

#### TEMES QUE TRACTA DE L'ÀMBIT: TOTS

##### Referència bibliogràfica

Revista Medi Ambient. Globalització, empreses i consum crític

Número 28 - desembre de 2000

[http://mediambient.gencat.net/cat/el\\_departament/revista/inici.jsp](http://mediambient.gencat.net/cat/el_departament/revista/inici.jsp)

#### Els límits de la societat de consum

Daniel Wagman

Periodista i escriptor. Coautor del llibre *Vivir mejor con menos*.

**Comencem amb una doble conclusió. La primera i fonamental és que el repte del futur de la societat humana consisteix a aconseguir una radical reducció en el nostre consum i en els seus impactes. La segona, però no menys important, és que ens resulta quasi impossible imaginar com aconseguir-ho. És més, les diferents iniciatives que plantegen alternatives al consum són menyspreades; més encara, ridiculitzades: hippies integristes que tornen al camp, el downshifting dels yuppies benestants dels EUA, tendes verdes que són testimonials, o, fins i tot, fraudulentos, consumidors responsables que paguen preus de luxe pel seu cafè... I, al final, sempre el mateix epítet: és utòpic plantejar una alternativa a la nostra societat de consum.**

Tanmateix, la cerca d'utopies és una de les més importants fonts d'avenç de la societat humana. A part del fet que, en aquest cas, la proposta no és utòpica, sinó una qüestió de sentit comú. En realitat, és utòpic pensar que la nostra societat de consum actual pot existir molt més temps; **la insostenibilitat és manifesta** i, tot i que **no s'entreu una alternativa clara i global** a la situació actual, **és imperatiu plantejar-nos-en la cerca.**

Les limitacions de la **nostra desenfrenada cursa cap a l'abundància material** es manifesten amb tota claredat en tres grans eixos: **la crisi ecològica, la crisi Nord-Sud, i la crisi social i personal que provoca aquest mode de vida**, que dona lloc a un creixent desequilibri en la majoria dels individus. Comencem per la primera qüestió.

1. **La crisi del medi ambient es manifesta en dos vessants:** d'una banda, s'ha de considerar **l'espoliació dels recursos naturals**, i de l'altra, la **producció de quantitats cada vegada més grans de residus i contaminació**, en gran manera no assimilables per la naturalesa. Per terra, mar i aire, estem acabant amb els recursos no renovables, reduint la biomassa, provocant la desaparició de 50.000 espècies de fauna cada any, reduint de manera molt perillosa la biodiversitat, enverinant les aigües... contribuint, en definitiva, a la desertificació, l'escalfament global, a la desaparició de l'ozó, al canvi climàtic... Es miri com es miri, totes aquestes qüestions constitueixen un greu problema, però potser el principal perill és que qualsevol d'elles pot donar lloc a un **col·lapse general dels biosistemes**, atesa la complexa i profunda interrelació que els uneix.

No és difícil veure que la principal causa de l'espoliació i de la contaminació de la Terra és el nostre **desmesurat consum de recursos, amb la consegüent producció de residus**. Una economia que demana contínuament nous mercats sembla incompatible amb l'equilibri natural, ja que **la forma més fàcil d'ampliar mercats és potenciar**

**l'usar i llençar, i crear la necessitat d'acumular cada vegada més productes, viatjar cada vegada més lluny i més ràpid...** En definitiva, consumir cada dia més que l'anterior. Si no aconseguim una reducció radical del consum, aviat veurem esgotar-se importants recursos naturals. I això, si abans no ens ofeguem en el verí que amb tanta insistència produïm.

2. La segona gran contradicció de la nostra societat de consum és que, tot i que se'ns havia promès que **els seus beneficis s'anirien estenent progressivament a un nombre major d'habitants del planeta, està passant tot el contrari**. Cada vegada sembla més clar que **els nivells de consum aconseguits per la població més afavorida són la causa de la creixent misèria que pateix un percentatge important dels nostres congèneres**. La situació és dramàtica: en aquest món moren de fam milions de persones cada any. El càlcul és clar: si els recursos naturals són limitats, i el 20 % de la població en consumeix el 80 %, no queda gaire per a aquest altre 80 % de la humanitat que es veu condemnat a la misèria.

