativizado habitualmente como sistemas de valores, creencias y actitudes ambientales. Al mismo tiempo, existe un acuerdo mayoritario entre los/as investigadores/as que señala como eje básico en el análisis de las mismas la distinción entre una visión antropocéntrica y una visión o visiones donde la dimensión humana se considera sólo como un elemento más dentro de un sistema de orden superior. Esta visión no centrada en lo humano tiende a ser identificada como *bio o ecocentrada*.⁴

El antropocentrismo concibe al ser humano como la entidad dominante en el conjunto de la naturaleza, atribuyéndole una alta capacidad para modificar el ambiente de acuerdo a sus necesidades e intereses, ya sea refiriéndose a grupos sociales particulares, ya como especie. El concepto de “recurso natural” refleja en buena medida la consideración del ambiente como complemento subsidiario de la vida humana y al servicio de la misma. Catton y Dunlap⁵ resumen las cuatro presunciones primarias de la visión antropocéntrica del mundo: 1) Los humanos son fundamentalmente diferentes del resto de los seres vivos; 2) Los humanos poseen libre albedrío y “agencia”; 3) El mundo provee oportunidades ilimitadas para el crecimiento humano; 4) El curso de la historia humana lleva al progreso, el cual no debe cesar nunca. La orientación utilitarista del antropocentrismo ha sido identificada tanto como origen de las prácticas destructivas que han provocado la crisis ecológica global como, también, como eje que determina el interés (pro)ambiental y las actitudes positivas hacia la conservación de la naturaleza.

Por su parte, el ecocentrismo supone la consideración de los seres humanos como un elemento más dentro de los sistemas ecológicos. La visión ecocéntrica sobre la relación persona-ambiente surgiría de la consideración inexcusable del ser humano como miembro de la comunidad de vida de la tierra o comunidad biótica.⁶ De este presupuesto central derivan ideas tales como: 1) la existencia de una trama compleja (los ecosistemas) que conecta los distintos elementos de esa comunidad hace que el funcionamiento (y supervivencia) de unos dependa de los otros; 2) las acciones serán adecuadas y “correctas” en la medida

3. Macy, J. y Brown, M.Y. (1998): “Coming back to life”, New Society.

4. Bonnes, M., y Bonaiuto, M. (2002): “Environmental psychology: from spatial-physical environment to sustainable development”, en “Handbook of Environmental Psychology”, Wiley.

5. Catton, W. y Dunlap, R. (1980): “New ecological paradigm for post-exuberant society”, American Behavioral Scientist 24.

6. Véase Leopold, A. (1949): “A Sand County Almanac”, Oxford University Press.

en que tiendan a conservar la integridad y estabilidad de los ecosistemas y la comunidad; 3) el rechazo del principio de excepcionalidad humana; 4) el desarrollo de una actitud de respeto por la naturaleza y por la diversidad de las formas de vida no humana.⁷

Desde 1994, la Psicología Ambiental dispone de una herramienta de evaluación empírica específica de la influencia del antropocentrismo y el ecocentrismo sobre el interés y el comportamiento proambiental.⁸ Las actitudes de raíz antropocéntrica conllevan la valoración del medio ambiente como fuente de bienestar humano y su defensa se interpreta como elemento clave en el mantenimiento de la calidad de vida. En contraste, las actitudes de raíz ecocéntrica implican una valoración positiva del ambiente y de su conservación motivada por el valor intrínseco que éste posee, sin que se haga referencia explícita y directa a su influencia en el bienestar humano. En su investigación, Thompson y Barton hallaron sin embargo que sólo el ecocentrismo se relaciona positivamente con el comportamiento proambiental.⁹ El antropocentrismo no correlacionó con el comportamiento de conservación ecológica. Es decir, mantener actitudes positivas hacia la conservación ambiental fundamentada en una orientación que prima el “valor de lo humano” no conlleva necesariamente la aparición y mantenimiento de hábitos comportamentales proambientales. Resultados semejantes han sido hallados por investigaciones posteriores.¹⁰ Así pues, aunque la visión antropocéntrica se incluye en ciertos argumentos del ambientalismo, la investigación psicoambiental señala con recurrencia que la influencia de esta visión antropocentrada sobre las acciones personales ambientalmente responsables es insignificante. Dos conclusiones pueden desprenderse de esta evidencia: 1) A nivel de conducta individual, las prácticas ecológicas responsables no son resultado de un mecanismo o proceso psicológico simple (la actitud positiva hacia “lo ambiental”) y, por tanto, todo intento de modificar nuestros patrones conductuales debe superar cierta tendencia al “buenismo” simplificador, tendencia en exceso habitual en muchas de las campañas de marketing social que abordan el asunto; y 2) Es necesario recurrir a perspectivas más complejas a la hora de explicar el comportamiento ambiental, que permitan diseñar intervenciones que incidan en una gama amplia de mecanismos catalizadores de la acción proambiental.

Factores determinantes del comportamiento proambiental: intención y motivación

A lo largo de las últimas tres décadas, la investigación en Psicología Ambiental ha acumulado suficiente evidencia empírica para desarrollar modelos que permiten explicar de manera integrada:

- 1) La relación existente entre orientaciones de valor, actitudes y comportamiento ambientalmente responsable.
- 2) La influencia de las normas sociales y personales y el papel mediador de los procesos de atribución de responsabilidad y la atención a las consecuencias ambientales del comportamiento.
- 3) El diferente peso que tienen las creencias generales y específicas en la predicción de la intención de conducta y de la acción proambiental.

7. Velayos-Castelo, C. (1996): “La dimensión moral del ambiente natural: ¿necesitamos una nueva ética?”, Comares.

8. Se trata de la escala elaborada en Thompson, S.C.G. y Barton, M. (1994): “Ecocentric and anthropocentric attitudes toward the environment”, *Journal of Environmental Psychology* 14.

9. *Ibídem*.

10. Por ejemplo Nordlund, A. y Garvill, J. (2002): “Value structures behind proenvironmental behavior”, *Environment and Behavior* 34; O Heath, Y. y Gifford, R. (2006): “Free-market ideology and environmental degradation: The case of belief in global climate change”, *Environment and Behavior* 38.

4) La influencia de factores afectivos y emocionales, como la empatía o el sentimiento de conexión con la naturaleza, en la configuración de una visión ecológica del mundo.

5) La importancia del lugar y de los fenómenos de apropiación e identidad asociados al mismo en tanto que factores determinantes de las conductas de conservación ambiental.

Tomadas estas cinco líneas en su conjunto, se evidencia cómo la investigación psicoambiental ha orientado sus esfuerzos, a la hora de identificar los factores determinantes para el comportamiento proambiental, asumiendo la importancia que tiene la intención deliberada en la aparición y persistencia de la conducta. Sin embargo, desde el punto de vista del marketing, las prácticas de consumo, considerando tanto el tipo de producto/servicio como la cantidad y los ciclos de adquisición de bienes, tienden a ser explicados en términos de hábitos de conducta y de comportamiento rutinario. Esto significa que se enfatiza la influencia de los mecanismos automáticos del procesamiento sociocognitivo, al relativizar el papel de los mecanismos decisionales conscientes. Por el contrario, si se dan por válidos los resultados provenientes de la Psicología Ambiental, la posibilidad de un cambio de hábito conlleva abordar ineludiblemente el papel que tiene el control consciente de las decisiones. En el caso del cambio hacia la sostenibilidad, la evidencia empírica aportada durante estos 30 años de investigación apunta la necesidad de contemplar cómo los motivos internos, los valores, las creencias y actitudes dirigen las acciones de los individuos y de los grupos.

En este sentido, la línea de investigación promovida por varios autores ha desvelado la relación existente entre motivos y orientaciones de valor a la hora de explicar el interés y el comportamiento ambiental.¹¹ Por ejemplo, Stern y sus colegas sugieren que es posible identificar tres orientaciones de valor que sostienen la atención y la preocupación por lo ambiental:

- Interés propio: activa las creencias acerca de cómo inciden las condiciones ambientales en el bienestar personal y en el de aquellos que nos importan.
- Altruismo humanista: la razón para preocuparse por el medio ambiente se fundamenta en un altruismo dirigido hacia el entorno social amplio (de los vínculos familiares y de amistad a la valoración de una comunidad mayor o, incluso, a toda la humanidad).
- Altruismo biosférico: la ayuda se dirige tanto a otras especies como al estado de los ecosistemas mismos en su conjunto.

Obviamente, los dos primeros anclajes motivacionales poseen un carácter antropocéntrico. Sólo en el tercer motivo se reconoce el valor intrínseco del medio ambiente y la perspectiva ecocéntrica. Pero, ¿cómo determinan específicamente las orientaciones de valor nuestro comportamiento?

De Groot y Steg analizaron las relaciones de estas tres orientaciones de valor con la preocupación ambiental, la conciencia del problema ecológico y la atribución de la responsabilidad.¹² Según sus resultados, la orientación altruista biosférica se vincula más nítidamente con la percepción de problemas ambientales. Vuelve a recalcarse así la preeminencia de una perspectiva sistémica y ecocéntrica como base explicativa esencial. Con todo, lo más interesante de este estudio tiene que ver con la identificación de patrones

11. Schultz, P.W. (2001): "The structure of environmental concern: concern for self, other people, and the environment", *Journal of Environmental Psychology* 21; Stern, P. (2000): "Toward a coherent theory of environmentally significant behavior", *Journal of Social Issues* 56; Stern, P.C. y Dietz, T. (1994): "The value basis of environmental concern", *Journal of Social Issues* 50.

12. De Groot, J.I. y Steg, L. (2007): "Value orientations to explain beliefs related to environmental significant behavior: how to measure egoistic, altruistic, and biospheric value orientations". *Environment and Behavior* 40.

estables de relación entre las orientaciones de valor, la conciencia del problema y la atribución de responsabilidad. Así, si la conciencia del problema ecológico se puede ver asociada significativamente con el papel del interés propio como factor motivacional clave, otra vez es sólo el altruismo biosférico aquel que hace que las personas se atribuyan responsabilidad personal ante la situación de crisis ecológica. Esto es, asumimos que somos personalmente responsables en la búsqueda de soluciones a la crisis ambiental cuando entendemos que esta crisis incide en el sistema ecológico como conjunto, en su totalidad. Este planteamiento abre la posibilidad de analizar la relevancia de dos aspectos. Por un lado, el papel de la gravedad percibida de la crisis y de la irreversibilidad de sus consecuencias tanto en lo que respecta a la biosfera como a la “socioesfera” (los estilos de vida). Por otro lado, la reinterpretación de la responsabilidad personal sobre las condiciones ecológicas y sociales considerando en qué medida las personas son capaces de autorregular su conducta a partir del interés colectivo, sociocomunitario y biosférico.

A la luz de estas evidencias, describir las prácticas de consumo desde la perspectiva de la sostenibilidad supone referirse a ellas no sólo en términos de acciones orientadas a la preservación de los recursos y del equilibrio ecológico sino, también, incorporando expresamente los aspectos relativos a la responsabilidad social y a su significado y consecuencias comunitarias. Así, hablar de comportamiento de consumo sostenible supone referirse a un conjunto de conductas intencionadamente austeras y efectivas, que anticipan los efectos ambientales positivos y negativos asociados a la propia acción y que buscan conciliarse también eficazmente con pautas de responsabilidad social, ayuda y equidad distributiva.¹³

Conclusión: implicaciones sobre las prácticas de consumo

De entre estos aspectos, quizás la consecuencia más relevante para el análisis de las prácticas de consumo sea que los resultados obtenidos por la investigación psicoambiental permiten reconsiderar el papel que juegan los fenómenos asociados con la identificación social, colectiva y comunitaria. Por ejemplo, recientemente nuestro equipo de investigación ha conseguido comprobar una relación causal significativa entre identificación colectivista y conductas de austeridad y altruismo, comportamientos que, a su vez, se conectan con acciones proambientales.¹⁴ Por colectivismo entendemos el grado en que los individuos se sienten positivamente alentados a subordinar sus intereses a los de sus grupos o comunidades de pertenencia y/o de referencia. En una dirección semejante, otros estudios interconectan la conducta ecológica responsable con el proceso de apropiación de los lugares y la identidad social.¹⁵

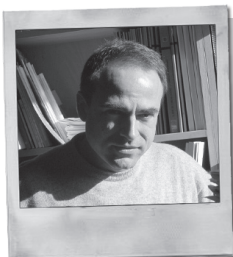
En definitiva, el conjunto de hallazgos gestados por la investigación psicoambiental sugiere la conveniencia de desarrollar estrategias de promoción del consumo responsable basadas, por un lado, en la movilización de los mecanismos cognitivo-afectivos que permiten fijar la intencionalidad como determinante del comportamiento. La intención de actuar de manera sostenible implica el desarrollo de metas específicas asociadas a criterios de autocontención y austeridad. Alcanzar o no dichas metas, a su vez, tiene impacto directo en la eficiencia objetiva y percibida de la acción y, por tanto, en el desarrollo, el reconocimiento y la actualización de normas personales asociadas a la responsabilidad ambiental, haciendo especial hincapié en el papel que para ello tiene la interiorización de los valores ecocéntricos. Por otro lado, dichas estrategias ganarán en eficacia si son definidas desde un nivel y con un enfoque sociogrupal.

13. Corral-Verdugo, V. y Pinheiro J. (2004): “Aproximaciones al estudio de la conducta sustentable”, Medio Ambiente y Comportamiento Humano 5(1-2).

14. Hernández, B. et al: “The relationship between social and environmental interdependence as an explanation of proenvironmental behavior”. Human Ecology Review (en prensa).

15. Pol, E. (2002): “City-Identity-Sustainability (CIS)”, Environment and Behavior 34; Valera, S. (1997): “Estudio de la relación entre el espacio simbólico urbano y los procesos de identidad social”, Revista de Psicología Social 12; Vidal, T. et al (2004): “Un modelo de apropiación del espacio mediante ecuaciones estructurales”, Medio Ambiente y Comportamiento Humano 5(1-2).

8.2.2. BARRERAS Y FACILITADORES PARA UN CONSUMO MÁS PROAMBIENTAL.



Tomeu Vidal. Miembro del grupo de investigación CR Polis, doctor en Psicología y Master en Intervención ambiental por la Universidad de Barcelona, en la que es docente e investigador en el departamento de Psicología Social. Sus áreas de investigación son el espacio público, la sostenibilidad y la participación ciudadana.

En unas jornadas sobre educación ambiental y promoción de comportamientos ecológicos responsables celebradas en noviembre de 2001, una serie de personas expertas en la cuestión teníamos un animado debate. Pero lo que recuerdo con más detalle que cualquier intervención, fue cómo uno de los asistentes se levantó de su silla, apagó las luces del aula en la que estábamos y subió las persianas, dejando que la luz natural penetrara en la sala. Como puede uno imaginarse, su efecto fue más allá del ahorro energético provocado por la acción. Mientras unos pensaban por qué a nadie se le había ocurrido hacerlo antes, otros se preguntaban cómo podía ocurrir eso, entre personas expertas y preocupadas por la promoción de comportamientos ecológicos y responsables. Lo cierto es que este hecho nos permitió ver “con más luz” la relación entre la conciencia y la acción ambientales por diferentes motivos.

¿Qué ocurrió para que se diera este comportamiento? Se diría que depende de la persona, de su grado de información y conocimientos, de la situación, del lugar y del contexto... Son numerosos y variados los aspectos que entran en la respuesta. Algunos de ellos —como se apunta en la síntesis ofrecida por Ernesto Suárez en este mismo Informe— son tenidos en cuenta en muchos de los modelos que desde la psicología ambiental se han propuesto para intervenir en el cambio de comportamientos ambientales. Pero entonces deberíamos insistir en la pregunta de cuáles son los elementos más relevantes, los más urgentes, los más importantes, para afrontar “el reto de actuar”, como titulaba el Informe 0 de Cambio Global España 2020 2050 presentado en el noveno Congreso Nacional del Medio Ambiente.

El propósito de esta tribuna de opinión es ofrecer algunas reflexiones desde el ámbito psicológico y psicosocial sobre las principales dificultades y facilidades para cambiar nuestros comportamientos relacionados con el consumo. Para ello, primero situaremos el análisis junto a otras perspectivas relevantes para abordar dicho cambio, lo que nos debería permitir entender el resto de elementos favorables e inhibidores que comprometen el cambio del qué, el cuándo, el dónde, el cómo y el porqué de nuestros comportamientos.

¿Cambio de patrones de consumo sin contextualizar?

El consumo es uno de los comportamientos altamente deseados en el modelo económico social dominante que, necesariamente, debemos cambiar. Para cambiar el comportamiento de las personas, necesitamos algo más que algunas orientaciones básicas de psicología (ambiental). Los estilos de vida, las pautas y normas sociales, las representaciones sociales, así como las actitudes, las conductas o las emociones implicadas en el consumo, son algunos elementos destacables, desde la mirada psicosocial y psicológica, objeto de análisis y de intervención en los programas y campañas (institucionales o no) para modificar los comportamientos de consumo. Pero éstos se hallan insertos en un contexto determinado, definido por unos criterios normativos y por unas oportunidades y restricciones conductuales, debidas al propio escenario donde se desarrollan los comportamientos, además de las personas.

El contexto se halla comprendido por aspectos de carácter físico, tecnológico, histórico, cultural, político y económico, además de social. Esta aparente obviedad no debe o no debería ser olvidada en cualquier análisis riguroso. Es limitado y limitador analizar los patrones de consumo sin atender a la morfología urbana, las leyes y regulaciones políticas, los sistemas de mercado, las tecnologías, las instituciones y grupos sociales y, en suma, los estilos de vida, las pautas y normas sociales y las representaciones sociales que también los configuran. Si entonces tenemos clara la interrelación de los diferentes niveles o ámbitos de análisis (político, económico, social, físico, tecnológico...) implicados en el cambio pretendido, ¿por qué seguimos interviniendo frecuentemente de manera “aislada”, inconexa y unidimensional? Esta es una primera barrera en el reto de actuar hacia un cambio en los hábitos de consumo. En otras palabras, para cambiar el modelo insostenible de consumo necesitamos enfoques integrales, abordajes de investigación y acción que vayan más allá de las fronteras entre disciplinas (inter y transdisciplinarias), pues nuestros comportamientos no afectan a una sola dimensión de las mencionadas, ni están fragmentados, a pesar de que nos empeñemos en olvidarlo. La necesidad de los seres humanos de simplificar la realidad para abordarla podría ser una razón de este olvido, así como el propio modelo socioeconómico dominante en el que impera el beneficio a corto plazo frente al largo plazo, el individual frente al colectivo, el propio colectivo o territorio frente al común.

