



www.youthxchange.net - Jóvenes por el Cambio

youthXchange

Manual de educación para un consumo sostenible



Copyright © 2002 UNESCO-UNEP

Esta publicación puede reproducirse íntegra o parcialmente por cualquier medio para usos educativos sin ánimo de lucro sin que sea necesario un permiso especial del propietario de los derechos de autor siempre que se cite expresamente la fuente.

La UNESCO-UNEP agradecería recibir una copia de cualquier publicación que utilice como fuente o reproduzca alguna parte de la presente publicación.

Esta publicación no se puede vender ni ser utilizada para cualquier uso comercial o lucrativo sin el permiso escrito, expreso y previo de la UNESCO-UNEP.

Primera edición del original inglés 2002.

Primera edición en español 2004.

Las designaciones empleadas y la presentación de los temas no entrañan la expresión de opinión alguna por parte de UNESCO-UNEP acerca de la condición jurídica de un país, territorio, ciudad o zona o de sus autoridades, ni acerca de la delimitación de sus fronteras o de sus límites.

Además, los contenidos de esta publicación no representan necesariamente la opinión o las políticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. La referencia a nombres o procesos comerciales no supone en absoluto ningún tipo de aprobación ni recomendación.

Publicación de las Naciones Unidas ISBN 92-807-2128-3
Depósito Legal

w w w . y o u t h x c h a n g e . n e t

youthXchange

Jóvenes por el Cambio

LA GUÍA

Manual de educación para un consumo sostenible



Organización de
Naciones Unidas
para la
Educación,
Ciencia y Cultura

Programa de
Naciones Unidas
para el Medio
Ambiente



La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) reconocen con gratitud el tiempo y esfuerzo invertidos por las personas involucradas en la producción y comentarios de esta Guía "JÓVENES POR EL CAMBIO".

Esta publicación fue preparada por MÉTA (Asociación de los Medios, Ecología y Tecnología), la División de Tecnología, Industria y Economía (DTIE) del PNUMA y la División para la Enseñanza Secundaria, Técnica y Profesional (ED/STV/STE) de la UNESCO en colaboración con Consumers International.

El equipo de MÉTA estuvo formado por: Patrizia Lugo Loprieno y Madhavi Bhatt, Peter Williams. El trabajo estuvo coordinado por Isabella Marras, experta asociada al PNUMA DTIE, y Julia Heiss, Especialista del Programa de UNESCO - ED/STV/STE. Christine Knights y Alina Tugend, de Consumers International proporcionaron asesoría y asistencia en la edición. Un agradecimiento especial a Bas de Leeuw, Jefe de la Unidad de Estrategias y Servicios de Producción y Consumo, del PNUMA-DTIE, por su apoyo al proyecto.

Agradecemos el entusiasmo y trabajo del equipo de México de Jóvenes por el Cambio formado por las siguientes personas e instituciones: Tiahoga Ruge, Ligia Hernández y Martha Merino del Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sostenible (CECADESU); por David Oviedo González del Instituto Mexicano de la Juventud, por Carlos Rafael Valencia Parra de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), por Diego Masera (UNEP ROLAC) y Adriana Zacarias Farah (UNEP-DTIE).

La traducción al español fue realizada por CECADESU y SERMARNAT en México. La Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES) de Zaragoza ha realizado la revisión, edición y adaptación de los casos al público español e iberoamericano. La Escuela de Consumidores de Cantabria asumió la tarea de maquetar y producir la edición impresa de esta Guía.

Finalmente, agradecemos la ayuda dada por la Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón que apoyó generosamente y desde el principio la edición española de la Guía y su distribución en el ámbito hispanohablante. Agradecimientos que deben hacerse también extensivos a la Comunidad Foral de Navarra, al Gobierno de Cantabria, al Ayuntamiento de Barcelona que a través del Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRAN), la Escuela Europea de Consumidores (EEC) y la Comisión de Sostenibilidad, han aportado recursos para hacer realidad el proyecto. El Consejo de la Juventud ha sido también un aliado estratégico para la difusión de este proyecto entre los jóvenes. A los responsables políticos que creyeron en el proyecto y decidieron dar su apoyo y a los técnicos que lo gestionaron, muchas gracias.

El planeta Tierra se enfrenta a una severa crisis global. El desarrollo económico y social están imponiendo una carga insoportable a nuestro medio ambiente. Los patrones ineficientes de producción y consumo, aunados a una distribución desigual, han ampliado la brecha existente entre *Norte y Sur*.

Se estima que si el resto del mundo consumiera como el mundo desarrollado, necesitaríamos el equivalente a *cuatro planetas Tierra adicionales*.

Hoy en día los jóvenes constituyen un grupo importante dentro de las sociedades de consumo, y los hábitos que desarrollen *ahora* jugarán un papel decisivo en los *futuros* patrones de consumo. Sus decisiones como consumidores ejercen una influencia creciente en los mercados y estilos de vida. Por lo tanto, los jóvenes merecen especial atención en los esfuerzos por cambiar nuestros ineficientes patrones de consumo por otros más a tono con el desarrollo sostenible.

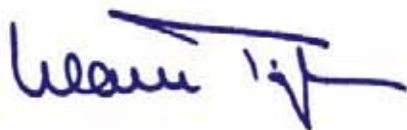
EL PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL MEDIO AMBIENTE (PNUMA), como conciencia ambiental de la ONU, insiste en la importancia y necesidad urgente de cambiar los patrones y actitudes de consumo y producción en el ámbito global.

Por su parte, la ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO) hace hincapié en el papel de la educación para moldear actitudes, valores y conducta, al tiempo que desarrolla las capacidades, habilidades y el compromiso necesario para construir un futuro sostenible.

A través del programa de Jóvenes por el Cambio, el PNUMA y la UNESCO tratan de mostrar a los jóvenes que es posible para todos nosotros traducir nuestras aspiraciones por un mundo mejor en acciones diarias.

Klaus Töpfer,
Director Ejecutivo UNEP

Koichiro Matsuura,
Director General UNESCO





Contenido

- 6 Introducción al consumo sostenible**
Concepto de consumo sostenible. Factor 4 y Factor 10. Herramientas para el cambio.
- 8 El Proyecto de Jóvenes por el Cambio (JXC)**
Jóvenes en el mundo. El papel de la información. Iniciativa del PNUMA/ UNESCO para Jóvenes y consumo sostenible.
- 10 Por un estilo de vida más sostenible**
Consumo sostenible: un tema multifacético. Hechos y cifras. Desglose de temas.
- 12 Cuídate**
Crisis de alimentos. Necesidad de más información. ¿Cómo disminuir el uso de sustancias químicas? Contaminación del aire urbano.
- 16 En Movimiento**
Movilidad. Emisiones de carbono. Dependencia del automóvil.
- 18 De viaje**
Impacto del turismo masivo. Vacaciones sostenibles.
- 20 Reduce los residuos**
Producción: hechos y cifras. Diseño ecológico. Las cinco "erres" virtuosas.
- 25 Optimiza energías**
Consumo: hechos y cifras. Energías renovables. Ahorro de energía.
- 28 Pronostica el tiempo**
Cambio climático. Deterioro de la capa de ozono. Hechos y cifras.
- 31 Ahorra el agua, asegura el agua**
Consumo: hechos y cifras. Desequilibrio entre Norte y Sur: un tema crítico.
- 34 Compras responsables**
Trabajo infantil. El derecho a la educación. Condiciones de trabajo, desigualdades de género, derechos humanos.
- 39 Vive y deja vivir**
Experimentos y crueldad en animales. Biodiversidad. Especies en peligro de extinción.
- 43 Actúa**
Globalización, elección informada, aumento de la vigilancia de los consumidores. Inversiones socialmente responsables.
- 47 Descubre la aldea global**
Nivel educativo de los medios de comunicación. Impacto de la publicidad. Tus derechos y obligaciones. Ídolos y audiencias.
- 50 La red: instrucciones para usarla**
¿Por qué Internet? El trabajo en redes como una herramienta de aprendizaje. www.youthxchange.net: nuestro sitio.



Introducción al consumo sostenible

A partir de ahora también nos referiremos a él con las iniciales CS.

Esta definición, ampliamente aceptada, tiene su origen en el Informe Brundtland (Gro Harlem Brundtland et al., *Nuestro Futuro Común*, WCED, Nueva York - Oxford, Oxford University Press, 1987, p. 43).

La idea de Consumo Sostenible (CS) se refiere al conjunto de acciones que tratan de encontrar soluciones viables a los desequilibrios –sociales y ambientales– por medio de una conducta más responsable por parte de todos. En particular, el CS está relacionado con la *producción y distribución, uso y eliminación* de productos y servicios y proporciona los medios para repensar acerca de sus ciclos de vida. El objetivo es asegurar que se satisfacen las necesidades básicas de la comunidad global en su conjunto, se reducen los excesos y se evita el daño ambiental.

El CS es un elemento integral del desarrollo sostenible y un tema de vital importancia para las Naciones Unidas:

"Desarrollo que cubre las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas."

Proporcionar las herramientas para el cambio es responsabilidad de los gobiernos, instituciones reguladoras, ONG y empresas. Sin embargo, el papel del consumidor/ciudadano global es esencial para impulsar a estos grupos a tomar acciones más rápidas y acertadas.

Éste es el motivo por el que dos organismos de las Naciones Unidas, la *UNESCO* y el *PNUMA*, unen sus fuerzas para lograr que los *jóvenes* tomen conciencia de las oportunidades que ofrecen los estilos de vida más sostenibles y proporcionarles herramientas que les permitan percibir la diferencia empezando por su vida cotidiana.

Cualquier definición de CS hace énfasis en que por lo general consumir menos es una prioridad, pero no siempre. Consumir de manera diferente y eficiente es el principal reto. En muchos casos, lo que se necesita es redistribuir la oportunidad de consumir.

UNEP-DTIE está analizando el significado e implicaciones del CS con expertos de todas las regiones del mundo. Su red es un foro de debate e intercambio de información que está abierto a recibir contribuciones de todas las personas. Puedes contactar en: www.uneptie.org/sustain



Más de 2 mil millones de personas en el mundo necesitan más, únicamente para sobrevivir:

"Un gran número de personas en el mundo necesitan consumir más, tan sólo para sobrevivir. Otros muchos deberían hacer elecciones más responsables. Al final, eso significaría un menor uso de recursos, una disminución en la generación de emisiones, y se cubrirían las necesidades de la población mundial."

UNEP, Jóvenes y Consumo Sostenible, Nairobi/ París, octubre 1999.

Una manera de aproximarse al tema es por medio del enfoque del *Factor 4* y *Factor 10*, que plantean que durante las próximas décadas deberíamos ser capaces de producir el doble de bienes utilizando la mitad de nuestros valiosos recursos. También hemos de hacer un esfuerzo para lograr en el año 2050 multiplicar por dos la productividad de los recursos en los países industrializados. Los modelos de producción y consumo han de llegar a ser entre dos y cuatro veces más eficientes si queremos un acceso a los recursos más duradero y equitativo para todos.

Ernst von Weisäcker, Amory B. Lovins y L. Hunter Lovins, *Factor 4: Duplicar la Riqueza, reducir por mitad el gasto de recursos*. Earthscan publications, Reino Unido, 1998. www.factor10-institute.org

El concepto de CS es complejo y su definición a veces es difícil de entender. Para obtener más información al respecto:

www.uneptie.org/sustain
www.unesco.org/education/tlsf/theme

La mayoría de las definiciones tienen las siguientes características en común:

- ▶ satisfacer las necesidades humanas;
- ▶ favorecer una buena calidad de vida por medio de estándares de vida dignos;
- ▶ compartir los recursos entre ricos y pobres;
- ▶ actuar tomando en cuenta a las generaciones futuras;
- ▶ considerar el impacto "desde la cuna hasta la tumba" de los productos al consumirlos;
- ▶ minimizar el uso de los recursos, los residuos y la contaminación.

Fuente: *Teaching and Learning for a sustainable future – a multimedia professional development programme (Enseñar y Aprender para un futuro sostenible – un programa multimedia para desarrollo profesional)*, UNESCO, 2001.

El Proyecto de Jóvenes por el Cambio (JxC)



¿ES TUYO EL FUTURO? En el año 2000, la UNEP y la UNESCO entrevistaron a 10.000 jóvenes (entre 18 y 25 años). El objetivo era entablar un diálogo con ellos acerca de su:

- ▶ Nivel de **conciencia** e interés por el Consumo Sostenible.
- ▶ Grado de **compromiso** con la sostenibilidad.
- ▶ Visión del futuro y su **papel potencial** como líderes en el desarrollo de patrones más responsables de consumo.

La encuesta reveló que los jóvenes eran ambivalentes en sus patrones de consumo. En particular, los entrevistados:

- ▶ Afirman que sus mayores preocupaciones respecto al futuro son el medio ambiente, los derechos humanos y la salud;
- ▶ Comprenden el impacto que puede tener sobre el ambiente la forma en la que utilizan y disponen de los productos, pero no comprenden el impacto de sus hábitos de consumo.
- ▶ Generalmente prefieren las acciones individuales sobre las colectivas para mejorar el mundo.

Ante estos resultados, el PNUMA y UNESCO concluyeron que existe una necesidad de información fiable, clara y accesible acerca del significado y retos del CS entre los jóvenes.

Encuesta en la web, en: www.uneptie.org/youth_survey; www.unesco.org/education/youth_survey

Se espera que la población mundial aumente un *50%* para el año 2050, con lo que el total de la población en este planeta se elevará a cerca de *9 mil millones*. Casi todo este crecimiento tendrá lugar en los países en desarrollo.

El aumento de la población ejercerá una *presión inmensa* sobre nuestros recursos naturales, la biodiversidad y el equilibrio ecológico del planeta que todos consideramos nuestro hogar. Por ello, es necesario cambiar la manera en que vemos nuestros recursos y, más importante aún, el cómo los utilizamos. Fomentar el consumo sostenible es más *urgente* ahora que nunca.

La mitad de la población mundial es menor de *20 años* y el *90%* de todos los jóvenes vive en países en desarrollo. Los jóvenes son protagonistas decisivos en la economía global y serán el principal actor y motor del cambio en el futuro próximo. La energía, la motivación y la creatividad de la juventud son elementos esenciales para lograr el cambio.

Esta guía y el sitio de Internet asociado, se han concebido *como un paquete de herramientas* para ayudar a los formadores en su trabajo de involucrar a los jóvenes en este proyecto. También se ha diseñado para ayudar a grupos de jóvenes, ONG y profesores a despertar la conciencia sobre el CS y facilitar que los jóvenes puedan pasar de la *teoría a la práctica*.

Debemos poner atención en qué y cómo *producimos y consumimos*. Pero para lograrlo sin tantos costos, nosotros – como consumidores – necesitamos:

- ▶ Información clara
- ▶ Productos y servicios sostenibles accesibles
- ▶ Infraestructura adecuada

Por tal motivo, y con el fin de hacer el Consumo Sostenible más accesible a los jóvenes, este proyecto utiliza un enfoque amplio e inclusivo. Por ejemplo, temas como la comida saludable, el negocio del sexo o el dominio de los medios de comunicación no siempre se consideran como asuntos estrictamente relacionados con el CS; sin embargo, esta guía los ve como *factores significativos* en el desarrollo de la conciencia del consumidor. Utilizando *información* accesible, *ejemplos* concretos y *lenguaje* cotidiano la guía y su web en Internet ofrecen conceptos y hechos relacionados con el Consumo Sostenible.

La guía muestra la conexión que existe entre los factores culturales, geográficos e inter-generacionales. De manera particular, YOUTHxCHANGE enfatiza la relación directa que existe entre CS y calidad de vida, el uso eficiente de los recursos (humanos y naturales), la reducción de basura, aspectos éticos como el trabajo infantil, crueldad hacia los animales, comercio justo y la igualdad en general.



Fuente: La Juventud del Mundo 2000, POPULATION REFERENCE BUREAU: www.prb.org

Más de la cuarta parte de los 6.000 millones de habitantes del planeta – 1.700 millones – tiene entre 10 y 24 años, lo que convierte a este grupo de edad en el conjunto más grande que jamás se haya incorporado a la edad adulta. El 86% de las personas entre 10 y 24 años viven en países en desarrollo. La proporción de jóvenes en estos países es significativamente mayor que la de los países más desarrollados.

Población de 10 a 24 años
(millones-% del total)

Mundial, año 2000	1.663	27
Más desarrollados	241	20
Menos desarrollados	1.423	29
África	256	33
Asia	1.031	28
Norte América	64	21
Latinoamérica	155	30
Europa	149	21
Oceanía	7	24

Esta iniciativa está destinada a jóvenes de áreas urbanas, con acceso a los medios de información y patrones de consumo similares. Pero cualquier persona que tenga *acceso a Internet* puede participar en este proyecto.

www.youthxchange.net

A lo largo de la guía se encuentran vínculos relevantes con páginas del sitio YxC. El último capítulo presenta una descripción *sección por sección* y subraya la naturaleza interactiva de la página de Internet así como su potencial educativo.

Por un estilo de vida más sostenible

"Los consumidores cada vez se interesan más en lo que hay detrás de los productos que compran. Además del precio y la calidad, desean saber cómo, dónde y quién elaboró el producto."

[Klaus Töpfer,
Director Ejecutivo del PNUMA]

Procesos que eliminan de la tierra nutrientes vitales y la hacen estéril.

Además, cada año necesitamos una hectárea más que el año anterior.

La "huella ecológica" es un indicador que calcula el área de suelo ecológicamente productivo (cultivos, bosques, pastos...) que cada persona, ciudad, región o país necesita para obtener todos los recursos que consumimos (agua, energía, materiales, alimentos...) y el espacio que se necesita para asimilar los residuos que se generan (basura, emisiones de CO₂...etc).

¿Exactamente, qué significa la sostenibilidad para *NOSOTROS* como individuos? ¿Qué podemos hacer para ser más *responsables*? ¿Necesitamos hacer lo mismo todos nosotros? ¿Qué debemos hacer primero, conservar nuestro entorno o eliminar la pobreza? ¿Qué es primero, nuestra salud o la de la Tierra? Las preguntas difíciles nunca tienen respuestas fáciles – ¡ya lo decían los antiguos!

El tema del CS se encuentra en continuo estado de evolución y las respuestas rara vez son blanco o negro. Sin embargo, existe un cierto número de elementos básicos con los que realizar una aproximación de conjunto. Lo que sigue es una visión general de los *temas* y *retos* a los que nos enfrentamos.

Si continuamos con nuestros patrones actuales de consumo el futuro no será muy prometedor. Estimaciones actuales muestran que nuestro planeta pierde cada año una superficie de tierra fértil más o menos del *tamaño de Irlanda* como resultado de la sobreexplotación del suelo y la deforestación. ¿Por cuánto tiempo se puede continuar así?

Cuanto más dañamos nuestro entorno, mayor es el riesgo al que nos exponemos tanto nosotros como las futuras generaciones. La salud del planeta es nuestra salud. Cada día se extinguen 50 especies de plantas. ¿A cuánto equivale esto por semana, por mes, o por año? Los científicos creen que las plantas son la clave para encontrar la cura de un gran número de enfermedades. De tal manera que cada *especie que se pierde* no sólo representa un daño irreparable para el ecosistema, sino que también es una *oportunidad perdida* para nuestro futuro desarrollo.

Los datos del Fondo Mundial para la Vida Silvestre (WWF por sus siglas en inglés), muestran que un ciudadano medio en el mundo requiere 2,3 hectáreas para producir lo que consume cada año y depositar los residuos que genera (una hectárea es igual al tamaño de un campo de fútbol). Eso supone un *40% más de lo que es sostenible*.



Prioridades en perspectiva...

- ☞ **Educación básica para todos:** 6 mil millones de dólares, frente al gasto en cosméticos en los Estados Unidos de América: 8 mil millones de dólares.
- ☞ **Agua y saneamiento para todos:** 9 mil millones de dólares, frente al valor del consumo de helados en Europa: 11 mil millones de dólares.
- ☞ **Salud básica y nutrición en el mundo en desarrollo:** 13 mil millones de dólares frente a los recursos destinados a comprar alimentos para mascotas en Europa y Estados Unidos: 17 mil millones de dólares.
- ☞ **Salud reproductiva para todas las mujeres:** 12 mil millones de dólares, frente al consumo de perfumes en Europa y Estados Unidos de América: 12 mil millones de dólares.

Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano, 1998, "Consumption for Human development": <http://hdr.undp.org/reports/global/1998/en/> (Informe sobre el desarrollo humano 1998. Consumo para el Desarrollo humano, Madrid, 1999, publicado para el PNUD por Ediciones Mundi-Prensa).

¿Todos somos *igualmente responsables*? Evidentemente, no. Si eres europeo necesitas el doble de la superficie mencionada; si eres estadounidense 25 veces más. Y si eres de Bangladesh, tan sólo una tercera parte. Lo que nos indica claramente que la distribución del consumo está seriamente *desequilibrada*.