Un exemple: per cobrir la seva demanda d'aliments, els holandesos necessiten un territori quatre vegades més gran que el que ocupa el seu país. Òbviament, els holandesos mengen bé a costa de moltes persones que viuen al tercer món i les terres de les quals produeixen aliments destinats a l'exportació. El mateix passa amb l'energia -un ciutadà nord-americà consumeix més energia en un dia que un etiop en un any- o amb qualsevol altre recurs natural. Però el més terrible és que aquest abisme, lluny de reduir-se està augmentant. Si el 1960 la diferència d'ingressos que hi havia entre el 20 % de la població més rica del món i el 20 % més pobre era de 30 a 1, aquesta relació ha passat a ser de 60 a 1.

D'altra banda, tot i que **fos possible aconseguir que tots els habitants de la Terra participessin en el gran festí del consum**, hauríem de ser conscients que **aquesta nova situació només aconseguiria accelerar el procés de destrucció de la naturalesa** abans esmentat. El repartiment injust dels recursos de la Terra és totalment rebutjable, no tan sols des d'un punt de vista ètic (un valor bastant poc considerat avui dia, a causa de la seva difícil comercialització), sinó també per una qüestió de mer sentit comú. El **desequilibri i la desigualtat estan provocant conflictes cada vegada més virulents**, i encara que vulguem construir una *Europa fortalesa* o que els nord-americans vigilin dia i nit la seva frontera amb Mèxic, les guerres se'ns aniran apropant. És clar que també hi ha veus que plantegen la necessitat d'una reducció dràstica de la població mundial («Hem d'eliminar 350.000 persones per dia per salvar del perill la nostra espècie», va sentenciar Jacques Yves Cousteau). Però en aquest cas el més lògic seria "eliminar " el 20 % més ric, ja que, com hem vist, som els que produïm més impacte sobre la Terra.

3. El tercer argument pel qual considerem *utòpic* pensar que això va «vent en popa» té certa ironia: com estem comprovant, la major part dels principals beneficiaris d'aquest model de consum **no hem aconseguit les més altes cotes de la felicitat, ans tot el contrari**.

Per tractar d'entendre aquesta contradicció **haurem de plantejar-nos què és allò realment important per a nosaltres**. Menjar, allotjament, roba... és obvi que determinats béns tangibles ens resulten imprescindibles. Però a banda d'aquests, **una part fonamental de les nostres necessitats tenen molt a veure amb les emocions i els sentiments**: estimar i ser estimat, els sentiments de pertinença, participar i sentir-se respectat, el desenvolupament de la creativitat, apreciar la bellesa, gaudir del sexe, l'amistat, la seguretat, el riure i la diversió... Hi ha moltes coses que necessitem i que no tenen res a veure amb els diners, la possessió i el consum, sinó amb les relacions personals.

Tanmateix, a les nostres societats hi ha creixents obstacles i deficiències a l'hora de satisfer aquest tipus de necessitats que s'inclouen a l'esfera íntima, per la qual cosa **recorrem als succedanis que ens ofereix el món del consum**: comprem experiències, busquem la reafirmació personal a través dels diners i de les possessions i entrem, quasi sense adonar-nos-en, en un demencial cercle viciós.

**La publicitat reflecteix clarament aquesta dinàmica**: els anuncis ens porten a creure que un cotxe és capaç de reconciliar dos amants barallats, que una llauna de favada ens farà sentir la calor que enyorem de ca l'àvia o que una marca de cervesa ens permet lligar amb la noia més guapa. Es presenten els objectes com a símbols, atorgant-los poders quasi màgics per satisfer les nostres necessitats de relació amb els altres. La satisfacció que poden proporcionar-nos aquests succedanis és més que qüestionable. I no és que simplement sobren, sinó que destorben. En aquests moments s'han convertit en un important obstacle a l'hora de relacionar-nos.

«Les necessitats humanes fonamentals són finites, poques i classificables. Són les mateixes a totes les cultures i a tots els períodes històrics. El que canvia, a través del temps i de les cultures, és la manera o els mitjans utilitzats per a la satisfacció d'aquestes necessitats.» Són paraules de l'economista Manfred Max-Neef, segons el qual **hem confós necessitat amb «satisfactors», i en el nostre moment històric identifiquem aquest satisfactors quasi exclusivament amb productes que s'aconsegueixen al mercat.**

**L'actual model de producció i consum està canviant radicalment la cara del món i destruint estructures humanes que són bàsiques a l'hora de poder relacionar-nos.** Per exemple, els espais urbans es planifiquen en funció del cotxe, els centres comercials ens estan privant d'espais públics... i cada dia és més difícil trobar a les ciutats espais que afavoreixin la convivència.