Dos perspectivas en el cambio de hábitos: visiones unitarias e integrales

La psicología ambiental ha desarrollado un gran número de aportaciones teóricas y aplicadas para cambiar los comportamientos poco respetuosos con el entorno. Aún a riesgo de simplificar, pueden observarse dos tendencias. Una, que llamaremos unitaria, trata de dar respuesta al reto del cambio global reduciendo la complejidad del fenómeno a unos pocos factores psicológicos y psicosociales. De esta manera, conociendo sus valores, creencias, actitudes, motivaciones y normas se podrían cambiar los comportamientos de las personas. Pero pronto se vio que los incentivos materiales y sociales, la comunicación persuasiva para cambiar actitudes y otras tantas estrategias basadas en esta mirada unitaria (como dar información sobre lo que hay que hacer o de lo perjudicial de nuestro comportamiento si no lo cambiamos, dar premios o castigos, etc.), a pesar de tener impacto, no eran suficientes.¹ La principal limitación en este tipo de aproximación reside en la falta de atención a los contextos en los que se insertan sus acciones. ¿Por qué, aún estando informadas, las personas no actuamos en consecuencia? ¿Por qué, en el ejemplo inicial y tratándose de expertos en temas ambientales, nadie se levantó antes a apagar la luz y abrir las persianas? Además de querer y saber, necesitamos poderlo hacer. El hecho de poder realizar nuevos comportamientos o modificar aquellos perjudiciales para el entorno en que vivimos significa, en primer lugar, situarlos en el propio entorno. En segundo lugar requiere dotarnos de poder, lo que se emparenta con conceptos como el empoderamiento, potenciación o fortalecimiento de los grupos y comunidades.² Ambos elementos nos conducen a la otra visión menos unitaria y que denominamos integral. A continuación los vemos con más detalle.

El propio entorno y el fortalecimiento de los grupos

El carácter facilitador del propio entorno reside en que, además de nuestros valores, creencias, predisposiciones (actitudes), conocimientos e incluso el sentido de lo que deberíamos hacer (normas personales),

1. Algunas referencias de esta mirada más amplia: Íñiguez, L. (1996): “Estrategias psicosociales para la gestión de los recursos naturales”, en L. Íñiguez y E. Pol. “Cognición, representación y apropiación del espacio”, Publicacions de la Universitat de Barcelona; Corral-Verdugo, V. (2001): “Comportamiento proambiental. Una introducción al estudio de las conductas protectoras del ambiente”, Resma; McKenzie-Mohr, D. y Oskamp, S. (1995): “Psychology and sustainability: an introduction”, Journal of Social Issues 51.

2. Montero, M. (2006): “El fortalecimiento en la comunidad”, en Montero M.: “Teoría y práctica de la psicología comunitaria. La tensión entre comunidad y sociedad”, Paidós.

nuestro comportamiento ocurre en determinados lugares y situaciones, en diferentes contextos (físico, social, político, económico...) que también “definen” su ocurrencia o no. En suma, es en los contextos donde se “construyen” socialmente nuestros valores, creencias, actitudes, conocimientos y normas personales. Mientras que la segunda razón, el empoderamiento o el fortalecimiento de los grupos y comunidades, facilita la acción en el sentido político y de toma de consciencia de esa actuación, además de la construcción de identidad social y colectiva que de ésta se deriva. Con la acción colectiva para la resolución de problemas, además de la toma de consciencia de la capacidad de poder cambiar las cosas (empoderamiento), el tejido social se ve fortalecido, lo que implica la cohesión de los grupos y las comunidades y, a su vez, la particular construcción de identidad grupal y social de sus protagonistas basada en el logro de metas comunes.

Con la perspectiva integral nos referimos a aquellas visiones que tratan de abordar la complejidad de factores y elementos presentes en el cambio de comportamientos de consumo, mediante propuestas que tengan en cuenta en su diseño, precisamente, esta complejidad y simultaneidad de factores presentes. Nos referimos a programas de intervención que recogen, de manera simultánea, diversas estrategias de cambios de comportamiento y, lo que es más importante, atendiendo al propio contexto en que las personas y los grupos desarrollan sus conductas. Iniciativas como el Global Action Plan,³ a nivel internacional; el programa Hogares Verdes del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino,⁴ en España, o el programa Escuelas Verdes en Cataluña son ejemplos que se acercan a este otro tipo de propuestas más integrales.

Además de incluir aspectos de la perspectiva unitaria, el diseño de estos programas integrales tiene en cuenta los procesos de influencia social —informativa (deseo de hacer lo correcto) y normativa (deseo de aceptación o evitación del rechazo)—, basados en la comparación social, y que conducen a la aceptación privada y/o pública, respectivamente, de los comportamientos. Atender a la influencia de las demás personas en nuestro comportamiento, ya sea de una mayoría o incluso de una minoría —que por su consistencia y flexibilidad nos acabe induciendo a modificar nuestra conducta— son aspectos que facilitan el cambio de hábitos. Además de la influencia social, otra de las claves para que estos proyectos puedan cumplir el objetivo de cambiar los comportamientos hacia hábitos más sostenibles consiste en el incremento del control percibido y real del propio comportamiento (y la concienciación de esta capacitación), conseguido a través de la implicación en el propio hogar, lugar de trabajo o estudio y en el resto de actividades que realizamos en el seno de grupos y comunidades.

En suma, necesitamos de aproximaciones, tanto de investigación como de acción, que incorporen la contextualización y fortalecimiento de los grupos como dos de los elementos facilitadores para el cambio de modelo de consumo. Deberíamos, por tanto, evitar aproximaciones simplificadoras y unitarias que limitan el verdadero cambio: actuar para modificar el actual modelo insostenible de consumo.

3. www.globalactionplan.com.

4. www.marm.es/es/ceneam/programas-de-educacion-ambiental/hogares-verdes.

8.3 CAMBIOS EN CONSUMO, CAMBIOS EN EL TRABAJO

En el planteamiento de transformaciones en los patrones de consumo y estilos de vida, consideramos fundamental el vínculo entre trabajo y consumo. Nos interesaba especialmente conocer la percepción de los diferentes grupos sociales acerca de la disponibilidad de tiempo libre en relación con el tiempo de trabajo remunerado, el poder adquisitivo-nivel de consumo y el bienestar. Sorprendentemente, en las reflexiones de los grupos de discusión apenas se hacen referencias a la relación entre trabajo y consumo. La organización de los tiempos tampoco es contemplada, en general, en las discusiones. Como mucho se recoge un cierto malestar sobre el manejo de los tiempos, pero que no es compartido por los diferentes grupos.

Plantear la transformación de los estilos de vida afecta, innegablemente, al empleo. Por esto no podíamos acabar el Informe sin una reflexión al respecto, que apunte líneas de trabajo futuro. Cuando se plantea una sociedad de menores consumos, permanentemente surgen inevitables y necesarios debates en torno a los efectos sobre el empleo: ¿Es compatible una sociedad con estilos de vida sostenibles y pleno empleo? ¿Se trataría de trasvasar el empleo de sectores intensivos en energía y materiales —como la construcción o la minería— a otros intensivos en mano de obra e intangibles —como la sanidad, las reparaciones, la agricultura ecológica, la educación, los cuidados, etc.? ¿Se trataría de utilizar rentas universales mínimas?

En 1930, J. M. Keynes (uno de los dos economistas más influyentes de la historia) presumió que para comienzos del siglo XXI la semana laboral podría verse drásticamente reducida a 15 horas. Anticipaba que ya no necesitaríamos largas horas de trabajo para ganar lo suficiente para satisfacer nuestras necesidades materiales, y que nuestra atención se centraría en cambio en “cómo utilizar nuestra libertad alejados de las preocupaciones económicas apremiantes”. Aparentemente, la ecuación sería sencilla: si en el mismo tiempo un trabajador produce el doble que en 1970 —en efecto, gracias a avances técnicos, formativos y organizativos la productividad casi se ha doblado en el último siglo—, podríamos trabajar la mitad para tener la misma producción. Sin embargo, no parece que la predicción de Keynes se haya cumplido: en EEUU, la media de horas trabajadas por persona en 2006 había aumentado respecto a 1970.

Dentro de nuestras sociedades, los equilibrios de fuerzas —o mejor dicho, los desequilibrios— determinan cómo se reparten los beneficios de los aumentos de productividad. En las últimas décadas, el aumento de productividad, lejos de emplearse parcialmente para reducir las jornadas de trabajo como se había hecho anteriormente —la OIT redujo la jornada a 48 horas en 1919 y a 40 horas en 1935, a la vista de la extensión del paro de larga duración y de los progresos técnicos del momento— se ha invertido en aumentar la producción y los beneficios empresariales, abaratar los precios de los productos y, consecuentemente, aumentar el consumo.

En el horizonte de esta tendencia hay un modelo, el norteamericano, donde anualmente se trabaja una media de 200-300 horas más que en Europa y donde uno de cada cuatro trabajadores/as no tiene vacaciones (la legislación del país no obliga a ello). A su vez, es una de las sociedades con mayores niveles de consumo, generando la explosiva combinación de abundancia material y **pobreza de tiempo**, como destacan algunos autores y el movimiento Recupera tu Tiempo.¹ Este fenómeno lleva asociados problemas sociales (niños/as que carecen de guía educativa la mayor parte del tiempo, familias sin posibilidad de rutinas conjuntas...), de salud (50% más de probabilidades de sufrir enfermedades asociadas al estrés que los europeos...) y ambientales (según un estudio, si los norteamericanos tuvieran jornadas laborales como los europeos reducirían su huella ecológica entre un 15 y un 30%),² entre otros. Estos problemas no impiden que este modelo laboral intente exportarse a otros lugares, como demuestra el intento en 2008

1. Es un movimiento que trata de concienciar sobre las consecuencias de la pobreza de tiempo y propugna políticas para revertir la situación. www.timeday.org.

2. Rosnick, D. y Weisbrot, M. (2006): “Are shorter work hours good for the environment? A comparison of US and European energy consumption”. Center for Economic and Policy Research, Documento de Trabajo.

de una Directiva Europea para ampliar la jornada laboral máxima de 48 a 65 horas, entre otras medidas, que finalmente fue rechazada por el Parlamento Europeo. Afortunadamente hay también movimientos en direcciones opuestas, como la reciente propuesta del Reino Unido en la que se defiende la viabilidad económica y la necesidad socioambiental de una jornada laboral de 21 horas semanales.³

En España trabajamos de media más horas que en el resto de Europa, entre otras razones porque las horas extras están muy extendidas (las hacen un 65% de los trabajadores varones). Este fenómeno es complejo, empezando por el hecho de que la distribución del trabajo es desigual. Frente a la desocupación y desempleo creciente que han de enfrentar muchos trabajadores/as en España (intensificada por la crisis), otra parte de la población activa se ve obligada a aumentar su carga y jornada laboral, al absorber los huecos dejados por las personas despedidas. Asimismo, existen otros elementos relevantes al analizar los impactos de la jornada laboral: la desigualdad entre géneros (las mujeres han sumado su jornada laboral asalariada al liderazgo en la carga familiar-doméstica), la desigualdad entre sectores, la configuración de la jornada, el tiempo de los desplazamientos, la inestabilidad de horarios, la disponibilidad laboral, la flexibilidad para conciliar el trabajo con la vida personal, etc.

Las estadísticas sobre uso del tiempo son reveladoras en este sentido. En el País Vasco, donde más desarrolladas están, pueden permitirse ya una perspectiva histórica desde 1993 a 2003. A lo largo de esta década, la tendencia ha sido a aumentar ligeramente el tiempo de trabajo asalariado y el dedicado a las necesidades fisiológicas (dormir, comer...) y a reducir el de trabajo no remunerado (doméstico) y el de ocio. Las mujeres son claramente las que más sufren esta tendencia, pues al dedicar en suma más tiempo al trabajo (de media una hora más al día que los hombres,⁴ tanto al trabajo remunerado como al doméstico) disponen de menos tiempo para ocio y relaciones sociales.

Sin embargo, la pobreza de tiempo no se relaciona exclusivamente con lo laboral. También está relacionada con la complejidad e intensidad de nuestro consumo de relaciones sociales, de actividades de ocio y turismo, actividades formativas, etc., y por supuesto con nuestras formas de consumo. A todo esto hay que unir las crecientes distancias físicas entre lugar de residencia, espacios de compra cotidiana, espacios de ocio y descanso (como segundas residencias), dispersión de las redes de sociales y de ocio, etc. Estos factores tienen su impacto, consecuentemente, en otros ámbitos de la vida, como por ejemplo el descanso (el 19% de los españoles duerme menos de 6 horas, y un 75% de los casos lo atribuyen al trabajo) o la alimentación (los tiempos para comprar alimentos y cocinar han ido disminuyendo en las últimas décadas,⁵ lo cual ha modificado nuestros patrones alimenticios). Y es que nuestra gestión del tiempo, nuestro modelo laboral, nuestros patrones de consumo... son piezas de un mismo puzzle: nuestro estilo de vida.

Todas estas piezas hacen del ámbito laboral un elemento clave en las transformaciones hacia estilos de vida más sostenibles. El siguiente texto reflexiona sobre cómo la regulación de la estructura laboral y su política de tiempos asociada influyen en las actuales formas de consumo y sus impactos ambientales. Se adentrará en las políticas y reformas estructurales que puedan permitir un cambio en los usos del tiempo y, a su vez, una reducción sustancial del consumo sin pérdida de bienestar. La reflexión tendrá un enfoque especial sobre la reducción de la jornada laboral y el reparto del trabajo.

3. New Economics Foundation: "21 horas. Por qué una semana laboral más corta puede ayudarnos a todos a prosperar en el siglo XXI", disponible en www.ecopolitica.org.

4. Instituto Vasco de Estadística (2003): "El uso del tiempo en la población ocupada".

5. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2007): "Encuesta de hábitos alimentarios".

8.3.1. TRABAJAR, CONSUMIR... ¿VIVIR?



Florent Marcellesi. Teórico de la ecología política y cercano a los movimientos alter-mundialistas, conjuga sus trabajos de investigación y publicaciones con una intensa actividad en el movimiento verde español, francés y europeo. Es coordinador de Ecopolítica, miembro de Bakeaz y del consejo de redacción de la revista Ecología Política. fmarcellesi@no-log.org / <http://florentmarcellesi.eu>.

En las sociedades industrializadas, hablar de consumo significa de forma intrínseca e interdependiente hablar también de trabajo. En otras palabras, realizar una transición exitosa hacia un mundo socialmente justo y dentro de los límites del planeta¹ implica pensar la díada trabajo-consumo en todas sus dimensiones e inter-conexiones y proponer nuevas pistas sociopolíticas en el ámbito laboral desde una perspectiva ecológica.

Sociedad del trabajo, sociedad del consumo

Según Hannah Arendt,² la sociedad asalariada es básicamente una sociedad de consumo que ha pasado de “la producción para satisfacer las necesidades” al “consumo para dar trabajo a las personas asalariadas y hacer funcionar las industrias”. El modelo socioeconómico actual empuja a trabajar más, para ganar más y, en fin, consumir y producir más. Esta dinámica circular “producción=>empleo=>consumo=>producción...”, que estructura el tiempo social dominante, se fundamenta en la acumulación de riqueza material a través del predominio del trabajo remunerado llamado “productivo”³ que genera rentas para garantizar un poder adquisitivo orientado al consumo de masas, que a su vez alimenta la máquina productiva que generará empleo y más consumo, etc. Esta lógica no está en ningún caso inscrita en la genética humana sino que es el resultado de una evolución histórica e ideológica fomentada por:

- La conversión de las masas al trabajo asalariado a partir de la Revolución Industrial.
- El fordismo, es decir el aumento del poder adquisitivo de la clase obrera para que pueda comprar su propia producción. Es de matizar que en estos últimos veinte años las rentas del trabajo, y por tanto el poder adquisitivo de gran parte de la población española, se han visto mermadas en detrimento de las rentas del capital, pasando en España de casi un 70% de la renta nacional a principios de los noventa, a un 60% hoy.⁴
- La institucionalización o aceptación como norma de mecanismos que vinculan trabajo y consumo, como por ejemplo la inversión de los aumentos de productividad en el refuerzo del poder adquisitivo. Paralelamente, durante estos últimos años en España estos aumentos de productividad no se transforman en menos horas trabajadas.⁵

1. Este artículo parte de la hipótesis de que el modelo de producción y consumo actual no es sostenible por superar en un 50% la biocapacidad mundial. Además, si tuviéramos que mantener el mismo grado de opulencia, la economía tendría que ser en el año 2050 con una población mundial de 9.000 millones de personas 15 veces mayor (Jackson, 2009).

2. Arendt, H. (1958): “La condición humana”, Paidós Ibérica 2005.

3. Desde el siglo XIX y principalmente según el economista clásico Ricardo, la riqueza se obtiene a través del trabajo ejercido sobre objetivos materiales e intercambiables, a partir de los cuales el valor añadido es siempre visible y mensurable.

4. Más información en “Las reglas de distribución capital/trabajo han cambiado profundamente en los últimos 20 años”, disponible en www.joserodriguez.info/bloc/?p=4820.

5. Tras experiencias como la ley de 35 horas semanales en Francia (1998) bajo el lema “Trabajar menos para vivir mejor”, han resur-

Dentro de esta construcción social, el trabajo-empleo y el consumo se vislumbran como dos instituciones económicas y socializantes centrales, y totalmente interrelacionadas. No sólo estamos en la sociedad del “quien no trabaja, no come”, sino también del “quien no trabaja, no consume” y “quien no consume, no crea empleo”.⁶ Este tipo de sociedad se distingue por algunas de las características siguientes:

El sistema necesita a las personas como trabajadoras y como consumidoras Para alimentar el crecimiento económico continuo y la promesa del pleno empleo, trabajar y consumir se convierten en deberes casi patrióticos e indiscutibles de la ciudadanía moderna. Como el crecimiento tiene que aumentar más rápido que la productividad (que no para de crecer) para seguir creando empleo, las líneas políticas y sindicales dominantes son un llamamiento constante al consumo y al aumento del poder adquisitivo. El consumo se transforma asimismo, según la expresión de Jean Baudrillard, en un “trabajo social” donde la lógica industrial moviliza al consumidor como “trabajador del consumo” por el bien del sistema y por el bien del individuo, que no tiene porqué corresponder con el de la colectividad, de las generaciones futuras y del planeta.⁷

El trabajo remunerado y el consumo son dos de las herramientas actuales más potentes de la socialización identitaria A través de los salarios y del estado del bienestar, el trabajo remunerado no sólo protege al individuo sino que también le permite una participación activa en la sociedad de consumo de masas y un estatus social gracias al “lenguaje de los bienes materiales”.⁸ Por el contrario, la ausencia de trabajo y de sueldo —y, consecuentemente, el no acceso a la sociedad de consumo— casi siempre desembocan en un proceso de frustración personal y exclusión social.⁹ Esta dinámica, descrita por André Gorz, conlleva la coexistencia en la sociedad de una aristocracia de personas trabajadoras, en mayor o menor medida protegidas e integradas en la sociedad de consumo, con un “precariado” dedicado a labores menos cualificadas e ingratas y una masa creciente de personas desempleadas, ambas categorías en riesgo o en proceso de exclusión de la sociedad del tener.¹⁰

La jornada a tiempo completo sustenta el sueño consumista Existe un consenso cultural político, empresarial, sindical y ciudadano para considerar la jornada completa como norma intocable, ya que podrá a su vez garantizar a la persona trabajadora un poder adquisitivo a la altura de sus hipotecas bancarias y de la avidez promocionada por la máquina publicitaria y la innovación permanente. De hecho, la mayoría de las personas que trabajan a tiempo parcial afirma que “su situación laboral de media jornada no se debe a su propia elección, sino a las necesidades de la empresa o a la situación laboral general del país”.¹¹ Sin

gido políticas y lemas opuestos como “Trabajar más para ganar más” del actual presidente francés Sarkozy. Por otro lado, para hacer frente a la crisis, el gobierno portugués decidió en octubre del 2011 aumentar la jornada laboral en el sector privado en 30 minutos al día. En España, según datos del Instituto de la Mujer, el tiempo de trabajo remunerado no ha dejado de aumentar entre 1996 y 2006 tanto para hombres (de 3h 10’ a 4h 28’ día) como para mujeres (1h 23’ a 2h 31’ / día).