Para saber más sobre tu huella ecológica: www.earthday.net/Footprint/pdf/ef_spanish_color.pdf Algunas ciudades, países o territorios utilizan la huella ecológica como indicador de su relación con el medio ambiente. Por ejemplo, en España, la Comunidad Foral de Navarra, ha realizado la medición de su huella ecológica. Puedes acceder a los resultados en: www.cfnavarra.es/medioambiente/agenda/Huella/EcoNav.htm Si quieres medir tu propia huella ecológica, lo puedes hacer en: www.vidasostenible.com

El 20% de la gente más rica del mundo consume casi el 75% de los recursos naturales del planeta. Unos datos para la reflexión: los Estados Unidos de América poseen el 6% de la población del planeta, pero consumen, sorprendentemente, el 30% de sus recursos.

La fortuna de los 225 *individuos más adinerados* del mundo es igual al ingreso anual del 47% de la población mundial más pobre, o sea, 2.500 millones de personas.

Y ya que hablamos de distribución, un gran número de jóvenes piensa que el planeta no produce lo suficiente para alimentar a su población. *Gran error*. La distribución desigual de los alimentos es la principal razón por la que 800 millones de personas están desnutridas en el mundo actualmente.

Si considerar las causas de este desequilibrio.

En cruel contraste, un informe británico publicado en el 2000 reveló que, aproximadamente, 400 millones de libras esterlinas (unos 571 millones de dólares) de alimentos terminan cada año - *idesperdiciadas!* - en los basureros o incineradoras. Igualmente, un estudio reciente del Gobierno de Estados Unidos reveló que más de la cuarta parte de todos los alimentos que se producen en el país no se consumen.

"Scandal of the food Britain throws away" (El escándalo de los alimentos que Gran Bretaña desperdicia), por John Vidal, *The Guardian*, 4 de abril de 2000. Y debemos tomar en cuenta el costo adicional para deshacerse de ellos, alrededor de 50 millones de libras esterlinas (unos 82 millones de dólares al año).

En resumen, los hechos ponen de manifiesto que el *Consumo Sostenible* no es únicamente un tema ambiental, sino que es algo que *promueve* un nivel de vida digno para todos los seres humanos.

Cuidate

"No hay cosa más importante que el aire que respiramos, sea caliente o frío, trátase del halcón o del ser humano."

[Jack Nicholson, actor]

Encefalopatía Espongiforme Bovina.

Organismos Modificados Genéticamente (OMG): recogidos bajo el nombre de "transgénicos", la utilización de estos productos está en la actualidad en debate. Los consumidores conscientes deberían aplicar el principio de precaución, es decir, no permitir que se "experimentase" en su cuerpo los resultados de la utilización de los OMG. Para mayor información: www.foodbiotech.org

Naturalmente, debe hacerse una investigación exhaustiva sobre los posibles efectos antes de poder proporcionar información confiable.

La presión de los consumidores. La cadena británica de supermercados CO-OP ha prohibido el uso de más de 20 plaguicidas comunes que se utilizan en la producción de alimentos. La compañía informó que éste es el resultado de la presión ejercida por los consumidores, a raíz de una encuesta que la compañía llevó a cabo. El 70% de las 1.000 personas entrevistadas afirmaron que están preocupadas por el uso de plaguicidas (en particular por el impacto de los residuos químicos sobre la salud y el ambiente).

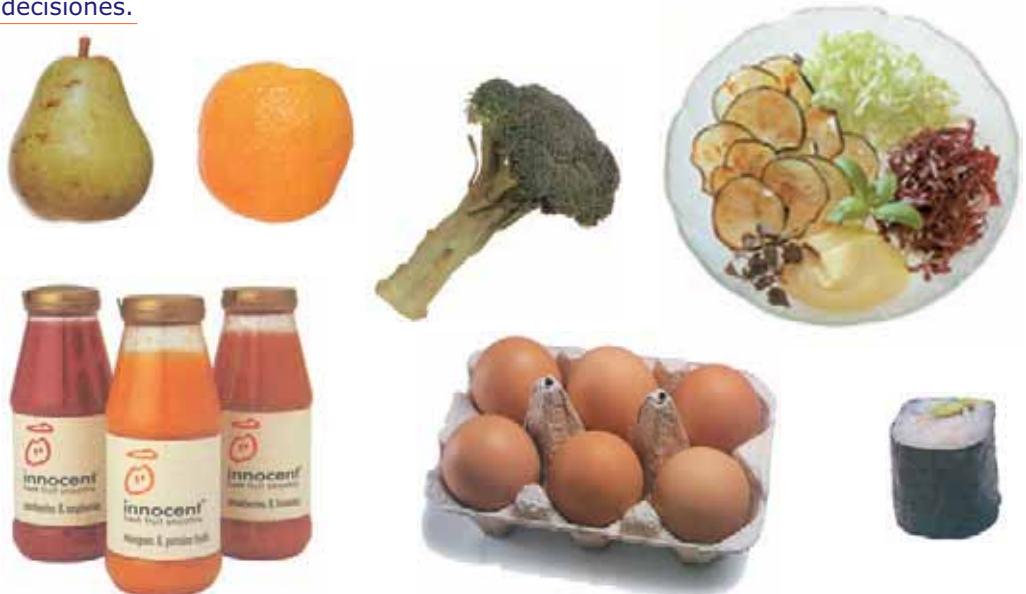
Fuente: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/English/health/news/1417000/147663.stm>

Salud es riqueza, dice un dicho antiguo. Cada vez hay más personas que están eligiendo estilos de vida más sanos. Preocuparte por tu salud también implica preocuparse por la salud del planeta. Los cambios de estilo de vida deben beneficiar al planeta tanto como a ti.

Los alimentos son un vínculo clave entre nosotros y el planeta. Un gran número de personas prefiere ya productos alimenticios más saludables y producidos de manera que se ocasione un daño mínimo al entorno y se dé un trato digno a los animales. Además, la gente desea que los alimentos que compra sean *seguros* y no contengan sorpresas desagradables.

Una serie de crisis recientes relacionadas con los alimentos –enfermedad de las vacas locas (EEB), fiebre aftosa, dioxinas en los pollos– han conducido a los consumidores a mostrar un interés activo por *opciones certificadas* más sostenibles (orgánicos, producidos de manera tradicional, libres de organismos modificados genéticamente [OMG]).

Los consumidores están empezando a apoyar a los establecimientos comerciales que evitan el desperdicio de alimentos. También están exigiendo más información acerca de lo que se encuentra en las estanterías del supermercado –¿contiene transgénicos esta lata de tomate? ¿La carne que quiero comprar ha sido inyectada con hormonas?-. Se trata de *poder elegir*. A algunas personas puede no importarles si hay OMG en sus alimentos, pero lo que es importante es que se proporcione la información adecuada que permita a la gente tomar sus propias decisiones.





Paso a paso

Siempre que puedas, consume bebidas y alimentos lo más sanos posible: más **alimentos frescos** y menos aditivos y **alimentos procesados**.

- ☞ Evita alimentos modificados genéticamente (OMG) hasta que se conozca su impacto.
- ☞ Procura no consumir carne producida con métodos de cría intensiva.
- ☞ Evita los alimentos **fuera de estación** y que se importan de países **lejanos**.
- ☞ Hazle saber a tu supermercado que quieres **etiquetas** que te informen con veracidad acerca de los alimentos que consumes.
- ☞ Toma **suplementos** dietéticos sólo si verdaderamente los necesitas. Elige los que estén elaborados con **ingredientes naturales** en lugar de las imitaciones químicas.
- ☞ Infórmate sobre los aditivos nutricionales identificados con la letra **"E"** más un **número** que dan color y sabor artificial a los alimentos.

Comer alimentos orgánicos o ser vegetariano son decisiones que las personas toman acerca de cómo quieren vivir, a menudo porque desean estar más sanos. Sin embargo, estas decisiones son buenas también para el medio ambiente. Comer pollo en lugar de carne de res significa un daño ambiental 15 veces menor. Una persona que lleva una dieta libre de carne evita que más de 4.000 m² de árboles sean destruidos por año.

Si quieres conocer qué productos de consumo no pueden garantizar que están libres de "transgénicos" (OMG) puedes consultar: www.greenpeace.org/espana_es/campaigns/intro?campaign_id=135636

Sustainable Agriculture Food y Environment Alliance han iniciado una campaña para controlar "las millas" de los alimentos. Las millas de los alimentos ("food miles") es una forma de medir la distancia que los alimentos viajan antes de llegar al consumidor final. Cuanto mayor sea la distancia que recorren menos sostenibles resultan. Para más información ver: www.sustainweb.org/foodmiles

En particular evita los colorantes E100 a 180, dióxidos de azufre E220, los antioxidantes E320 y E321 y el glutamato monosódico E621. Para saber más acerca de estos números visita: www.consumaseguridad.com; www.sinfronteras.org/naturalmente/





Sustancias químicas: una docena de los productos más indeseables a punto de desaparecer.

En mayo de 2001 representantes de unos 120 gobiernos confirmaron el "Convenio de Estocolmo sobre "Contaminantes orgánicos persistentes" (COP), en el que se contempla la eliminación de este tipo de contaminantes, para lo que se estableció una lista de 12 sustancias prioritarias, la llamada "**docena sucia**" que incluyen el DDT, los bifenilos policlorados (PCB, siglas en inglés) y dioxinas, sustancias que debían ser eliminadas. La convención entrará en vigor una vez que sea ratificada por 50 países.

Puedes encontrar más información sobre los POP y el papel de la UNEP en la campaña por esta convención en: www.chem.unep.ch/pops/default. También puedes buscarla en: www.pops.int

Para conocer los productos químicos tóxicos y peligrosos que utilizamos y saber los riesgos que producen podemos consultar: <http://archivo.greenpeace.org/toxicos/html/chemicalhouse.html>. También podemos hacer un recorrido por una casa virtual y ver los impactos que producen los productos que consumimos: www.chemical-cocktail.org

Sobre pesticidas puedes ampliar la información en: www.ceit.es/Asignaturas/Ecologia/Hipertexto/09ProdQui/110Pestic.htm Para saber más sobre pesticidas orgánicos mira en: www.planetaorganico.com.br/agrohist2.htm; www.inforganic.com



Paso a paso

Hay algunos pequeños pasos que podemos dar para reducir el uso de **sustancias químicas**:

- ☞ Infórmate acerca de los productos de limpieza para el hogar, cosméticos y productos de higiene personal. Averigua qué contienen y qué impactos ambientales producen.
- ☞ Revisa el armario en el que guardes medicinas y lleva todas aquellas que estén caducadas a la farmacia. Las que todavía valgan y no necesites, llévalas a una farmacia que las recoja para la gente que las necesita.
- ☞ Siempre que te sea posible, usa productos **ecológicos**, productos naturales, y utiliza la cantidad mínima (en general un poco menos de la recomendada).
- ☞ Rechaza productos testados en animales. Evita **la crueldad hacia los animales**.
- ☞ Si vas a utilizar pesticidas usa los menos nocivos.
- ☞ Piensa bien con qué frecuencia necesitas lavar tu **ropa**. Evita limpiar la ropa **en seco**, ya que los productos que se utilizan a menudo contienen sustancias químicas altamente contaminantes.
- ☞ Cuando vayas al médico pregunta siempre si el remedio que te receta es el más suave entre los que son eficaces para tu dolencia.

Cuidar la salud también está relacionado con los productos que utilizamos regularmente para limpiar y mantener nuestras casas y para nuestra higiene. Un gran número de ellos contiene *sustancias químicas* que aumentan los ya elevados niveles de contaminación y no son biodegradables.

Las sustancias químicas peligrosas también se encuentran en el aire que respiramos. Para el año 2005, por primera vez en la historia, más personas vivirán en pueblos y ciudades que en el campo. Desafortunadamente, la contaminación del aire se ha convertido en una de las características que definen la vida en la ciudad. La mala calidad del aire afecta la salud de la población mundial de manera alarmante, tanto en los países desarrollados como en desarrollo.

La contaminación atmosférica ha ocasionado un marcado aumento en el número de personas en las ciudades que sufren de *asma y alergias*. En casos extremos los enfermos de asma no tienen otra opción más que permanecer en casa cuando los niveles de contaminación son altos.



Paso a paso

Todos podemos hacer un esfuerzo para limpiar el aire que respiramos:

- ☞ Para distancias cortas, **camina** en lugar de usar el coche.
- ☞ **Deja de fumar** o, al menos, disminuye el número de cigarrillos.
- ☞ Recuerda hacer ejercicio con regularidad. La **buena condición física** no puede almacenarse.



El impacto de la contaminación del aire en la salud de los habitantes de las ciudades es impresionante: ocasiona uno de cada 50 ataques al corazón en Londres.

En las principales ciudades de la India, Nueva Delhi y Bombay, respirar el aire equivale a fumar de 10 a 20 cigarrillos al día, y tan sólo en Nueva Delhi, 7.500 personas mueren cada año de enfermedades respiratorias.

Ciudad de México, con una población cercana a los 20 millones de habitantes, ha experimentado un deterioro progresivo de su atmósfera. El smog del área metropolitana, mezcla de contaminantes producida por 3 millones de vehículos automotores y 30.000 industrias, incluye monóxido de carbono, plomo, hidrocarburos, dióxido de azufre, dióxido de nitrógeno y partículas suspendidas. El smog no puede dispersarse debido a que la ciudad está atrapada entre las montañas, condicionando las llamadas inversiones térmicas, las cuales ocurren diariamente durante los meses de octubre a enero.

En España, el Informe Anual de 2001 elaborado para la Comisión Europea, señalaba concentraciones de dióxido de nitrógeno superiores al valor límite incrementado por el margen de tolerancia en Zaragoza, área metropolitana de Barcelona y de Madrid. Las concentraciones de PM10 (partículas en suspensión menores de 10 µm) superaban el valor límite incrementado por el margen de tolerancia en una serie de zonas, entre las que se incluye Barcelona.

Directiva 1999/30/CE del Consejo de 22 de abril de 1999 relativa a los valores límite de dióxido de azufre, dióxido de nitrógeno y óxidos de nitrógeno, partículas y plomo en el aire ambiente. Esta disponible en: <http://europa.eu.int/scadplus/leg/es/lvb/l28031a.htm>

Moviéndote por la Ciudad

"Es el transporte lo que hará o romperá la sostenibilidad de una ciudad."

[Richard Rogers, arquitecto]

Existe un gran número de iniciativas y entidades que impulsan la utilización de la bicicleta como medio de transporte alternativo en nuestras ciudades. Busca en la red sus web para informarte, por ejemplo: www.conbici.org

CATALUNYA CARSHARING

CarSharing es un concepto que lleva años funcionando en otros países de Europa y consiste en que un grupo de ciudadanos hace uso de forma individual de una flota de coches colectiva. Los coches que no tienen un uso profesional pasan un 95% de su tiempo de vida aparcados. Compartir el uso de un coche incrementa su nivel de utilización y disminuye los costes fijos unitarios. El CarSharing permite cubrir la necesidad de desplazarse en coche, poniendo a disposición del usuario un vehículo cuando le sea necesario, sin tener que ser el propietario. La empresa gestiona el parque de vehículos, que asigna según la demanda y mantiene en perfecto estado, y factura al final de mes a cada usuario los servicios utilizados. Esencialmente, existen dos modalidades de usuarios: el abonado que paga una cuota mensual de unos 10 euros y el socio que aporta una cantidad única de 300 euros. Después sólo se paga el uso que uno ha hecho, por kilómetro recorrido y por tiempo de utilización. Infórmate en: www.lapt.org/carsharing



Bicitekas es un grupo de ciudadanos mexicanos que impulsa una cultura de la bicicleta, como una forma de vivir. Su intención es crear un medio ambiente propicio para la vida y el desarrollo integral del ser humano. Apuestan por el uso y fomento de los medios de transportes sostenibles. Se oponen al desarrollo urbano que considera el automóvil y no a las personas, como el elemento más importante en la ciudad. Promueven reformas en el reglamento de tránsito en México, proponen la creación de ciclo-vías, brindan consejos para circular de manera segura y llevan a cabo campañas para difundir el derecho de todas las personas a usar la bicicleta con seguridad y libertad para transitar y llegar a cualquier punto. Más información sobre el grupo y sus actividades en: www.bicitekas.org

La movilidad siempre ha sido un aspecto clave de la actividad humana y un factor que está cambiando y mejorando de manera constante. A través de los siglos hemos visto que los medios de transporte se han multiplicado, crecido en tamaño y potencia y, por supuesto, en velocidad.

De acuerdo con cifras del Banco Mundial, en el año 2010 habrá 816 millones de automóviles en todo el mundo (comparados con los 580 millones que había en el año 1990). Si de las proyecciones nos vamos a los datos reales, en el año 2000 la producción global de automóviles alcanzó la cifra récord de 40,9 millones de unidades, con un incremento del 4% respecto al año anterior. Si continuamos la producción con ese ritmo, lo más probable es que alcanzaremos la proyección para el año 2010, iun poco antes de lo esperado!

El 80% de los automóviles en el mundo pertenecen al 20% de la población mundial, principalmente en los países ricos. Hay más automóviles en una sola

área urbana de los Estados Unidos de América – en el área metropolitana de Los Ángeles –que en la India, China, Indonesia, Pakistán y Bangladesh juntos.

Problemas adicionales: las emisiones de monóxido de carbono están contaminando las ciudades a niveles críticos, y las calles se encuentran severamente congestionadas por el volumen del tráfico. Se calcula que los conductores en Bangkok invierten un promedio de *44 días* al año “atascados” en el tráfico.

Las *emisiones* de CO₂ producidas por los coches y camionetas en los Estados Unidos de América sumaron un total de 291 millones de toneladas en 1997, lo que excedió el total de emisiones generadas en casi todos los países del mundo juntos. Por otro lado, el abastecimiento de los combustibles tradicionales –por ejemplo, la gasolina– no es inagotable.

Nuestra dependencia del automóvil nos ha hecho *perezosos*. En las grandes ciudades, alrededor de 1 de cada 3 viajes de menos de *8 kilómetros* se hace en automóvil. Por supuesto, los vehículos motorizados también son esenciales en la vida moderna. Pero un *uso más responsable del coche* puede mejorar las cosas y hacer las ciudades más limpias, sanas y más seguras para vivir. Los viajes cortos aumentan el nivel de contaminación: un viaje de *5 kilómetros* en automóvil emite *10 veces más* dióxido de carbono por pasajero que un autobús y *25 veces más* que un tren.

Caroline Clayton, Dirty Planet: the Friends of the Earth Guide to pollution and what you can do about it, Livewire Books, London 2000, p. 17.

Ver también: Servicio Europeo de Información sobre el Transporte. Una guía interactiva sobre las políticas de transporte que se están llevando a cabo: www.eltis.org
El Centro de Transporte Sostenible, radicado en la Ciudad de México, ofrece materiales muy valiosos sobre esta problemática: www.cts-ceiba.org/index.htm
Hay bastante información referida a las ciudades americanas y una buena lista de vínculos para visitar otros sitios relacionados.

U.S General Accounting Office, Washington 2000.

www.wri.org/wri/climate/jm_oil_003.html

Ibid. Clayton, op.cit. p. 16. Estos son, precisamente, los trayectos en los que los automóviles privados son menos eficientes.

En la web del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Estado español tienes a tu disposición información sobre los consumos de combustibles de las marcas y vehículos que puedes encontrar en el mercado, así como sus emisiones contaminantes: www.idae.es



Paso a paso

Tráfico, contaminación de aire, ruido... nuestras ciudades se están haciendo cada vez más inhabitables. ¿Qué podemos hacer?

- ☞ **Camina, usa la bicicleta o los patines.** Las bicicletas son el medio de transporte más eficiente en el uso de energía: el 80% de la energía utilizada se transforma en movimiento. ¡Es rápido y te mantendrá en forma!
- ☞ **Comparte el automóvil** siempre que puedas. Compartir el automóvil (*car-sharing*) permite a varias personas utilizar un solo automóvil. En el *Car-pooling*, un grupo de personas se organiza para compartir uno o varios coches entre todos.
- ☞ Como alternativa, si sólo necesitas el automóvil de vez en cuando, es mejor **alquilarlo** que comprar uno.
- ☞ **Transporte público.** En general, los trenes y autobuses de transporte público son las opciones más sostenibles, ya que transportan a un mayor número de personas, contaminan menos y utilizan menos energía por pasajero.
- ☞ Compra **vehículos más eficientes** y dales el **mantenimiento** adecuado. Antes de comprar, averigua cuál es la eficiencia energética, contaminación generada, capacidad para funcionar con gasolina sin plomo y vida media esperada del automóvil o motocicleta.
- ☞ **Conduce responsablemente.** Evita acelerar o frenar con brusquedad. La conducción agresiva demanda un consumo de combustible considerablemente mayor y genera más contaminación. Apaga el motor si tienes que esperar más de 30 segundos. Y no esperes demasiado para cambiar de velocidad.

¿Existen alternativas? Sí. Actualmente, cada vez es más fácil encontrar un mayor número de opciones de viajes y vacaciones sostenibles (proyectos de conservación y restauración, proyectos de ayuda voluntaria, impartir clases en el extranjero, etc.). Busca en Internet, encontrarás cientos de ideas y opciones, pero ten cuidado con los sitios que promueven paquetes no tan sostenibles como pretenden!