**La infelicitat que genera la societat de consum és manifesta i està donant lloc a fenòmens cada vegada més destructius** (i autodestructius). Veiem com augmenten la soledat i la insolidaritat, els desequilibris mentals, les addiccions diverses, l'hostilitat, la violència i els comportaments antisocials, al mateix temps que l'ètica i els valors desapareixen. L'únic que queda és el culte a l'èxit individual, normalment mesurat amb paràmetres de riquesa econòmica.

Vist això, **potser no sigui tan utòpic plantejar-se la cerca d'alternatives.** Tot i que és ben cert que resulta molt difícil. **El nostre model de consum no solament és una manifestació (o resultat) més de la nostra economia, el nostre sistema polític o la nostra cultura; en realitat, s'està convertint en el factor determinant que modela l'economia, la política i la cultura, i, fins i tot, la configuració física del nostre entorn.** Les estructures de poder econòmic dominants -i en conseqüència les mediàtiques i les polítiques- basen la seva supervivència en aquest model de consum i creixement i utilitzen tots els seus mitjans per convèncer-nos de la seva bondat o per aixafar a qui intenta trencar la dinàmica que ens imposen. I com que som producte del nostre temps, hem interioritzat fins a tal punt els valors (o, millor dit, la seva manca), desigs i patrons de la nostra moderna societat de consum, que se'ns fa difícil imaginar una altra manera de produir, intercanviar i consumir, així com de relacionar-nos i de sentir-nos.

Per això, **potser el més important sigui introduir canvis en la nostra manera de relacionar-nos amb les coses, amb els diners, amb nosaltres mateixos i amb els altres.** Uns canvis que ens permetin sentir alguna cosa nova, que ens ajudin a imaginar com podria ser el proper pas.

Per descomptat, algunes qüestions en relació amb les possibles alternatives estan bastant clares: el primer que hem d'intentar **és reduir el nostre consum i la monetarització que afecta les nostres vides**. Aquesta opció **és vital des del punt de vista mediambiental**, i també **pot contribuir en part a reduir l'enorme desigualtat Nord-Sud**. No pretenem dir que la simple reducció dels nostres nivells de consum ens portarà la felicitat, no. Però sí que pot servir-nos de provocació, d'aprenentatge, i ajudar-nos a ser una mica més conscients d'allò que és important a la vida.

D'altra banda, pot ser molt valuós potenciar experiències que ens ajudin a descobrir que la millor manera de satisfer les necessitats personals és col·lectivament, a través de la mútua dependència i ajuda. Cooperatives de consum, grups de propietat i serveis compartits, associacions de permuta, oci basat en la participació i activitat, no com a espectadors passius... totes aquestes propostes poden contribuir a trencar la dinàmica infernal de la societat de consum, al mateix temps que ens ajudaran a construir les nostres relacions personals, font de les satisfaccions més grans a la vida.

Donar la volta a aquesta dinàmica requereix voluntat i acció individual, però no és l'únic. És positiu que la gent decideixi prescindir del cotxe, però és imprescindible que, al mateix temps, ens organitzem per arrancar l'espai públic de les arpes d'aquesta màquina que domina cada vegada més el nostre territori amb l'ajuda incondicional dels governs i dels poders econòmics. També necessitem posar en marxa accions col·lectives que serveixin de contrapès a l'estructura de les nostres ciutats, al llenguatge tan interessat i unidimensional dels mitjans culturals, als valors que tots i totes, en un grau o un altre, hem assimilat. L'alternativa és difícil, potser impossible, però, per descomptat, és imprescindible.

### Alguns criteris per ajudar a plantejar la reducció del consum

- Per començar, potser el primer sigui aprofundir en la convicció que **és necessari i desitjable aprendre a «viure millor amb menys»**. I no tan sols perquè **el nostre model actual és insostenible, sinó perquè la cerca en si mateixa pot ser una experiència alliberadora**. Si la problemàtica del consum es reduís al fet que estem anant cap a greus crisis mediambientals i creixents i immorals desigualtats socials, però en canvi estem construint una impressionant qualitat de vida per a una minoria de privilegiats, seria segurament impossible buscar una via de canvi que no fos la proposada pel senyor Cousteau a l'anterior citació.