6. En tiempo de crisis, se activa de forma aún más paradigmática este marco conceptual y cultural: bien antes de la crisis actual, ya en plena recesión en Estados Unidos del 1950, se podían leer lemas afirmando: “una compra hoy, un desempleado menos mañana, ¡quizás tú!” (Galbraith, J. K. (1967): “El nuevo estado industrial”; editado por Sarpe en 1984).

7. Baudrillard, J. (1974): “La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras”, Plaza & Janés.

8. Jackson, T. (2010): “Prosperidad sin crecimiento. Economía para un planeta finito”, Icaria.

9. Eso no implica que las personas que tengan un trabajo y puedan acceder al consumo de masas sean felices. Según el barómetro europeo, el nivel de insatisfacción laboral era de un 45% en 2007 en España. Además, como comentaba Illich, la tasa de crecimiento de la frustración excede ampliamente a la de la producción.

10. La Encuesta de Población Activa (INE, segundo trimestre 2011) estima que las personas ocupadas a tiempo completo representan un 66% (con una media de 36,6 horas trabajadas a la semana) y las personas desempleadas un 21%. Mientras tanto, es complicado calcular el número de trabajadores precarios/as, aunque no parece descabellado sumar todas aquellas personas empleadas por las ETT (381.046 según el Boletín de Estadísticas Laborales en el primer semestre 2011), a tiempo parcial de forma no deseada (más de 2 millones), con contrato temporal de forma no deseada, sin protección de la Seguridad Social o sin papeles, sin condiciones decentes de seguridad o de salud laboral, etc.

11. trabajo.excite.es/los-trabajadores-prefieren-la-jornada-completa-N9569.html.

embargo, el pleno empleo con el 100% de la población activa a jornada completa es un espejismo y un peligro. En 2006, para mantener el nivel de producción y consumo alcanzado, ya de por sí muy por encima de los límites ecológicos, tan solo se requería que las personas activas dedicaran a la semana 24,5 horas de media al trabajo remunerado.¹² Por último, la jornada completa influye en la cesta de la compra ya que, por la falta de tiempo debida a la dedicación al trabajo remunerado, necesitamos comprar productos que implican un elevado gasto de energía, carbono y materiales de desecho (comida precocinada y empaquetada, billetes de avión para un fin de semana, etc.).

El trabajo y el consumo tienen género Al ser la fuerza de trabajo una mercancía más, existe una invisibilización económica y social de todos los trabajos no remunerados, empezando por el trabajo doméstico principalmente realizado por las mujeres.¹³ Esta “doble jornada” también provoca una desigualdad de género en el acceso a la sociedad del consumo, puesto que las mujeres disponen de menos tiempo libre y de menores recursos derivados del trabajo remunerado. Desde una perspectiva socioecológica, eso no se arregla incorporando a las mujeres en la economía de mercado, sino a los hombres en la economía de los cuidados y de la vida.

El modelo de ciudad y territorial está pensado para trabajar, desplazarse (con motor) y consumir El urbanismo moderno, heredado del funcionalismo industrial, plantea una ciudad con zonas especializadas, separando usos residenciales, actividades económicas y de ocio. Eso supone un transporte cotidiano obligatorio, verdadero trabajo fantasma,¹⁴ que administraciones públicas y empresas tienden a trasladar a las personas trabajadoras en su tiempo libre.¹⁵ Este sistema de movilidad tiene un precio energético. Por ejemplo, el Estado de Utah (EEUU), al implementar la semana laboral de cuatro días para los trabajadores del sector público y evitar los trayectos domicilio-trabajo un día a la semana, redujo las emisiones de carbono en 4.546 Tm y el consumo de petróleo en 212.000 barriles.¹⁶

Hacia una política laboral ecológica

A continuación se exponen algunas ideas-clave para reducir el consumo material desde una perspectiva laboral y del reequilibrio de los tiempos de vida, teniendo en cuenta que el tiempo es un bien escaso. Como aviso previo, estas ideas sólo tendrán sentido si se integran dentro de un marco propositivo coherente y más global, que aquí, por razones obvias de espacio, no se desarrolla. En un mundo dominado por la complejidad, no existe una solución única y será necesario un conjunto de reformas a corto, medio y largo plazo desde una reconstrucción ecológica de la macroeconomía hasta un cambio cultural para salir de la lógica social del consumismo, pasando por una relocalización de la economía y nuevas políticas urbanísticas, territoriales y energéticas.¹⁷

12. Cálculo propio con datos de usos del tiempo del Instituto de la Mujer.

13. En todos los países europeos, las mujeres trabajan diariamente más (sumando trabajo remunerado y no remunerado) que los hombres (la diferencia es de 56 minutos al día en España). Eurostat (2004), “How Europeans spend their time. Everyday life of women and men (Data 1998-2002)”, European Communities.

14. Illich ha definido el trabajo fantasma como “la actividad no asalariada y no productiva necesaria para la transformación de valores de cambio en valores de uso o viceversa”.

15. Solo calculando los desplazamientos pendulares, una persona trabajadora en España pasa de media 57 minutos / día en su trayecto domicilio-trabajo, ascendiendo en la Comunidad de Madrid a 78 minutos cada día, es decir 1 año en la vida de una persona trabajadora. (Servicios de Estudios de La Caixa, (2008): “¿Cuánto cuesta ir al trabajo? El coste en tiempo y en dinero”). Ver Naredo, J.M. (2002): “Configuración y crisis del mito del trabajo. Scripta Nova”, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, vol. VI, 119 (2), Universidad de Barcelona.

16. Coote et al. (2010): “21 Hours: Why a Shorter Working Week Can Help Us All to Flourish in the 21st century”. New Economics Foundation.

17. Véase, entre otros, el decálogo para una “prosperidad sin crecimiento” en Marcellesi, F. (2011): “Las sirenas del crecimiento”. Público, 23 de agosto del 2011.

Primero, si queremos alcanzar un estado estacionario, el reparto del trabajo es “la solución más simple y más citada para mantener el empleo sin aumento de la producción”. Efectivamente, como hemos comentado, es posible mantener teóricamente la producción española con una media de 24,5 horas de trabajo remunerado semanal por persona activa. Además, en una sociedad donde el empleo es un valor socioeconómico tan profundamente arraigado, esta medida permite evitar la exclusión social creada por el desempleo. Ahora bien, no solo se trata de trabajar menos para trabajar todos/as siguiendo los mismos patrones insostenibles de producción y de consumo, sino de hacerlo dentro de otro sistema socioeconómico en armonía con la biosfera, con una mayor calidad de vida en general y unas mejores condiciones de trabajo en particular (reduciendo las horas extras, el estrés, la intensidad y los accidentes laborales, etc.). Un reparto del trabajo, tanto en la esfera productiva como reproductiva, que combine a la vez justicia social y ambiental, supone como primer paso repensar y decidir democráticamente:

- El proyecto social deseable y realista según la capacidad de carga ecológica disponible.
- Las necesidades colectivas y el nivel de consumo aceptable asociadas al mismo.
- Cómo y dónde invertir la fuerza de trabajo para hacerlo realidad.

Asimismo, vivir bien en un mundo eco-solidario implicará indudablemente un mayor desarrollo de sectores ricos en empleo verde y poco intensivos en energía (agricultura ecológica, cuidado a las personas¹⁸, artesanía, economía social, energías renovables, etc.) y, al revés, una contracción para los intensivos en energía fósil y/o especulación financiera (industria manufacturera, sector automovilístico, pesca industrial, bancos y seguros, etc.).¹⁹ En este sentido, varios informes sectoriales confirman que a menor consumo energético y mayores beneficios ambientales, se necesita más “empleo verde”.²⁰ Sin embargo, dentro de este largo proceso de “destrucción creativa”, es difícil concluir si, y en qué medida, un modelo social ecológicamente viable implicaría en su conjunto más horas trabajadas de media por persona que el actual modelo insostenible.²¹

A pesar de esta incertidumbre inherente a un cambio profundo de modelo productivo, el reparto del trabajo tiene que ir complementado por nuevas expectativas laborales en torno a la duración óptima de una semana laboral “normal”. La New Economics Foundation propone por ejemplo el establecimiento de la jornada de 21 horas,²² que además de beneficios directos para la justicia social y una economía próspera tiene efectos positivos directos sobre el consumo:

1. Al reequilibrar los tiempos de vida entre trabajo remunerado y no remunerado, vuelve a dar valor social y económico a los trabajos domésticos, voluntarios, artísticos, políticos, culturales, autónomos, etc.: el tiempo social dominante, de forma cuantitativa y cualitativa, ya no es el de la producción y del consumo (de alto carácter androcéntrico) sino que el trabajo para sí y para la colectividad (de alto carácter biocéntrico e igualitario) pasa a estructurar la sociedad. Estas actividades priman las relaciones humanas con la naturaleza y la construcción colectiva y tienen una huella ecológica reducida, pues suelen ser poco intensivas en energía y materiales. Este nuevo tiempo social supone asimismo una oportunidad de distribución más justa de las tareas domésticas y de cuidado entre mujeres y hombres que, para ser efectivo, necesitará en paralelo un profundo cambio cultural, educacional y mental.

18. En 2002, M^a Ángels Durán calculaba que, asumiendo que en los siguientes cinco años se trasvase al sector monetarizado sólo una décima parte de la producción actual de cuidados a adultos en los hogares españoles, equivaldría a 259.000 puestos de trabajo. “La contabilidad del tiempo”, Praxis Sociológica 6, Universidad de Castilla-La Mancha.

19. Gadrey, J. (2010): “Adieu à la croissance. Bien vivre dans un monde solidaire”. Les Petits Matins/Alternatives économiques.

20. Véase por ejemplo el estudio “Sistemas de reutilización y reciclado para envases de bebidas, desde una perspectiva de sostenibilidad” (PriceWaterhouseCoopers 2011) o el Proyecto Eco-Empleo de la Fundación Conde del Valle de Salazar y Comisiones Obreras.

21. En este nuevo escenario, parece necesario también, tal y como propone Jorge Riechmann, (re)formular una ética ecológica del trabajo.

22. 21 horas es una cifra aproximada de la media que la gente en edad de trabajar en Gran Bretaña —donde se realizó el informe inicial— pasa en el trabajo remunerado, y es un poco más de lo que de media se pasa en el trabajo no remunerado. En España, sería de aproximadamente 25 horas.

2. Si dedicáramos menos tiempo al trabajo remunerado, podríamos aumentar sustancialmente tanto nuestra incorporación en circuitos cortos de producción y consumo (cooperativas, grupos de consumo, bancos de tiempo, etc.), como nuestra capacidad de producir parte de lo que vamos a consumir (alimentos, energía, etc.). Son actividades que requieren una mayor energía humana (relaciones sociales, trabajo manual o físico) y por tanto una mayor dedicación de tiempo, que a su vez no se invertirá en actividades contaminantes.

3. La reducción de la jornada laboral es una apuesta por transformar los aumentos de productividad en tiempo libre no consumista y, al mismo tiempo, en una autolimitación de las necesidades personales (para no caer en el efecto rebote).

4. A nivel macro, abre la posibilidad de una reducción de la factura energética: por ejemplo, si los estadounidenses decidieran acortar su semana laboral a la altura de los países europeos,²³ EEUU consumiría un 20% menos de energía, lo cual supone un acercamiento muy importante a los objetivos del Protocolo de Kyoto.²⁴

5. Para que estas reducciones sean eficientes, son imprescindibles políticas que reduzcan también el tiempo de transporte domicilio-trabajo, como la instauración de la jornada de 4 días o reestructuraciones urbanísticas que apuesten por la ciudad compacta y la mezcla de usos residenciales, económicos y de ocio.

Es indudable también que una reducción de la jornada laboral conllevará por un lado una disminución relativa del sueldo, y, por otro, partiendo de la premisa de que se puede vivir una vida sostenible con una renta monetaria inferior a la actual,²⁵ una sustitución del concepto de poder adquisitivo por el del “poder de buen vivir”.²⁶ Para ser creíble y tener en cuenta las dificultades de una transición hacia otro modelo, esta visión supone pensar una sólida política de la renta en torno a tres ejes:

1. A corto-medio plazo, un incremento del salario mínimo para paliar la disminución de renta de las personas trabajadoras, evitando así que las más desfavorecidas caigan en la trampa de la pobreza.

2. A corto-medio plazo, el establecimiento de una renta máxima para garantizar una redistribución justa de la riqueza, una mayor cohesión social —altamente necesaria ante los cambios colectivos por venir para enfrentar la crisis ecológica— y una reducción del poder adquisitivo de las categorías que hiperconsumen por encima de las capacidades de la Tierra.²⁷

3. A medio-largo plazo, el establecimiento de una renta básica de ciudadanía como clara apuesta por recuperar la propiedad de nuestra fuerza de trabajo y de invención para decidir dónde dedicarla, promoviendo las actividades autónomas con un mejor impacto medioambiental.²⁸

Sin duda, es posible y necesaria una política laboral ecológica que ayude a romper la “caja de hierro” del consumismo. Trabajo y ecología van de la mano para que no perdamos nuestra vida consumiéndola sino desarrollándola hacia nuestra emancipación personal y colectiva dentro de los límites ecológicos del planeta.

23. Una persona trabajadora en Estados Unidos trabaja una media de 1.817 horas / año y en Europa 1.650 horas. En España, la jornada pactada anual en media ponderada es de 1.780 horas.

24. Rosnick, D. y Weisbrot, M. (2006): “Are shorter work hours good for the environment? A comparison of US and European energy consumption”, Center for Economic and Policy Research.

25. Como defiende Álvaro Porro, “el Consumo Consciente y Transformador, entre otras cosas, es un “cambio de prioridades” también en lo económico: gastamos menos en algunas cosas y más en otras”. En “¿El consumo consciente es caro? Consumir menos para consumir mejor”. Opciones 32, invierno 2009/2010.

26. Marcellesi, F. (2010): “Una renta básica de ciudadanía para vivir mejor con menos”, Ecología Política 40.

27. Europe Écologie-Les Verts, el partido ecologista francés, propone la creación de una Renta Máxima Aceptable, fijada a 33 veces la renta media, es decir 44.000 euros mensuales en Francia. Por encima de este umbral, la tasa de imposición sería del 80%.

28. Marcellesi, F. (2010), op. cit.

8.4 ¿SON LAS MEJORAS TECNOLÓGICAS LA CLAVE PARA UN CONSUMO SOSTENIBLE?

Como vimos en el capítulo 5, en el discurso de los grupos de discusión sobre las renuncias, uno de los factores condicionantes y clave que aparece es la tecnología; parece que no se puede renunciar a ella, por la pérdida de funcionalidad que comportaría para el contexto en el que vivimos. Dentro de este discurso, nos interesa especialmente el hecho de que se atribuye a la tecnología tanto la capacidad de cambiar las situaciones actuales como la de limitar y controlar las posibilidades de cambio. Es decir, circula con bastante rotundidad la idea de que serán las mejoras tecnológicas las que permitirán un estilo de vida y un consumo sostenibles. Esto es confirmado por otros estudios sociológicos cuantitativos o demoscópicos,¹ uno de los cuales dice por ejemplo que el 63,7% de la población española cree “muy o bastante probable” que se encontrarán soluciones tecnológicas para evitar los efectos negativos del cambio climático.

En las propias administraciones prevalece en muchos casos el planteamiento de que las políticas de consumo sostenible sólo serán efectivas si permiten que los consumidores reduzcan su impacto ambiental “casi sin darse cuenta” —haciendo lo mismo que hacían antes, sin modificar sus estilos de vida— gracias a las mejoras tecnológicas. Por esta razón, muchas de las políticas de las administraciones, especialmente en el ámbito energético y de transporte, otorgan un papel protagonista a potenciar la disponibilidad de mejoras tecnológicas para los consumidores.

Este dilema entronca con el debate entre la suficiencia (o la búsqueda de vías y estrategias para ahorrar recursos a través de transformaciones del comportamiento humano, con cambios culturales, políticos y sociológicos) y la ecoeficiencia (mejora de la eficiencia basada en cambios técnicos y organizativos). Si bien en muchos sentidos ha habido significativos avances gracias a la ecoeficiencia, ésta presenta límites estructurales que reducen su efectividad para afrontar los impactos ecológicos de nuestras economías. Como muestra, uno de sus principales indicadores: **en términos generales, los flujos de materia y energía directos e indirectos siguen creciendo**, según ha demostrado el debate en torno a la *desmaterialización* de las economías occidentales.² A pesar de las reducciones en la intensidad energética y de materiales en algunas economías (reducción por unidad de producto y de PIB), sólo en unos pocos países —y debido casi en exclusiva a la crisis económica, como en el caso español— se han reducido recientemente los requerimientos totales de energía o materiales.

Por tanto, las mejoras tecnológicas no tienen por qué traducirse en reducciones reales de impacto. La inercia hacia el consumo creciente de recursos (relacionado con los estilos de vida y los paradigmas de bienestar) es, en muchos casos, proporcionalmente demasiado grande como para que mejoras en la eficiencia tecnológica tengan un efecto significativo; es más, el ahorro que generan estas mejoras se traduce en mayores consumos de ese mismo producto u otro, resultando en un impacto mayor; es el llamado **efecto rebote**. Algunos autores proponen que la única manera de que el ahorro debido a la mayor eficiencia no pueda revertir en nuevos o mayores consumos es estableciendo techos máximos.³ Estos umbrales deberían establecerse a escala internacional (umbrales por países) y también a nivel individual (dentro de un país), para garantizar su aplicación equitativa.⁴

En cualquier caso, si los cambios hacia formas de vida más sostenibles se dan en un marco político que inocente o interesadamente ignora el efecto rebote, éstos perderán efectividad, y su promoción o regulación perderá legitimidad. Aunque abordar las maneras de combatirlo supera el objetivo de este Informe, sí que creemos necesario poner el tema sobre la mesa. Por ello, el siguiente texto profundiza en el fenómeno del efecto rebote, centrándose en el caso del consumo energético en el hogar (en la página 98 podéis encon-

1. Hanemann, M. et al (2011): “Economía de cambio climático”, Cátedra Fedea-Iberdrola.

2. Ayres, R. U. et al (2003): “Is the US economy dematerializing? Main indicators and drivers”. Center for the Management of Environmental Resources, INSEAD.

3. Monbiot, G. (2008): “Calor: cómo parar el calentamiento global”, RBA Libros.

4. En el capítulo 6.2 (p.103) se describe resumidamente una propuesta en este sentido.

trar datos para el caso de la movilidad). Creemos que se han de marcar líneas de trabajo futuro sobre las potencialidades y los limitantes de las políticas tecnológicas que tratan de minimizar el impacto ambiental del consumo, de cara a situarlas en un marco más global de políticas que tengan en cuenta también el efecto rebote, los estilos de vida y los hábitos de consumo.

8.4.1. CAMBIO TECNOLÓGICO Y CONSUMO DE RECURSOS DE LOS HOGARES. EL EFECTO REBOTE



Jaume Freire González. Doctor en Economía Aplicada por la UAB. Trabaja como investigador y consultor en áreas relacionadas con la economía ecológica y la economía ambiental, así como la modelización económico-ambiental. Actualmente es consultor sénior en ENT Environment and Management.