¿Buscas algo más relajante? No hay problema. La sostenibilidad también se encuentra en opciones de vacaciones más convencionales. Es probable que los hoteles locales, posadas, casas rurales y camping, administrados por gente local, atendidos con esmero, respeten e impulsen la economía, el medio ambiente y la cultura local más que algunos hoteles de cadenas *internacionales*.

Una señal positiva es que el turismo sostenible o ético está ganando popularidad. En el cuadro de abajo se mencionan algunas sugerencias para las vacaciones. La lista puede parecer larga, pero cuando viajamos, nuestros esfuerzos y atención necesitan redoblar. No sólo vamos a un lugar donde la cultura a menudo es desconocida sino que vamos al lugar de otras personas, y todo el mundo aprecia a un huésped bien educado y respetuoso.

Iniciativa de los Tour Operators de la UNEP (TOI):

Aplicar una política de transporte más sostenible es uno de los elementos centrales de los proyectos de STUDIOSUS por un desarrollo sostenible (Alemania). Las medidas adoptadas incluyen incentivos para ofrecer transporte por tren o en autobús en lugar de viajes por avión o en automóvil.

¿Es posible combinar el placer de viajar y la sostenibilidad? En Primer Tours (Africa del Sur) dicen que sí. La agencia diseña los viajes incluyendo sitios de interés y alojamientos que contribuyen activamente a la preservación de los destinos ofrecidos.

www.toinitiative.org/good_practices

Fuentes: Tourism Concern's (Gran Bretaña); Survival International's Code; The Himalayan Tourist Code (Nepal); Ecumenical Coalition of the Tirad World Tourism (Bangkok); Tourism with insight (Alemania); www.sierraclub.org



Paso a paso

Hay varias cosas que podemos hacer para reducir nuestro impacto como turistas, por ejemplo...

- ☞ Elige opciones de viaje que generen el mayor beneficio para la población local. Regatear para obtener precios más bajos al comprar billetes y "souvenirs" puede fomentar la explotación.
- ☞ Ahorra los recursos naturales valiosos. No desperdicies agua ni energía. Evita utilizar sustancias contaminantes como detergentes en arroyos o manantiales.
- ☞ No tires basura, si la encuentras en el camino recógela y deposítala en lugares adecuados.
- ☞ Separa los residuos no biodegradables y participa de las recogidas selectivas locales.
- ☞ Debemos dejar que las plantas florezcan en su ambiente natural. Cortar ramas o raíces y remover semillas es ilegal en muchas partes del mundo.
- ☞ Apoya a los artesanos y comerciantes locales. Compra "souvenirs" elaborados en la localidad siempre que sea posible.
- ☞ Respeta los derechos de propiedad de la tierra. En las localidades pertenecientes a comunidades indígenas, los turistas deben comportarse como lo harían en propiedad privada.
- ☞ Trata de leer acerca del país que visita, te ayudará a respetar la cultura local y te abrirá puertas. En muchos países la ropa floja y ligera es más aceptable que la más entallada. De manera similar, besarse en público es a menudo culturalmente inapropiado.

Así que, como el *American Sierra Club* recomienda: itoma sólo fotografías; deja sólo tus pisadas!

¿Proteger o acabar con el coral? Una elección personal.

Los arrecifes de coral son una de las mayores atracciones de muchas zonas costeras. La UNEP proporciona información sobre la manera más adecuada de visitar estas maravillosas áreas y respetar su medio ambiente en www.uneptie.org/tourism



Reduce los residuos

"Cada producto que consumimos tiene una historia oculta muy parecida, un inventario no escrito de sus materiales, recursos e impactos, a los que se deben añadir los residuos generados por su uso y tratamiento."

[Paul Hawken, experto ambiental]

En años recientes ha habido un aumento espectacular en la generación de residuos. De promedio, cada individuo que vive en un país desarrollado produce un kilogramo de basura por día.

Pero este promedio no significa que haya una distribución pareja en la producción y tratamiento de los residuos. Los europeos, por ejemplo, cada año generan alrededor de unos 2.000 millones de toneladas de residuos. Más de 40 millones de toneladas son clasificadas como peligrosas. En los últimos seis años la cantidad de residuos generados ha crecido en un 10% anual.

Está claro que debemos detener y revertir esta tendencia, si queremos evitar ser sepultados en basura. Debemos encontrar formas de *detener* la generación de residuos a largo plazo, por dos razones básicas, y ahora cruciales:

- ▶ A **mayor cantidad** de residuos, **mayor** potencial de contaminación.
- ▶ La basura está **compuesta** de materiales que pueden reutilizarse y reciclarse: ¡menos desperdicios, más dinero!

Cerca de 113 mil millones de tazas, 39 mil millones de cubiertos y 29 mil millones de platos se utilizan y desechan en los Estados Unidos de América cada año, y la mitad están hechos de plástico. La India genera un total de 4,5 millones de toneladas de residuos de plástico. El material más problemático es el polietileno (del que están hechas las bolsas de plástico), que tarda hasta *100 años en descomponerse*.

Incluso los *ordenadores*, generalmente considerados como herramientas que pueden contribuir al Consumo Sostenible, están generando residuos peligrosos. Dado que la potencia de los mismos se duplica cada 18 meses, para el año 2005

http://europa.eu.int/comm/environment/waste/facts_en La Comisión Europea ha creado una página web dirigida a los jóvenes en la que se presentan abundantes datos e informaciones sobre el aire, el agua, los residuos y el estado de la naturaleza en Europa. Puede verse en http://europa.eu.int/comm/environment/youth/waste/index_es.html



Deshaciéndose del plástico. Los ciudadanos de Nueva Delhi registran uno de los consumos más altos de bolsas de plástico del mundo. Con el apoyo del ejército indio, el Movimiento Verde Panchavati ha iniciado una campaña –“The Quit India Polybag”– para reducir la utilización de bolsas de plástico. Los estudiantes dialogan con los vendedores y comerciantes en sus localidades, y les informan del impacto que tienen las bolsas de plástico en el ambiente. Se fomenta entre las familias la reutilización de las bolsas de plástico, o mejor aún, el cambio a bolsas de tela.

Gracias a los esfuerzos de Panchavati, todas las cafeterías del ejército en Nueva Delhi han dejado de utilizar bolsas de plástico. Por otra parte, la industria hotelera en Nueva Delhi también ha prohibido el uso de bolsas de plástico en sus establecimientos. La Corporación Municipal de Nueva Delhi se ha unido a Panchavati y se ha dado a la tarea de convertir Nueva Delhi en una zona libre de bolsas de plástico.

www.unep.org/children_youth/homepage_files/youth/ind.htm

habrá 315 millones de ordenadores obsoletos en el mundo. De acuerdo a la estadounidense **Silicon Valley Toxic Coalition**³⁸, esto equivale a 600 millones de kilogramos de plomo, un millón de kilogramos de cadmio, y 200.000 kilogramos de mercurio, todos metales tóxicos.

www.svtc.org

¿Cómo podemos repensar los desechos? *Primero, ¡usa menos!* Segundo, toma en cuenta el diseño del producto. El rediseñar productos para minimizar o evitar la generación de residuos puede ser parte de la solución. Para explorar más a fondo el tema tan complejo del ecodiseño, visita éstos y otros sitios en la web.

www.o2org ; www.smartarch.nl ; www.cfd.rmit.edu.au/dfe/cfd_2_5 ; www.junres.es/ccr/reciclatge/disseny

Para más información puedes consultar la página sobre ecodiseño del PNUMA, www.uneptie.org/pc/sustain/design/design-subpage.htm También puedes encontrar ejemplos de ecodiseño en la publicación "Ecoproductes a la llar", Guies d'Educació Ambiental nº 16, 2003, Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

¿Qué es el ecodiseño?

Es el diseño que tiene un "enfoque circular" del producto, que se conoce como "de la cuna a-la-tumba", donde se tiene en cuenta el ciclo de vida de un objeto, desde su creación, su uso y su posterior tratamiento como residuo (reutilización, reciclaje, depósito en vertedero). Sus objetivos son:

- ▶ Utilizar los materiales, la energía y otros recursos, de la manera más eficiente.
- ▶ Elegir materiales que no provengan de ecosistemas en peligro.
- ▶ Diseñar para evitar la contaminación y la generación de residuos.
- ▶ Seleccionar materiales reciclados y/o reciclables y tecnologías que ahorren energía.
- ▶ Optimizar la vida de un producto: hacerlo fácil de usar, mantener, actualizar, reutilizar, reciclar o re-manufacturar.
- ▶ ¡Hacerlo sencillo! – Utilizar un menor número de materiales y/o componentes, en diseños que se desarmen y reciclen con facilidad.
- ▶ Mejorar la logística del transporte.
- ▶ Evitar los riesgos potenciales sobre la salud utilizando materiales seguros, no tóxicos.
- ▶ Respetar los derechos humanos evitando la explotación laboral y el trabajo infantil.

Por lo general, el ecodiseño no trata de reinventar los objetos. Se reconoce que la gente no siempre desea un producto, sino que quiere soluciones. Por ejemplo, bien diseñada, una lavandería podría con facilidad sustituir las máquinas lavadoras individuales.

El ecodiseño busca modos alternativos de ejecutar una tarea con un menor impacto ecológico e igual (o mayor) eficiencia. Los ecodiseñadores consideran que la ética y la estética no son conceptos opuestos sino complementarios⁴⁰.



Uno de los retos más importantes al que el mundo se enfrenta es la reducción del *consumo de recursos*. En otras palabras, debemos dejar de pensar que los recursos naturales de la Tierra, sean combustibles fósiles, agua, gases naturales o árboles, provienen de fuentes inagotables. Aquí es donde el reciclaje juega un papel crucial.

Si no queremos agotar nuestro abastecimiento de recursos naturales, necesitamos que la *recuperación, reutilización y el reciclaje* se conviertan en nuestra segunda naturaleza en la vida comercial y cotidiana. Esto ayudará a:

- ▶ **Minimizar y evitar** mayores daños ambientales.
- ▶ **Evitar** el uso innecesario de nuestros recursos naturales.
- ▶ **Conservar** la energía y **reducir** los niveles de contaminación.

El reciclaje también puede jugar un papel importante en la reducción de los residuos sólidos, al reutilizarlos en la manufactura de nuevos productos. Por *cada tonelada de papel* que se recicla, se salvan *14 árboles* (equivalentes a 3,5 m³ de madera) y se ahorran *7.000 litros de agua*. Asimismo, la contaminación del aire se reduce en 30 kilogramos y se evitan 2,3 m³ de residuos.

La reducción y reutilización de *envases y embalajes* son claves para evitar el desperdicio. En los Estados Unidos de América, por ejemplo, cada año se desechan 64 millones de toneladas de embalajes. Pero algunas compañías están cambiando su enfoque respecto a estos envases contaminantes.

La Reserva Marina de Kiunga, en el norte de Kenya, *no cuenta con protección de los arrecifes. La basura arrastrada a la playa contamina y a la vez es una amenaza para la anidación de tortuga. KIUNGA ECO-FRIENDLY HANDICRAFTS recolecta la basura y la convierte en juguetes. Las chancletas viejas son transformadas en teléfonos móviles y coches de juguete.*

Como la deforestación y la extracción de materias primas vírgenes.

Si quieres saber más acerca de las ventajas ambientales del papel reciclado y de las buenas prácticas en relación con el uso del papel puedes mirar: www.reciclapapel.org; www.wastewatch.org.uk; www.recycle.net Para consultar un glosario sobre materiales reciclados y reciclables: www.grn.com/grn/library/gloss; www.recycledproducts.org.uk/buy-recycled/glossary.htm . En español se puede consultar <http://redcicla.com>; www.reciclapapel.org; <http://wasteideal.es/primerareciclaje.htm>

PHILIPS DESIGN, por ejemplo, creó un programa global de diseño para más de 80.000 productos que constituyeron la cartera de PHILIPS CONSUMER ELECTRONICS. www.design.philips.com/portfolio/casestudies/pacman



Paso a paso

Éstas son algunas formas sencillas de reducir la cantidad de residuos que producimos en nuestra vida diaria. Recuerda las 5 "erres" (5R's):

- ☞ **Rechaza** los embalajes innecesarios y fomenta el uso de los productos no sobre-ensados.
- ☞ **Retorna** las botellas y envases rellenables siempre que puedas; compra botellas retornables siempre que sea posible.
- ☞ **Reutiliza** y rellena tanto como puedas. Artículos como sobres, botellas y bolsas de plástico pueden reutilizarse. Lleva la ropa que ya no uses a un centro de beneficencia, no solo estarás reciclando, sino que alguien más apreciará y se beneficiará con tus prendas.
- ☞ **Repara** las cosas en lugar de desecharlas.
- ☞ **Recicla** el papel y el cartón, los residuos de envases (latas, plásticos y envases tipo brik) y las botellas colaborando con el modelo de recogida selectiva local. Elabora compost con los residuos orgánicos domésticos.

Ten en cuenta...

▶ Los productos que se presentan como reciclables no siempre son producidos con materiales reciclados.

▶ La responsabilidad de separar selectivamente y utilizar los sistemas de recogida selectiva de los residuos recae directamente en el consumidor, por lo que será tu opción personal la que determine la reciclabilidad de muchos productos.

Por este motivo, recuerda...

La legislación española no obliga a introducir los símbolos de reciclaje en los plásticos. El que no lleve esta etiqueta no quiere decir que no se pueda reciclar.

El punto verde no supone que el producto que lleva esta etiqueta tiene unas características ambientales determinadas (no tiene por qué ser un producto reciclado), sino que el fabricante paga la cuota al sistema integrado de gestión de los residuos de envases que opera en España (Ecoembalajes España S.A.).

El triángulo de moebius se relaciona con el reciclaje, en algunos casos sin ningún tipo de control. Existen etiquetas y certificados ambientales que determinan con mayor precisión las características ambientales de los productos de consumo.

Plástico: etiquetas de reciclaje.



Con un poco de cuidado, la mayor parte del plástico puede reciclarse. Además, la recolección de plásticos para su reciclaje está aumentando con rapidez. Sin embargo, el reciclaje de plásticos tiene un serio problema: para que pueda realizarse, los diferentes tipos de plástico no se deben mezclar, pero es casi imposible diferenciarlos a simple vista o por el tacto. Incluso una pequeña cantidad de un plástico erróneo puede arruinar el fundido.

La industria del plástico ha respondido a este problema desarrollando una serie de códigos de colores, que por lo regular se pueden ver en la base de los recipientes de plástico.

Los tipos 1 y 2, generalmente, se reciclan. El tipo 4 se recicla menos. Los otros tipos normalmente no se reciclan, tal vez con la excepción de pequeños programas de prueba.

En España esta situación es algo diferente, pues en la actualidad no existen códigos de colores por lo tanto la situación del reciclaje de residuos plásticos es la siguiente:

Poliétilentereftalato (PET). Se puede reciclar en forma de fibra para la fabricación de sacos de dormir y ropa de abrigo, para tablas aislantes, moquetas, piezas de automóviles, etc.

Policloruro de vinilo (PVC). Se puede reciclar para fabricar cortinas de ducha, alfombras, pavimentos, etc.

Poliétileno de alta densidad (PEAD). Se suele reciclar en forma de granza con la que se pueden fabricar tuberías, bolsas y juguetes.

Plásticos mezclados. Para fabricar mobiliario de jardín como bancos, vallas, etc. Para fabricar material aislante y absorbente de vibraciones (materiales y aislamientos sísmicos), así como material de embalaje y protección.

Busca el logotipo de reciclaje. Como comprador puedes usar tu poder de compra para hacer que las cosas sean diferentes. Ten cuidado: las etiquetas de algunos productos sólo indican que una parte de su contenido (fíjate en el porcentaje) es reciclado, y otros te informan de que los componentes del producto pueden reciclarse con facilidad.

Las posibilidades del reciclaje.

El reciclaje de residuos es una de las actividades que realiza el Grupo Alternativo Alandaluz en Ecuador. Los desechos orgánicos son transformados en abono para el uso de los huertos biológicos. Los inorgánicos son clasificados y parte de ellos se venden a empresas recicladoras de Guayaquil. Se desarrolló también un sistema integral de manejo de desechos con la instalación de un patio de reciclaje. Inspiradas en esta iniciativa, más de 40 comunidades del norte de Guayas y del sur de Manabí, Ecuador, cuentan con programas de separación de desechos y clasificación para su posterior venta. Más información: <http://www.alandaluz.com/>.

El proyecto Tragamovil surge en el año 2000 de la iniciativa de la Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones con el objeto de implantar la recogida selectiva de los teléfonos móviles para su posterior reciclado en el conjunto del Estado español. Se estima que ese año, de los 41 millones de móviles, había alrededor de 12 millones que no estaban en uso y se desconocía su destino.

Más información: www.tragamovil.com



Optimiza energías

"Es responsabilidad de cada uno de nosotros hacer lo que podamos, sin importar cuán pequeño sea. No porque el apagar la luz al salir de una habitación parece no tener consecuencias, significa que no debemos hacerlo."

[El XIV Dalai Lama, líder religioso]

Para el consumidor preocupado por el ambiente, buscar productos elaborados con materiales reciclados se ha convertido en parte integral de sus compras. Por ejemplo, puedes encontrar una amplia gama de productos, que incluyen ropa, muebles y juguetes, todos elaborados con papel reciclado.

Durante siglos la humanidad ha utilizado los recursos de la Tierra como si fueran inagotables. El uso global de energía se ha incrementado casi en un 70% durante los últimos 30 años. Y peor aún, se pronostica que este consumo aumentará en un 2% cada año durante los próximos 15 años.

WORLD RESOURCES INSTITUTE:
www.wri.org/wri/trends/index

La cantidad de petróleo que se consume en el mundo en un solo año, le llevó a la naturaleza un millón de años el producirlo. Se calcula que las reservas de petróleo podrían agotarse dentro de 60 años. Nuestras fuentes de energía tradicionales – carbón y petróleo – son combustibles fósiles. Reciben ese nombre debido a que se formaron a través de millones de años a partir de los restos fosilizados de animales y plantas muertos.

Ibid. Clayton, op. cit., p. 97.
www.fuelcellpark.com

En México, la Comisión Nacional para el Ahorro de Energía (CONAE) ofrece asistencia técnica en materia de ahorro y uso eficiente de la energía y de aprovechamiento de energías renovables a la Administración Pública Federal, a los gobiernos de las entidades federativas, municipios y particulares.
México está firmemente comprometido con el ahorro y uso eficiente de la energía. Las autoridades que gestionan la energía han establecido como meta lograr en el periodo 2001-2006, un ahorro equivalente al 2,5% del consumo total final.
Los resultados obtenidos hasta la fecha son esperanzadores. El Programa de Ahorro de Energía en Inmuebles de la Administración Pública Federal, ha conseguido ahorrar, durante los tres años de aplicación, 100 millones de kwh, (unos 10 millones de dólares).
La página web de la CONAE ofrece al público recomendaciones y consejos para ahorrar energía y cuidar el medio ambiente. También informa de los resultados que en materia de ahorro energético se consiguen en el país. www.conae.gob.mx/wb/distribuidor.jsp?seccion=1



GreenLight es un programa voluntario que empezó en febrero de 2000, en el cual, organizaciones

públicas y privadas se comprometen con la Comisión Europea para mejorar su sistema de iluminación y diseñar nuevas instalaciones. Los objetivos de GreenLight son:

- ▶ Reducir -en toda Europa- la energía que se consume para iluminación.
- ▶ Minimizar la contaminación y el calentamiento global.
- ▶ Mejorar la calidad de las condiciones de trabajo... y, al mismo tiempo ¡ahorrar dinero!

Más información en: www.eu-greenlight.org



El uso excesivo de estos combustibles ha generado elevados niveles de contaminación (la quema de combustibles fósiles libera CO₂ a la atmósfera, lo cual crea las condiciones para el calentamiento global –ver el siguiente capítulo– y la lluvia ácida). Debemos reducir nuestra dependencia de los recursos naturales no renovables. Necesitamos fuentes de energía *alternativas* y renovables *ahora*.

Desafortunadamente, las energías eólica, solar, geotérmica, de biomasa, hidroeléctrica, aún no son ampliamente utilizadas. ¿Por qué? Las políticas energéticas de los gobiernos favorecen las fuentes tradicionales de energía. Existe una falta de inversión de capital, de fondos para investigación y campañas de concienciación sobre las fuentes alternativas. No obstante, esperamos que esto cambie en el futuro próximo, a medida que estas tecnologías de producción de energías más limpias se difundan y aumenten su eficiencia.

Puedes encontrar más información en: <http://rredc.nrel.gov/tidbits>; www.solardome.com; www.solarnow.org/glossary; <http://solstice.crest.org/sustainable/index>; www.eren.doe.gov; www.greenpeace.org/espana_es/campaigns/intro?campaign_id=171692; www.wwf.es/cambio_energia.php.