És difícil que iniciem un profund canvi social basat únicament en la por a un futur col·lapse dels cicles naturals (tot i que és bo tenir por), o en la sensació de culpa per la misèria que el nostre consum provoca a milions de persones (tot i que és bo ser conscients de la nostra responsabilitat i de les conseqüències de les nostres accions). Però **si reconeixem que la cerca d'alternatives pot ser una font de millora creixent de la qualitat de les nostres vides** -i de les nostres relacions amb les altres persones -, el canvi es converteix en un procés positiu de creació, no d'abnegació i renúncia. I la **satisfacció no vindrà solament perquè algun dia llunyà puguem viure en una societat més humana, sinó per participar en la cerca d'alternatives**.

- Un altre criteri necessari per posar en pràctica el plantejament de viure millor amb menys és **conèixer en profunditat què consumim i com ho fem**. Ser més conscients sobre què es produeix, com es produeix i amb quins recursos, com es distribueix i s'utilitza, i què es fa amb les coses quan ja no ens són útils, no tan sols ens ajuda a plantejar-nos alternatives en concret, sinó que té un valor alliberador en si mateix.

Un dels trets peculiars de la societat actual és l'extrema **divisió que existeix entre les nostres vides com a productors i com a consumidors**, i un dels seus efectes és la sensació que **som cada vegada més independents del treball d'altres persones (i de la naturalesa) a l'hora de satisfer les nostres necessitats materials**. Irònicament, tanmateix, mai en la història de la humanitat hem tingut com a individus tanta dependència de tantes altres persones. Aquesta falsa sensació d'independència o autosuficiència és un important factor

negatiu a l'hora de considerar els altres i les nostres relacions amb ells. I, al mateix temps, com a consumidors tenim la sensació de ser subjectes passius d'un procés sobre el qual no tenim cap control, tret del fet de poder escollir entre la marca X o la marca Y. Per això, **ser conscients de les implicacions del nostre consum, i assumir-ne conseqüentment la responsabilitat, pot resultar-nos molt positiu.**

En aquest sentit, és un exercici molt interessant realitzar una **autoenquesta del nostre consum i intentar d'annotar tot el que adquirim durant un període de temps.** De l'anàlisi d'aquest qüestionari es desprenen moltes preguntes, que al mateix temps poden indicar molts camins a l'hora de reduir el nostre consum.

Era molt necessari aquest consum o en podia haver prescindit sense problemes?

Quina necessitat o desig he satisfet?

Quant plaer o satisfacció m'ha donat?

Hi hauria una altra manera de satisfer aquest desig sense necessitat de consumir?

Quant de temps he hagut de treballar per cobrir aquesta despesa?

Em suposarà un estalvi de temps l'adquisició del producte?

El producte i la seva utilització han influït en les meves relacions amb altres persones?

Com?

M'ha resultat agradable l'acte de comprar?

Algunes d'aquestes preguntes no tenen respostes concretes, però altres sí. Per exemple, poques vegades calculem quantes hores de treball remunerat ens va costar poder comprar un bé, l'atractiu aparent del qual era estalviar-nos diners o temps. Calculem els centenars d'hores de treball anual que realitzem per pagar i mantenir el cotxe, un bé que, en principi, sembla que ens ha d'estalviar temps en els nostres desplaçaments?

**Un segon nivell d'anàlisi del nostre consum** ens pot obrir enormes camps d'actuació a l'hora de reduir-lo. **Quins impactes suposa el nostre consum sobre el medi ambient, sobre la desigualtat, sobre la societat i l'espai? Quines alternatives de satisfacció de les nostres necessitats que impliquin un menor impacte poden existir?**

**Quan parlem de consum, tendim a fixar-nos en el producte o l'article en si, i no considerem tots els recursos, energies, residus i processos utilitzats per produir i distribuir-lo.** Tanmateix, **amb un mateix article les diferències poden ser abismals.** Només cal comparar el consum d'una maduixa cultivada al nostre propi hort i el de la maduixa importada d'Àfrica del Sud, per exemple. La primera requereix aigua de pluja, potser una mica d'adob fabricat amb les nostres restes de menjar i una mica de treball. En el segon cas, es consumeixen adobs químics, herbicides i pesticides, energia per a hivernacles, per a maquinària pesada, per moure l'aigua de reg... I després més energia per a les cambres frigorífiques, transport en camió i avió, matèries primeres per a envasos i embalatges... I molt possiblement el treball manual que requereix estigui remunerat amb sous quasi d'esclavitud.