Desde diversas disciplinas se argumenta que un crecimiento económico ilimitado resulta insostenible y choca con los límites biofísicos del planeta. Frente a estas argumentaciones, el desarrollo del progreso tecnológico ha sido considerado, por parte de determinados sectores, como la solución a este problema, justificando así la perpetuación de este modelo basado en un crecimiento continuo de la producción. Esta visión considera que el desarrollo de nuevas tecnologías ahorradoras de recursos posibilitaría un menor uso de recursos naturales para sostener los mismos niveles de bienestar material, ya que mejoraría la productividad de los factores, recursos y procesos, incrementando la eficiencia en su uso.

A pesar de que ésta es una proposición irrefutable en un marco matemático-ingenieril, existen dudas sobre su validez a otros niveles de análisis, como sería un nivel socioeconómico. Existe suficiente evidencia del hecho de que, a pesar del gran desarrollo tecnológico experimentado y de que las mejoras en eficiencia en el uso de recursos han sido constantes desde el incipiente pre-capitalismo, el consumo global de recursos no ha parado de crecer desde entonces.

Un destacado estudio de Fouquet y Pearson muestra la evolución de la demanda de energía para iluminación y el progreso que ha seguido su tecnología a lo largo de siete siglos.¹ Este estudio muestra cómo cada introducción de una nueva tecnología (candelabros medievales, lámparas de aceite, lámparas de gas, lámparas eléctricas...) mejoraba la eficiencia energética, pero a la vez el consumo global de energía se incrementaba de manera espectacular. A pesar de que las luces eléctricas actuales son unas 700 veces más eficientes que las lámparas de aceite del siglo XVIII, el consumo medido en lúmenes-hora per cápita es unas 6.500 veces mayor.

Ante la constatación de un consumo cada vez mayor de recursos, cabe preguntarse cuál es el papel que juega el progreso tecnológico sobre las presiones que la sociedad, mediante el consumo, ejerce sobre el medio ambiente.

Son diversos los aspectos a considerar para entender la ineffectividad del desarrollo tecnológico para reducir el consumo de recursos. A continuación se analizan las principales causas sugeridas por la literatura.

1. Fouquet, R. y Pearson, P. (2006): "Seven centuries of energy service: the price and use of light in the United Kingdom (1300-2000)", *The Energy Journal* 27 (1).

Las paradojas de la tecnología y el consumo de recursos

En lo referente a las medidas tecnológicas y el consumo de energía, los estados han implementado políticas de mejora de la eficiencia energética para reducir su consumo e impactos, en términos de agotamiento de recursos (o dependencia energética) y emisiones de gases de efecto invernadero. Sin embargo, el consumo energético no ha parado de crecer.

Hay que considerar diversos factores para comprender este hecho. Éstos pueden agruparse, como mínimo, en dos paradojas: la Paradoja de la eficiencia energética y la Paradoja de Jevons.

La Paradoja de la eficiencia energética

Esta paradoja se refiere al hecho de que, a pesar de las supuestas ventajas en términos económicos y ambientales de las medidas de ahorro y la eficiencia energética, los niveles de inversión en ellas no llegan al nivel que correspondería por los beneficios potenciales que conllevan. Es decir, existen barreras prácticas a la extensión e introducción de muchas medidas tecnológicas de eficiencia y ahorro energético. Linares y Labandeira argumentan cómo las posibles causas de esta paradoja podrían estar tanto en los fallos del mercado como en la falta de consideración de los aspectos relacionados con el comportamiento humano y social.² Las causas que citan son las siguientes:

- Falta de rentabilidad por los precios: los precios de las tecnologías y energías convencionales no suelen reflejar muchos de sus costes (es el caso de las externalidades ambientales y sociales ignoradas por los mecanismos de mercado o de las infraestructuras subvencionadas estatalmente), frenando la inversión en medidas de ahorro y eficiencia por falta de rentabilidad.
- Costes de inversión más elevados de lo esperado. En este aspecto, también hay costes “ocultos” (menor nivel o calidad del servicio energético).
- Incertidumbre e irreversibilidad de las inversiones: la incertidumbre de los precios energéticos dificulta las decisiones de inversión y, además, las inversiones en eficiencia energética a menudo resultan difíciles de recuperar, si éstas finalmente resultan innecesarias o no rentables.³
- Fallos de información (incluida la información asimétrica, imperfecta o miope): la falta de información o la disponibilidad de información sesgada provoca que los consumidores no puedan tomar siempre las decisiones más racionales.
- Racionalidad limitada: incluso con la mejor información disponible, los consumidores no pueden (o no están interesados en) realizar todos los cálculos necesarios para tomar la mejor decisión.
- Lentitud de la difusión tecnológica: los procesos de difusión tecnológica son lentos, en parte debido a la incertidumbre y la heterogeneidad de los consumidores.⁴
- Problema del agente-principal: sucede cuando el agente que paga la inversión no recibe los beneficios derivados de ella. Por ejemplo, para las inversiones en aislamiento térmico de los hogares esto sucedería si el inversor (propietario) no es el mismo que paga la factura de electricidad (inquilino).⁵
- Imperfecciones de los mercados de capital: en determinados casos, y para algunos segmentos de la población, existe una dificultad de acceso a una adecuada financiación de este tipo de medidas.
- Heterogeneidad de los consumidores: algunas medidas que para determinados consumidores pueden

2. Linares, P. y Labandeira, X. (2010): “Energy efficiency: economics and policy”, *Journal of Economic Surveys* 24 (3).

3. Metcalf, G.E. (1994): “Economics and rational conservation policy”, *Energy Policy* 22.

4. Jaffe, A.B. y Stavins, R.N. (1994): “The energy paradox and the diffusion of conservation technology”, *Resource and Energy Economics* 16.

5. Según varios autores, este factor afecta a alrededor de un tercio de la demanda residencial energética en EEUU (Murtishaw, S. y Sathaye, J. (2006): “Quantifying the effect of the principal-agent problem on US residential energy use”, LBNL-59773 Rev).

resultar rentables no lo resultan para otros, si no hacen el mismo uso de éstas.⁶

- Divergencia entre las tasas sociales de descuento y las privadas: esto también sucede con otro tipo de inversiones y haría que, a pesar de que socialmente las medidas fueran muy beneficiosas, no se considerara así a nivel privado.

La Paradoja de Jevons

Esta paradoja está relacionada con la eficacia real que tienen las medidas tecnológicas ahorradoras de recursos. Es un hecho empírico que las nuevas tecnologías ahorradoras de energía no producen el ahorro energético que inicialmente habían previsto los cálculos ingenieriles. Incluso, en determinados casos, el consumo de energía una vez implementada la medida podría resultar mayor que el consumo inicial.⁷

Efecto rebote es el término utilizado para describir el conjunto de mecanismos que hacen que una mejora de la eficiencia energética no reduzca el consumo de energía como se esperaba, o incluso acabe incrementándolo, ya sea de manera individual o agregada.⁸ Esto es debido al comportamiento de los consumidores ante el menor coste de proveer un servicio energético que supone una mejora de la eficiencia energética. El efecto se traduce en más horas de utilización del servicio energético, más consumidores utilizándolo o en una mayor calidad del mismo. Cuando el consumo final de energía resulta mayor que el inicial, se cumpliría el Postulado de Khazzoom-Brookes^{8c} o la Paradoja de Jevons.

Para el caso del aislamiento térmico en los hogares, una vez instalada la medida los consumidores detectarían una reducción de la factura energética, obteniendo el mismo confort térmico. Esto provocaría que determinados hogares decidieran incrementar la superficie o número de habitaciones con calefacción/refrigeración, las horas de utilización del servicio, o acceder a un servicio de mayor calidad, al que anteriormente no podían acceder por cuestiones económicas, compensando parte o toda la reducción de consumo energético. El efecto sobre la demanda del propio servicio energético es conocido como efecto rebote directo. En la tabla siguiente se muestra el efecto rebote directo que podría producirse sobre diversos servicios energéticos en los hogares tras la instalación de un aislamiento térmico.

Por otra parte, aunque los usuarios/as decidieran no incrementar el uso del servicio energético mejorado, la mejora provocaría un ahorro monetario neto, el cual se destinaría a consumir nuevos bienes y servicios, cuya producción a su vez requeriría más consumo de energía, incrementando de manera indirecta el consumo energético global.⁹ Esto es conocido como *efecto rebote indirecto*. La energía utilizada en el proceso de fabricación e implementación de las medidas (conocido como contenido energético de las medidas) también formaría parte del efecto rebote indirecto.

6. Hausman, J.A. (1979): "Individual discount rates and the purchase and utilization of energyusing durables", Bell Journal of Economics 10.

7. a) Jevons, W. S. (1865): "The coal question", Macmillan and Co; b) Brookes, L. G. (1979): "A low energy strategy for the UK", en Leach, G. et al.: "A review and reply", Atom 269; c) Saunders, H. (1992): "The Khazzoom-Brookes Postulate and neoclassical growth", Energy Journal 13 (4).

8. a) Brookes, L. G. (1978): "Energy policy, the energy price fallacy and the role of nuclear energy in the UK", Energy Policy 6; b) Khazzoom, J. D. (1980): "Economic Implications of mandated efficiency standards for household appliances", Energy Journal 1; c) Greening, L. A. et al (2000): "Energy efficiency and consumption - The rebound effect - A survey", Energy Policy 28; d) Binswanger, M. (2001): "Technological progress and sustainable development: what about the rebound effect?", Ecological Economics 36 (1); e) Sorrell, S. (2007): "The rebound effect: an assessment of the evidence for economy-wide energy savings from improved energy efficiency". UK Energy Research Centre, october 2007.

9. Los usuarios también podrían incrementar el consumo de los productos que ya consumían, o ahorrar más, lo cual incrementaría el consumo, aunque lo podría dilatar en el espacio o en el tiempo, a través de los productos financieros.

Estimaciones del efecto rebote directo por usos finales del sector doméstico en los EEUU

Uso final	Efecto rebote	Número de estudios revisados
Calefacción	10-30%	26
Refrigeración	0-50%	9
Calefacción de agua	<10-40%	5
Iluminación	5-12%	4
Otros electrodomésticos	0%	2

El porcentaje representa la parte de ahorro de energía esperado (por aplicación de una mejora de la eficiencia) que no se haría efectivo. Fuente: Greening, L. A. et al (2000): "Energy efficiency and consumption - The rebound effect - A survey", Energy Policy 28.

Respecto a estos efectos indirectos, diversos estudios muestran, dentro de rangos dispares, un peso importante en el consumo energético total en edificios.¹⁰ Una revisión de literatura de 60 casos de estudio mostró que la proporción del contenido energético en el ciclo de vida de los materiales empleados en su construcción, respecto al consumo total de energía en edificios a lo largo de su vida útil, era de entre un 9% y un 46% para aquellos de bajo consumo energético, y de entre un 2% y un 38% para edificios convencionales.¹¹ Otros estudios similares muestran datos dispares de tiempo de recuperación de las inversiones en términos energéticos, desde inferiores a un año¹² hasta 15 años aproximadamente.¹³ Por otro lado, a nivel de la UE, un estudio muestra cómo ni en 100 años de vida útil podría recuperarse el contenido energético de las medidas aplicadas a los edificios de bajo consumo, a partir de los ahorros energéticos operacionales obtenidos.¹⁴

Las implicaciones del efecto rebote

Más a largo plazo, una mejora de la eficiencia energética produciría ajustes en precios, cantidades, salarios y otras variables macroeconómicas que llevaría a una nueva situación de equilibrio a toda la economía, con otro consumo agregado de energía, que podría ser mayor o menor que el inicial, en función de multitud de factores. Esto se conoce en la literatura como *economy-wide effects* (efectos sobre toda la economía).

A pesar de que para este ámbito todavía hay cierta escasez de literatura empírica, por las mayores dificultades metodológicas que supone estimar los efectos sobre toda la economía, algunos estudios sugieren que las mejoras podrían llevar a un incremento en el consumo de energía (a mayor productividad de la energía, más crecimiento económico, propiciando una economía "mayor", y por lo tanto mayores necesidades energéticas globales).¹⁵

10. La disparidad de los resultados mostrados es debida a la diferencia de los ámbitos analizados, los materiales empleados, las metodologías de estimación y la poca evidencia empírica existente en el área de análisis.

11. Sartori, I. y Hestnes, A. G. (2007): "Energy use in the life-cycle of conventional and low-energy buildings: a review article", Energy and Buildings 39.

12. Feist, W. (1996): "Life-cycle energy balances compared: low energy house, passive house, selfsufficient house", Proceedings of the International Symposium of CIB W67; Winther, B. N. y Hestnes, A. G.. (1999): "Solar versus Green: the analysis of a Norwegian row house", Solar Energy 66(6).

13. Royal Commission on Environmental Pollution (2007): "The Urban Environment", London.

14. Casals, X. G. (2006): "Analysis of building energy regulation and certification in Europe: their role, limitations and differences", Energy and Buildings 38.

15. Semboja, H.H.H. (1994): "The effects of an increase in energy efficiency on the Kenyan economy", Energy Policy March 1994; Glomsrød, S. y Taojuan, W. (2005): "Coal cleaning: a viable strategy for reduced carbon emissions and improved environment in China?", Energy Policy 33; Hanley, N.D. et al (2006): "The impact of a stimulus to energy efficiency on the economy and the environment: a regional computable general equilibrium analysis", Renewable Energy 31.

La existencia del efecto rebote es ampliamente aceptada por los economistas que tratan temas de energía, y la evidencia empírica existente así lo corrobora. La principal controversia radica en el tamaño real del mismo y la identificación de las fuentes que lo provocan.^{9c,e} Algunos sostienen que el efecto rebote es menor del 100%, produciendo un ahorro neto de energía (aunque menor del esperado), mientras que otros sostienen que es mayor del 100%, produciéndose lo que se denomina *backfire* y cumpliéndose la Paradoja de Jevons, es decir, que el consumo de energía se incrementa ante una mejora de la eficiencia energética.

A pesar de la controversia y la poca evidencia existente, diversos estudios^{9c,e} han concluido que, en general, el efecto rebote directo sería más elevado para aquellos servicios energéticos que están lejos de ser saciados, es decir, donde hay más margen de incremento de su consumo. También lo sería para aquellos países menos industrializados y para aquellos segmentos de población con menor renta, ya que aprovecharían la reducción del coste de los servicios para incrementar su consumo, mejorando su bienestar personal.

En el caso español, sólo existen estimaciones del efecto rebote producido por las mejoras de eficiencia energética en los hogares para Cataluña. El efecto rebote directo en el caso del uso de electricidad en los hogares se estima que sería del 36%-49%,¹⁶ mientras el efecto rebote directo e indirecto estáticos podrían llegar al 56%-65%;¹⁷ tendría que considerarse la posibilidad de un efecto rebote mayor en un contexto dinámico y de mayor productividad energética a largo plazo, con la posibilidad de *backfire*.

Políticas de eficiencia, crecimiento económico y desmitificación del cambio tecnológico

A pesar de que el progreso tecnológico mediante la eficiencia energética puede contribuir a reducir el consumo de recursos naturales y las emisiones contaminantes y a luchar contra el cambio climático, resulta conveniente una mayor comprensión de las complejas relaciones existentes entre el desarrollo tecnológico, los sistemas socioeconómicos y las presiones medioambientales.

Por una parte, hay barreras a la introducción de las medidas que mejoran la eficiencia, a las que hay que hacer frente, pero adicionalmente, como se ha mostrado, determinadas tecnologías ahorradoras de recursos tienen potenciales efectos adversos, en particular a causa del efecto rebote. Este efecto rebote es raramente tenido en cuenta en los análisis oficiales sobre los ahorros energéticos potenciales de las mejoras de la eficiencia energética y en las decisiones políticas. Una excepción es la política del Reino Unido para mejorar el aislamiento térmico de los hogares,¹⁸ la cual incluye un 15% de reducción de los ahorros energéticos esperados de las medidas de aislamiento en los edificios para contabilizar el efecto rebote directo.

No considerar el efecto rebote hace que las políticas de mejora de eficiencia pierdan efectividad. Sería necesario, en la concepción e implementación de la política energética, que estas fueran acompañadas de medidas complementarias que evitaran el efecto rebote. Estas serían una mezcla de medidas de sensibilización, normativas específicas y medidas de fiscalidad ambiental orientadas a compensar la reducción de coste que supone la mejora de eficiencia. Dado que el efecto rebote indirecto en los hogares supone una propagación hacia el sistema productivo, también sería necesario actuar sobre sus consumos energéticos. Todas estas medidas irían destinadas a la regulación sobre los estilos de vida, un factor clave para la limitación del efecto rebote. Finalmente, cabría preguntarse si es posible, en este contexto, mantener un crecimiento económico ilimitado.

16. Freire-González, J. (2010): "Empirical evidence of direct rebound effect in Catalonia", *Energy Policy* 38.

17. Freire-González, J. (2011): "Methods to empirically estimate direct and indirect rebound effect of energy-saving technological changes in households", *Ecological Modelling* 223.

18. Ministerio de Medio Ambiente, Alimentación y Asuntos Rurales del Reino Unido (2007): "Consultation document: energy, cost and carbon savings for the draft EEC 2008 - 11 illustrative mix".

8.5 ¿SE PUEDE REGULAR EL CONSUMO? CONFLICTO DE DERECHOS

Como último elemento a destacar de los grupos de discusión, las diferentes sesiones mostraron cómo está de generalizada la crítica moral al consumismo, al derroche, al materialismo. Crítica que, además, se proyecta especialmente hacia los sectores populares. Dicho consenso refleja un relativo cinismo cuando los grupos son cuestionados en torno a los límites del modelo actual de consumo. Y es que apenas aparecen, paralelamente, ni margen ni criterios de racionalidad común desde los que sugerir algún tipo de límite a las “necesidades” que construye la sociedad de consumo.¹ Por tanto, la crítica se conforma con un consenso obvio, pero superficial, sin apenas consecuencias y mucho menos horizontes de transformación.

Este hecho nos hace tomar conciencia de la dificultad de construir discursos que tengan en cuenta los límites en la construcción social de necesidades, cuando el marco de la discusión son las pautas individuales de consumo. La sociedad de consumo puede aparecer fácilmente en el discurso como una trampa moral e individual, pero en este último plano queda neutralizado cualquier análisis que pretenda establecer marcos colectivos de gestión de dicha “trampa”.

La gestión social de la incompatibilidad entre unas necesidades crecientes y los límites biofísicos del planeta plantea rotundas preguntas, que tienden a ser evitadas en los espacios políticos y de investigación en torno al consumo sostenible. ¿Hasta qué punto es políticamente aceptable que alguien pueda ser sancionado por utilizar más energía o que su consumo sea estrictamente limitado? ¿Qué es más democrático, que cada persona consuma recursos en función de su capacidad de gasto y libertad individual, o que se establezcan umbrales colectivos que limiten las decisiones individuales, garantizando al mismo tiempo un reparto equitativo del impacto? ¿Quién y cómo se establece el umbral de lo que es necesario? ¿Es la situación suficientemente grave como para legitimar racionamientos preventivos?

La hegemónica teoría política liberal ha legitimado, en las democracias occidentales, la sanción o prohibición de determinados comportamientos individuales, mediante el llamado “Principio del Perjuicio”, de John Stuart Mill.² Según éste, cada individuo tiene derecho a actuar de acuerdo con su propia voluntad, en tanto que sus acciones no perjudiquen o dañen a otros/as.