Electra Norte fue constituida en el año 1997 a partir de **Electra de Carbayín**, un grupo empresarial asturiano de propiedad familiar, que es totalmente independiente de las grandes compañías eléctricas. Esta empresa ha sido la primera que produce y comercializa exclusivamente energías renovables en el Estado español. Fue la primera empresa que conectó a la red de distribución una planta fotovoltaica en Asturias. También han puesto en marcha un programa pionero de financiación de centrales fotovoltaicas a través de la fórmula de "cuentas en participación" y apoyan la instalación de parques y proyectos eólicos a través de sociedades participadas. www.electranorte.es/castellano/index.php.

En las Islas Galápagos (República del Ecuador), el servicio eléctrico se basa en grupos electrógenos que funcionan con más de 5 millones de litros de combustibles fósiles. Floreana, la isla habitada más pequeña del archipiélago, ha solucionado esta necesidad poniendo en marcha la primera microrred eléctrica con generación solar de Latinoamérica. El proyecto ha permitido dotar a la isla del servicio continuado de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables. Más información: www.seba.es http://www.menergia.gov.ec/php/proy_galapagos_ELECT.php.



La *energía* es esencial en casi todas nuestras actividades, incluyendo cocinar nuestros alimentos, calentar nuestras casas o proporcionar fuerza motriz para las industrias. Sin embargo, la utilización, la generación y el desperdicio de la energía del planeta tiene sus consecuencias. Después de los automóviles, la producción de energía eléctrica es la *mayor fuente de contaminación* en la Tierra..

El *ahorro de energía* es un tema que demanda soluciones individuales y globales. Hay un gran número de acciones que podemos realizar cada día para disminuir el uso de energía. Recuerda que el ahorro de energía, es ahorro de dinero!.

La calefacción del ambiente y el agua suman el *75% del recibo doméstico de combustible*. El aumento en el precio de la electricidad nos debería hacer más conscientes de la conveniencia del ahorro.



Energy Star
introducido
por la
Agencia

de Protección Ambiental de Estados Unidos de América (EPA) en 1992, es un programa de etiquetado voluntario diseñado para identificar y promover los productos de uso eficiente de energía, con el fin de reducir las emisiones de CO₂. Energy Star se ha extendido para aplicarse a nuevas edificaciones, a la mayor parte de los sectores de la construcción, equipamientos de calefacción y aire acondicionado residencial, los principales aparatos electrodomésticos, equipos de oficina, iluminación, aparatos electrónicos, etc. Energy Star ha sido adoptada recientemente por la Comisión Europea, convirtiéndola en una etiqueta de eficiencia energética global. Más información en: www.energystar.gov



Paso a paso

Algunos ejemplos de cómo ahorrar energía en el hogar:

- ☞ ¡Apágalo! Un **televisor** en "punto muerto" (stand by) gasta una cuarta parte de la energía que utiliza al estar encendido. Puedes hacer lo mismo con otros muchos pequeños electrodomésticos...
- ☞ Compra bombillas eficientes energéticamente y compactos fluorescentes. Apaga las luces en las habitaciones vacías.
- ☞ Baja la calefacción algunos grados. Si tienes frío, ponte más ropa en lugar de subir la calefacción central.
- ☞ No utilices más agua caliente de la que necesitas y usa la ducha mejor que la bañera.
- ☞ Utiliza aparatos eléctricos que se conecten a la red de electricidad. Las baterías y pilas consumidas son altamente contaminantes. Si necesitas usar pilas, asegúrate de que sean recargables.
- ☞ Procura que puertas y ventanas no dejen pasar corrientes de aire y cierren herméticamente.
- ☞ Sustituye los aparatos electrodomésticos viejos por otros que hagan un uso más eficiente de la energía.



Pronostica el tiempo

"Aquéllos que aún afirman que el calentamiento global no se ocasiona por el efecto invernadero, resultado de la actividad humana, están un poco como la gente que aún piensa que la Tierra es plana."

[Gerhard Berz, científico]

Los gases de efecto invernadero se denominan así debido a que forman una capa aislante alrededor de la Tierra, como el vidrio en un invernadero, que atrapa el calor de los rayos solares. Investiga más en el Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático (IPCC) - Organización Meteorológica Mundial y UNEP: www.ipcc.ch; <http://unfccc.int/es/index.html>; www.grida.no/climate; www.globalchange.org; www.cool-companies.org

En español puedes consultar: www.ecotropia.com/temas.htm; www.greenpeace.org/espana_es/campaigns/intro?campaign_id=135612; en la página en español de la Secretaría para el Cambio Climático puedes consultar un documento que resume de manera sencilla y completa los aspectos más importantes del cambio climático y del Protocolo de Kyoto: http://unfccc.int/resource/beginner_02_sp.pdf



Información más amplia sobre el Protocolo de Kyoto en: www.unfccc.int/resource/iuckit/fact21.



El daño a la atmósfera de la Tierra y al clima nos parece un problema tan enorme que nuestra reacción inicial es preguntar ¿qué puede hacer una persona? Pero a pesar de todo se necesita un cambio con urgencia. *El calentamiento global y la reducción de la capa de ozono* son dos problemas diferentes. Están vinculados entre sí porque los dos se relacionan con la calidad de nuestra atmósfera y tienen un impacto directo en nuestra salud y en la salud de todo el planeta. Si no se hace nada, las consecuencias para la Tierra serán desastrosas.

Calentamiento global. Durante los últimos 100 años, las temperaturas globales promedio han aumentado alrededor de medio grado centígrado. Los científicos sostienen que el planeta se está calentando debido a que los seres humanos, con sus millones de fábricas y automóviles, están arrojando a la atmósfera "*gases de efecto invernadero*"—dióxido de carbono, metano, óxido nitroso y gases fluorados—como nunca antes se había hecho.

LA COMISIÓN INTERGUBERNAMENTAL SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO (IPCC, por sus siglas en inglés) ha estimado que las temperaturas globales promedio de la superficie de la Tierra se incrementarán hasta 5,8° C hacia finales de este siglo si no se pone en marcha *alguna acción*. Este aumento de temperatura podría acarrear serias consecuencias para la humanidad y otras formas de vida. Por ejemplo, una elevación en el nivel de los mares de aproximadamente 90 cm que inundaría zonas costeras y pequeñas islas, o una mayor frecuencia y severidad de fenómenos meteorológicos extremos. El *Protocolo de Kyoto* es un compromiso que adquirieron los países industrializados (con excepción de los Estados Unidos de América) para reducir en el año 2012 las emisiones de CO₂ en un 5% (respecto del nivel de las que había en 1990).

Sin embargo, esta reducción es sólo el primer paso. Podríamos revertir el daño ocasionado por el cambio climático siempre y cuando hagamos el *esfuerzo necesario para modificar* la forma actual de consumir y producir. Los expertos opinan que será necesaria una disminución global de 60% en las emisiones de CO₂ antes del 2050, para poder evitar un cambio catastrófico en el clima.

El agujero en la capa de ozono. El ozono es un gas venenoso a nivel del suelo. Pero a una altura de 25 kilómetros, una fina capa de ozono rodea el planeta y nos protege de los rayos solares. Esta capa es crucial para la vida en la Tierra. Absorbe casi toda la luz ultravioleta (UV) proveniente del Sol, que ocasiona cánceres en la piel y enfermedades de los ojos, y provoca daños a plantas y animales. Los gases que destruyen la capa de ozono permanecen activos y haciendo daño en la estratosfera hasta 111 años.

En 1985, los científicos encontraron un agujero en la capa de ozono. Este agujero se encuentra sobre la Antártida y crece continuamente. Hasta ahora, un 10% de la capa de ozono protectora se ha destruido. Los clorofluorocarbonos, *CFC*, son responsables en gran medida de la destrucción de parte de la capa de ozono, que "ya no está".

Los *países industrializados* han tomado el acuerdo de poner freno al uso de sustancias químicas que destruyen la capa de ozono, ya sea a través de su prohibición o su eliminación gradual. En los países en desarrollo, sin embargo, se permitirá su uso hasta el año 2010.

De acuerdo con el IPCC, hacer esta clase de reducción inmediata en las emisiones de CO₂ es imposible, pero indica el tipo de medidas drásticas que se requieren para poner freno al calentamiento global.

Estas sustancias se utilizaron primero como líquido refrigerante en los frigoríficos, y más tarde en los aparatos de aire acondicionado. Otro uso importante de los CFC es en los aerosoles como agente pulverizador. Mayor información en: UNEP DITE, Energy and Ozonaction Unit.
Email: ozonaction@unep.fr ; www.uneptie.org/ozonaction



Frenando el cambio climático. El calentamiento global no se va a detener por sí solo. Hacer cada vez un mejor uso de los recursos en los procesos de producción, y fabricar productos más eficientes, que demanden una menor cantidad de energía, tiene que convertirse en parte de la práctica industrial habitual. Las empresas juegan un papel fundamental a la hora de comercializar y promover tecnologías que reduzcan las emisiones de CO₂.
Algunos ejemplos de lo que pueden hacer las empresas en este campo:

La empresa azucarera colombiana INCAUCA S.A.

busca aumentar su capacidad de generación de energía eléctrica y sustituir parcialmente el carbón utilizado en sus calderas por residuos de la cosecha de caña de azúcar. Conjuntamente, las dos actividades permitirán reducir anualmente 40.000 toneladas de emisiones de CO₂. Más información en: http://www.cecodis.org.co/cambio_climatico/legislacion/BoletinOCMCCNo1mayo04.pdf.

Cementos de El Salvador: hornos, bosques y cambio climático.

Modificando su tecnología de producción, instalada en 1997, CESSA ha disminuido el consumo de electricidad, ha reducido las emisiones de CO₂ y de partículas de óxido nitroso. Como una prolongación de la misma idea, CESSA también está reforestando un promedio de cuatro hectáreas por año. Cada hectárea de bosque absorbe cuatro toneladas de emisiones de CO₂.

CeroCO₂, iniciativa por el cuidado del clima, es un proyecto que pretende promover la acción frente al cambio climático desde las empresas, administraciones, organizaciones no lucrativas y ciudadanos en España y América Latina. Su estrategia engloba tres acciones concretas: la **contabilización** de las emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera, la **reducción** de emisiones a través de mejoras en la eficiencia energética y utilización de energías renovables, y la **compensación** de las emisiones restantes a través de otros proyectos de reducción y absorción de emisiones en América Latina. Si quieres saber cuánto contribuyes al cambio climático y cómo puedes actuar, visita www.cero2.org





Si deseas saber más sobre estos complejos temas, empieza por navegar en:
www.safeclimate.net; www.climatevoice.org; www.iisd.org/youth/internetcafe.
En español puedes consultar:
www.mma.es/oecc/ccespana.htm; <http://unfccc.int/es/index.html>; www.greenfacts.org/es/index.htm

Por ejemplo, la multinacional del calzado deportivo NIKE es una de cuatro compañías que se han unido al WWF'S CLIMATE SAVERS PROGRAM, una iniciativa voluntaria para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero: www.nikebiz.com; www.panda.org/climate/savers.

Nunca es demasiado tarde para actuar. La capa de ozono se recuperará si todos utilizamos menos sustancias que la destruyen. Aún así, aunque todas estas sustancias se prohibieran mañana, todavía se necesitarían **40 años** para que la capa de ozono se regenerara.

Durante mucho tiempo, la aparente disponibilidad de combustibles fósiles, hizo que no se consideraran opciones alternativas más limpias. El resultado es que aún dependemos en gran medida de las fuentes tradicionales de energía, y estamos sufriendo las consecuencias en nuestra salud y la del planeta. Debemos invertir más tiempo, dinero y "energía humana" para hacer de las fuentes renovables de energía una alternativa viable a los combustibles fósiles. Los consumidores responsables jugamos un papel clave: a través de nuestras acciones positivas el "club de seguidores de la sostenibilidad" crecerá! Las poderosas multinacionales se verán en dificultades para continuar teniendo éxito si ignoran nuestras preocupaciones.

El Consejo Mundial de Empresas para el Desarrollo Sostenible analiza los vínculos entre el cambio climático, las empresas y otros agentes (stakeholders).
www.wbcsd.ch. www.mma.es/oecc/ccespana.htm; <http://unfccc.int/es/index.html>; www.greenfacts.org/es/index.htm

😊 Paso a paso

Pon tu granito de arena para controlar el cambio climático y el deterioro de la capa de ozono:

- ☞ **No utilices aerosoles.** Aunque ya no contienen CFC, sí contienen otras sustancias químicas contaminantes que no se pueden reciclar.
- ☞ Asegúrate de que tu nuevo **frigorífico** contenga niveles reducidos de CFC, o mejor aún, nada. En la Unión Europea los CFC están prohibidos desde 1995. No tires tu frigorífico viejo. Llama al fabricante y pide que le retiren los CFC. ¡Estos gases pueden (y deben) reciclarse!
- ☞ Reduce el uso de tu **coche o vehículo motorizado**. Los automóviles son la fuente individual más grande de emisiones de CO₂ y producen otros gases efecto de invernadero.



La bebemos, con ella lavamos nuestros cuerpos, los platos, nuestra ropa, nuestras casas y nuestros coches. El cuerpo humano está constituido principalmente de agua. Los cultivos de alimentos no crecerían sin ella; de hecho es **vital** para la *supervivencia* de todos los organismos vivos. Se puede pasar sin alimento casi *1 mes*, pero sólo de *5 a 7 días* sin agua.

El 97% del agua de la Tierra es agua de los océanos, no utilizable por el ser humano. Menos del 1% del agua del mundo está disponible para beberla y otros usos, como la agricultura y la industria. Este abastecimiento proviene de los ríos, presas, acuíferos y fuentes subterráneas.

En todo el mundo, el consumo de agua está aumentando. La disponibilidad de algo tan básico y fundamental como el agua puede convertirse en uno de los problemas más *urgentes* y *desestabilizadores* en los próximos años.

De acuerdo con el actual aumento de la demanda, el agua explotable económicamente *se agotará* en algunas zonas críticas para el año *2005*. Y para el año *2025*, dos terceras partes de la población mundial pueden enfrentarse a una seria escasez de agua.

Una gran proporción de la población mundial –*2 mil millones* de personas– *no tiene acceso* al agua potable. Más de *4 mil millones* de personas en el mundo no tienen agua corriente en casa. En algunas partes de África, las mujeres y los niños cargan hasta *20 litros* de agua, a menudo durante más de *5 horas*, desde la fuente de abastecimiento más cercana. En cambio, en los países industrializados, el hogar urbano medio, de *4,6 personas*, utiliza *640 litros* de agua por día.

Ahorra el agua, asegura el agua

"Una gran cantidad de guerras en este siglo se originaron por el petróleo, pero las del próximo siglo serán por el agua."

[Ismail Seragelgin, Banco Mundial, 1995]

Estas estadísticas son escandalosas, y es muy probable que en el futuro tengamos un desastre sin precedentes, a menos que nos tomemos la conservación y la gestión del agua con la seriedad que merece..

www.panda.org/livingwaters/initiatives/wetlands

En los años sesenta, el flujo de agua hacia el mar empezó a disminuir de manera alarmante. Los sistemas de irrigación que se realizaron para el cultivo de arroz y algodón, consumieron más del 90% de las corrientes que de manera natural bajaban de las montañas de Tian Shan de Asia Central. Como resultado de ello, el área superficial del Mar disminuyó. Mas información en <http://nailaokda.8m.com/ara1>.

Estudios recientes resaltan el valor económico de los ecosistemas de agua dulce, tales como los *pantanos, lagos y ríos*. A pesar de su importancia, los ecosistemas de agua dulce están amenazados por todo el mundo. En menos de 30 años, el *Mar de Aral* –antiguamente el cuarto lago más grande del mundo – se ha reducido a no más de la mitad de su tamaño original, y se ha hecho tan salado como el océano. El mundo industrializado contamina de manera constante los suministros de agua, los ríos y los mares, poniendo en peligro el equilibrio ecológico. Todos los días, la población aporta contaminantes en las distintas etapas del ciclo del agua: desde el vertido de aguas residuales al mar hasta el depósito de sustancias químicas ó peligrosas en nuestros ríos...

La calidad del agua es tan importante como su cantidad. Recientemente, se descubrió que más de 43 pesticidas estaban presentes en niveles superiores a los legalmente permitidos en el agua potable del Reino Unido. La lista de los contaminantes del agua es larga: herbicidas, nitratos, fosfatos, plomo, aceites y diversas sustancias químicas industriales.

¿Tienes sed de conocimientos sobre el agua?

Visita el **PORTAL DEL AGUA** de la **UNESCO** en www.unesco.org/water.

Otros sitios relevantes:

www.agua-dulce.org;

www.ho2use.org;

www.gpa.unep.org;

www.unizar.es/fnca;

http://hispagua.cedex.es;

www.aguacam.com;

www.aguasdesevilla.com

Para conocer con detalle los principios de la xerojardinería puedes visitar: www.xeriscape.org; www.cabq.gov/waterconservation/xeric.html. En español puedes encontrar información en: www.agua-dulce.org.



Paso a paso

Si hacemos un esfuerzo por cambiar nuestros usos del agua, podemos marcar la diferencia. A menor cantidad de agua en los ríos, mayor es la concentración de la contaminación. ¿Qué podemos hacer para ahorrar agua?

- ☞ Usa la **ducha** en vez de bañarte. De promedio, la bañera utiliza el doble de agua que la ducha.
- ☞ Al sustituir los **inodoros** del baño y los electrodomésticos que consumen agua (**lavadoras y lavavajillas**, por ejemplo), opta por modelos de bajo consumo. Pueden utilizar hasta un 60% menos de agua.
- ☞ Lava tu **ropa** con menor frecuencia. Algunas veces no está realmente sucia, sino que sólo necesita airearse y refrescarse. También te durará más.
- ☞ No tires al retrete los **tampones, toallas sanitarias, pañales y condones**, especialmente si vives en una zona donde las aguas residuales se arrojan al mar sin tratamiento. Piensa en eso la próxima vez que vayas a nadar.
- ☞ Nunca tires por el desagüe **sustancias químicas** de uso doméstico (como aceite, aguarrás y disolventes de pintura).
- ☞ Planifica el uso del agua en el **jardín** teniendo en cuenta las técnicas de la xerojardinería, es decir, con un consumo responsable de agua.



Agua embotellada: el coste real.

A raíz de un estudio independiente, el Fondo Mundial para la Vida Silvestre (WWF, por sus siglas en inglés) aconseja a la población el consumo de agua del grifo que, con frecuencia, es tan buena como la embotellada. Esto sería beneficioso para el ambiente y para los bolsillos de los consumidores.

De acuerdo con el estudio, el agua embotellada no es necesariamente más segura o saludable que el agua del grifo en un gran número de países, aunque se venda hasta 1.000 veces por encima de su valor. Actualmente, es la industria de bebidas con mayor crecimiento en el mundo con un volumen de negocio estimado en 22.000 millones de dólares por año.

El estudio también revela que cada año se utilizan 1,5 millones de toneladas de plástico para embotellar el agua. Durante los procesos de fabricación y eliminación de las botellas se pueden liberar sustancias químicas tóxicas al medio ambiente durante. Aún más, la cuarta parte de los 89.000 millones de litros de agua que anualmente se embotellan en el mundo, se consume fuera del país de origen. Las emisiones de gases de efecto invernadero (sobre todo CO₂) ocasionadas por el transporte de agua embotellada, tanto en el interior como en el exterior de los países, contribuyen también al problema global del cambio climático (3 de mayo de 2001).

Para obtener más información: WWF Living Waters Campaign, Email: lhadeed@wwfint.org.

Uso eficiente del agua en edificios federales en México.

En el año 1999 se publicó en México el "Programa de Austeridad Presupuestaria en la Administración Pública Federal para el año 1999", en el cual se establecían medidas de racionalización del gasto interno en diferentes campos, entre los que se encontraba el consumo de agua. A raíz de él se creó el programa denominado "Uso eficiente del agua en los edificios federales", cuyo objetivo principal es la reducción de consumo de agua en todas las oficinas federales existentes en México. Dicho programa, promovido por el Instituto Mexicano del agua (IMTA), se basa en una labor de tutoría realizada desde el Comité Técnico de Manejo Ambiental (COTESMA) a través de Internet y correo electrónico. Los resultados obtenidos por cada dependencia federal deben ser remitidos trimestralmente al IMTA, que procesa la información recibida y publica las conclusiones pertinentes. Más información: www.imta.mx

Zaragoza, ciudad ahorradora de agua.

Desde la Fundación Ecología y Desarrollo se quiere demostrar que es posible resolver los problemas de la escasez de agua con un enfoque diferente, más barato, más ecológico, más rápido y sin enfrentamientos sociales: aumentando la eficiencia en su uso. El primer objetivo del proyecto se concreta a través del ahorro de 1.000 millones de litros de agua en usos domésticos para la ciudad de Zaragoza en el plazo de un año. Para conseguirlo se planteó: fomentar entre los consumidores la demanda de tecnología ahorradora de agua, estimular el mercado de tecnología ahorradora y formar e informar a los profesionales del sector. El proyecto implicaba a toda la sociedad zaragozana. Los datos de consumo en Zaragoza descendieron desde 106 litros por persona y día en 1996, hasta 99 litros en 1999.