En els dos casos sembla que hem consumit el mateix bé: una maduixa. Tanmateix, en el segon hem consumit una quantitat important d'energia i de matèries primeres, i hem produït diferents residus. No són quantitats menors: actualment, la ramaderia industrial gasta una energia equivalent a sis litres de gasolina i milers de litres d'aigua per produir un quilo de carn de porc. I segons un estudi realitzat als EUA, el 99 % dels materials originals utilitzats en la producció o incorporats als articles fabricats en aquest país, acaben sent residus sis setmanes després de la seva adquisició.

**No obstant això, hi ha formes de producció, tecnologies apropiades, tipus de productes, processos, xarxes de distribució i tipus d'ús que impliquen tremendes reduccions en el consum de recursos i els seus impactes.**

**No és gens senzill conèixer quins impactes suposa la producció dels diferents béns que se'ns ofereixen, per la qual cosa cada vegada adquireix més rellevància determinar el cicle de vida d'allò que consumim, fet que inclou iniciatives que obliguen els fabricants a facilitar informació transparent al respecte. També és cert que tot producte té diferents impactes, per la qual cosa, a vegades, comparar-los és com barrejar peres i pomes: és millor un sabó biodegradable que s'ha transportat en un envàs de plàstic 2.000 quilòmetres, o un sabó més nociu però fabricat localment i presentat en un envàs de reciclatge senzill? **L'important és assumir la responsabilitat d'escollir i intentar sempre cercar alternatives que redueixin l'impacte.****

En aquest sentit, podem utilitzar alguns criteris que ens ajudin a guiar el nostre consum, tot i que no disposem d'una informació detallada. Alguns serien:

Què implica una reducció d'envasos i embalatges.

Ús de tecnologies netes en la seva producció.

Estalvi energètic que generi menys contaminació en la seva producció, distribució i ús.

Reciclatge senzill.

Utilització de materials naturals i renovables.

Senzillesa.

Durabilitat.

Producció local.

Fàcil de reparar.

Adequació de les quantitats a les necessitats reals.

Comerç just, no basat en l'explotació de mà d'obra.

Compra de segona mà.

**Les possibilitats de cercar alternatives que impliquin menys impacte en el nostre consum són importants i creixents.** Reduir el consum de carn és un exemple important: es calcula que una reducció del 10% en el consum de carn a Europa suposaria un estalvi de gra que permetria donar menjar a 60 milions de persones. Una reducció que també implicaria una dieta més sana i un estalvi en la despesa domèstica.

Està molt estesa **la idea que un model de consum alternatiu suposa gastar més diners** i, en conseqüència, és una mena de luxe que només es pot permetre la gent benestant. Tot i que és cert que alguns productes de menys impacte són més cars (com productes de neteja menys agressius o aliments de l'agricultura ecològica), **en general les alternatives són molt més econòmiques**: el transport públic enfront del cotxe particular, la reducció del consum de carn, els electrodomèstics de baix consum que permeten estalviar diners a la llarga, comprar a granel...

**La idea que les alternatives de consum de baix impacte resulten cares es basa en un altre mite important i interessant:** l'eficàcia de la producció a gran escala, intensiva en capital i en despesa energètica, i organitzada en xarxes mundials d'intercanvi. Els aparents avantatges d'aquest tipus de producció es deuen, bàsicament, no a la seva eficiència, sinó als diversos avantatges fiscals i subvencions directes i indirectes que reben les empreses, al seu accés més gran al finançament, a banda de no haver d'incloure en els costos els indirectes que genera la seva activitat. Però és que, a més, la producció a gran escala suposa una creixent monopolització dels canals de publicitat i comunicació que afavoreix la imatge dels seus productes (als EUA, el 75 % de la publicitat a la televisió correspon a les 100 empreses anunciadores més grans).

## **Tecnologia i desenvolupament sostenible.**

El concepte de desenvolupament sostenible suposa alguns problemes a l'hora de servir com a línia d'actuació enfront de la creixent crisi mediambiental. Presentar com a gran descobriment la formulació que **«s'ha de deixar a la següent generació el mateix patrimoni natural que hem gaudit»** és molt revelador sobre les limitacions conceptuals de la nostra peculiar economia/cultura en relació amb l'entorn. Fa 500 anys, els indis iroquesos ja comptaven en el seu sistema de lleis no escrites amb la de la **«setena generació»** que consistia en el fet que tota decisió important havia de ser considerada tenint en compte els seus efectes sobre la setena generació venidora.