El dilema de uso de recursos e impactos que plantea la crisis eco-social parece entrar de lleno en este principio,³ para evitar el daño a terceros (incluidas futuras generaciones). Sin embargo, muchos liberales cuestionan su ámbito de aplicación real. En esta línea, según algunos autores,⁴ muchas acciones ambientalmente dañinas son inofensivas en sí mismas, siendo la acumulación de muchas acciones inconexas lo que genera el daño social o a terceros. Por tanto, se debería trazar una línea a partir de la cual una acción comienza a ser (indirectamente) dañina y por tanto regulable. Trazar esa línea presenta, según dichos autores, el riesgo de arbitrariedad moral.

A pesar de los riesgos asociados a esta cuestión, enfrentarse a este dilema es fundamental, pues la inacción puede conformar situaciones —en términos de reparto de impactos, uso de recursos, etc.— que vulneren las libertades individuales y colectivas en el corto plazo y nuestra supervivencia en el largo. Minimizar esa arbitrariedad moral mediante la creación de procesos y marcos de consenso realmente democráticos parece un buen antídoto. A medida que la escasez de recursos se intensifique por la crisis ecológica, se harán más complicados dichos debates y procesos democráticos, previsiblemente, por la situación de urgencia, y las

1. En la propia sociología del consumo, la cuestión «normativa» sobre los límites de la construcción de necesidades sociales tampoco ha sido un objeto central de su análisis Sayer, A. (2003): “(De)commodification, consumer culture, and moral economy”, *Environment & Planning D: Society & Space*, 21(3).

2. John Stuart Mill (1859): “Sobre la libertad”.

3. Feinberg, J. (1984): “Harm to others. The Moral Limits of the Criminal Law” Vol. 1. Oxford. Oxford University Press

4. Schramme, T. (2011): “When consumers make environmentally unfriendly choices”, *Environmental Politics* 20(3).

respuestas serán, probablemente, más salomónicas y precipitadas. En la historia reciente contamos con ejemplos ilustrativos de este fenómeno, con la aplicación de políticas contra la escasez que hoy parecerían un atentado contra la soberanía individual. Durante la crisis del petróleo del 73, por ejemplo, en Alemania se prohibió circular los domingos, mientras que en Suecia se racionó la gasolina y el combustible de calefacción mediante cartillas. En EEUU se limitó la velocidad en las autopistas a 87 km/h y se diseñó un calendario de suministro para las gasolineras (los propietarios de vehículos con matrículas impares sólo podían repostar los días impares del mes, los que tenían una matrícula par lo podían hacer los días pares).

Pretender resolver dicho dilema desborda totalmente este trabajo. No obstante, creemos que cualquier reflexión en torno a la transformación del consumo y los estilos de vida no puede ignorar la cuestión de la regulación sobre los estilos de vida individuales y colectivos. Esperamos que los dos textos que presentamos a continuación contribuyan a establecer ciertas bases de análisis en este sentido.

8.5.1. LA CAJA NEGRA DE REGULAR CONSUMOS INDIVIDUALES



Amaranta Herrero y Mara Cabrejas. Amaranta Herrero es doctoranda en el Instituto de Ciencia y Tecnología Ambiental (UAB). Trabaja temas relacionados con conflictos ecológico-sociales, mujeres y naturaleza, y tecnociencia. Mara Cabrejas es profesora de Sociología en la Universidad de Valencia.

El cansancio y el desasosiego de los consumidores aparecen ante las llamadas al consumo consciente. En ocasiones, un hartazgo social se manifiesta como respuesta a las llamadas a un consumo individual que favorezca colateralmente unas economías más localizadas, solidarias o ecológicas. Esta *ecofatiga*¹ se refleja en el siguiente fragmento extraído de los grupos de discusión del estudio cualitativo (capítulo 5):

¿Conocéis prácticas como consumo responsable, os suenan todo este tipo de temas de consumo verde, consumo solidario, es decir, una forma de consumo que digamos no va por la vía tradicional de los centros comerciales?

— Yo lo he oído y conozco gente que ha comprado.

— ¿Lo de la bolsa verde?

— No, por ejemplo el chocolate que lo traen de la India.

— Ah, sí, para ayudar.

— Como el comercio justo y cosas de esas.

Sí, de ese tipo.

— A mi eso me agota, mirar los productos, lo malos que son todos los productos, pues ya no.

Esta disposición de rechazo tiene tonalidades perceptivas, emocionales y valorativas que se construyen a partir de una resistencia a reconocer y adquirir un cierto compromiso con algunas de las problemáticas de carácter político, social y ecológico implicadas en el fenómeno del consumo individual. La ecofatiga sería una consecuencia de oposición reactiva ante demandas de responsabilidad hacia problemáticas colectivas que exigen cambios en comportamientos de compra individual y en ciertos hábitos de vida. Constituye una respuesta “re-

1. Pol, E. et al (2001): “Supuestos de cambio de actitud y conducta usado en las campañas de publicidad y los programas de promoción ambiental. El modelo de las 4 esferas”, Estudios de Psicología 22(19).

bote” de un comportamiento situado en una dual y ambigua posición: la de ser a la vez víctima y cómplice de los innumerables daños y peligros socioecológicos colateralmente generados mediante el consumo.²

Esta actitud de desidia se manifiesta en el ámbito de las iniciativas *voluntarias* que mueven economías solidarias y prácticas de consumo de productos ecológicos y de comercio justo. Imaginemos qué pasaría si nos planteáramos, por ejemplo, un racionamiento *obligatorio* de emisiones de CO₂ per cápita cada año que introdujera unos imperativos de justicia distributiva.³ Se descontarían así, progresivamente, emisiones asignadas individualmente en función del estilo de vida y de sus impactos climáticos: por la dieta (consumo de productos fuera de temporada o la cantidad de carne consumida...), por la movilidad (uso del coche particular, viajes en avión...), etc. De entrada podemos intuir que, al igual que sucede ante muchas de las restricciones impuestas por la legislación y las decisiones político-institucionales, hoy por hoy esta posible propuesta está muy lejos de poder ser llevada ni siquiera al debate público y político en nuestro país. De hecho, aproximadamente el 50% de la población española encuestada en 2007 declaraba que no aceptaría recortes en el nivel de vida para proteger el medio ambiente.⁴ Incluso podríamos encontrar sectores sociales con aspiraciones declaradamente ambientalistas que previsiblemente también se situarían en contra de este tipo de medidas coercitivas por considerar que la sostenibilidad va ligada necesariamente a la participación ciudadana en la toma de decisiones. Pero frente al temible escenario de acelerado avance de la crisis socioecológica global en la que nos encontramos, y ante el inequitativo consumo y la creciente escasez de muchos recursos y servicios ambientales básicos, la continuidad de estas tendencias sin contemplar con urgencia estas impopulares restricciones al consumo individual se puede convertir en una ceguera institucionalizada que acarrea enormes consecuencias.

Las regulaciones político-jurídicas de los consumos individuales son mecanismos que pueden forzar cambios eficaces en los hábitos y patrones de consumo social y ecológicamente menos sostenibles, y además pueden ser complementadas con otro tipo de políticas de carácter más voluntario y participativo. Estos imperativos institucionales pueden realizarse mediante normativas homogeneizantes que desatiendan la estructura de desigualdad implicada en el consumo de los bienes ambientales a regular, o, por el contrario, pueden hacer claras distinciones y ejercer presiones diferenciales en función de las desiguales degradaciones ambientales implicadas en los consumos y estilos de vida. La opción de la regulación pública y la mayor penalización de los consumos ecológicamente más agresivos comportarían unas mayores dosis de justicia ambiental y democrática. Además, si no se avanza en la puesta en marcha de mecanismos con exigencias de justicia distributiva en el reparto de responsabilidades ambientales, estaríamos abocados a escenarios donde la inequitativa dilapidación medioambiental y la creciente escasez provocada y acelerada por los estilos de vida más derrochadores se gestionaría por la vía de ajustes de precio de mercado, con el encarecimiento de los productos más escasos que a su vez pueden ser los más básicos y fundamentales para el bienestar. Esto alimentaría una nueva espiral de desigualdades y privilegios, al perjudicar el acceso a los recursos ambientales de los sectores y grupos sociales con menos ingresos económicos, que generalmente no son los más despilfarradores.⁵

2. Wilk lo denomina *el ciclo de pecado y culpa* (Wilk, R. (2001): “Consuming morality”, *Journal of consumer culture* 1 (2)), que subjetivamente alimenta el ritmo básico de la cultura del consumo de los miembros de la minoritaria clase sobreconsumidora a nivel mundial (Durning, A. T. (1994): “¿Cuánto es bastante? La sociedad de consumo y el futuro de la Tierra”, Apóstrofe).

3. Para saber más sobre propuestas de asignaciones personales de carbono ver el capítulo 6.2 de este Informe y artículos como Hillman, M. y Fawcett, T. (2004): “How we can save the planet”, Penguin Books; Howell, R. (2009): “Personal carbon allowances policy”. UK Energy Research Centre - Demand Reduction Theme, final report. Environmental Change Institute, Oxford University Centre for the Environment; Monbiot G. (2006): “Heat. How to stop the planet burning”, Penguin Press.

4. Valencia, A. et al (2010): “Ciudadanía y conciencia medioambiental en España”. Opiniones y Actitudes 67, Centro de Investigaciones Sociológicas.

5. Assadourian, E. (2010): “The rise and fall of consumer cultures” en Worldwatch Institute: “The State of the World 2004: The consumer society”.

Por tanto, resulta pertinente el interrogarse sobre los elementos que podrían condicionar la aceptación social de estas restricciones jurídico-institucionales, para poder favorecer conjuntamente las exigencias de la sostenibilidad y los imperativos éticos de la equidad y la justicia. Su consideración como prioridad colectiva debe abrirse hueco en los debates públicos y políticos-institucionales. En este texto se indagan algunas de las implicaciones generales de esta compleja problemática tan poco popularizada, y se exponen algunas de las principales propiedades del sistema de interacción creado entre los contextos de restricción al consumo individual y el consumo sostenible.

La “caja negra” de las restricciones en los consumos individuales

Toda sociedad organizada bajo premisas liberales de comportamiento individual y supeditada a las exigencias de la economía de mercado permite el consumo privado de bienes y servicios. El cuestionamiento del mismo mediante regulaciones restrictivas y con implicaciones en el sistema productivo se suele percibir casi como una práctica antiliberal que amenaza derechos no cuestionables.⁶ En la literatura académica no abundan los estudios que vean como un problema los límites reguladores y las prohibiciones impuestas a determinadas formas de consumo,⁷ y todavía menos que aporten datos empíricos. Este desinterés es en parte debido al supuesto ampliamente difundido sobre la soberanía del consumidor: la idea de que las personas tienen derecho a utilizar su dinero como mejor les plazca siempre que no violen ninguna ley. Este principio normativo ha propiciado que históricamente las elecciones de los consumidores hayan sido conceptualizadas como incuestionables “cajas negras”,⁸ o como intocables.⁹ Como consecuencia del éxito de esta creencia, las estrategias políticas habituales, que tienen como objetivo el cambio de determinados hábitos del consumo para favorecer directa o indirectamente la reducción del daño socioambiental, se han caracterizado por dar grandes rodeos persuasivos que no cuestionen la producción de los productos ni la libre decisión de compra del consumidor. Esto se refleja en las políticas para proveer de información (campañas educativas y de sensibilización, etiquetado, marketing), dar incentivos para un consumo más sostenible (planes Renove, uso de tecnologías más eficientes, etc.), o ejercer una leve presión fiscal penalizadora (precios más altos para el mayor consumo de recursos como el agua o la energía). Los resultados de estas actuaciones a menudo resultan muy variables y erráticos; en unos casos funcionan en ciertas circunstancias y han abierto cierta sensibilidad y debate público, pero en general su eficacia es muy limitada. Su comprensión en detalle obliga a contextualizarlas en las particulares condiciones donde inciden. Sin embargo, el poder afrontar con imperativos político-legales la necesidad de cambiar de hábitos de consumo y con ello reducir colectivamente el (sobre)consumo privado es un aspecto central para tener más oportunidades de actuar en favor de la sostenibilidad con ciertas dosis de eficacia. Esto es especialmente relevante y prioritario en los consumos que realizan las sociedades más desarrolladas —y especialmente determinados sectores dentro de éstas—, cuyos estilos de vida despilfarradores de recursos y servicios ambientales frágiles y escasos son los principales responsables de la intensiva y creciente degradación ambiental del conjunto del planeta¹⁰ y de la situación actual de sobrepasamiento de los límites sostenibles.¹¹

6. Schramme, T. (2011): “When consumers make environmentally unfriendly choices”, *Environmental Politics* 20:3.

7. Se pueden encontrar análisis de algunos aspectos de las restricciones al consumo individual en Wilk, R. (2002): “Consumption, human needs, and global environmental change”, *Global Environmental Change* 12 (1); Schramme, T. (2011), op. cit.; Schwartz, D.T. (2010): “Consuming choices: ethics in a global consumer age”, Rowman & Littlefield.

8. Princen, T. et al (2002): “Confronting consumption”, MIT Press.

9. Schramme, T. (2011), op. cit.

10. Assadourian, E. (2010), op. cit. Para saber más sobre los impactos de las prácticas de consumo individual sobre el cambio climático se puede ver Myers, N. y Kent, J. (2003): “New consumers: the influence of affluence on the environment”, *Proceedings of the National Academy of Sciences* 100 (8)..

11. García, E. (2006): “El cambio social más allá de los límites al crecimiento: un nuevo referente para el realismo en la sociología ecológica”, *Aposta - Revista de ciencias sociales* 27.

Recientemente hemos sido testigos de variadas iniciativas de regulación por parte del gobierno español que, aunque no tenían una motivación ecológica declarada, sí comportaban en algunos casos consecuencias socioambientales. Algunos ejemplos de esto son la prohibición de fumar en los espacios cerrados¹², la reducción de la velocidad límite en las carreteras españolas a 110 km/h¹³ o la prohibición de máquinas expendedoras de alimentos con un alto contenido en ácidos grasos saturados, ácidos grasos trans, sal y azúcares en los recintos interiores de los colegios.¹⁴ Estas diferentes modalidades de restricción de la libertad personal en el consumo de tabaco, la movilidad y la alimentación se han percibido socialmente de forma muy diversa. La ley anti-tabaco, a pesar de sus potenciales beneficios en salud y gasto público, inicialmente generó numerosas críticas sobre las condiciones de su ejecución y sobre las limitaciones que imponía a la libertad individual del fumador. Pero finalmente, con el paso de los meses, ha tenido una creciente aceptación social.¹⁵ En contraste, hubo un amplio rechazo social contra la ley de tráfico que limitó la velocidad máxima de los vehículos. Un mes después de haberla ejecutado, esta ley era rechazada por el 69% de los ciudadanos encuestados;¹⁶ a pesar del ahorro económico que implicaba para el gasto público y para el bolsillo del conductor individual debido a la mayor eficiencia energética conseguida en el consumo de carburantes, y a pesar de la consecuente reducción de emisiones contaminantes a la atmósfera y de la bajada en la siniestralidad del tráfico en las carreteras, la ley fue derogada por el gobierno a los cuatro meses de haber sido aprobada. Por lo que respecta a la Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición, ésta ha pasado socialmente desapercibida y en este caso apenas se generó debate público y oposición social.

Los ejemplos mencionados aluden a problemáticas y contextos muy diferentes, por lo que resulta problemático hacer comparaciones y sacar conclusiones generales. Sin embargo, sirven para ilustrar algunas de las singularidades implicadas en la configuración de estos conflictos socioambientales desde los que se construyen las variadas respuestas de rechazo o aceptación social a las medidas de restricción y en los que se expresan la multiplicidad de factores intervinientes.

Disposiciones socioambientales: algunos elementos para el análisis

La inmersión en el mundo del fenómeno de las restricciones político-legales a la libertad del consumidor ha de incorporar el análisis de las condiciones estructurales que interactúan favoreciendo o dificultando la aceptación social y la puesta en práctica de estas políticas con beneficios socioambientales. Algunas de las dimensiones significativas que intervienen en este sentido se refieren a aspectos tan dispares como: el tipo de restricción y la presencia en el debate público; el grado de información pública sobre la problemática afectada, su valoración; su presencia en los medios de comunicación y en el debate político institucionalizado; la fuerza política y la visibilidad de los partidos verdes; la incidencia presente o futura de las consecuencias socioambientales implicadas; la proximidad o lejanía con que se percibe la problemática; los ámbitos de la vida cotidiana afectados y las interacciones sociales implicadas; los tipos de comportamientos y las consecuencias socioambientales que se pretenden modificar; la historia de su adquisición y el grado de ritualismo y hábito; la amplitud del daño y peligro atribuido; la percepción y apreciación socialmente construida sobre la problemática y su relación con otros sistemas de motivaciones e intereses con amplia adhesión social; la ideología cristalizada y las explicaciones hegemónicas; la constitución particular del conflicto socioambiental, sus actores, alianzas, recursos y estrategias, y sus correlaciones de fuerza, etc. Es decir, se da una gran variabilidad de elementos que pueden favorecer la aceptabilidad de las restricciones a los consumos individuales.

12. Ley 42/2010, BOE 318(1):109188.

13. Real Decreto 303/2011, BOE 55(1):25249

14. Ley 17/2011, BOE 160(1):71283.

15. El 64% de los españoles de 18 a 75 años afirmaba estar de acuerdo con la nueva ley del tabaco a los tres meses de haberse implantado. En Organización de Consumidores y Usuarios (2011): "La nueva ley del tabaco. Encuesta a la población española de 18 a 75 años".

16. Garea, F. (2011): "Rechazo a bajar el límite de velocidad". El País, 6 de marzo de 2011.

El obstáculo de la disociación perceptiva entre valores y prácticas

En el ámbito de las percepciones sobre el medio ambiente, numerosos estudios señalan desde hace décadas la existencia de un amplio y estable consenso social entre la población que afirma estar a favor de la defensa de la protección ambiental incluso por encima de las prioridades del desarrollo y el crecimiento económico.¹⁷ Pero, contradictoriamente, este consenso valorativo se desvanece cuando se trata de adoptar voluntariamente restricciones en determinados consumos individuales ambientalmente nocivos: la opinión a favor de la preservación ambiental se acompaña a la vez de unas actitudes y comportamientos muy distantes y disociados de la misma. Cuando las problemáticas sobre el medio ambiente se comparan con otras —como pueden ser el terrorismo, el desempleo, la vivienda, etc.— la percepción favorable al medio ambiente pasa a un plano marginal.¹⁸ En 2007, sólo el 3,7% de la población encuestada consideraba el deterioro del medio ambiente como uno de los tres principales problemas de la sociedad española.¹⁹ Es decir, una gran mayoría de la población dice estar a favor del medio ambiente en general y en abstracto, expresando también una preocupación de tinte moral, pero cuando los valores socioambientales se concretan en actuaciones políticas determinadas, éstos tienden a quedar subordinados o excluidos por entrar en antagonismo práctico con otras aspiraciones y bienes sociales de mayor calado social, que se adoptan como prioridad.

Además, otros factores contextuales fortalecen esta disociación interna en las personas, como pueden ser la falta de coherencia y responsabilidad de las mismas instituciones públicas que hacen proclamaciones retóricas en defensa de la falsa “compatibilidad” entre el desarrollo y el medio ambiente, o la percepción generalizada de la inutilidad de una acción aislada individual.