El nuevo objetivo era la creación de 50 buenas prácticas en el uso eficiente del agua en edificios de uso público, industrias y parques y jardines, para estimular la imitación de sus homólogos. Posteriormente el proceso de información se hizo extensivo con la totalidad de los profesionales/entidades/empresas/instituciones de las tipologías seleccionadas.

Más información en: www.ecodes.org





Compras responsables

"La injusticia en cualquier parte es una amenaza para la justicia en todas partes."

[Martin Luther King, líder en derechos civiles]

No comprar nada no es realista, pero dejar de comprar en exceso es esencial. El Consumo Sostenible no se refiere únicamente al coste ambiental que ocasiona la forma como producimos y consumimos; los *costes humanos* y los *costes sociales* también deben tenerse en cuenta..

Un gran número de artículos que va a las tiendas y a *nuestras casas*, se produce en los países en desarrollo debido a que las compañías multinacionales encuentran que la mano de obra casi siempre es más barata allí. Pero el trato debe ser justo para todos los involucrados. El Consumo Sostenible debe defender la justicia social

Marcándole goles al trabajo infantil- EUROCOPA 1996.

El hecho de que los balones de fútbol se cosieran usando trabajo infantil en Pakistán saltó a los titulares de la prensa antes de que empezara la Eurocopa 1996. Esto condujo a la FIFA (Federación Internacional de Asociaciones de Fútbol) a emitir un código de conducta, estipulando qué balones podrían usarse en la competición. Como resultado de la campaña, el método de producción de balones en Pakistán cambió.

CONTRA LA ESCLAVITUD INFANTIL

El 16 de abril de 1995 la mafia tapicera de Pakistán asesinaba a Iqbal Masih, niño de 12 años, esclavo del trabajo tapicero. A los diez años se escapa de su trabajo y asiste a un mitin del Frente de Liberación del Trabajo Forzado (FLTF), una ONG que trabaja en Pakistán para presionar por la abolición del trabajo esclavo infantil. El descubrimiento de sus derechos (en Pakistán hay una ley que prohíbe los trabajos forzados, pero casi nadie la respeta) le llevó a asistir a una escuela del FLTF y a iniciar un precoz activismo sindical que pronto llamó la atención internacional. Participó en acciones reivindicativas que llevaron a que varias empresas en las que todos los trabajadores eran niños esclavos cerraran. En estas fábricas y talleres, los niños llegan a trabajar más de 12 horas diarias. El ejemplo de su lucha trascendió internacionalmente y fue premiado en Estocolmo y Boston.

Al poco de su regreso a Pakistán fue acorralado a balazos. Su vida de entrega por un mundo más justo y su muerte por denunciar la situación de miles de niños esclavos ha llevado a que se proclame el día de su muerte, el 16 de abril, día mundial contra la esclavitud infantil.

www.solidaridad.net/iqbal/espana.asp; www.childrensworld.org/engiqbal/index.asp
<http://web.amnesty.org/library/Index/ESLASA330111995?open&of=ESL-PAK>



y *respetar* los derechos humanos, sociales y económicos básicos, que deben ser para *todos*, sin excluir a nadie..

El trabajo infantil es un ejemplo claro de por qué en el Consumo Sostenible es necesario que se consideren las condiciones y los derechos básicos de las personas involucradas en la producción y manufactura de bienes. De acuerdo con estimaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) alrededor de 250 millones de niños, de *5 a 14 años de edad*, trabajan. Las estadísticas de la OIT indican que en estas condiciones se encuentran 2 de cada 5 niños en África (32% del total mundial de los niños trabajadores), 1 de cada 5 niños en Asia (61% del total mundial), 1 de cada 6 en América Latina (7% del total mundial) y 1 de cada 3 en Oceanía. Tan sólo en África, las cifras están aumentando a razón de un millón por año y apuntan a los 100 millones hacia el año 2015..

[www.ilo.org/public/
spanish/index.htm](http://www.ilo.org/public/spanish/index.htm).

En la India, miles de niños trabajan para producir cerillas y fuegos artificiales. Reciben un pago equivalente a 48-57 centavos de dólar por día y trabajan alrededor de 10-12 horas diarias, siete días por semana. En Pakistán, el 75% de las tejedoras de alfombras son niñas menores de 14 años..

"Investigación sobre Niñas Tejedoras en la Industria de las Alfombras", RUGMARK Society, Pakistán, 1999: www.rugmark.org/news_facts.

Sin embargo, esto no es únicamente un problema del mundo en desarrollo. En 1998, el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos de América estimó que había aproximadamente 3 millones de niños trabajadores "legales" en los Estados Unidos (además de 1,5 millones de ilegales). En el Reino Unido, un estudio reciente encontró que unos 750.000 niños entre las edades de 11 y 15 años trabajan de manera regular, y que algunos lo hacen hasta 50 horas a la semana.

Véanse los sitios de la Red del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos de América, www.dol.gov, y la Oficina de Estadísticas de Trabajo, www.bls.gov.

El trabajo infantil también afecta a España.

Según un informe realizado entre el año 1998 y el año 2000 por UNICEF a petición del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, en España trabajaban alrededor de 170.000 niños (incluyendo sólo los que trabajaban 3 ó más horas al día durante 5 días a la semana). El resultado es que entre los niños escolarizados hay alrededor de 100.000 que se dedican a las tareas domésticas, 15.000 que trabajan en negocios familiares, unos 10.000 que trabajan en la agricultura y ganadería, 4.600 en talleres o fábricas y 2.000 en la venta ambulante.

Fuente: "El trabajo infantil en España", UNICEF, Materiales de Trabajo, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2000, Madrid.

Usualmente a los niños se les involucra en trabajos intensivos que no requieren habilidades específicas, pero donde las manos pequeñas son valiosas (tejido de alfombras, costura, elaboración de cerillas). Con frecuencia están expuestos a condiciones de trabajo peligrosas y, por ser más *vulnerables físicamente*, a menudo se enferman. Trabajan largas horas, casi no reciben educación escolar y se les paga una miseria.

Un hecho triste es que un gran número de familias en todo el mundo depende de los ingresos de sus niños. Algunos políticos creen que el trabajo juega un papel importante y positivo en la vida de los niños, así como en su relación con sus familias, de tal modo que tratan de hacer reformas, pero no poner fin al trabajo infantil. El problema es complejo, y cualquier solución que funcione debe incluir de manera activa a las familias de los niños en cuestión. No obstante, *el niño* debe ponerse *en primer lugar*. Después de todo, itan sólo se es niño una vez en la vida!

UNA OPORTUNIDAD PERDIDA

El trabajo no sólo compromete la salud física y seguridad de un niño, sino que sus derechos se ignoran y, lo que es crucial, se les priva de la oportunidad de recibir una educación escolar. 150 millones de niños abandonan la escuela primaria antes de haber completado cuatro años de educación. *Uno* de cada *cuatro* niños en la India *nunca irá a la escuela*.

Éste es el inicio de un círculo vicioso; sin educación, las probabilidades de escapar de los trabajos mal pagados y de la pobreza se reduce de manera drástica.



Al mismo tiempo, en los países en desarrollo, las consecuencias a largo plazo del trabajo infantil no son alentadoras. Los niños representan la esperanza y potencial futuro de cualquier país. Negar la educación a un niño, es negar al país el "capital humano" o los trabajadores cualificados y con educación que los países en desarrollo tanto necesitan.

872 millones de personas, 1 de cada 4 adultos del mundo en desarrollo, *no puede leer o escribir*. Dos tercios de ellos son mujeres. Proporcionar a cada uno de los niños del mundo una educación primaria costaría 6.000 millones de dólares, lo mismo que 4 días del gasto militar mundial.

La conciencia del consumidor, cuestionar las políticas de los gobiernos y compañías, y no comprar ningún producto a menos que estemos convencidos de que se produjo sin comprometer la ética, puede producir el cambio. Los consumidores también podemos dirigirnos a las organizaciones de comercio justo -cuya presencia está aumentando en el mercado- que garantizan que sus productos son respetuosos con el medio ambiente y han sido hechos sin explotación.

El trabajo infantil es sólo un aspecto particularmente ilustrativo de un tema mucho más amplio que se refiere a *las condiciones de trabajo, derechos humanos, desigualdad de género* y a la necesidad de respetar el derecho de los países en desarrollo a una existencia digna y sostenible.



Existen varias iniciativas en la red para detener el trabajo infantil: www.icftu.org

En español visitar: www.ilo.org/public/spanish/ www.ilo.org/public/spanish/standards/ipe/

PNUD, Informe sobre Desarrollo Humano, 1998, "Consumo para el Desarrollo Humano", consultarlo en www.undp.org/hdro/1998/98.

Para encontrar más información sobre derechos humanos, sus alcances y lo que ocurre y dónde, visita los sitios siguientes: <http://web.amnesty.org> y www.hrw.org

Fuente: www.geocities.com/CollegePark/Library/9175/inquiry1.

Disminución del trabajo infantil. La educación obligatoria ha reducido el trabajo infantil. En las décadas de 1920 a 1930, el gobierno de Sri Lanka decidió poner en vigor la educación obligatoria. La tasa de alfabetización aumentó de 58% en 1946, a 86% en 1984 (UNESCO, 1991). Esto ha supuesto como resultado que la tasa de empleo de niños entre 10 y 24 años ha mostrado una disminución sustancial, del 13% en 1946 al 6,2% en 1963, y actualmente es de 5,3% en los hombres y 4,6% en las mujeres (OIT, 1995).

El consumo solidario tiene su expresión práctica en la comercialización de productos provenientes del comercio justo. Los productos de comercio justo se elaboran siguiendo los siguientes principios:

- ▶ Las empresas productoras deben tener una estructura democrática y participativa.
- ▶ Las condiciones laborales deben ser dignas, con salarios justos, igualdad entre hombres y mujeres, y condiciones laborales que no pongan en riesgo la salud de las personas.
- ▶ En las relaciones comerciales, se establecen precios justos con las entidades distribuidoras, prefinanciando los productos y estableciendo relaciones a largo plazo para que la comunidad productora pueda planificar su desarrollo.
- ▶ Una parte de los beneficios se debe reinvertir en las necesidades básicas de la comunidad.
- ▶ Se tiene que garantizar el respeto al medio ambiente.
- ▶ Se prohíbe expresamente el trabajo infantil.

Más información sobre el comercio justo en España: www.e-comerciojusto.org



Existe una *fuerte conexión* entre el *Consumo Sostenible*, la necesidad de asegurar que se respeten los *derechos humanos básicos* y promover el desarrollo. La pobreza y el deterioro ambiental (por medio de la deforestación y el sobrepastoreo, por ejemplo) se alimentan mutuamente y tienen un efecto dominó sobre los derechos humanos y el desarrollo de la generación presente y las venideras.

Los gobiernos tienen *el deber de proteger* todos los derechos de sus ciudadanos. Tristemente, existe un enorme número de ocasiones en las que los derechos humanos se ignoran y se atropellan. Tener una mayor conciencia significa que la gente está empezando a *cuestionar* las prácticas de trabajo explotadoras.

El *boicot* está ganando popularidad a través de Internet como herramienta para hacer campañas. Antes de boicotear es importante que te informes acerca de los resultados posibles y analices a quién afectará más la acción emprendida ¿a la compañía o a los trabajadores que tratas de proteger? Exigir transparencia total a las empresas es fundamental para asegurar que no sólo cambien de ubicación y continúen con sus prácticas injustas en otro lugar. Esta exigencia de transparencia puede canalizar la acción de los consumidores e impulsarlos a *compartir* responsabilidades y *objetivos comunes* dentro de una comunidad más amplia.

Examina los informes de Amnistía Internacional o visita su sitio en la web sobre tortura, ejecuciones extra-judiciales, prisioneros de conciencia, violencia oficial frecuente contra los ciudadanos, tolerancia hacia la esclavitud... www.amnistiainternacional.org/actua.

Infórmate en las publicaciones de organizaciones contra la esclavitud, y sitios en Internet como www.antislavery.org/selection

Algunas etiquetas frecuentes aparecen en los recuadros de estas páginas.

Véase el siguiente capítulo.

Contra la dignidad humana y la de los animales (por ejemplo, que promuevan la violencia, pedofilia, explotación sexual, esclavitud, etc.).



Paso a paso

Las siguientes sugerencias pueden ayudarte a comprar éticamente:

- ☞ Elige artículos elaborados y distribuidos por fabricantes y comerciantes con una ética **y códigos de conducta claros**.
- ☞ Mantén tus marcas favoritas bajo continuo **escrutinio**; ponte en contacto con alguna asociación local de consumidores para ampliar la información sobre ellas. Participa en las campañas públicas para mejorar las condiciones laborales de los trabajadores.
- ☞ Evita los productos y servicios ofrecidos por las empresas que apoyan a los **regímenes que no respetan los derechos humanos**.
- ☞ Boicotea a los productores que pagan salarios muy bajos a sus trabajadores, o que los esclavizan, o cuyos proveedores apoyan la **esclavitud**.
- ☞ Siempre que sea posible, elige productos y servicios cuya etiqueta especifique **"Sin trabajo infantil" (No child labour)**.
- ☞ Si es posible, elige productos o servicios con etiqueta que especifique **"NO experimentado en animales"**.
- ☞ Boicotea productos y servicios que hagan afirmaciones **engañosas u ofensivas**.
- ☞ **Intercambia** con otros consumidores información y experiencias relacionadas con la ética y los productos de consumo.



Vive y deja vivir

"La cruel bestia salvaje no está tras las barras de la jaula. Se encuentra frente a ella."

[Axel Munthe,
médico, psiquiatra y escritor]

El derecho a una existencia digna no es exclusivo de los seres humanos. La conciencia acerca de *nuestra interrelación con la naturaleza* y las consecuencias de la actividad humana en los ecosistemas es un elemento clave para comprender el desarrollo sostenible.

El *trato* que damos a los animales (criados para el consumo y en cautividad) y el tema de la biodiversidad y preservación del equilibrio ecológico son temas separados pero relacionados entre sí. En esta sección encontrarás información sobre estos temas. Corresponde a cada cual tomar sus decisiones de acuerdo con el estilo de vida y prioridades que elijan dentro del contexto de la sostenibilidad.

GRANJAS DE ANIMALES

La gente está cada vez más preocupada por saber qué trato reciben los animales durante el proceso de elaboración de los productos (granjas intensivas, pruebas de cosméticos en animales, etc.). La crueldad puede evitarse siguiendo algunos principios fundamentales. Trata a los animales con respeto: proporciónales alimento y techo adecuados, asegúrate de que reciban los cuidados veterinarios básicos, condiciones sanitarias e higiénicas para vivir, y de que nunca se les golpee o alimente a la fuerza.





Campaña italiana realizada por CARE (Cooperación por los Derechos de los Animales en Europa, sus siglas en inglés): www.infolav.org.

Una alternativa que garantiza que los animales han sido tratados correctamente, que no se han utilizado piensos de origen animal ni productos de engorde u otros compuestos artificiales, son los productos de origen animal con el certificado ecológico de los diferentes consejos reguladores de la agricultura ecológica. Ver: www.agroecologica.net.

Fuente: <http://hometown.aol.com/cfnews/index.htm>.

Para obtener una lista de estas compañías visita: www.allforanimals.com/cruelfree1.htm o para más información sobre productos libres de crueldad en los animales: www.naturewatch.org. También puedes visitar www.animalfreedom.org/espagnol/index.htm un portal lleno de sugerencias y materiales sobre los derechos de los animales.

Crueldades innecesarias.

La producción de huevos de granja es tan cruel que se está eliminando en los países europeos, pero aún se practica en otras regiones del mundo. En las granjas intensivas, por lo regular, se amontonan cuatro gallinas en una jaula de alambre muy pequeña (de no más de 40,64 centímetros, 16 pulgadas). Las jaulas se apilan en varios niveles y se acomodan en filas, en enormes naves o galpones. A todas las gallinas ponedoras se les corta el pico con el fin de reducir las lesiones que resulten al picotearse entre ellas cuando las aves confinadas se vuelven claustrofóbicas, aburridas y agresivas. Ponen más de 250 huevos al año. Después de un año de producción de huevos, las aves son sometidas a un nuevo ciclo de postura de huevos o sacrificadas. Las gallinas de granja intensiva usualmente acaban formando parte de productos cárnicos de baja calidad, donde la carne amoratada puede ocultarse a los consumidores.

La producción de alimentos nos afecta a todos. Podemos rechazar los productos que no han sido elaborados de una manera humana.

Elegir huevos y carne criados en libertad, en el campo o ranchos, (busca productos certificados) es mejor para el animal, pero también para el consumidor: la higiene y calidad de la carne y otros productos provenientes de granjas industriales puede a veces ser baja. Los escándalos relacionados con alimentos, como el de la enfermedad de las vacas locas, nos han hecho más conscientes de la conexión entre las condiciones sanitarias y de alimentación de los animales con nuestra propia salud.

Las empresas se han dado cuenta de que los consumidores quieren evitar la crueldad innecesaria: según el *FORO DE INVERSIÓN SOCIAL* en los Estados Unidos de América se invierten 84 mil millones de dólares en compañías y organizaciones libres de crueldad y miles de millones más en Europa y otros lugares.

En 1979, *REVLON* fue una de las primeras grandes compañías que financió la investigación para encontrar alternativas a la experimentación en animales, con una contribución de 750.000 dólares para la Universidad Rockefeller. Otras organizaciones, como el Centro Johns Hopkins para Alternativas a la Experimentación en Animales (CAAT), han iniciado sus propios programas para investigar alternativas. La experimentación en animales aún prevalece en las grandes corporaciones, pero hay ya varios cientos de compañías que elaboran productos sin crueldad.

La experimentación en animales es un *tema controvertido*. Las opiniones de las personas acerca de pruebas en animales no siempre son claras y a menudo dependen de percepciones individuales y experiencias personales.



Bolsa de papel para la campaña de THE BODY SHOP en contra de la experimentación en animales.

FORTALEZA EN LA DIVERSIDAD

Los seres humanos compartimos este *planeta* con al menos *15 millones* de otras especies. Todas las especies juegan un papel en la construcción y mantenimiento de los complejos ecosistemas que sostienen todas las formas de vida. Las especies están desapareciendo a una velocidad alarmante; la tasa de extinción actual no se sabe con certeza, pero los científicos calculan que es de *1.000 a 10.000* veces más de lo que sería sin un desarrollo industrial descontrolado.

La amenaza de extinción aparece debido a una variedad de razones interconectadas. La *sobre-explotación* de plantas y animales y de su hábitat, la introducción de especies ajenas a los ecosistemas, así como el cambio climático, la contaminación y las enfermedades, todos ellos son factores que amenazan el equilibrio ecológico entre las especies.

La diversidad es un recurso preciado: la interconexión e interdependencia de diferentes especies requiere de un cuidadoso manejo. Alrededor del 30% de todas las medicinas que se encuentran en las farmacias se han desarrollado a partir de plantas silvestres y animales. Un gran número de estos se alberga en ecosistemas únicos y, desafortunadamente, amenazados. Mantener la biodiversidad es pertinente en muchos *niveles*: paradójicamente, las regiones del mundo más ricas en biodiversidad, con frecuencia también tienen la gente más pobre. El reto de este siglo es *preservar* la biodiversidad, al tiempo que se *elimina* la pobreza.

Un paso en la buena dirección ha sido el desarrollo por algunos de los mejores científicos del mundo de la **CONVENCIÓN PARA LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA (CBD)**, sus siglas en inglés), que está a favor de un enfoque global, y ha sido ratificada por 180 países. La convención hace un llamamiento a la cooperación internacional para conservar la diversidad biológica, utilizar los recursos biológicos de manera

Véase www.iucn.org/infoandnews/species2000 y www.iucn.org/infoandnews/biodiversity2000.

Quando las especies se establecen fuera de su hábitat natural, como consecuencia de su introducción deliberada o accidental por seres humanos.

Para encontrar más información, visita: www.biodiv.org/default.aspx?lg=1

Apreniendo a comprar con ética.

Para ayudarte en tus decisiones al hacer compras, ya sea en casa o en el extranjero, WWF ha organizado una tienda y farmacia virtual para turistas. Visítala y haz clic en los diferentes artículos a la venta. Si los encuentras en el mundo real, esto debe despertar tus sospechas: www.worldlife.org/buyer beware

De ratones y monos. En 1999, la revista *NEW SCIENTIST MAGAZINE* realizó una encuesta entre la población de Gran Bretaña acerca de la experimentación en animales. Las opiniones más opuestas provinieron de aquellas personas que ya habían firmado peticiones, comprado productos elaborados sin crueldad o eran vegetarianos. Más mujeres (71%) que hombres (51%) estuvieron en contra de la experimentación en animales. Las personas con alguna experiencia personal de haber tomado medicinas (probadas en animales) para alguna enfermedad seria, mostraron una mayor tolerancia hacia la experimentación en animales (aunque el 52% aún se opuso a ella). La mayoría aceptó que los ratones sufrieran si eso ayudaba a combatir enfermedades que amenazarán la vida. Los experimentos en monos fueron mucho menos tolerados y sólo los experimentos para probar y desarrollar drogas para combatir la leucemia en niños se consideraron justificables. La mayoría de los británicos se declararon en contra de experimentar en monos para desarrollar una vacuna contra el SIDA (en los que es probable que se les ocasione la enfermedad y sufrimientos asociados). Para ver el artículo completo ve a: www.newscientist.com/hottopics/animalexperiments/letthe.jsp



Para encontrar más información, visita: www.cites.org/esp/index.shtml.