D'altra banda, l'afirmació dels partidaris del desenvolupament sostenible en el sentit que **«no s'ha de destruir la terra que ens sustenta»**, tot i que ens sembla més que correcta, no suposa un gran avenç filosòfic ni una guia per aconseguir-la. És més, en gran manera, **l'aplicació del concepte no qüestiona la implícita insostenibilitat d'una economia basada en un creixement continu i en el constant augment del consum.**

L'ús de la paraula **«desenvolupament»** és, en certa manera, **una reafirmació del mateix.** La utilització dels conceptes **«capital»** o **«patrimoni»** per **parlar de la naturalesa reforça també un concepte de la Terra com un recurs per ser explotat.**

La complicada metodologia que s'ha desenvolupat per **posar valor monetari a tota manifestació de la naturalesa, fins i tot a allò que en aquest moment no pot ser comercialitzat, reforça el pensament que relaciona tota necessitat amb preu, un dels suports ideològics bàsics de la nostra societat de consum.** L'alternativa hegemònica en les propostes de desenvolupament sostenible és l'avenç tecnològic per augmentar l'eficàcia en la despesa energètica i en la utilització de matèries primeres. Tot i que qualsevol mesura que permeti reduir aquestes despeses és positiva, aquest augment té un límit. Herman Daly ha calculat que mantenir la situació actual d'agressió al medi ambient, és a dir no empitjorar-la, requeriria en les pròximes quatre generacions augmentar l'eficàcia de la tecnologia actual 20 vegades, cosa que xoca ja amb les lleis de la termodinàmica. Fins i tot els avenços que s'han donat en molts casos només han suposat un augment en el consum total. El cotxe és molt més eficaç que fa 30 anys, però l'estalvi en consum per quilòmetre ha implicat que es condueixi més quilòmetres, fet que fa que el consum segueixi augmentant. Els **avenços tecnològics són importants, però si no es consideren en el context d'un moviment generalitzat per a la reducció de consum, no ofereixen cap alternativa real a la nostra actual agressió contra un món sostenible.**

## Monetarització

Les dinàmiques del sistema financer actual estan íntegrament relacionades amb les dinàmiques de la nostra societat de consum. Un dels trets més importants **del sistema monetari és que està basat en préstecs per percebre interessos**. Avui dia ens sembla quasi una llei natural que sigui així, tot i que és important recordar que la religió musulmana ho considera «pecat», com la religió catòlica ho va considerar durant segles, i per a moltes cultures és una aberració. Aquesta actitud contrària al préstec amb interessos es basa en una valoració correcta: és un mecanisme intrínsecament injust, ja que és una forma molt senzilla i eficaç de transferir riquesa des d'on n'hi ha menys a on n'hi ha més: de persones pobres a persones riques, de zones pobres a zones riques.

Una altra conseqüència relacionada **amb aquest funcionament és que per tornar els interessos és necessari generar més activitat econòmica**, amb la qual cosa es converteix en una de les principals forces motrius perquè **resulti necessària una economia en creixement continu**, independentment que aquest creixement sigui útil per a les persones i la societat.

L'exigència d'aquest creixement continu no tan sols es tradueix en produir cada vegada més béns, sinó que, a més, **exerceix una pressió per convertir tota necessitat i tota acció humana en una nova oportunitat d'intercanvi mercantil**. I, de fet, cada vegada més necessitats de cada vegada més persones s'intenten satisfer amb diners, comprant béns i comprant experiències. Fa un parell d'anys la pel·lícula Família tractava d'un home que llogava actors perquè fingissin ser de la seva família el dia del seu aniversari. Doncs bé, al Japó ja existeixen empreses que ofereixen aquest servei per alleugerir la soledat de la gent gran.

Aquest grotesc exemple de convertir una de les necessitats íntimes més bàsiques dels humans en un negoci no resulta tan llunyà de molts processos que es donen a la nostra societat: pagar perquè cuidin als nostres pares en asils, l'oci i els viatges organitzats consisteixen en molts casos en llogar un grup de convivència, el comerç del sexe (tot i que no és nou) està adquirint dimensions increïbles, les agències que presenten a possibles parelles...