La importancia de los hábitos proambientales

Las relaciones entre las actitudes y valores de los sujetos sociales y los contextos en los que están insertos no son lineales ni están determinadas. Un cambio en los juicios valorativos y los fines buscados puede comportar cambios en las prácticas cotidianas, pero también unos cambios en el comportamiento, voluntarios o impuestos, pueden implicar cambios en la escala de valoraciones y aspiraciones de los individuos, grupos e instituciones. Dado que la práctica social del consumo individual es un efecto instituido a partir de los hábitos, es decir, de las disposiciones y experiencias vividas en los diferentes campos sociales de relación, que a su vez tienen capacidad estructurante, resulta relevante poder centrarse en las acciones prácticas como catalizadoras del cambio social y como cuestionadoras del sentido instituido.²⁰

El consumo es un escenario cultural y social de generación de orden y conflicto en doble dirección, de las significaciones a las prácticas y viceversa. La posible edificación de hábitos más ecológicos mediante mecanismos coercitivos y racionalizados resulta fundamental en el ámbito del consumo, en donde las conductas muy ritualizadas constituyen a menudo los criterios prácticos de compra. El cambiar de conducta habitual puede ser más efectivo en lo práctico y puede tener un poder más reestructurante en la producción de sentido ambiental que el intentar cambiar primero las valoraciones y prioridades. Los comportamientos instituidos mediante regulaciones obligatorias pueden abrirse a un mundo de significación

17. Elliott, E. et al (1995): “Exploring variation in public support for environmental protection”, *Social Science Quarterly* 76 ; Dobré, M. (1995): “L’opinion publique et l’environnement”, Institut Français de l’Environnement ; Almenar, R. et al (2000): “Desarrollo Sostenible. El caso valenciano”, Universidad de Valencia; Valencia, A. et al (2010), op. cit.

18. García, E. (2004): “Medio ambiente y sociedad”, Alianza; Valencia, A. et al (2010), op. cit.

19. Valencia, A. et al (2010), op. cit.

20. Para una explicación detallada del concepto de *hábitus* ver Bourdieu, P. (1991): “El sentido práctico”, Taurus.

que se reescribe con nuevas rutinas y significados en los individuos y grupos. Y viceversa, los hábitos, valores y entornos sociales creados a partir de las propuestas más educativas, comunicativas y voluntarias, pero que apelan a la práctica, ayudan a crear el caldo de aceptación y demanda social de las medidas y legislaciones estructurales necesarias.

Los *hábitus proambientales* harían alusión a la encarnación de un sistema de orden y racionalidad proambiental capaces de reconstruir disposiciones individuales en el terreno de los comportamientos, percepciones, valoraciones y condiciones materiales relevantes (percibidas como gustos y estilo de vida). Una eficacia específica de las prácticas resistentes y subversivas contra la homogeneidad y el normalizado consenso productivista del desarrollo y en favor de la responsabilidad ecológica consistiría en poder extender los hábitos proambientales con un esfuerzo de racionalización que puede ser el fruto de restricciones legales e institucionales. Éstas pueden servir de herramientas para la toma de conciencia sobre las categorías de percepción, apreciación, morales y emocionales presentes en los hábitos antiambientales, para con ello contribuir a reorientar las prácticas individuales y colectivas. Además, añadirían nuevas legitimidades ambientalistas que a su vez podrían favorecer una mayor aceptabilidad social hacia los hábitos proambientales ya construidos e incorporados por algunos sectores de la sociedad.

Recapitulando...

Las restricciones al consumo individual se mantienen como cajas negras, escasamente sometidas al análisis y escrutinio público. Resultan prácticamente intocables al irrumpir dentro del terreno de las libertades individuales otorgadas al comportamiento del consumidor. En el actual contexto de intensificación de las crisis socioecológicas a consecuencia del éxito del desarrollo y de sus formas de producción y consumo, se pone en entredicho la misma posibilidad de mantener las condiciones biofísicas necesarias para la supervivencia social y ecológica, y se pone también en juego el aumento de las divisiones sociales a causa de la desigual apropiación de los recursos naturales y la desigual distribución de los “males” ambientales. El necesario proceso de reestructuración socioecológica de nuestras sociedades implica consideraciones y opciones éticas y políticas de gran calado de las que las regulaciones limitativas constituyen solo una parte. Estas restricciones en los consumos solo parecen ser alcanzables si se ven como una tarea colectiva que necesita ser urgentemente organizada por medios políticos e institucionales. Sin embargo, hoy por hoy no parece que se conviertan en una prioridad política a corto plazo.

8.5.2. NO HAY SOSTENIBILIDAD SIN AUTOCONTENCIÓN



Jorge Riechmann. Poeta, ensayista y profesor titular de filosofía moral en Madrid (UAM). Algunos de sus poemarios son *Futuralgia* (Calambur, 2011), *El común de los mortales* (Tusquets, 2011) y *Poemas lisiados* (La Oveja Roja, 2011). Es autor de una treintena de ensayos sobre cuestiones de ecología política y pensamiento ecológico. Su blog: tratarde.wordpress.com

1

España, principios del siglo XXI. Por una parte, esquilados los caladeros de nuestras aguas territoriales, nuestra flota pesquera —cuya actuación, en general, no se caracteriza precisamente por respetar criterios de sostenibilidad— faena en mares cada vez más lejanos, llegando al extremo de incorporar guardas armados y armamento pesado —fusiles de asalto, ametralladoras Browning calibre 12’70— para proteger nuestra extracción de alimento frente a los llamados “piratas” somalíes, en las remotas aguas del Índico.¹ Por otra parte, estudios científicos del Instituto Español de Oceanografía —ocultados durante años por el Ministerio de Medio Ambiente— revelan niveles de toxicidad en el pescado muy superior a la permitida: el 63% de las muestras de marrajo y el 54% de las de pez espada superaban el nivel máximo permitido de mercurio; de éste último, el 79% superaba el límite de cadmio...²

Armas pesadas para apoyar nuestro deseo de consumir sin límite productos de mares sobreexplotados, y metales pesados, resultantes de nuestro modo de producción y consumo, contrariando ese mismo deseo. Apenas cabe imaginar una ilustración mejor del trágico embrollo que supone tratar de proseguir las pautas BAU —Business As Usual— en un “mundo lleno”: un mundo donde el choque de las sociedades industriales —que sin exageración debemos llamar sobredesarrolladas— contra los límites biofísicos del planeta determina, cada vez más, el rumbo de la historia.³

2

Un principio ético-político elemental es que la libertad individual encuentra sus límites en la libertad de los demás y en los daños a terceros. Pero la acción humana, mediada por el poder titánico de la tecnociencia, se proyecta cada vez más lejos en el tiempo y en el espacio.⁴ Los daños a terceros tienden a generalizarse bajo un sistema de producción y consumo donde las “externalidades” se vuelven omnipresentes, donde la huella ecológica conjunta de la humanidad supera la biocapacidad del planeta entero, donde la rapacidad del poder financiero se organiza en “mercados de futuros” donde se especula con los bienes más básicos de todos, como son los alimentos... Entre los “terceros” que debería tomar en consideración cualquier sociedad decente se encuentran no sólo “prójimos distantes” como los seres humanos del futuro, sino también los animales no humanos y los ecosistemas de cuyo buen funcionamiento dependemos todos los seres vivos.⁵ Por eso, incluso desde supuestos de filosofía política liberal convencional debe reconocerse que en un “mundo lleno” conductas que antes podían tener poco o nulo significado ético-político (comer pescado o carne, desplazarnos en automóvil, usar aire acondicionado, etc....) se convierten en fuentes de daño para terceros, y consecuentemente deben ser objeto de deliberación democrática, y luego de una regulación normativa. La idea de huella ecológica, sin ir más lejos, permite ir más allá de relaciones mo-

1. González, M.: “Chacón pide que los atuneros embarquen ametralladoras pesadas”. El País, 4 de julio de 2011.

2. Méndez, R.: “El gobierno ocultó siete años un estudio de los tóxicos en el pescado”. El País, 1 de julio de 2011.

3. Sobre este choque y la noción de “mundo lleno” véase Riechmann, J. (2006): “Vivir en un mundo lleno”, capítulo 1 de “Biomímesis”, Los Libros de la Catarata.

4. He desarrollado esta idea en varios capítulos de “Un mundo vulnerable”, Los Libros de la Catarata 2005.

5. Argumentado en Riechmann, J. (2005): “Todos los animales somos hermanos”, Los Libros de la Catarata.

rales tipo “buen samaritano” hacia relaciones vinculantes de ciudadanía: porque existen vínculos reales (entre el contaminador y el contaminado, por ejemplo) y acciones en el pasado (cuyas consecuencias se proyectan en el futuro) que dan lugar a una comunidad de obligación.⁶

Una sociedad decente,⁷ por ejemplo, no permitiría un modelo de movilidad basado en el automóvil privado. Por la argumentación esbozada en las líneas anteriores queda claro, supongo, que los poderes públicos democráticos podrían y deberían intervenir limitando la libertad de poseer automóviles: los daños a terceros son demasiado grandes (comenzando por los daños causados por el desequilibrio climático del planeta).⁸ La autorregulación colectiva de los consumos —sobre todo en los países sobredesarrollados— es un imperativo moral en la era del “mundo lleno”.⁹

3

Pero enseguida surge otra pregunta: si admitimos que incluso en un orden liberal-democrático están justificadas esa clase de intervenciones que limitan la libertad individual de consumo, ¿hasta qué punto resultan viables, dada la actual correlación de fuerzas? Esto ya es harina de otro costal... y de un costal, por desgracia, muy sombrío. Bajo el capitalismo, es el capital el que impone su ciega dinámica de reproducción ampliada al conjunto de la sociedad. La “soberanía del consumidor” resulta, en alto grado, una construcción ideológica: consumidores y consumidoras se ven forzados a elegir entre lo que ofrece el sistema productivo, y éste no se organiza para satisfacer las necesidades humanas —priorizando las necesidades básicas—, sino que se ve decisivamente troquelado por la búsqueda de beneficios individuales.

“¿Cuánto es suficiente?” es una pregunta que no tiene sentido dentro del capitalismo (porque el dinamismo ciego de la acumulación de capital no puede detenerse sin el derrumbamiento del sistema). No hay sostenibilidad sin autocontención;¹⁰ y me temo que no hay posibilidad de autocontención colectiva dentro del capitalismo. Tal y como señalan Santiago Alba Rico y Carlos Fernández Liria desde la interesantísima reflexión antropológica que proponen:

“Una de las necesidades más imperiosas del sistema capitalista es la de reproducirse siempre en escala ampliada. Por eso es por lo que nuestras clases políticas viven siempre obsesionadas con el crecimiento, vigilando si la economía crece o no lo suficiente. A este respecto, Immanuel Wallerstein, tras acabar su inolvidable estudio sobre el capitalismo histórico, acababa diciendo que, visto en su conjunto, se trata de un sistema ‘patentemente absurdo’, pues ‘se produce capital para producir más capital’. Lo de menos es si por el camino se satisfacen necesidades humanas o sociales. El capitalismo necesita producir capital para acumular y producir aún más capital. ‘Los capitalistas’, decía Wallerstein, ‘son como ratones en una rueda, que corren cada vez más deprisa a fin de correr aún más deprisa’.”¹¹

El viejo Epicuro ya sugirió hace veinticuatro siglos que “nada resulta suficiente para quien lo suficiente es poco”.¹² Los marxistas —con conciencia de especie— John Bellamy Foster y Fred Magdoff insisten atinada-

6. Véase Dobson, A.: “Ciudadanía ecológica”, en Isegoría n. 32, junio de 2005. Más desarrollado por el mismo autor en su libro “Citizenship and the Environment”, Oxford University Press 2004.

7. Sobre esta noción ver Margalit, A. (1997): “La sociedad decente”, Paidós.

8. Véase Tanuro, D. (2011): “El imposible capitalismo verde”, La Oveja Roja.

9. Véase Sempere, J. (2009): “¿Es posible la autorregulación de las necesidades?”, capítulo 6 de “Mejor con menos. Necesidades, explosión consumista y crisis ecológica”, Crítica.

10. He insistido sobre ello en mi “pentalogía de la autocontención”, cuyo último volumen publicado es “La habitación de Pascal”, Los Libros de la Catarata 2009.

11. Alba Rico, S. y Fernández Liria, C. (2010): “El naufragio del hombre”, Hiru.

12. Sugiero una lectura ecológica de Epicuro en Riechmann, J.: “Hacia un ecologismo epicúreo”, capítulo 14 de “Biomímesis”, op. cit.

mente en que un sistema socioeconómico global organizado en base a “lo suficiente es poco” está destinado a destruir finalmente todo lo que lo rodea, incluido a sí mismo. El capitalismo se autodestruye —lo cual no es ninguna buena noticia, si tenemos presente que en el proceso se lleva el mundo entero por delante.

4

La parte absolutamente sensata del decrecentismo estriba en la disidencia de la huida hacia adelante. Una economía que crece al 3% —lo que nuestros productivistas consideran el mínimo deseable para que el sistema funcione medio bien— ¡se dobla en 23 años, y en apenas 78 años se multiplica por diez! El desarrollo capitalista es una revuelta contra el principio de realidad.

Ahora bien, la reflexión de los autores franceses de la *décroissance* se centra en el consumo (a menudo con una perspectiva individual). Veamos una definición típica: “El decrecimiento es una gestión individual y colectiva basada en la reducción del consumo total de materias primas, energías y espacios naturales gracias a una disminución de la avaricia consumista, que nos hace querer comprar todo lo que vemos”. Pero ¡consumo y producción van de la mano! Productivismo-y-consumismo: producir más para consumir más para producir más para... Mas la rueda que mueve la máquina infernal está oculta detrás del vistoso primer plano: ya lo hemos dicho, se trata de la acumulación de capital.

Nos oponemos, claro está, al productivismo/consumismo: mas no puede obviarse la dimensión de los *cambios estructurales* que son necesarios. Dicho de forma un poco provocadora: no solamente necesitamos fomentar organizadamente el consumo responsable, sino también la socialización responsable de los medios de producción (de una parte esencial de los mismos, comenzando por los bancos y las compañías energéticas).

En resumen, la posible trampa en el decrecimiento es el simple *consumerism*: hemos de ser conscientes de ella y estar atentos para desactivarla.

5

Una cabaña, junto a un luminoso mar azul, con bandejas de fruta bajo las palmeras y la compañía de amigos/as con quienes perder sabrosamente el tiempo juntos... Alucina constatar en la publicidad de los *resorts* turísticos más exclusivos cómo el ideal de ocio que ofrece el capitalismo no es otra cosa que la vida sencilla de los pueblos precapitalistas, destruida vesánicamente en el mundo entero sólo para ser ofrecida más tarde —en su forma privatizada y mercantilizada, claro está— a las elites de millonarios que pueden permitirse ese lujo supremo. De forma genérica, y estirando un poco las cosas, cabría decir que la economía capitalista no crea riqueza: crea escasez, una escasez de orden superior.

Mercantilización nihilista en lo económico, individualización anómica en lo social: ésta es la propuesta del sistema. ¿Organizamos una expedición conjunta fuera de la trampa donde estamos encerrados?

09

Epílogo

9.1 DE LAS BRECHAS DE REALIDAD A LAS BRECHAS PARA TRANSFORMAR

La investigación estratégicamente orientada, como es el caso de ésta, busca ayudar a cambiar una realidad. Conocer sus “brechas”, es decir, los desajustes que parten como obstáculo y síntoma de las problemáticas, parece un paso inicial fundamental, y es, creemos, una de las contribuciones de este Informe. También es fundamental señalar las ideas clave o planteamientos fértiles que creemos ayudarán a enfocar los comportamientos políticos, colectivos e individuales que quieran trabajar en la línea de encontrar formas de consumo compatibles con la sostenibilidad real, en todos los sentidos de la palabra: económico, social y ecológico. Este epílogo resume estas aportaciones del trabajo realizado.

1. BRECHAS DE REALIDAD

1ª brecha. La crisis como oportunidad de transformación: pocos síntomas

Cada vez es más un lugar común la identificación entre crisis y oportunidad de transformación. Sin embargo, en este proyecto hemos elaborado un estudio cualitativo basado en un análisis de grupos de discusión y hemos observado que, paradójicamente, **aunque la crisis económica tiende a ser entendida como síntoma de un modelo insostenible, que sobrepasó sus límites... no termina de configurarse mínimamente como una oportunidad o una señal de que se necesite transformar el modelo, y el consumo dentro de él, de cara a afrontar problemas estructurales.** En los discursos predominantes en los grupos no aparece casi ningún elemento de racionalidad común sobre cómo gestionar la existencia de límites o la insostenibilidad del modelo. Es más, se observa que entre sectores diversos de la población circula un discurso según el cual las propuestas, campañas de concienciación, políticas concretas... relacionadas con la transformación de hábitos de consumo se enmarcan dentro de la presión institucional o del marco de la persuasión comercial, generando cierta actitud defensiva. En general los y las participantes en los grupos de discusión no perciben urgencia; no perciben afectación directa sobre nuestras vidas y por tanto tomar opciones alternativas de consumo queda en un plano de dilema moral individual; no perciben límites biofísicos; no perciben posibilidades de cambio, no se imaginan otros mundos; no perciben responsabilidad propia ni tampoco empoderamiento colectivo e individual para buscar transformaciones; etc. Resultados que vienen a confirmar y complementar algunos estudios demoscópicos previos, en los que se observaba la paradoja de que por un lado el valor medioambiental está presente nominalmente en nuestra sociedad pero luego la disponibilidad a afectar nuestro nivel de vida o nuestras rentas en pro del medioambiente es muy escasa. Ésta sería la primera brecha que hemos detectado: **el diferencial entre presencia y deseabilidad social de la protección del medio ambiente y la incorporación real de prácticas y criterios proambientales significativos en nuestras decisiones de compra/uso (o voto) y de construcción de estilos de vida.**

Ante este panorama no especialmente halagüeño nos surge una pregunta: ¿desde qué legitimidades sociales, valores comunes, espacios de decisión... se puede desarrollar esa racionalidad común sobre cómo gestionar de manera efectiva los cambios profundos que la crisis ecosocial requiere?

En el estudio hemos llevado a cabo también una construcción participativa de escenarios de futuro entre expertos y actores relevantes en el campo de nuevos modelos de consumo que arroja algún resultado que entronca de lleno con este interrogante. Y es que los participantes eligieron, entre varias decenas de elementos clave, la regeneración democrática de nuestras sociedades en un sentido amplio (debates sociales, empoderamiento social, regeneración institucional, revitalización del sistema político...) como uno de los dos más importantes para que surja un cambio masivo y significativo de las pautas de consumo. Esos actores relevantes entienden, pues, que hace falta un espacio de legitimidad revitalizado y nuevo desde donde rehacer los discursos sociales ante las transformaciones estructurales, para que éstas sean factibles. En esta línea, un mes escaso después de la realización de los talleres asistimos a la aparición del movimiento

15M, cuyo eje vertebrador es la regeneración democrática. Todavía estamos intentando entender la trascendencia sociohistórica de dicho fenómeno, pero no podemos evitar establecer vínculos.