Time Europe, 17 de abril, 2000, Vol. 155, No 15.



Madera certificada, FSC.

La certificación forestal de la madera es, actualmente, la

iniciativa más importante que se está llevando a cabo para mejorar la gestión forestal en los bosques del planeta y frenar el proceso incontrolado de deforestación.

Entre los procesos de certificación destaca la certificación del Forest Stewardship Council o Consejo de Manejo Forestal (FSC), organización internacional sin ánimo de lucro que se fundó en 1993, y que está compuesta por representantes de grupos sociales y ambientales, de comerciantes de la madera y forestales, organizaciones de pueblos indígenas, grupos comunitarios de forestales y organizaciones certificadoras de productos forestales de todo el mundo. Más información: www.fsc.org.

El FSC en España está promovida por WWF y Greenpeace: www.fsc-spain.org

Para obtener información sobre éstas y otras especies, puedes visitar los siguientes sitios: www.eia-international.org/Campaigns/Tigers/Reports/thailand/index; www.ecocrimes.org/cetacean_report.html#intro; www.eia-international.org/Campaigns/Elephants/Updates/t0000053; www.savedolphins.org. En español: <http://faunaiberica.org/>; www.wwf.es/especies.php; www.iucn.org/redlist/2000/spanish/species.html; www.peru.com/mundoazul/protejamos_delfines/index.asp

Para más información: www.consumer.es/web/es/noticias/medio_ambiente/2004/09/06/108431.php.

sostenible y asegurarse de que los beneficios que se generen de su uso se distribuyan con justicia.

La gestión efectiva de los recursos significa *repensar* varios sectores de la actividad humana, tales como la agricultura, la pesca, el turismo, la educación y el cuidado de la salud. La protección de la biodiversidad, en efecto, promueve sociedades sostenibles, de manera particular entre los *indígenas*, que son quienes mejor conocen los ecosistemas más cercanos a ellos.

Limitar el comercio con la vida silvestre es una forma de proteger las especies. **EL CONVENIO SOBRE COMERCIO INTERNACIONAL DE ESPECIES AMENAZADAS O EN PELIGRO DE EXTINCIÓN** (CITES, por sus siglas en inglés), tiene como

finalidad asegurarse de que el comercio con las plantas y animales silvestres no represente una amenaza para su supervivencia. Únicamente el tráfico de *drogas* y *armas* excede al *tráfico ilegal de animales y plantas* en el mundo. La demanda de mascotas, alimentos, medicinas exóticas (como el hueso de tigre y cuerno de rinoceronte) y otras curiosidades alimenta este negocio y arrasa con las poblaciones de especies.

Hay algunas historias exitosas acerca de casos en los que la extinción o disminución de especies se ha evitado: el rinoceronte negro y el elefante africano son dos ejemplos muy conocidos. Entre 1979 y 1989, los cazadores furtivos redujeron la población del elefante africano de 1,3 millones a 625.000 ejemplares, pero como resultado de la acción conjunta entre gobiernos y un grupo de acción para la protección de la fauna silvestre, el número de elefantes está de nuevo en aumento. Sin embargo, un gran número de especies aún permanece bajo amenaza.

Las especies invasoras.

Cotorras en los parques, lucios en el río Tajo y ranas toro en los estanques, son sólo algunos ejemplos de especies exóticas que actualmente podemos encontrar en España y que, en los últimos años, se han convertido en la segunda causa de desaparición de la biodiversidad mundial, por detrás únicamente de la pérdida de los hábitat naturales. De hecho, han sido la causa directa del 39% de las extinciones conocidas. Se calcula que, en España, son más de medio millar las especies introducidas por el hombre hasta el momento.

Las industrias dedicadas a la comercialización de animales exóticos o de sus productos derivados también han contribuido a su expansión. De esta manera, el visón americano llegó a las fábricas de peletería de España en la década de los 50 y ahora se ha instalado en los bosques como una especie autóctona. La presencia de estos ejemplares, de mayor tamaño y más agresivos que el visón europeo, siguen poniendo en peligro la supervivencia de la especie nativa.

En los últimos años también han empezado a instalarse en España granjas dedicadas a la ranicultura, que han provocado la aparición de varias colonias de ranas toro, un anfibio originario del este de Norteamérica que presenta una gran voracidad y que puede llegar a medir 20 centímetros, frente a los nueve que alcanza la rana verde española.



Actúa

"Yo etiquetaría al consumidor del año 2025 de tres maneras: más exigente, más sabio y más preocupado."

[Mike Clasper, Procter and Gamble Europa]

Todo el mundo compra; las compras son un *gran negocio*. La globalización, la difusión de nuevos medios de comunicación y el cada vez mayor acceso a la información han contribuido a despertar la conciencia del efecto ambiental, social y económico que nuestras decisiones de compra tienen sobre el planeta.

Nosotros, como consumidores, estamos empezando a ver que tales cuestiones en verdad tienen un impacto directo sobre nosotros mismos y estamos solicitando mayor información. Es importante que todos los consumidores tengan la posibilidad de tomar decisiones informadas.

En la Unión Europea (UE) y otros países, los gobiernos están haciendo grandes esfuerzos para responder a las demandas de los consumidores que exigen mayor información sobre los aspectos ambientales y de salud de los productos y servicios.

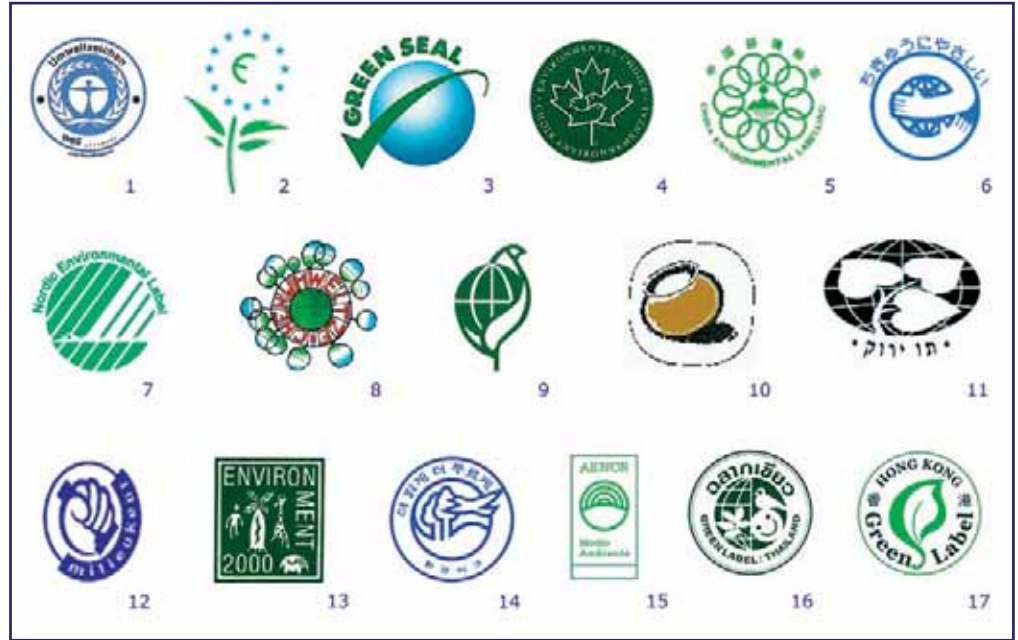
El uso de etiquetas es una de las herramientas más comunes que los gobiernos tienen para proporcionar a los consumidores información clara y segura sobre las características ambientales y éticas de los productos. Pero ¡ten cuidado! Únicamente, unas pocas etiquetas están reconocidas oficialmente y responden a cri-

De acuerdo con las estadísticas, hay 1,5 m² de espacio de centro comercial por cada estadounidense. El centro comercial más grande, Ontario Mills, cerca de Los Angeles, tiene el tamaño de 34 campos de fútbol.

¡Ponte en acción! Únete al foro de discusión en Internet sobre Consumo Sostenible que mantiene la UNEP. Envía tus preguntas, comparte tus experiencias e ideas a través del Email: sc@unep.fr.

Ecoetiquetas (entre las reconocidas por los gobiernos)

1. Ángel Azul (Alemania)
2. Etiqueta Ecológica de la Unión Europea
3. Sello verde (Estados Unidos de América)
4. Terra Choice (Canadá)
5. Etiqueta Ambiental de China
6. Japón
7. Cisne Blanco Nórdico
8. Austria
9. Taiwán
10. India
11. Israel
12. Milijeukeur (Holanda)
13. Ambiente 2000 (Zimbabwe)
14. Corea del Sur
15. Aenor (España)
16. Etiqueta verde de Tailandia
17. Etiqueta verde (Hong Kong)









Mejores plátanos.

En el año 2000, a la marca CHIQUITA BRANDS INTERNATIONAL se le otorgó la certificación de Mejores Bananas, para sus 127 fincas agrícolas en América Latina. En tiempos en que las compañías bananeras se encuentran bajo el escrutinio público, debido a asuntos de equidad, ésta es la única compañía del sector que cumple los rigurosos estándares sociales y ambientales del RAINFOREST ALLIANCE'S BETTER BANANA PROJECT. Los plátanos Chiquita certificados corresponden al 15% del total de plátanos que se exportan de América Latina. Hoy día, los plátanos con certificación suman más del 90% del volumen total de plátanos Chiquita exportados a Europa, y alrededor de 2/3 del volumen que se exporta a Norteamérica.
www.greenmoneyjournal.com/article.mpl?newsletterid=11&articleid=83

 Paso a paso

Tú decides cómo gastas tu dinero. Elige marcas ecológicas y sostenibles y envía mensajes firmes a los supermercados y distribuidores. Algunas sugerencias:

-  **Piensa** antes de comprar. Piensa qué necesitas, no qué quieres.
-  Lee las **etiquetas**: si no te proporcionan información clara y suficiente, no temas preguntar.
-  Elige los productos y servicios **etiquetados** como **ecológicos y éticos**.
-  Siempre que te sea posible, compra productos **elaborados localmente** y de la **estación o temporada**.
-  Escoge productos que contengan porcentajes significativos de materiales **reciclados** o componentes **re-manufacturados**, o de **fácil eliminación** y/o **reciclables**.
-  Compra directamente. Si tienes acceso a Internet, compra de manera "virtual" siempre que sea posible, y disminuye así el uso de transporte y la contaminación relacionada con el producto. Si Internet se utiliza de manera inteligente puede contribuir a un consumo más sostenible.

terios estrictos y a prueba de auditorías. Entre las más conocidas están: *Etiqueta Ecológica* de la UE, *Ángel Azul*, de Alemania, *Nordic Label Swan*, de Noruega, y *AB* (agricultura ecológica), de Francia.

En Estados Unidos se utiliza el sistema Energy Star para informar a los consumidores sobre la eficiencia energética de las TIC. Actualmente, este sistema está siendo adoptado por la Unión Europea.

Las corporaciones y los gobiernos están experimentando una mayor vigilancia por parte del público en general. Cuantas más personas soliciten a las empresas que cambien hacia patrones sostenibles de producción y de comercialización, mayores serán las posibilidades de que cambien. Si los productores desean conservar la confianza de los consumidores, tienen que demostrar que toman en cuenta sus necesidades y preocupaciones.

INVERSIONES CON COMPROMISO

Al planificar el futuro podemos tomar medidas para asegurar que nuestras decisiones de inversión o ahorro promuevan estilos de vida más responsables. Si un número suficiente de personas lo hace, estarán enviando mensajes claros a las empresas e instituciones y promoviendo así la responsabilidad social corporativa más activa.

Las empresas con políticas responsables pueden guiar con su ejemplo: otras las seguirán habiendo visto que es posible hacer dinero y trabajar por el cambio.

Un segmento considerable y cada vez mayor de la población, tanto individual como institucional y colectivamente, está invirtiendo éticamente. Estas personas exigen que las inversiones produzcan más que ganancias monetarias y desean que las empresas se conduzcan con responsabilidad. Existen varias formas de inversión sostenible, una de ellas es comprar acciones de compañías comprometidas éticamente; otras incluyen las *inversiones en fondos de pensiones* y *valores éticos*, o en *iniciativas comunitarias*.

Asimismo, los fondos éticos también ofrecen la oportunidad de atender tanto las necesidades globales como las locales. La canalización de capital básico en el ámbito local crea oportunidades de microcréditos y de establecimiento de pequeños negocios para empresarios alrededor del mundo. Estos esquemas brindan apoyo a personas que se encuentran en dificultades económicas y sociales.

Los *gobiernos* también pueden tomar la delantera en inversiones éticas a través de sus decisiones de financiamiento e inversión multilateral e internacional.

Más información sobre el tema en la web de la Comisión Europea: <http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index.htm>

Tecnologías de la Información y Comunicación.



Más información sobre responsabilidad social corporativa: www.cool-companies.org; www.oneworld.org/guides/ethcons/eth_invest_links; www.co-operativebank.co.uk/ethics.html; www.ethicalconsumer.org/Ecnewsite/pages/corp_critc En español pueden verse las siguientes: www.ecodes.org; www.esade.es/institution/institutos/ipes/; www.fundacion-entorno.org/; www.empresaysociedad.org/default.cfm?tipoMenu=0; <http://es.oneworld.net/article/archive/4765/>

Los programas de microcréditos otorgan pequeños préstamos a gente muy pobre, para proyectos de autoempleo que generan ingresos, lo que les permite mantenerse a sí mismos y a sus familias.

Fuente: MICROCREDIT SUMMIT, www.gdrc.org/icm. También puedes contactar con la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS) en España: www.reasnet.com

Las INSTITUCIONES FINANCIERAS INTERNACIONALES (IFI), y las AGENCIAS DE CRÉDITO PARA EXPORTACIÓN (ECA, siglas en inglés) son instrumentos de los gobiernos nacionales, que utilizan recursos financieros públicos para proporcionar financiamiento, garantías y seguros para el sector privado. Estas instituciones facilitan las inversiones de las compañías en los mercados exteriores de mayor riesgo, al absorber gran parte del riesgo asociado con tales inversiones. Las ECA están diseñadas para promover las exportaciones.

En la actualidad, Canadá y Estados Unidos de América se oponen a algunas de estas recomendaciones.

En la actualidad se realizan esfuerzos internacionalmente, por ejemplo, para promover la energía renovable por medio de un mayor financiamiento a través de la reforma de las Instituciones Internacionales de Financiamiento (IFI) y las Agencias de Crédito para Exportación (ECA). El Grupo de Trabajo por la Energía Renovable G8 (G8 RENEWABLE ENERGY TASK FORCE), formado en la Cumbre G8 en Okinawa (julio de 2000), formuló algunas acciones clave en este apartado.

¿Qué debe tomar en consideración el inversor ético al decidir en dónde invertir su dinero? Algunas sugerencias:

- ▶ ¿Qué hace la empresa?
- ▶ ¿Cuál es el historial de la empresa en materia de política social y ambiental? ¿Utiliza energía alternativa?
- ▶ ¿Ofrece información acerca del impacto ambiental de sus productos analizando el ciclo de vida de los mismos ("de la cuna a la tumba")?
- ▶ ¿Cuál es la historia de las relaciones laborales en la empresa? (mujeres, minorías, horario flexible, trabajo a tiempo parcial, etc.)
- ▶ ¿La compañía esta involucrada en proyectos e iniciativas comunitarias locales?

Para leer un informe reciente sobre la OPIC y el EX-IM, realizado con la colaboración de Friends of the Earth (Amigos de la Tierra), visita: www.seen.org/reports/oeordon1.

Necesidad de consistencia. Las Agencias de Crédito para Exportación (ECA) son un ejemplo contradictorio en el uso del dinero público. Cada año dos ECA de Estados Unidos de América, EXPORT IMPORT BANK (EX-IM) y OVERSEAS PRIVATE INVESTMENT CORPORATION (OPIC), subvencionan proyectos de combustibles fósiles en países en desarrollo y economías en transición.

Estas inversiones son responsables de alrededor de dos tercios del total de emisiones provenientes de los Estados Unidos cada año. Al mismo tiempo, otros proyectos (más sostenibles) que cuentan con un menor financiamiento, reciben una amplia publicidad para mostrar el compromiso ambiental de Estados Unidos. A partir de la Cumbre de la Tierra en 1992, las dos ECA han invertido 62 veces más dinero en proyectos de combustibles fósiles que en energías renovables.

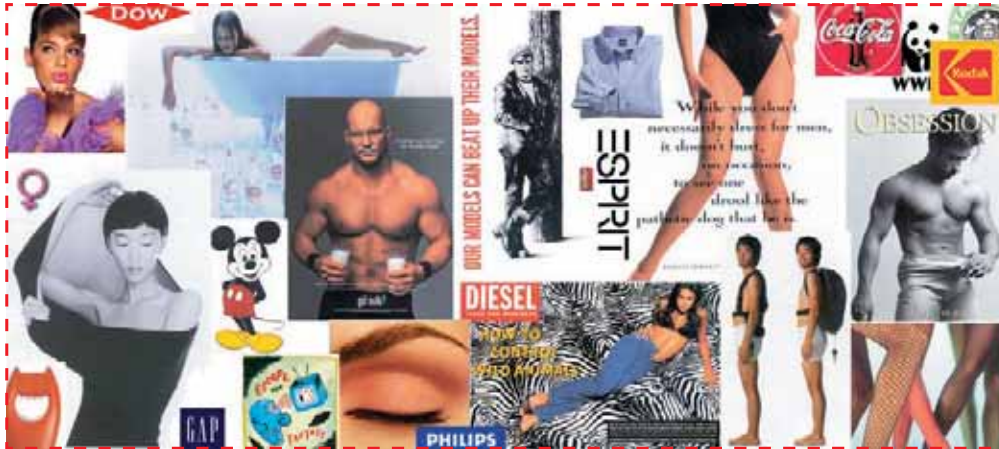
Estudio realizado por el Instituto de Estudios de Políticas: www.seen.org/exim/index⁸⁸.

Triodos Bank.

Es el primer banco "ético" que opera en España y tiene como objetivo contribuir al desarrollo de una sociedad digna que respete al ser humano, la naturaleza y la cultura, financiando empresas, organizaciones y proyectos con valor añadido en el ámbito social, medioambiental y cultural. De esta manera, Triodos Bank no sólo tiene en cuenta los aspectos económico-financieros en su práctica bancaria, sino también los sociales y éticos.

Como entidad financiera internacional e independiente, Triodos Bank pretende promover y alentar una renovación social positiva y sostenible. Respetando siempre sus objetivos sociales, Triodos Bank busca también obtener un óptimo rendimiento económico.

Más información: www.triodos.es



Descubre la aldea global

"Permitamos que las aldeas del futuro vivan en nuestra imaginación, para que un día nosotros lleguemos a vivir en ellas."

[Mahatma Gandhi]

Hoy en día, los jóvenes en un ambiente en el que los medios de comunicación son muy abundantes experimentan una *saturación sin precedentes* de imágenes e informaciones provenientes de una gran variedad de fuentes. Están inundados de información sobre política y asuntos de actualidad, música, ciencia, los famosos del momento en boga, moda y miles de otros tópicos y asuntos. Los niños crecen en una cultura donde la mayor parte de la información y el entretenimiento proviene *de los medios de comunicación*: periódicos, radio, revistas, películas, Internet o la televisión.

¿Cómo funcionan estos medios? ¿Cómo están organizados y cómo construyen la realidad? *El saber leer los medios de comunicación* ayuda a la población a desarrollar un entendimiento crítico de los medios masivos de comunicación, las técnicas utilizadas por los profesionales de los medios y su impacto. En otras palabras, proporciona herramientas a los jóvenes para que tomen sus propias decisiones mejor fundamentadas.

Más aún, puede ayudar a que los jóvenes reaccionen contra la penetrante *influencia* de los medios de comunicación sobre sus hábitos de consumo y sus deseos. A su vez les enseñará a "utilizar" los medios para "hacer ruido" y promover nuevos valores y un estilo de vida más sostenible. En otras palabras: hacer valer sus *derechos* como ciudadanos y consumidores.

LA PUBLICIDAD

Algunos anuncios publicitarios están específicamente *dirigidos* a los jóvenes. Utilizan un lenguaje, unas imágenes y mensajes que llegan a los adolescentes, pero que quizá no tendrían la misma aceptación por parte de sus padres (por ejemplo, los anuncios de video juegos, comida rápida o música).

Fuente: US NATIONAL ASSOCIATION FOR EDUCATION OF YOUNG CHILDREN, L'Espresso, 27 de septiembre 2001, p. 104.

En los Estados Unidos de América, sólo el 10% del tiempo que los niños ven la televisión, lo dedican a ver programas infantiles. El otro 90% lo dedican a ver programas diseñados para adultos. El 35% de los adolescentes tienen una televisión en su habitación y toman sus alimentos solos, frente a la pantalla.