**Aquests processos de monetarització comporten diferents problemes**, entre els quals, que unes poques enormes organitzacions empresarials gestionen cada vegada més aspectes de la vida de cada vegada més persones, una tasca per a la qual no estan capacitats, ni figura dins del seu objectiu bàsic de maximitzar beneficis. Així, els productes que ens ofereixen són cada vegada més plans, més pobres, menys satisfactoris.

D'altra banda, **la gent que disposa de menys recursos monetaris no tan sols té més dificultats per accedir als béns materials, sinó als satisfactors que s'ofereixen per a les necessitats intangibles i emocionals més bàsiques de la vida**.

Aquestes dinàmiques estan provocant una **distorsió profunda de la nostra percepció d'allò que és una bona vida**, què és l'important i com aconseguir-ho. Antonio Machado va dir que «**todo necio confunde valor y precio**». La monetarització ens està fent a tots i totes profundament necis.

L'economia d'escala té gran importància a l'hora d'augmentar l'eficàcia i redueix certs impactes i costos. L'alt cost d'alguns productes de baix impacte es deu als seus deficients canals de comercialització. Tanmateix, economies d'escala de dimensions relativament petites podrien augmentar moltíssim la seva competitivitat enfront dels productes i processos de les megaempreses transnacionals, però amb molt menys impacte.

Fem **una última consideració en relació amb el cost dels productes de menys impacte**. Molts dels **béns i articles del mercat global que ens ofereixen a preus molt baixos es basen en una explotació ferotge**: treballadors, molts d'ells nens, amb jornades de 16 hores al dia en condicions infrahumanes i per uns pocs dòlars. Per això, sembla important prendre la decisió de pagar més per allò que consumim si implica que aquells que ho produeixen poden viure més dignament. Les xarxes de comerç just es basen en aquest principi i cada vegada ofereixen més productes amb un baix contingut en sang.

Un altre **criteri important a l'hora de reduir l'impacte del nostre consum és utilitzar el treball o la iniciativa pròpia en comptes de comprar productes o serveis**. Per exemple, construir un moble en lloc de comprar-lo, o preparar el menjar amb productes frescs en comptes de congelats o precuinats. És impressionant fer un recompte del nombre de motors de diversos tipus que tenim a les nostres cases i al nostre entorn, que substitueixen l'esforç físic amb energia elèctrica. A part que molts suposen un estalvi de temps o una comoditat més que dubtosos, la utilització del nostre treball satisfà una important necessitat d'activitat física (és irònic veure com gastem diners i temps en gimnasos, al mateix temps que gastem diners en aparells per estalviar-nos esforços a casa) i permet també desenvolupar la nostra capacitat d'autosuficiència, un criteri rellevant a l'hora de plantejar-nos una vida més equilibrada.

Finalment, hem de parlar de tot un conjunt **d'iniciatives que permeten reduir el nostre consum i els seus impactes, emmarcades dins de la cooperació i col·laboració amb altres persones** a l'hora de satisfer les nostres necessitats. Aquestes serien, entre d'altres: les **xarxes de préstec i per compartir béns i serveis, els grups d'intercanvi i permuta, i l'adquisició col·lectiva o les cooperatives de consum**.

Aquest últim apartat és de gran interès, ja que, a part d'ajudar a reduir el nostre consum i els seus impactes, té un enorme valor afegit ja que ens introdueix en dinàmiques en les quals podem aprendre molt sobre la nostra relació amb els altres: com construir relacions de mútua dependència i confiança; com compartir les propietats, possessions i responsabilitats; com aprendre que les nostres necessitats no les satisfan els objectes o els diners, sinó les persones. Anteriorment hem analitzat com cada vegada hi ha més deficiències a l'hora de satisfer moltes de les nostres necessitats bàsiques intangibles. Les iniciatives de reducció del consum que es basen en una major cooperació amb altres persones poden aportar moltes satisfaccions a les necessitats de participació, exercir la creativitat, ser respectat, l'amistat....

D'altra banda, una de les grans limitacions a l'hora de plantejar com viure millor amb menys és la internalització de valors, símbols i hàbits de la societat de consum, un procés que afecta fins i tot els no-consumistes més conscients. Descobrir i potenciar altres valors, hàbits i símbols és un objectiu bàsic i només es pot fer com a part d'un procés col·lectiu de mútua provocació, discussió i acció.