2ª brecha. Del dicho al hecho: de las declaraciones a las políticas/actos

Adentrarse en el contexto de la investigación estratégica para la transformación del consumo y los estilos de vida en el marco del Cambio Global es aceptar primeramente otro desajuste de la realidad. En este caso sería **la creciente presencia del discurso de consumo y estilos de vida sostenibles en las declaraciones políticas, incluso en los textos inspiradores de las estrategias gubernamentales en medioambiente, y la realidad de las políticas existentes y sus efectos cuantitativos**. En 2005, una extensa red de investigadores internacionales de primera fila en el campo del consumo y los estilos de vida sostenibles, y activos en los programas nacionales e internacionales de referencia, remarcaron dicho desajuste: “Mientras que ha habido elogiosas proclamaciones en los últimos tres años, las iniciativas reales para cultivar modos más sostenibles de consumo no se han materializado y hay indicios de que un vacío de implementación se está haciendo manifiesto”.¹

Un hecho que hemos confirmado para el contexto español, especialmente al adentrarnos en el diagnóstico de la fiscalidad y otro tipo de políticas de incentivo económico (tarifas, subvenciones...) sobre el consumo y en el diagnóstico de las normativas que conforman el marco de las políticas educativas y culturales. En el primer caso hemos comprobado el total subdesarrollo de la fiscalidad ambiental sobre el consumo en España, así como la escasa dimensión ambiental de otras políticas de incentivos económicos sobre el consumo. Digamos que a través de los impuestos, tasas, cánones o tarifas que pagamos no recibimos incentivos para comportarnos de manera más sostenible, e incluso en algunos casos es más bien al contrario. En el segundo caso hemos observado un marco normativo en torno al consumo sostenible que no abarca todo el potencial de las políticas educativas y culturales, tiene carencias en la calidad de la formulación de dichas políticas y en conjunto no es coherente consigo mismo (por ejemplo, pretende inculcar comportamientos que la propia administración no incorpora plenamente). Está planteado de manera segmentada, sin la transversalidad necesaria para un hecho tan integral como el cambio de patrones de consumo -que implica inevitablemente nuevos estilos de vida-; se inspira en, y por tanto promueve, visiones de los cambios en el consumo excesivamente superficiales y poco transformadoras.

No es difícil imaginar el porqué de este diferencial, y es que **modificar las pautas de consumo de manera significativa es afectar de lleno a la línea de flotación de nuestro modelo cultural, social, económico y político**. Ello nos retrotrae de nuevo a la conclusión del primer apartado de este epílogo: hace falta construir legitimidades y espacios de debate y toma de decisiones desde donde cimentar dicha transformación.

3ª brecha. Del discurso experto al discurso ciudadano

Una vez realizado el estudio cualitativo sobre la población general observamos que los discursos más sensibilizados y proactivos en materia de sostenibilidad habían quedado especialmente infrarepresentados. En parte fue atribuido a características metodológicas de la estructura de las discusiones, muy centradas en la crisis económica, pero en parte es un reflejo de su presencia social real. Se intentó crear una segunda ronda de grupos de discusión cuya temática y contactación² garantizara una mayor presencia de pobla-

1. Extracto de la Declaración de Oslo. www.oslodeclaration.org.

2. Es la técnica que se usa para traer personas “seltas” al debate garantizando el no sesgo y la representatividad del grupo, y por tanto también la solidez de sus resultados.

ción sensibilizada, pero tuvo que ser suspendida en el último momento por razones ajenas al proyecto. En la construcción de escenarios de futuro quisimos dar espacio a actores activos/expertos ligados a los discursos sensibles y activos, y hemos podido confirmar el tercer desajuste (esperado, por otra parte), **en la brecha entre lo que podríamos llamar el discurso y la percepción popular y la de los expertos o actores activos en este campo**. La distancia es especialmente relevante en el caso del papel otorgado a la tecnología en la posible solución, en el de la percepción de urgencia e impacto real y cercano sobre nuestras vidas de la crisis ecológica, y en el de la conciencia de límites biofísicos que se relacionan con nuestra supervivencia.

2. EL PAPEL DEL CAMBIO EN CONSUMO EN LA TRANSFORMACIÓN DEL MODELO

Si nos preguntamos qué papel se otorga convencionalmente a los cambios en consumo en el panorama del cambio global, encontramos que tanto los discursos o declaraciones como las políticas concretas parten de manera implícita o explícita de una narrativa en la que el mercado (la oferta) libre y eficiente, siguiendo la senda dibujada por una demanda (consumidores) cada vez más concienciada, informada, racional y acaudalada, promueve una economía sostenible basándose sobre todo en sustituciones tecnológicas. Dicha demanda evoluciona de manera masiva y determinada en la dirección “adecuada” basándose en la sensibilización, información y aumento del poder adquisitivo (condición necesaria). Los cambios profundos de estructuras socioeconómicas parecen quedar al margen de cualquier cuestionamiento, y los valores culturales necesitan una mano de “pintura verde”, pero no una reestructuración. Desde esta narrativa el camino parece sencillo, siempre y cuando el crecimiento sostenido de las rentas y los avances tecnológicos le gane la partida al deterioro de los recursos y condiciones naturales y sociales que permiten nuestra supervivencia.

Nuestro parecer, y el de un creciente número de expertos (como pudimos comprobar en la Conferencia Científica Internacional en Consumo Sostenible,³ en la que participamos presentando algunos de los resultados de este Informe), es que este planteamiento parte de supuestos irreales: ni las personas, ni la conformación de hábitos de consumo, ni los mercados, ni la relación entre deterioro ecológico y avance tecnológico, ni la evolución del poder adquisitivo de las mayorías, ni las estructuras sociales... funcionan como esta narrativa necesita. ¿Tiene sentido, entonces, tratar de incidir sobre el consumo? Sí, aunque de otra forma. Primeramente porque es necesario: sin una transformación masiva del consumo, la trayectoria insostenible que vienen describiendo los indicadores físicos de uso de recursos y deterioro de sistemas naturales no se reorientará suficientemente, o no lo hará a tiempo.

El cambio necesario requiere transformaciones de un calado profundo en todas las estructuras (económicas, sociales, políticas, culturales...), y eso sólo es posible si las mayorías sociales aceptan, entienden, promueven... dichas transformaciones. En este sentido, tratar de incidir sobre el consumo puede tener un efecto palanca relevante, no sólo en la dimensión de transformar la demanda (como suma de demandas individuales) de productos y servicios diferentes/sostenibles, con el consiguiente impacto cuantitativo de esas transformaciones agregadas, que también, sino por constituirse en espacio de prácticas que impliquen experimentación, toma de contacto, construcción de nuevos valores, articulación de nuevas identidades colectivas, etc.

Uno de los fenómenos observados en los grupos de discusión es que los discursos sobre las prácticas alternativas o los cambios en consumo no se articulan desde experiencias propias sino desde las opciones de terceros o los discursos mediáticos. Y entonces nos preguntamos: ¿cómo evolucionarían dichos discursos

3. Hamburgo, noviembre de 2011.

y percepciones si hubiera más experiencia propia? Las teorías del aprendizaje desde la psicología han observado que muchas veces cambian primero las prácticas, y ello lleva a un cambio de valores. La práctica construye significado, percepción, discurso... de hecho puede ser un activador de la mutación de visiones mucho más potente que la información o la sensibilización. Por ejemplo, a partir de las prácticas de transformación del consumo surgen debates interesantes sobre la gestión del tiempo, uno de los elementos que conforman nuestra concepción del mundo. Por tanto, los cambios en las prácticas pueden ser un elemento clave a la hora de crear el caldo de cultivo social en las percepciones, valores, aceptaciones... que permitirán y promoverán las transformaciones profundas (cambios culturales y políticos especialmente). No es controlable ni predecible hacia dónde evolucionarán exactamente las percepciones a partir de las prácticas, pero es imprescindible intentarlo. El proceso es también necesario para que las transformaciones estructurales que se deben acometer desde las instituciones y marcos políticos encuentren un tejido social y cultural fértil, que esté dispuesto a aceptarlas y las promueva proactivamente.

El consumo no es la única palanca mediante la que articular el cambio necesario, es una pieza más. Quizás el rasgo distintivo más relevante de esta pieza es que, a través del consumo, las mayorías sociales pueden activar/pensar, desde la práctica, las transformaciones necesarias y sus dificultades asociadas. Ello otorga al consumo un potencial transformador nada despreciable.

3. PERO, ¿CÓMO CAMBIAR EL CONSUMO?

Hay preguntas que planean sobre cualquiera que se adentra en el complejo mundo de los cambios de hábitos de consumo y estilos de vida: ¿realmente se pueden cambiar de manera masiva y efectiva las formas de consumo? A nosotros sólo nos cabe una respuesta: sí se puede, de hecho no hay otra salida. Debemos poder hacerlo, y creemos en las bases siguientes como inspiración para el trabajo necesario.

Instituciones públicas: determinación y coherencia

Las instituciones tienen un papel clave que jugar a la hora de dar forma al contexto social, cultural, institucional y ético en el cual los ciudadanos desarrollan sus estrategias/prácticas de consumo. Tienen el potencial de indicar con mucha capacidad de influencia cuáles son los tipos de comportamientos y actitudes que son valorados socialmente, qué objetivos y aspiraciones son percibidas como apropiadas, cuál es la visión del mundo bajo la cual se espera que actúe la ciudadanía (en su papel de consumidoras y consumidores).

Actualmente, muchas de las políticas ambientales aparecen ante el ciudadano contradictorias con otras políticas o actuaciones institucionales, sin claridad respecto a sus objetivos, medios, resultados, equidad de esfuerzos, etc. Este contexto dificulta fuertemente la motivación del esfuerzo y la aceptabilidad de las exigencias o restricciones. En cambio, **un marco integral y coherente que se perciba como justo y efectivo puede modificar los apoyos, aceptabilidades y simpatías de dichas políticas.**

Comunicación, sensibilización... pero también incentivos económicos

Las características del comportamiento humano, las motivaciones y normas sociales, las preferencias morales, los contextos de información, los tiempos de decisión, los mecanismos cognitivos... todo juega un relevante papel en las prácticas de consumo y en los estilos de vida. La escala de las transformaciones que hacen falta para activar los cambios de comportamiento necesarios requiere una masa crítica social que los entienda, legitime y acepte. Para construir esa masa crítica hacen falta políticas de educación, información y concienciación gigantescas, así como todo un nuevo cuerpo legislativo que promueva innu-

merables cambios en muchísimos aspectos, y por supuesto una sociedad civil proactiva en crear canales y mecanismos de transformación. **Pero todo eso necesita entre otras cosas del efecto arrastre y la coherencia funcional que generan los incentivos económicos. Los precios finales de los consumos y productos no pueden dar señales contradictorias respecto a esas otras políticas ambientales, pero más aún: no pueden permitirse dejar de lanzar un mensaje claro e inequívoco en la misma dirección.** Y es que, al fin y al cabo, retrasar las correcciones necesarias en los precios implicará a medio plazo aceptar el tremendo daño inequitativamente repartido que la socialización de la crisis ecológica tendrá en forma de escasez futura.

Nuevas vías, articulación colectiva y bien común

Además, creemos que en el desarrollo de políticas hay que trascender el marco convencional de políticas categorizado como “control” (políticas instrumentales, por ejemplo las de incentivos económicos -fiscales o de precios-) o “persuasión” (políticas de información y sensibilización). Es necesaria una mirada adicional más amplia que incluya también propuestas que se articulan en torno a instrumentos diferentes de intervención política: liderazgo de la sociedad civil, intervención local, participación, cohesión social.

Pensamos que es importante abrir la mirada a nuevas (o ignoradas/marginadas) estrategias a la hora de encarar el gran reto de alcanzar la sostenibilidad, que sin duda pueden jugar un papel cuantitativamente significativo en algunos casos, si se dan las condiciones para ello, y sobre todo cualitativamente en tanto que “exploraciones” y “creaciones” de nuevos marcos socioculturales que drenen referentes de cambio hacia el resto de la sociedad.

Parece evidente que el papel del “bien común” y de la “esfera comunitaria” tendrán que ser relanzados para hacer posible el cambio global. Nuevas (o renovadas) prácticas como el consumo colaborativo y nuevas (o renovadas) articulaciones colectivas parecen estar siendo la punta de lanza en esta dimensión, y merecen especial atención.

No es sólo medio ambiente, es equidad y democracia

El discurso ambientalista tiende a estar muy basado en la responsabilidad y la educación, pero el problema ambiental también es consecuencia de relaciones sociales y económicas injustas e insostenibles. Por ello, **el análisis y propuestas de políticas de consumo han de incluir en su visión la equidad social (incluyendo la de género) como elemento clave.** De hecho nos preguntamos si **poner este elemento en primera línea al conformar las políticas ambientales no sería no sólo un acto de justicia, sino un paso necesario hacia la aceptabilidad social, la consolidación y la extensión de dichas políticas.**

Y es que la gestión social de la incompatibilidad entre unas necesidades crecientes y los límites biofísicos del planeta plantea rotundas preguntas, que tienden a ser evitadas en los espacios políticos y de investigación en torno al consumo sostenible. ¿Hasta qué punto es políticamente aceptable que alguien pueda ser sancionado por utilizar más energía, o que su consumo sea estrictamente limitado? ¿Qué es más democrático: que cada persona consuma recursos en función de su capacidad de gasto y libertad individual, o que se establezcan umbrales colectivos que limiten las decisiones individuales, garantizando así un reparto equitativo del impacto? ¿Quién y cómo se establece el umbral de lo que es necesario? ¿Es la situación suficientemente grave como para legitimar racionamientos preventivos?

A pesar de los riesgos asociados a esta cuestión en términos de una potencial restricción de las libertades individuales, es fundamental enfrentarse a este dilema (dos de la Tribunas de Opinión de este Informe lo

hacen), pues la inacción puede conformar situaciones —en términos de reparto de impactos, uso de recursos, etc.— que vulneren las libertades individuales y colectivas en el corto plazo y comprometan nuestra supervivencia en el largo. Es por tanto necesario minimizar esa arbitrariedad moral mediante la creación de procesos y marcos de consenso democráticamente más profundos.

Piensa en términos complejos para actuar en términos sencillos

El consumo es un uso social, es decir una forma de reproducción de la estructura social, pero también es una estrategia de acción; una práctica social concreta y tangible.

Y ésta es también su fuerza. El entendimiento del consumo en su complejidad y la infinidad de elementos que afectan a este elemento social no pueden bloquear la creación de propuestas sencillas y concretas que modifiquen prácticas. En el intercambio con otros investigadores y entre nosotros nos hemos encontrado ante este riesgo: al intentar estar alerta ante los discursos o propuestas excesivamente simplificadoras sobre el consumo y su transformación, y a la vez querer desarrollar y entender la complejidad del consumo, podemos caer en cierto bloqueo para pasar a la acción.

Creemos que serán los cambios concretos y reales los que, reapropiados por las masas sociales, en muchos casos actúen como revulsivo para procesos de mutación de la red compleja que sostiene (o es sostenida por) dichas prácticas concretas —ya vimos anteriormente el poder de la práctica en tanto que activadora de la mutación de visiones. Versioneando el famoso lema de la sostenibilidad diríamos, para el **“piensa complejamente, actúa/propón sencillamente”** (en el ámbito de la investigación, de la elaboración de políticas o campañas, de la activación de propuestas o experiencias...). Un planteamiento para el que el tándem academia-sociedad civil que ha guiado este proyecto parece adecuado.

9.2 CONSUMO Y SOSTENIBILIDAD EN ESPAÑA, UN RETO PIONERO PARA EL CRIC

Cuando el CCEIM nos propuso ser coordinadores de la línea de consumo dentro del proyecto Cambio Global España 2020/50 fuimos conscientes de que, a diferencia de los ámbitos tratados por otros informes, el consumo presentaba unos rasgos diferenciales. Por un lado, su transversalidad y amplitud: pensar en un cambio de modelo de consumo es pensar en multitud de dimensiones de la sociedad —cultura, relaciones sociales, economía, fiscalidad, educación...— y en multitud de ámbitos del consumo —energía, agua, residuos, alimentación, urbanismo, edificación, transporte, tecnología... Por otro lado, el hecho de que en España no exista —ni dentro del mundo académico ni en la sociedad civil— un espacio mínimamente maduro y consolidado cuyo eje de trabajo sea el consumo y la sostenibilidad, como puede existir en otros ámbitos, añadía ciertas dificultades al proyecto. Existen pocos trabajos de investigación en profundidad y escasos referentes claros en cuanto a expertos.

Para el CRIC, pues —una entidad modesta sin ánimo de lucro, aunque sin duda pionera en desarrollar discurso e información en torno al consumo y la sostenibilidad en España durante la última década—, constituía un reto elaborar una investigación de este calado. Sin embargo entendimos el proyecto desde el principio como una apuesta por crear vínculo entre la investigación académica y el enfoque más proactivo/concreto de la sociedad civil, y por tanto el reto de elaborar una investigación de talante más académico desde nuestra entidad quedaba justificado.

Al evaluar el resultado del trabajo realizado estamos razonablemente satisfechos y satisfechas. A lo largo del proceso la planificación inicial del proyecto se ha adaptado en algunos puntos de acuerdo con realidades que se han ido dando, y en esencia creemos que los objetivos han sido cumplidos. El Informe aporta un bagaje importante de investigación sólida, información y reflexión, hemos creado conexiones entre personas y entidades a lo largo de estos dos años —especialmente en los talleres participativos de construcción de escenarios de futuro—, hemos compilado líneas de trabajo y Tribunas de Opinión, hemos difundido y seguiremos difundiendo el trabajo realizado dentro y fuera de España, etc.

Este Informe, este proyecto y las investigaciones que se han realizado han sido en cierto modo pioneras en nuestro país, y hemos contribuido a desarrollar marco de conocimiento y espacio de trabajo en este campo que consideramos tan necesario. Por todo ello, gracias al CCEIM por darnos esta oportunidad y confianza, y a todos y todas las que de formas muy variadas han colaborado a lo largo del proyecto.

10

Anexo Metodológico

10.1 ANEXO AL CAPÍTULO 6.3

POLÍTICAS PÚBLICAS EDUCATIVAS Y CULTURALES

La investigación de este capítulo ha seguido una metodología de carácter exploratorio que consta de tres fases:

- Fase 1: identificación de políticas públicas relacionadas con el tema de estudio.
- Fase 2: selección y análisis de políticas públicas vinculadas al consumo responsable y los estilos de vida sostenibles.
- Fase 3: profundización en el análisis de estudios de caso de la implantación de las políticas a través de planes, programas o proyectos.

1. Muestra

Entendemos “políticas públicas” como afirmaciones que el gobierno formula respecto a lo que pretende hacer y no hacer, incluyendo leyes, regulaciones, normas, órdenes, resoluciones, etc. Para pasar a tener efecto, las normas han de ser publicadas en los boletines oficiales; ése es el criterio que hemos usado en este estudio, por lo que hemos tomado normas que pueden ser localizadas en los buscadores oficiales de normativa.

De los diferentes tipos de clasificaciones de políticas públicas, hemos optado por utilizar el criterio temático (educación, cultura, sanidad, transporte, etc.), que es uno de los de mayor trayectoria (junto con el que diferencia entre políticas distributivas, redistributivas y regulatorias).

La estrategia para la selección de la muestra ha sido inductiva. Se han seleccionado dos muestras de normativa vinculada con el CRS (ligadas a las dos primeras fases del estudio).