En España, en un 15% de los hogares los niños tienen un televisor en su habitación. Estos, la ven 2 horas y 25 minutos semanales más que los que no lo tienen.

Fuente: Sosa Ávila (2003): Los niños y la televisión en *Pediatría*, Vol. 38; nº 2; junio 2003.

La UNEP trabaja con el sector publicitario para canalizar sus habilidades hacia la promoción de estilos de vida más sostenibles. Información más amplia en: www.uneptie.org/sustain/advertising/advertising.

Fuente: www.weta.org
y AMERICAN MEDICAL
ASSOCIATION, 1996.

Sosa Ávila, op.cit.

Desean que la gente empiece a
utilizar sus productos cuando está
joven, y que continúe usándolos
el resto de su vida.

En 1999 se retiraron
anuncios de **Calvin
Klein**, debido a que los
consumidores se quejaron
de que sexualizaban a los
niños.

La marca de cigarros
Camel tuvo que dejar
de usar el personaje
"Joe Camel" en sus
anuncios, debido a que los
consumidores se quejaron
de que estaban dirigidos a
los niños.
www.media-awareness.ca

Fundada en 1995, la Fundación
estadounidense JUST THINK
imparte programas de educación
para utilizar los medios de
comunicación a jóvenes de todo
el mundo. JUST THINK lanzó
una nueva iniciativa para tratar
específicamente el tema de la
imagen corporal entre las mujeres
jóvenes: [www.justthink.org/
sweetwater/bip](http://www.justthink.org/sweetwater/bip).

El adolescente promedio en Estados Unidos ve la televisión alrededor de 23 horas a la semana. En la India ven aproximadamente 18 horas a la semana, y en España 12 horas y 40 minutos. Los niños invierten más tiempo enfrente de la pantalla de televisión que en la escuela. Cuando llegan a la edad de 18 años, ya han presenciado más de 100.000 actos violentos y 300.000 anuncios comerciales. Los jóvenes dedican el doble de tiempo a los medios de comunicación que a sus padres y maestros en conjunto.

Los adolescentes, de hecho, constituyen un blanco importante para los publicistas debido a que las compañías necesitan crear una fidelidad a sus marcas.

A menudo, los anuncios transmiten mensajes simplificados por medio de estereotipos. De tal forma que, por ejemplo, los publicistas diseñan campañas dirigidas a las muchachas diferentes de las campañas dirigidas a los muchachos. Con frecuencia un anuncio te dice si un producto es "masculino" o "femenino", aún cuando el producto podría usarse indistintamente por cualquier género.

Un estereotipo confirma de manera rígida la creencia de que, si eres hombre o mujer (blanco o negro; heterosexual u homosexual), debes comportarte de acuerdo a *patrones o roles específicos*. Esta creencia elimina nuestros gustos personales para definir nuestros propios intereses y habilidades.

No tenemos por qué aceptar de manera pasiva todos los mensajes que los medios (sobre todo los anuncios) nos envían. Podemos "*contestar*" y expresar nuestras opiniones.

Los estereotipos culturales y de clase también predominan en la *televisión*. Con frecuencia las minorías se representan a través de estereotipos, y muy rara vez se les atribuye el poder o la riqueza que goza la mayoría. Además, los programas normalmente son vistos por una *audiencia* que sobrepasa con mucho al grupo al que pretende dirigirse.

Los muy jóvenes ven programas que contienen "ingredientes" básicos como violencia, sexo, conflictos sociales, etc., para cuya comprensión no poseen ni suficiente *madurez emocional* ni capacidad crítica. Un adulto puede analizar pero los

En la balanza... Inundadas por las imágenes que aparecen en los medios de comunicación de modelos delgadas, las chicas están convenciéndose de que ser delgada es la clave para ser queridas y aceptadas. Las niñas, a la temprana edad de ocho años, empiezan a mostrar preocupación por su peso; el 80% de las niñas de nueve años está a dieta...

Los desórdenes en la alimentación se han incrementado en un 400% desde 1970, el 20% de las jóvenes universitarias tiene anorexia y la conducta autodestructiva entre las chicas de secundaria ha alcanzado proporciones epidémicas.

En España las autoridades sanitarias han creado programas específicos para atender los crecientes desórdenes alimenticios entre los jóvenes. También han surgido asociaciones privadas a partir de personas que han sufrido personalmente o en su entorno este tipo de trastornos. Por ejemplo ACAB (Asociación Contra la Anorexia y la Bulimia) que ofrece atención e información telefónica, visitas a las personas en situación de riesgo, grupos de ayuda mutua, conferencias, charlas y difusión a los medios de comunicación. Contacta en: www.acab.org/spa/welcome.htm

niños tienden a absorber. Los niños que ven una gran cantidad de programas violentos tienden a favorecer el uso de la violencia para resolver los conflictos.

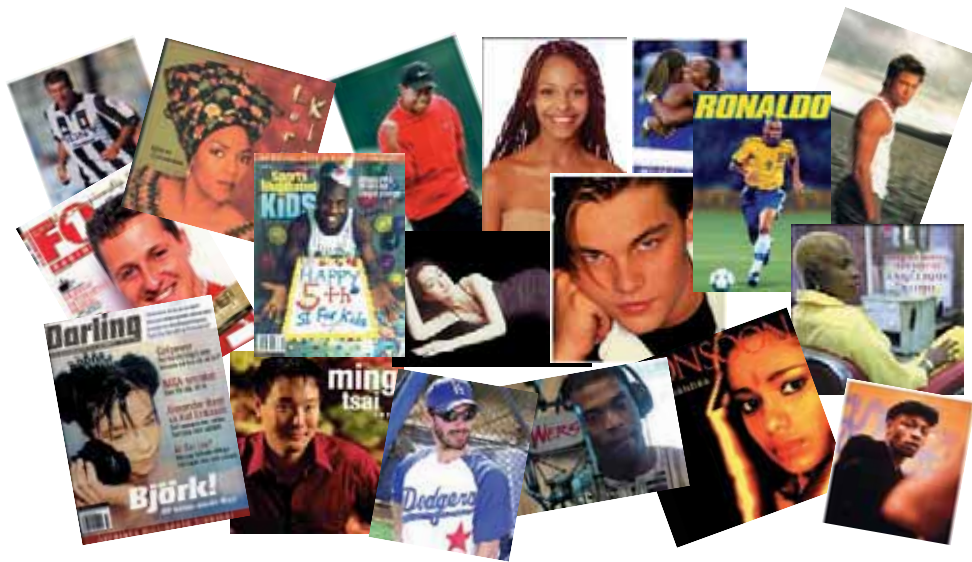
La violencia en la pantalla puede impresionarnos, pero otros mensajes *más sutiles* pueden influir de por vida en los jóvenes. Repetidos sin cesar terminan por cambiar los estilos de vida, fomentando, por ejemplo, el consumismo o los desórdenes alimenticios.

ÍDOLOS Y AUDIENCIAS

Sin embargo, los actores, las modelos y los deportistas proporcionan a veces *patrones positivos de conducta*. Los medios de comunicación actúan como *catalizadores* que despiertan la conciencia y captan la atención de una inmensa audiencia juvenil.

La música, un *lenguaje universal* por definición, es probablemente el medio que transmite de forma más consistente mensajes sociales importantes ¿Ejemplos? Eventos como LIVE AID, FARM AID, LA GIRA DE AMNISTIA INTERNACIONAL, NUESTRO FUTURO COMUN, el ALBUM DE GREENPEACE, etc. Estos eventos también dan sentido a la participación de la audiencia. Disfrutar de una actuación se convierte en un gesto de solidaridad política o humanitaria.

Hoy día, los jóvenes se sienten cómodos con los medios de comunicación. Existen miles de sitios web dirigidos para y por adolescentes. Su *compromiso* en la promoción de causas algunas veces complejas (por ejemplo: derechos humanos, medio ambiente) es prueba de su habilidad no sólo para sacar partido de los medios de comunicación, sino también de *sus talentos* para proyectos sostenibles.



Diversión en serio.

ADBUSTERS ("CAZA ANUNCIOS") es una organización sin fines lucrativos, con sede en Canadá, que produce una revista y una web, dedicados a examinar la relación entre "los seres humanos y su ambiente físico y mental". Estos "agitadores culturales" de estilo propio, tratan de aportar otra perspectiva acerca de la vida y nuestros hábitos cotidianos. Animan a la gente a cuestionar los medios de comunicación, señalan los mensajes que se transmiten, obvios algunos y más ocultos otros, que a menudo se asumen como verdades sin cuestionamiento alguno.

Por medio de sus parodias de anuncios famosos, así como de sus campañas anuales, tales como el "Día de no Comprar Nada", y la "Semana de Apagar la Tele", incitan a la gente para que reflexione acerca de sus prioridades y estilos de vida, y crean conciencia sobre una variedad de tópicos (desigualdad, sobre consumo, manipulación por los medios, etc.). Si bien algunas personas pueden estar en desacuerdo con sus tácticas, Adbusters es una organización con vivacidad y creatividad, que posee un talento especial: utiliza las mismas técnicas de los medios publicitarios para cuestionar el papel e influencia de los mismos. Éste es un ejemplo claro del poder de un grupo activo que trabaja a través de la red: www.adbusters.org

En castellano la página web de Ecologistas en Acción critica el consumismo con el objetivo de inducir a un consumo más responsable y sostenible. Se puede ver en www.letra.org/consumehastamorir/.



La red: Instrucciones para usarla

"El servicio a los demás es la renta que pagas por tu habitación aquí en la Tierra."

[Mohamed Ali
campeón mundial de boxeo]

En el año 2000, el 90% del tráfico total de Internet tuvo lugar entre 12 países (Tomorrow, Sept- Oct. 2000).

Internet está adquiriendo cada día mayor importancia como herramienta para las comunicaciones y como un *portal de acceso* a la información. Aunque el fenómeno global de la red aún se encuentra limitado es el medio del futuro que mejor se adapta a las capacidades y talento de los jóvenes. Internet es asimismo un "lenguaje" que un gran número de jóvenes, en constante aumento, utiliza.

Esta *Guía* se ha diseñado teniendo en mente a los formadores y a los estudiantes a la vez. Aquí hemos expuesto un resumen rápido de los temas y retos del Consumo Sostenible. En la página de Internet de YOUTHXCHANGE (Jóvenes por el Cambio: YxC) se examinan los temas con mayor profundidad.

¿Por qué Internet? Las nuevas tecnologías complementan pero no sustituyen las herramientas de enseñanza tradicionales. Cuando se aplican a la educación y se utilizan como medios, y no como fines, pueden crear grandes oportunidades. Internet podría producir un efecto de bola de nieve, multiplicando los resultados positivos del aprendizaje entre todos los involucrados: maestros, jóvenes, instituciones, empresas y ONG.

Compartir experiencias –al navegar por la red- producirá el resultado adicional de promover la participación directa y activa en la promoción de los estilos de vida sostenibles. El sitio de YxC atraparará y mantendrá la atención de los usuarios al estimular su creatividad, permitiéndoles elegir cómo y qué aprender. Los ejemplos reales son el punto de inicio al destacar una variedad de productos y servicios, iniciativas, hechos, datos y estudios de casos reales.

Nuestro sitio en la red, www.youthxchange.net, está estructurado de la siguiente manera:

- ▶ **Aula de formadores:** se explica el contenido del sitio sala por sala. Se destaca el potencial educativo de cada uno de ellos. El instructor recibirá sugerencias prácticas acerca de cómo desarrollar y explorar con mayor detalle los temas ya mencionados en la presente guía.



- ▶ **10 botones básicos:** una herramienta de navegación horizontal para dirigir al instructor y al usuario a los temas a través de la perspectiva de los REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES de los jóvenes adultos. También te guiará en el recorrido hacia una "comunidad sostenible".
- ▶ **Atlas de hechos y cifras:** un atlas altamente visual, interactivo e imaginativo, con datos clave sobre patrones de consumo del pasado, presente y futuro y que por tanto sitúa la distribución del consumo en un contexto global.
- ▶ **Buenas prácticas:** ¿Qué políticas, iniciativas, productos y servicios están disponibles? ¿Es fácil? ¿Qué están haciendo otros agentes (gobiernos locales y nacionales, ONG, organizaciones internacionales, etc.)? Al visitar la TIENDA SOSTENIBLE (*SUSTAINABLE DEPARTMENT STORE*), el usuario descubrirá cómo traducir las ideas e intenciones en acción.
- ▶ **Pruebas y juegos:** para retar los crecientes conocimientos y conciencia del usuario sobre Consumo Sostenible. Temas complejos y más horizontales tales como el ahorro de energía, agua y nutrición, se explorarán de manera divertida.
- ▶ **Oportunidades de trabajo:** organizado como una agencia virtual de empleo, con variedad de testimonios de jóvenes, el usuario encontrará cómo la acción puede conseguir el cambio. La sala mostrará a los usuarios que es posible tener éxito profesional vinculando empleo, viajes y trabajo voluntario con los principios del Consumo Sostenible.
- ▶ **Preguntas más frecuentes:** respuestas a las preguntas usuales de los usuarios. Cómo funciona el proyecto de YxC; consultar términos y conceptos; encontrar información adicional sobre este proyecto. Esta sala promoverá el valor de hacer preguntas.
- ▶ **Enlaces:** una lista de sitios interesantes en Internet organizados por temas (de acuerdo con las secciones de la GUÍA). Para hacer la navegación en la web divertida y productiva se describe y evalúa cada sitio de manera breve.

Fuentes

Páginas web, libros, etc. mencionados en la Guía (actualizados a 20 de noviembre de 2004)

Introducción al consumo sostenible

- www.uneptie.org/sustain
- www.unesco.org/education
- UNEP, Jóvenes y Consumo Sostenible, Nairobi/París, octubre 1999.
- Ernst von Weisäcker, Amory B. Lovins y L. Hunter Lovins, Factor 4: Duplicar la Riqueza, reducir por mitad el gasto de recursos. Earthscan publications, Reino Unido, 1998. www.factor10-institute.org.
- Teaching and Learning for a sustainable future –a multimedia profesional development programme (Enseñar y Aprender para un futuro sostenible – un programa multimedia para desarrollo profesional), UNESCO 2001.

El Proyecto de Jóvenes por el Cambio (YxC)

- POPULATION REFERENCE BUREAU (2000): La Juventud del Mundo 2000, : www.prb.org.
- www.youthxchange.net
- www.uneptie.org/youth_survey;
- www.unesco.org/education

Por un estilo de vida más sostenible

- PNUD (1998): Informe sobre Desarrollo Humano, 1998, "Consumption for Human development" <http://hdr.undp.org/reports/global/1998/en/>
- Scandal of the food Britain throws away" (El escándalo de los alimentos que Gran Bretaña desperdicia), por John Vidal, The Guardian, 4 de abril de 2000.
- <http://hdr.undp.org/reports/global/1998/en>

- www.earthday.net/Footprint/pdf/ef_spanish_color.pdf
- www.cfnavarra.es/medioambiente/agenda/Huella/EcoNav.htm
- www.vidasostenible.com

Cúidate

- www.foodbiotech.org
- <http://news.bbc.co.uk/hi/English/health>
- www.greenpeace.org/espana_es/campaigns/intro?campaign_id=135636
- www.sustainweb.org/Chain_fm_index.asp
- www.consumaseguridad.com
- www.sinfronteras.org/naturalmente/
- www.agroecologica.net
- www.vidasana.org
- www.pops.int
- <http://archivo.greenpeace.org/toxicos/html/chemicalhouse.html>.
- www.chemical-cocktail.org
- www.ceit.es
- www.planetaorganico.com.br/agrothist2.htm
- www.infororganic.com
- <http://europa.eu.int/scadplus/leg/es/lvb/l28031a.htm>

Moviéndote por la ciudad

- www.bicitekas.org
- www.conbici.org
- Carolyne Clayton (2000): Dirty Planet: The friends of the Earth Guide to pollution and what you can do about it, Livewire Books, London, p. 17
- www.eltis.org
- www.cts-ceiba.org/index.htm
- U.S. General Accounting Of.ce, Washington, 2000
- www.wri.org
- www.idae.es
- www.laptp.org/carsharing

De viaje

- www.ecotourisme.org
- www.greenglobe21.com
- www.green-travel.org

- www.responsibletravel.com
- <http://www.redturs.net/main.asp>
- www.turisos.net/index.html
- www.humboldt.org.co/biocomercio/turismosostenible/quienes.htm
- www.uneptie.org/pc/tourism/sust-tourism
- <http://world-tourism.org>
- www.wttc.org
- www.toinitiative.org/good_practices/introduction.htm
- www.uneptie.org/tourism
- www.sierraclub.org

Reduce los residuos

- <http://europa.eu.int/comm/environment>
- http://europa.eu.int/comm/environment/youth/waste/index_es.html
- www.svtc.org
- www.unep.org/children_youth/homepage_les/youth/ind.htm
- www.o2.org
- www.smartarch.nl
- www.cfd.rmit.edu.au/dfef/cfd_2_5
- www.uneptie.org/pc/sustain/design/design-subpage.htm
- "Ecoproduces a la llar", Guies d'Educació Ambiental nº 16, 2003, Barcelona, Ajuntament de Barcelona.
- www.design.philips.com
- www.reciclapapel.org
- www.wastewatch.org.uk
- www.recycle.net
- www.grn.com/grn/library/gloss.htm
- www.recycledproducts.org.uk/buy-recycled/glossary.asp
- <http://redicla.com/>
- www.reciclapapel.org/
- <http://waste.ideal.es/primerareciclaje.htm>
- www.alandaluz.com/
- www.tragamovil.com

Optimiza energías

- www.wri.org

- Carolyne Clayton (2000): Dirty Planet: The friends of the Earth Guide to pollution and what you can do about it, Livewire Books, London , p. 97.
- www.fuelcellpark.com
- www.conae.gob.mx/wb/distribuidor.jsp?seccion=1
- www.electranorte.es/castellano/index.php
- <http://rredc.nrel.gov/tidbits.html>
- www.solarnow.org/glossary.htm
- <http://solstice.crest.org/sustainable/index.html>
- www.eren.doe.gov
- www.greenpeace.org/espana_es/campaigns/intro?campaign_id=171692
- www.wwf.es/cambio_energia.php
- www.seba.es
- www.menergia.gov.ec/php/proy_galapagos_ELEC.php
- www.energiasostenible.org/ecoserveis/eade
- www.besel.es/eade
- www.eu-greenlight.org
- www.energystar.gov
- www.ipcc.ch
- www.grida.no/climate
- www.globalchange.org
- www.cool-companies.org
- www.ecotropia.com/temas.htm
- www.greenpeace.org/espana_es/campaigns/intro?campaign_id=135612
- http://unfccc.int/resource/beginner_02_sp.pdf

Pronostica el tiempo

- <http://unfccc.int/es/index.html>
- www.ipcc.ch
- www.grida.no/climate.
- www.globalchange.gov
- www.ecotropia.com/temas.htm
- www.greenpeace.org/espana_es/campaigns/intro?campaign_id=135612
- http://unfccc.int/resource/beginner_02_sp.pdf
- www.unfccc.int/resource
- www.uneptie.org/ozonaction

- www.cecodes.org.co/cambio_climatico/legislacion/BoletinOCMCCNo1mayo04.pdf
- www.wbcasd.ch/plugins/DocSearch/details.asp?MenuId=ODY&ClickMenu=&doOpen=1&ty pe=DocDet&DocId=MjIw
- www.ceroco2.com
- www.nikebiz.com
- www.panda.org/climate/savers
- www.safecclimate.net
- www.iisd.org/youth/internetcafe
- www.mma.es/oecc/ccespana.htm
- www.greenfacts.org/es/index.htm
- www.wbcasd.ch

Ahorra el agua, asegura el agua

- www.thewaterpage.com
- www.panda.org/livingwaters/index.cfm
- <http://nailaokda.8m.com/aral.html>
- www.unesco.org/water
- www.xeriscape.org
- www.cabq.gov/waterconservation/xeric.html
- www.agua-dulce.org
- www.imta.mx
- www.ecodes.org
- www.unizar.es/fnca
- www.h2ouse.org
- www.gpa.unep.org
- www.aguacam.com
- www.aguasdesevilla.com
- <http://hispagua.cedex.es>

Compras responsables

- www.ilo.org
- www.solidaridad.net/iqbal/espana.asp
- www.childrensworld.org/engiqbal/index.asp
- <http://web.amnesty.org/library/Index/ESLASA330111995?open&of=ESL-PAK>
- www.rugmark.org/news_facts
- www.dol.gov
- www.bls.gov

- UNICEF (2000): "El trabajo infantil en España", Materiales de Trabajo, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.
- PNUD (1998): Informe sobre Desarrollo Humano, 1998, "Consumo para el Desarrollo Humano", consultarlo en www.undp.org/hdro/1998/98
- <http://web.amnesty.org>
- www.hrw.org
- www.geocities.com/CollegePark/Library/9175/inquiry1
- www.ictu.org
- www.ilo.org/public/spanish/index.htm
- www.ilo.org/public/spanish/standards/ipe/about/factsheet/expls-98/exmpl8.htm
- www.amnistiainternacional.org/actua
- www.antislavery.org

Vive y deja vivir

- <http://hometown.aol.com/c.news/index.htm>
- www.animalfreedom.org/espagnol/index.htm
- www.iucn.org/redlist/2000/spanish/species.html
- www.peru.com/mundoazul/protejamos_del.nes/index.asp
- www.wwf.es/especies.php
- Time Europe, 17 de abril, 2000, Vol. 155, No 15
- www.allforanimals.com/cruelfree1.htm
- www.ecocrimes.org/cetacean_report.html#intro
- www.eia-international.org/Campaigns1b.shtml
- www.eia-international.org/Campaigns1a.shtml
- www.infolav.org
- www.iucn.org/redlist/2000/spanish/species.htm
- www.iucn.org/news/index.htm
- www.mexicodesconocido.com.mx
- www.naturewatch.org
- www.newscientist.com/hottopics/animalexperiments/letthe.jsp

- www.savedolphins.org
- www.worldwildlife.org/buyer beware
- www.fsc.org
- www.fsc-spain.org
- www.biodiv.org/default.aspx?lg=1
- www.cites.org/esp/index.shtml
- <http://faunaiberica.org>
- www.consumer.es/web/es/noticias/medio_ambiente/2004/09/06/108431.php

Actúa

- <http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index.htm>
- www.greenmoneyjournal.com/article.mpl?newsletterid=11&articleid=83
- www.cool-companies.org
- www.oneworld.net/guides/ethcons/eth_invest_links
- www.co-operativebank.co.uk
- www.ethicalconsumer.org
- www.ecodes.org
- www.esade.es/institution/institutos/ipes/
- www.fundacion-entorno.org
- www.empresaysociedad.org/default.cfm?tipoMenu=0 ;
- <http://es.oneworld.net/article/archive/4765/>
- www.triodos.es
- www.reasnet.com
- www.gdrc.org/icm
- www.seen.org
- www.microcreditsummit.org/spanish/newsletter/newslettersp8.htm
- Naomi, Klein (2001): No Logo, Flamingo, London.