Al mateix temps, les iniciatives de cooperació ens permeten fer front millor a una de les grans tasques del moviment per a la reducció del consum: actuar sobre les institucions l'existència de les quals depèn d'un constant i creixent malbaratament de recursos. La iniciativa individual per reduir el consum i els seus impactes és fonamental, però no suficient. **Es pot decidir no utilitzar el cotxe, però al mateix temps és necessari lluitar per reduir el poder de la indústria automobilística i petrolera, que en aquest moment domina de manera desmesurada qualsevol decisió política sobre el transport a la nostra societat i determina l'ordenació física del nostre entorn**. Aquesta influència sobre l'entorn no tan sols és negativa en termes de contaminació i agressió mediambiental, per a la qualitat de vida de les nostres societats, per a l'ambient i la sociabilitat de les ciutats, sinó que també genera un entorn que fa encara més necessari dependre del cotxe per tenir mobilitat. El seu poder s'estén també als mitjans de comunicació, que ha permès i fomentat una mitologia sobre el cotxe com a símbol d'estatus profundament arrelat.

Desenvolupar un contrapès a l'enorme poder econòmic, cultural, polític i mediàtic de les megaempreses que dominen cada vegada més l'economia, la política i la cultura (**les 500 empreses més grans del món controlen més del 25 % de l'economia mundial**) és una part fonamental per aconseguir l'objectiu d'una societat sostenible (i democràtica). Això requereix

una **acció col·lectiva**, per la qual cosa l'experiència de les organitzacions de cooperació que es desenvolupen per reduir el consum és una bona base per fer front a aquest repte.

**L'acció política és important també en una altra esfera**, ja que hi ha molts tipus de consum no individuals, com són les despeses, inversions i consum que realitzen l'Estat i altres institucions de la societat. Aquest és el cas de les carreteres, el sistema sanitari i educatiu, etc., en els quals participem com a usuaris. És important que s'introdueixin criteris de reducció de consum a totes aquestes àrees i en alguns casos, com en el de la despesa militar, és legítim plantejar més que una radical reducció en el seu consum d'energia, espai i matèries primeres.

**Plantejar alternatives a la nostra societat de consum actual requerirà, per tant, voluntat, decisió i canvis individuals, acció col·lectiva** en el terreny polític i posar en marxa iniciatives de producció, distribució i ús de béns de servei que es guiïn per criteris molt diferents dels actuals. L'objectiu final podria ser lluitar per una alternativa radicalment diferent a l'actual; tanmateix, l'inici no ha de suposar una ruptura radical individual. És fonamental veure aquest repte com un procés d'aprenentatge, de construcció i de creativitat, que en si mateix pot suposar una font de satisfaccions. **L'important és començar.**

### ***Reducció de llocs de treball?***

Enfront de la proposta de reduir el consum, és freqüent escoltar la crítica que una **reducció del consum seria nefasta per a l'economia i destruiria milers de llocs de treball**. Tanmateix, es poden plantejar diferents objeccions a aquest argument. La primera és que, **malgrat l'enorme augment del consum a les nostres societats, l'atur segueix existint, i sembla que hi ha poca relació entre els dos fenòmens.**

Cada vegada menys treballadors produeixen gran part dels objectes i béns de consum. Les 500 empreses que controlen el 25 % de l'economia mundial utilitzen només el 2 % de la mà d'obra, mentre que moltes de **les alternatives que impliquen un consum de menor impacte requereixen, de fet, més mà d'obra que els processos basats en una alta despesa energètica i de matèries primeres. L'agricultura ecològica n'és un bon exemple**, igual que el sistema d'ampolles retornables en comptes del d'utilitzar i llençar. D'altra banda, el gran increment de la productivitat de les últimes generacions no ha donat lloc a una reducció de la jornada laboral, una reducció que contribuiria en gran manera a una millor qualitat de vida. Es tracta també de consumir menys per treballar menys. **L'afirmació que la nostra economia necessita un creixent consum per mantenir-se és tot un reconeixement del seu fracàs.** Que un accident de cotxe faci que creixi el PNB, mentre que recuperar i usar objectes de segona mà es considera negatiu per a l'economia, ha de servir-nos com a senyal de greu alarma. L'economia ha de servir per satisfer les necessitats humanes; tanmateix, sembla que hem d'ajustar les nostres vides, desigs i accions per satisfer les necessitats d'una determinada màquina econòmica.