- Primera muestra: se obtiene a partir de consultas a buscadores oficiales de legislación de los Ministerios de Cultura, Educación, Medio Ambiente, Agricultura y el propio Instituto Nacional de Consumo en un periodo de seis meses (abril-septiembre 2010). El uso de dichos motores de búsquedas es una metodología consolidada desde finales de la década de 1960.¹ La muestra ha sido seleccionada a partir de la introducción de términos clave relacionados con el CRS en los buscadores (Tabla 7.3.1). Los criterios de búsqueda fueron mejorados tras la aplicación de una prueba piloto ($n_0 = 125$ unidades normativas identificadas por el buscador del Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino). La muestra final ascendió a $n_1 = 500$ textos normativos.
- Segunda muestra: a partir de la primera muestra, aplicamos los siguientes criterios para seleccionar la segunda muestra ($n_2=46$ unidades normativas):
 - Presencia amplia en la norma de conceptos clave vinculados con el consumo y los estilos de vida sostenibles desde una perspectiva educativa y cultural (al menos se recogen ocho referencias explícitas a aspectos del CRS, la educación y la cultura).
 - Relevancia de la normativa respecto a la temática a estudiar que profundiza en el campo de regulación objeto de estudio.
- Tercera muestra: está formada por $n_3 = 11$ casos de estudio que son diferentes concreciones de las políticas públicas educativas y culturales identificadas en el proceso anteriormente descrito: lo que se estudia es la aplicación de la política pública en forma de programa, plan, campaña, material didáctico, etc.² La selección de tipos de casos de estudio se ha orientado según los tipos de intervención socioambiental, considerando como referencia el tiempo que el receptor está interactuando con el mensaje.³ Igualmente, los casos concretos se han escogido buscando una representatividad de diferentes territorios así como atendiendo a la disponibilidad de la información sobre los casos para evaluar.

2. Instrumentos

Se han creado tres instrumentos que se corresponden con cada fase de la investigación:

- Rejilla de términos clave para la identificación de políticas públicas asociadas al consumo y estilos de vida sos-

1. Krippendorff, K. (1990): “Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica”, Paidós.

2. Sólo en el caso de la Agencia Cántabra de Consumo se han considerado únicamente las dos leyes vinculadas a la misma, ya que en la búsqueda del desarrollo de su actividad a través de su página web no se han encontrado elementos actualizados sobre el estado de la agencia.

3. Benayas, J. et al (2003): “La investigación en educación ambiental en España. Serie de educación ambiental”, Secretaría General de Medio Ambiente.

tenibles (Tabla 7.3.1). Para describir estas normas se ha categorizado la presencia y ausencia del conjunto de términos clave.

- Sistema de indicadores. Se ha elaborado una lista de validación utilizando un conjunto de indicadores.⁴ Este instrumento se divide en dos secciones: a) criterios sobre el tratamiento y fomento del consumo responsable dentro de cada norma, y b) criterios sobre la calidad en la planificación del desarrollo de la normativa. Para la valoración de los criterios vinculados con el consumo responsable se ha utilizado una escala Likert de 1 a 4 (en la figura 6.3.2 se describe el significado de los valores). Para la valoración de los criterios vinculados con la calidad en la formulación de la política pública se ha categorizado presencia y ausencia.
- Ficha descriptiva de estudios de caso. A cada caso de estudio se le ha aplicado una ficha descriptiva en la que se identifican puntos fuertes y débiles de cada iniciativa. Los criterios que se han manejado para determinar si los aspectos a analizar son positivos o negativos se basan en los criterios que maneja el Equipo de Investigación en Educación, Comunicación y Participación Ambiental de la Universidad Autónoma de Madrid a partir de sus investigaciones aplicadas en la evaluación de programas de educación ambiental, en la valoración comparativa de la calidad de políticas públicas y en el estudio de iniciativas de CRS (estos dos últimos son parte de la batería de indicadores de la fase anterior).

3. Análisis de datos

- Fase 1: el análisis de contenido consiste en estudiar el conjunto de unidades (normas) en que aparece una determinada temática y caracterizar su tipología, origen, etc. Para ello se ha realizado el análisis descriptivo de los datos resultantes.
- Fase 2: se han analizado de forma descriptiva los datos procedentes de su valoración a través del sistema de indicadores.
- Fase 3: se han analizado de forma interpretativa los datos procedentes de su valoración a través de la batería de criterios, clasificándolos en función de los tipos de Educación para el Consumo Sostenible de Pujol,⁵ detallados en una batería de criterios acerca del posicionamiento en el CRS en la educación para el consumo sostenible que se concreta en cuatro categorías: liberal, reformista, responsable, y transformador.

4. Limitaciones del estudio

Por tratarse de un estudio exploratorio, sus resultados pueden ofrecer información general sobre cómo se formulan un amplio rango de políticas públicas educativas y culturales vinculadas con el consumo responsable y los estilos de vida. Sin embargo, no permite hacer una caracterización exacta del universo de estudio ni detallada de sus componentes, lo que precisaría de una triangulación de técnicas de investigación. Tampoco sirve para analizar su grado de implantación en la sociedad, puesto que estudiar el cumplimiento de la normativa comprendería otros objetivos y métodos de investigación. Considerando este limitante, los resultados hallados nos permiten describir una aproximación al universo cumpliendo los objetivos de investigación y son válidos a la hora de orientar futuras investigaciones.

Por otro lado, los buscadores de legislación de las cinco instituciones públicas seleccionadas no realizan los mismos procesos de búsqueda, y en ningún caso incluyen normativa de carácter local. Existe pues un condicionante externo que ha influido en la obtención de la primera muestra, y consecuentemente en la segunda. La búsqueda de normativa local, que procedería de un universo constituido por más de 8.000 municipios, excede a las posibilidades de esta investigación. Para paliar estos condicionantes, se han seleccionado casos de estudio concretos en los que poder profundizar, que sí contemplan programas de desarrollo en menor escala territorial.

4. Modificados a partir del Estándar de calidad en la gestión para la conservación en espacios naturales protegidos, Oficina Técnica EUROPARC-España / FUNGOBE.

5. Pujol, R. M. (2007): "Consumo, medio ambiente y educación", V Congreso Ibero-americano de Educação Ambiental, Brasil.

10.2 ANEXO AL CAPÍTULO 6.4

INNOVACIONES COMUNITARIAS EN SOSTENIBILIDAD

Enfoque metodológico

Se ha utilizado un enfoque metodológico cualitativo basado en dos técnicas:

- Entrevistas semi-estructuradas: esta técnica nos permite profundizar en el discurso y la percepción de los participantes en los Grupos de Consumo Agroecológico (GCA) y su relación con el cambio en los estilos de vida, en los sistemas de provisión de alimentos y como espacio de empoderamiento social.
- Observación participativa: esta técnica nos permite contrastar los datos obtenidos mediante las entrevistas semi-estructuradas.

Una vez recogidos los datos mediante las entrevistas se ha empleado el análisis cualitativo de contenidos (ACC) del discurso y los debates entre los distintos participantes.

Desarrollo del trabajo de campo

Las entrevistas a los distintos participantes de los grupos de consumo se han desarrollado en dos fases:

1a) Junio - julio de 2010: en esta primera fase se han entrevistado 16 personas en grupos de dos, pertenecientes a 8 grupos de consumo.

2a) Marzo - abril 2011: en esta segunda fase se han entrevistado 19 personas, 3 de las cuales individualmente y 16 en grupos de dos, todas ellas pertenecientes a 7 grupos de consumo. En total se han entrevistado 35 personas (18 mujeres y 17 hombres) pertenecientes a 12 GCA.

En cuanto a la observación participativa, el investigador principal ha tomado parte en las siguientes acciones:

- Ha sido miembro del GCA Tota Cuca Viu durante los años 2008, 2009, 2010 y mitad de 2011.
- Ha presentado los resultados preliminares en el ciclo ReciclaCiutat organizado por la Cátedra Unesco de Sostenibilidad de la Universidad Politécnica de Cataluña en abril de 2011.
- Ha presentado los resultados preliminares en el Encuentro Estatal de Educadores para la Ciudadanía Global, organizado por Intermón Oxfam en El Escorial en octubre de 2010.
- Ha presentado los resultados preliminares en el Primer Encuentro del País Valencià de Grupos de Consumo Agroecológico, en noviembre de 2011. También participó como miembro del equipo de facilitación, moderando las discusiones de distintos ejes temáticos.

Análisis tentativo de otras ICOS

Aunque hemos decidido dedicar la mayor parte del esfuerzo investigador al estudio de los Grupos de Consumo Agroecológico, hemos querido dedicar una parte del trabajo de campo a otras ICOS, aunque con un grado de profundidad mucho menor. El objetivo de esta ampliación del trabajo de campo era principalmente hacer una aproximación a otras ICOS para obtener indicios sobre elementos en común con los GCA y, por lo tanto, valorar qué elementos podrían ser objeto de futuras investigaciones para las otras ICOS.

En este caso la técnica utilizada han sido los cuestionarios semi-abiertos. Han sido respondidos por 10 experiencias (2 GCA, 2 mercados de intercambio, 3 redes de intercambio con moneda social y 2 huertos comunitarios).

10.3 ANEXO AL CAPÍTULO 7.1

PERCEPCIONES, ESCENARIOS Y POLÍTICAS PARA EL CAMBIO GLOBAL

1. Participantes en las distintas fases del proceso de construcción de escenarios

- **Comité de expertos/as:** Francisco Heras y María Sintes (Centro Nacional de Educación Ambiental - CENEAM), doctor Pablo Meira (Univ. de Santiago de Compostela), Yayo Herrero (Centro Complutense de Estudios e Investigaciones Medioambientales - CCEIM), Scott Milne (Univ. de Surrey), Teresa Ribeiro (Agencia Europea del Medio Ambiente).
- **Entrevistas previas al mapeo:** Joaquim Sempere (Univ. de Barcelona), Ana Alcantud (Eco-Institut), Xavier Montagut (Xarxa de Consum Solidari), Laura Flores (Corresponsables), Alejandro Salcedo (Instituto de Consumo de Castilla la Mancha).
- **Cuestionarios on-line:**
 - **Administración:** Pepe Astiaso ((Hogares Verdes-Polvoranca), Eduardo Morales (Gobierno Vasco), Carmelo Marcén Alberio (Gobierno de Aragón), Alejandro Salcedo (DGC Castilla la Mancha), Francesc Roma (Ayto. de Barcelona), Vanessa Rodriguez (Centro de Actividad Regional por la Producción Limpia - PNUMA), Albert Torras (Entitat Metropolitana de Barcelona, Millor que nou 100% vell).
 - **Ámbito académico/investigación:** José Ramón Mauleón (Univ. País Vasco), Enric Tello (Univ. Barcelona), Manuel González (Soc. Esp. de Agricultura Ecológica), Jesús Carrión (Observatorio de la Deuda en la Globalización), Alicia Langreo (Saborá), Marta G. Ribera (ARAG-Univ. Autónoma Barcelona-UAB), Narcís SanchezPelach (Finançament Ètic i Solidari - FETS), Andri W. Stahel (Cátedra UNESCO de Sostenibilidad - Univ. Politècnica de Catalunya-UPC), Ernesto Suárez (Univ. La Laguna), María Ramos García (INIA), José V. de Lucio Fernández (UAH), Mónica Di Donato (CIP-Ecosocial), Josep Bonil (Grupo Còmplex - UAB), Josep Esquerrà (Ecoinstitut Barcelona), Rafael Ibañez (UAB), Carlos Ballesteros (Univ. Pontificia Comillas).
 - **Ámbito empresarial:** Juan Valero (Maderas Nobles de la Sierra del Segura), Ignasi Puig (ENT-Environment and Management), Mercedes Gutiérrez (IKEA Ibérica), Isabel Coderch (Fundació Futur SL), Fernando Prats (AUIA), Joaquín Mollinedo (ACCIONA), Beatriz Bayo (Mango), Marta Areizaga (Eroski), Daniela Toro (DKV Seguros), Sonia Felipe Larios (Tríodos Bank), Jordi Garcia (Xarxa d'Economia Solidària - XES), Alberto Fernández (Concepto Verding), Javier Ortega Díaz (Grupo la Veloz), Cooperativa Àrbore, Manolo Zapata (Cooperativa La Verde), Efrén García (Play Creatividad), Ángeles Parra (Asociación Vida Sana), Antoni S. Amengual (Colonya Caixa d'Estalvis de Pollença), Peru Sasía (Fundación Fiare Banca Ètica), Orencio Vázquez (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa).
 - **Ámbito asociativo:** Ana Etchenique (CECU), Anna Peña (Fundació Catalana per la Prevenció de Residus i el Consum Responsable), Raúl Contreras (Nittúa), Joaquín Nieto (Sustainlabor), Jordi Garcia (XES), Andrea Casalmiglia (Decrecimiento), Daniel López (Ecologistas en Acción), Rubén Suriñach Padilla (CRIC-Opcions), Olatz Domínguez (Setem Hego Haizea- Zentzuz Kontsumitu), Belén Ramos Alcalde (OCU) Alain Helies (SODEPAZ), Miguel Ángel Soto (Greenpeace España), Alejandro Brome Gener (Federación Andaluza de Consumidores y Productores Ecológicos), Rakel Encina (Bio Alai), Pablo Cotarelo (Ecologistas en Acción), Javier Zarzuela (Movimiento en Transición), Ecoconcern, Antonio Scotti (Barcelona en Transició), Marta Mangrané (IDEAS).
 - **Otros ámbitos (sindicatos, partidos políticos, medios de comunicación y profesionales de la divulgación):** Isabel Navarro (Secretaría de Cambio Climático y Medio Ambiente, UGT), Sira Rego (Ayto. Rivas Vaciamadrid - IU), Confederación General del Trabajo (CGT), Javier Morales (Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud - ISTAS), Reyes Montiel (Equo), Cósima Dannoritzer (realizadora de documentales), Toni Lodeiro (divulgador y especialista en consumo responsable), Antonio Marín (Instituto Ecohabitar).

• **Talleres de Escenarios de Futuro:**

- **Administración:** Pepe Astiaso y Paloma Barrigüete (Hogares Verdes-Polvoranca), Àlex Piñol (Entitat del Medi Ambient del Àrea Metropolitana de Barcelona), Francisco Heras y María Sintés (CENEAM), Alejandro Salcedo (Instituto de Consumo de Castilla La Mancha).

- **Ámbito académico/investigación:** Josep Bonil (Grupo Còmplex-UAB), Josep Esquerrà (Ecoinstitut Barcelona), José Luis Fernández (CCEIM), Andri W. Stahel (Cátedra UNESCO de Sostenibilidad - UPC), Isabel Vara (Instituto de Sociología y Estudios Campesinos, Univ. de Córdoba).

- **Ámbito empresarial:** Mercè Cabrera (FuturJust SL), Alberto Fernández (Concepto Verding), Efrén García Artero (Play Creatividad), Mercedes Gutiérrez (IKEA Ibérica), Fernando Morón (Fundación Corresponsables), Ignasi Puig (ENT), Jorge Ruiz Morales (Cooperativa La Ortiga), Raúl Contreras (Nittúa), Jordi Ribas (XES).

- **Ámbito asociativo:** Pablo Cotarelo (Ecologistas en Acción), Ana Etchenique (CECU), Aurelio García (Ecología y Desarrollo), Anna Peña (Fundació per la Prevenció de Residus i el Consum Responsable), Enrique del Río (Proempleo, REAS), Antonio Scotti (Barcelona en Transició), Miguel Ángel Soto (Greenpeace España), Ruben Suriñach (CRIC-Opcions), Javier Zarzuela (Movimiento en Transición), Lucía Medina Navarro (A cova da Terra).

- **Otros ámbitos (sindicatos, partidos políticos, medios de comunicación y profesionales de la divulgación):** Sira Rego (Ayto. de Rivas Vaciamadrid - IU).

2. Contenido del taller de escenarios

El taller se dividió en cuatro sesiones de trabajo cuyos objetivos, metodología e información de referencia se describen brevemente en la tabla.

Sesión y objetivo	Metodología	Información base
Mirada al presente y al pasado Identificación de elementos clave de los estilos de vida actuales relacionados con la insostenibilidad	Co-escucha en Parejas: ¿Cuáles son los elementos clave en la insostenibilidad de los estilos de vida? Café-Diálogo (5 grupos de 6-7 personas aproximadamente): ¿Qué tendencia han seguido estos factores de los últimos 30 años hasta la actualidad?	Clasificación basada en factores STEPPE*: los elementos se vinculan a factores ambientales, psicosociales, tecno-científicos, económicos y políticos

* Milne, S. (2009): "Scenarios and personas: towards a methodology for portraying the carbon intensity of UK lifestyles to 2030", RESOLVE Working Paper 06-09.

Sesión y objetivo	Metodología	Información base
Factores clave para el futuro: impulsores de cambio Valoración de los factores del futuro que son impulsores de cambio para poder elegir las características principales de los 4 escenarios de futuro	Valoración individual de impulsores de cambio (drivers) bajo el criterio de importancia Puesta en común (4 grupos de 8-9 personas). Cribado y selección de los 2 impulsores más relevantes para cada grupo, mediante el siguiente procedimiento: - Selección de los 8 impulsores más importantes - De los anteriores, los 4 menos influenciados a escala estatal - De los anteriores, los 2 más inciertos. La incertidumbre se aplica no sólo a la dirección del cambio, sino también al ritmo y al momento de cambio.	20 impulsores planteados por el equipo de investigación (EI) y votados a través de las encuestas por los 70 agentes consultados (de una lista cerrada de 31 y propuestos en pregunta abierta) 5 impulsores propuestos por los/as participantes en las encuestas y en la discusión in situ de los participantes en el taller
Construcción de escenarios Construcción de cuatro narrativas diferentes de escenarios de futuro	Trabajo en 4 grupos de 8-9 personas. Contextualización del escenario según cuadrante: primeras impresiones Caracterización genérica individual en base a 6 áreas de consumo Puesta en común División en 3 subgrupos. Trabajo sistemático de descripción por áreas con preguntas inspiradoras Puesta en común y construcción del relato definitivo Selección de título y de imágenes y titulares de prensa asociados al escenario Puesta en común de todas las narrativas	Ejes que definen los escenarios de partida seleccionados por el EI con los resultados de la fase participativa anterior 6 áreas de consumo seleccionadas por el EI: - Alimentación - Residuos - Movilidad cotidiana y viajes/vacaciones - Consumo energético en el hogar - Edificación - Estilos de vida y tiempo Además áreas sobre: - Papel de los diferentes actores - Modelo económico-productivo - Percepciones y valores - Género y equidad Preguntas inspiradoras elaboradas por el EI

Sesión y objetivo	Metodología	Información base
Backcasting: discusión de propuestas Identificación y generación de propuestas de acción en profundidad	Trabajo en 4 grupos de 6-9 personas. Cada grupo trabaja un área de consumo. Clasificación en 4 grupos: - Alimentación y residuos - Consumo energético en el hogar y edificación - Movilidad cotidiana y viajes/vacaciones - Estilos de vida, tiempo y empleo Caracterización en deseables y no deseables de los aspectos futuribles desde ámbito de consumo en los 4 escenarios construidos. Planteamiento individual de 5 propuestas Puesta en común de las propuestas del grupo. Relación de las mismas con el presente y los aspectos del futuro. Selección de propuestas a profundizar y desarrollo de las mismas mediante el Test de Resistencia. Trabajo individual de profundización en una de las propuestas Puesta en común de propuestas en profundidad	Características de los escenarios construidos previamente en el taller Dossier de propuestas para consulta elaborado por el EI a partir de propuestas extraídas de las encuestas y de otras líneas de investigación Test de resistencia para las propuestas planteadas, elaborado por el EI

CAMBIO GLOBAL ESPAÑA **2020/50**

CONSUMO Y ESTILOS DE VIDA

Editan:

Centre de Recerca e Informació en Consum
Centro Complutense de Estudios
e Información Ambiental

Patrocina:

Fundación Caja Madrid