Descubre la aldea global

- Sosa Ávila (2003): "Los niños y la televisión". en Pediatría, Vol. 38; nº 2; junio 2003 AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION, 1996 www.weta.org
- www.uneptie.org/sustain/advertising/advertising.htm
- www.media-awareness.ca

- www.acab.org/spa/welcome.htm
- www.adbusters.org
- www.letra.org/consumehastamorrir/
- www.justthink.org
- L'Espresso, 27 de Septiembre 2001

La red: instrucciones para usarla

www.youthxchange.net

Créditos

Muchas de las fotografías pertenecen al Banco de Imágenes de la UNESCO [<http://upo.UNESCO.org/photobank.asp>]. Otras fotografías de productos de consumo, logotipos, marcas, etc. Proceden de publicaciones y páginas web institucionales de ONG, y compañías:
Otras contribuciones:
Patricia Lugo Loprieno
Tomorrow Magazin, Estocolmo
La Nuova Ecologia, Roma
Colors Magazine, Ponzano, Veneto, Italia
Brand-New, Londres
Future Present

Abreviaturas

AB: *Agricultura biológica*

ACAB: *Asociación contra la Anorexia y la Bulimia*

BSE: *Siglas en inglés de Encefalopatía Espongiforme Bovina*

CAAT: *Centro Johns Hopkins para Alternativas a la experimentación en animales*

CARE: *Cooperación para los derechos de los animales en Europa*

CBD: *Convención para la Diversidad Biológica*

CFC: *Clorofluorocarbono*

CITES: *Convenio sobre Comercio Internacional de especies amenazadas o en peligro de extinción*

CONAE: *Comisión Nacional para el ahorro de Energía de México*

COP: *Contaminante orgánico persistente*

COTESMA: *Comité de sistemas de Manejo Ambiental*

CS: *Consumo Sostenible*

DDT: *Diclorodifenil-tricloroetano, producto usado como insecticida*

OIT: *Oficina Internacional del Trabajo*

EADE: *Proyecto de la Unión Europea de Eficiencia energética en casa*

ECA: *Agencia de crédito para la exportación*

EPA: *Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos (por sus siglas en inglés)*

IPEC: *(International Programme on the Elimination of child labour) Programa internacional para la eliminación del trabajo infantil*

EX-IM: *(Export import bank) Banco de exportación e importación*

FAO: *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación*

FIFA: *(Federation Internationale de Football Association) Federación internacional de fútbol*

FLTF: *Frente de Liberación del Trabajo Forzado*

FSC: *(Forest Stewardship Council) Consejo de Administración Forestal*

G8: *Grupo de trabajo por la energía renovable*

IDEA: *Anuario electrónico de las Instituciones europeas, de sus siglas en inglés*

IFI: *Institución Financiera Internacional*

ILO: *International Labour Office (en castellano OIT)*

IMECA: *Indice Metropolitano de Calidad del Aire*

IMTA: *Instituto mexicano de tecnología del agua*

IPCC: *Panel Intergubernamental sobre el cambio climático*

IPEC: *(International Programme on the Elimination of child labour) Programa internacional para la eliminación del trabajo infantil*

KWH: *Kilowatio hora*

NOM: *Normas Oficiales Mexicanas*

OIT: *Oficina Internacional del Trabajo*

OMG: *Organismo modificado genéticamente*

ONG: *Organización no gubernamental*

OPIC: *Por sus siglas en inglés Overseas private investment corporation*

PCB: *Siglas en inglés de Bifenilos policlorados*

PNUMA: *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente*

POP: *Siglas en inglés de contaminantes orgánicos persistentes*

REAS: *Red de redes de economía alternativa y solidaria*

SAVE: *Proyecto de la Unión Europea para la reducción del dióxido de carbono*

TIC: *Tecnologías de la Información y Comunicación*

TOI: *(Tour Operators initiative) Iniciativa de operadores de viaje*

UE: *Unión Europea*

UICN: *Unión Internacional para la conservación de la naturaleza*

UNEP: *Programa Ambiental de las Naciones Unidas*

UNEP-DTIE: *Programa Ambiental de las Naciones Unidas- División de Tecnología, Industria y Economía*

UNESCO: *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*

UNICEF: *Fondo Internacional de las Naciones Unidas para la ayuda a la infancia*

US: *(United States) Estados Unidos*

USAID: *Agencia Internacional de Estados Unidos para el desarrollo (por sus siglas en inglés)*

WBCSD: *Consejo Mundial de Empresas para el desarrollo sostenible (por sus siglas en inglés)*

WCED: *(World Commission on Environment and Development) Comisión Mundial sobre medio ambiente y desarrollo*

WWF: *(World wildlife Fund) Fondo mundial para la vida silvestre*

YxC: *Youth x Change (Jóvenes por el cambio)*

UNESCO

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) se funda el 1945. El objetivo principal de la UNESCO es contribuir a la paz y a la seguridad en el mundo promoviendo la colaboración entre las naciones a través de la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación para extender el respeto a la justicia, a la ley, a los derechos humanos y a las libertades fundamentales que la Carta de las Naciones Unidas reconocen a todas las personas del mundo sin distinción de raza, sexo, lenguaje o religión.

Desde su sede en París, la UNESCO lleva a cabo cinco funciones principales: estudios de prospectiva (es decir, responder a la pregunta acerca de cómo será la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación en el mundo de mañana); la transferencia, el intercambio de conocimientos y su progreso; acción normativa e institucional (preparación y adopción internacional de instrumentos normativos y recomendaciones legales; asistencia técnica ofrecida a los Estados miembros para desarrollar sus políticas y proyectos en forma de "cooperación técnica" e intercambios de información especializada.

La UNESCO trabaja de forma interdisciplinar relacionando la ciencia, la tecnología y el desarrollo sostenible. Principalmente esta tarea la desarrolla el área de Educación y Ciencia. Su objetivo es promover en los distintos ámbitos educativos valores y una ética capaces de influir en el estilo de vida y en el comportamiento de la gente para ayudar a construir un futuro sostenible.

Para mayor información contactar con

UNESCO

División para la Enseñanza Secundaria,
Técnica y Vocacional.
7, Place de Fontenoy
75732 Paris Cedex 07 (France)
Tel: +33+1+456 810 36
Fax: +33+1+45685622
E-mail: j.heiss@unesco.org
Website: www.unesco.org

PNUMA – DITE

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL MEDIO AMBIENTE - DIVISIÓN DE TECNOLOGÍA, INDUSTRIA Y ECONOMÍA
La misión de del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente- División de tecnología, industria y economía (PNUMA-DTIE) es ayudar a los órganos de decisión de los gobiernos, autoridades locales y de la industria a desarrollar y adoptar políticas y prácticas que:

- Sean limpias y seguras
- Utilicen eficientemente los recursos naturales
- Aseguren una gestión adecuada de los productos químicos
- Incorporen los costes ambientales
- Reduzcan la contaminación y los riesgos para la gente y el medio ambiente.

PNUMA-DTIE tiene su sede en París; está formada por una unidad central y cuatro departamentos especializados: el centro Internacional de Tecnología Medioambiental (Osaka); Producción y Consumo (París); Productos químicos (Ginebra); Energía y Ozono Acción (París); Economía y Comercio (Ginebra).

Las actividades del PNUMA-DTIE se centran en el fomento de la concienciación, mejorar la transferencia de información, capacitar, promocionar la cooperación, las asociaciones y transferencias de tecnología, mejorar la comprensión de los impactos medioambientales del comercio, integrar las consideraciones medioambientales en las políticas económicas y catalizar la seguridad química mundial.

EL PNUMA-DTIE funciona como un catalizador para unir industrias, gobiernos y organizaciones no gubernamentales para lograr formas de desarrollo industrial que no perjudiquen el medio ambiente y promuevan el desarrollo sostenible.

Para mayor información contactar con:

UNEP-DTIE

División de Tecnología, Industria y Economía
39-43, Quai André Citroën
75739 Paris Cedex 15 (Francia)
Tel: +33+1 443 714 50
Fax: +33+1 443 714 74
E-mail: sc@unep.fr
Website: www.uneptie.org

META (MEDIA ECOLOGY TECHNOLOGY ASSOCIATION)

Media Ecology Technology Association (META) es una ONG internacional que agrupa especialistas en medio ambiente, desarrollo sostenible y comunicación, que se dedica a la promoción del desarrollo sostenible a través de los nuevos medios de comunicación y sus tecnologías asociadas.

Las principales actividades de la asociación incluyen la investigación, la organización de actos, edición de publicaciones, organización de campañas de comunicación y ofrecer asistencia técnica y científica a organizaciones públicas y privadas. Con anterioridad META ha trabajado con la UNEP-DTIE en una campaña "Publicidad para un mundo mejor", una iniciativa para animar a los medios de comunicación a implicarse en la promoción del Consumo Sostenible. META ha desarrollado el concepto general, documentado y puesto a punto el conjunto de herramientas educativas de YOUTH x CHANGE.

Para información adicional, contactar con:

META

Media Ecology Technology Association
87, rue Faider
1050 Brussels (Belgium)
Tel: +32+2+5371845
Fax: +32+2+5374753
E-mail: info@e-meta.net
Website: www.e-meta.net

CI (CONSUMERS INTERNATIONAL)

Consumers International, fundada en 1960, es una organización no lucrativa, independiente, que ayuda, establece vínculos y representa a asociaciones, agencias y grupos de consumidores de todo el mundo que promueve una sociedad más justa defendiendo los derechos de todos los consumidores, incluyendo a los pobres y marginados. Reconociendo que la satisfacción de las necesidades de los consumidores del mañana dependerá de los cambios que se introduzcan hoy hacia un consumo más sostenible, Consumers International ha colaborado con el proyecto YOUTH x CHANGE ayudando a recoger datos y orientando en su realización.

Para más información, contactar con:

CONSUMERS INTERNATIONAL

24, Highbury Crescent
London N51 RX (UK)
Tel: +44+20+722 666 63
Fax: +44+20+735 406 07
E-mail Head Office): consint@consint.org
Website: www.consumersinternational.org
Tel: (+ 44 20) 722 666 63
Fax: (+ 44 20) 735 406 07
E-mail (Head Office): consint@consint.org
Website: www.consumersinternational.org

GOBIERNO DE ARAGÓN. DEPARTAMENTO DE SALUD Y CONSUMO.
Saludo de la Consejera de Salud y Consumo del Gobierno de Aragón.



El fomento de iniciativas destinadas a fomentar el consumo responsable y el desarrollo sostenible es una de las líneas estratégicas del Departamento de Salud y Consumo del Gobierno de Aragón.

Por eso, debemos ponderar la responsabilidad del capital y de las empresas como algo que debería estar ligado al concepto de procesos de producción que no comprometan las formas de vida de las generaciones futuras, y que respeten los criterios de justicia social también en el ámbito del consumo.

Este impulso debe iniciarse en las etapas más jóvenes de nuestra vida con objeto de formar personas conscientes, críticas, reflexivas y solidarias, con una profunda convicción en los valores cívicos y morales.

De ahí que depositemos nuestra confianza en la educación del consumidor que, en realidad, no es más que un intento de acercar a los niños y a los jóvenes al conocimiento del entorno, descubrir sus códigos y ayudarles a interpretarlos, adquiriendo los recursos que permiten la solución de problemas. Se trata de aprender a leer los mensajes que la sociedad de consumo nos lanza.

Saludamos, por tanto, esta iniciativa de la UNEP-UNESCO a la que hemos brindado nuestro apoyo para materializar su edición. La Guía de jóvenes por el cambio, fruto de un convenio firmado entre el Gobierno de Aragón y la Fundación Ecología y Desarrollo, al que se han sumado otros apoyos institucionales, será un importante instrumento educativo y un recurso con el que los educadores podrán contar en su tarea. Con ella, deseamos contribuir de una forma sencilla y práctica a la promoción de unas pautas de conducta responsable en el contexto de una sociedad que ofrece múltiples posibilidades para disfrutar de forma intensa.

Consumir en esas condiciones mejorará, sin duda, la calidad de nuestra vida en términos de salud, bienestar, autonomía personal y seguridad.

Luisa María Noeno Ceamanos
Consejera de Salud y Consumo

Para más información, podéis poneros en contacto con:

DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO DEL GOBIERNO DE ARAGÓN

*Pablo Gargallo, 3
50003 Zaragoza
ESPAÑA*

Tfno.: 976 71 56 12

Fax: 976 71 56 09

E-mail: consumo.doc@aragon.es

Web: www.aragon.es/consumo

FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO



La Fundación Ecología y Desarrollo está formada por un grupo de profesionales que desde 1992 trabaja para contribuir a la construcción de un desarrollo sostenible mediante la generación y puesta en marcha de alternativas ecológicamente sostenibles, socialmente justas y económicamente viables.

La misión de la Fundación Ecología y Desarrollo se apoya en tres convicciones que orientan nuestro trabajo y actuaciones:

- Crear alternativas viables, novedosas y rigurosas.
- Trabajar con enfoques globales, conjugando a la vez los valores y objetivos que defienden la ecología y el desarrollo.
- Promover la conjunción de esfuerzos en tres sectores clave: administraciones públicas, empresas y entidades sociales. Tenemos el convencimiento de que para lograr cambios significativos en nuestro modelo de consumo y producción, hay que contar con los esfuerzos complementarios de estos tres sectores, capaces de movilizar en la misma dirección, el mercado de la sostenibilidad.

Trabajamos en programas, proyectos y departamentos, organizados a partir de tres objetivos estratégicos:

- Promoción del mercado de la sostenibilidad.
- Promoción de procesos de participación y mediación en conflictos socioambientales.
- Compromiso con el desarrollo sostenible en Aragón.

El desarrollo de este proyecto se engloba en el convencimiento de que el mercado es una herramienta útil para la promoción del desarrollo sostenible. El desafío estriba en que los mercados ofrezcan incentivos al cambio social y ambiental de las empresas; esto es, que consumidores e inversores tengan en cuenta criterios sociales y medioambientales al tomar decisiones respecto de su consumo o inversión. Se trataría, en definitiva, de convencerlos para que aprendan a "premiar" a las mejores empresas.

Y para ello es fundamental la información.

FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO
Plaza San Bruno, 9, 1º oficina 1ª
50001 Zaragoza (España)
Tel. +34 976 298282
Fax. +34 976 203092
ecodes@ecodes.org
www.ecodes.org

GOBIERNO DE CANTABRIA. (DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO Y CONSUMO,
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA)

ESCUELA EUROPEA DE CONSUMIDORES

La Escuela Europea de Consumidores (EEC), es una institución pública del Gobierno de Cantabria, dependiente de la Dirección General de Comercio y Consumo, Consejería de Economía y Hacienda. Desarrolla planes y proyectos relacionados con la Información, Formación y Educación de los Consumidores en Cantabria; además coordina la RED Española de Educación del Consumidor, la RED de Países del Sur de Europa y la RED E-CONS dirigida a 31 países europeos (Red temática Comenius 3, del programa Sócrates de la Comisión Europea); por otra parte, colabora e impulsa actividades en la RED de Educación del Consumidor para América Latina y el Caribe junto a Consumers Internacional, UNESCO y, en su caso, los gobiernos, municipalidades, universidades y otras entidades sin fines de lucro. Habitualmente viene coordinando proyectos financiados por la Comisión Europea.

La EEC dedica sus mayores esfuerzos al desarrollo de talleres prácticos y materiales didácticos útiles para la Educación del Consumidor. Todos los diseños tienen como telón de fondo prácticas y escenarios que impulsan el consumo responsable y apuestan por un desarrollo sostenible. Se impulsan planteamientos y estrategias para dotar a los ciudadanos consumidores de conceptos claros, procedimientos eficaces y actitudes responsables, para que se sientan concernidos, críticos, solidarios y comprometidos con su entorno.

En el campo del consumo sostenible destacan, entre otros: los proyectos de desarrollo curricular eco-consumo; las salidas de campo; los grupos de jóvenes investigadores y los talleres prácticos. En este último apartado se incluyen los siguientes: "Las cuatro erres", "La selección de basuras", "La basura cuadrada", "Puntos negros", "Reciclaje de papel y cartón", "Envases, embalajes y artefactos", "Reutilización y reciclaje", "Sprays, detergentes y otros productos del hogar", "Investigamos los plásticos", "Jugar limpio", "Sonidos y ruidos", "La batalla del agua", "Los quitamanchas", "El río", "Compra ecológica", etc., etc.

Para más información, podéis poneros en contacto con:

ESCUELA EUROPEA DE CONSUMIDORES

C/ Nicolás Salmerón, 7
39009 Santander, Cantabria, ESPAÑA

Tf.: +34 942 210600

Fax: +34 942 210867

E-mail: escuela@infoconsumo.es

WEB: www.infoconsumo.es/escuela



Otras direcciones de interés:

<http://www.infoconsumo.es/eecred>

<http://www.e-cons.net>

<http://www.infoconsumo.es/dianaseguridad>

<http://www.infoconsumo.es/juntossomosmas>

<http://www.infoconsumo.es/agendaeuropa>





COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA CENTRO DE RECURSOS AMBIENTALES (CRAN)

El Centro de Recursos Ambientales de Navarra es una fundación promovida por el Departamento de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Vivienda del Gobierno de Navarra, y sus empresas públicas: "Gestión Ambiental, Viveros y Repoblaciones de Navarra S.A." y "Navarra de Medio Ambiente Industrial S.A."

Su objetivo es acercar el conocimiento del Medio Ambiente a la sociedad navarra y tratar de que ésta se vaya corresponsabilizando en su conservación y mejora constantes, colaborando de esta manera en la construcción de una sociedad más sostenible desde el punto de vista económico, social y ambiental.

El Centro de Recursos Ambientales de Navarra se ha concebido como un punto de encuentro, de promoción de iniciativas socioambientales y lugar de intercambio y coordinación para todas las personas y entidades que quieran conocer y trabajar por el medio ambiente.

El tema principal sobre el que gira la concepción y el funcionamiento del Centro de Recursos Ambientales de Navarra es el concepto de SOSTENIBILIDAD. El Centro de Recursos Ambientales de Navarra quiere servir de espacio para que esas experiencias nuevas, lo mismo que las soluciones tecnológicas más eficientes y respetuosas con el medio, sean conocidas por los ciudadanos y ciudadanas, con el fin de que se divulgue su viabilidad y se vayan incorporando a sus hábitos de vida cotidiana.

Entre los servicios y actividades que ofrece el centro de recursos ambientales destacan la posibilidad de consultar los fondos de su Centro de Documentación y su Biblioteca especializada en medio ambiente y educación ambiental. A través de demostraciones y presentaciones tecnológicas, el Centro, en colaboración con las empresas productoras y/o comercializadoras, muestra periódicamente los avances y propuestas más actuales en tecnologías limpias aplicadas a los diferentes ámbitos productivos y de servicios.

Mediante el área de Formación, y para promover la integración ambiental en todos los ámbitos, se realizan planes de formación para los distintos sectores sociales, profesionales y de temáticas socioambientales, así como un asesoramiento continuo al sector y seguimiento de las iniciativas.

El área de Participación es la encargada de impulsar la participación de las instituciones sociales en la educación ambiental y en la gestión de los temas ambientales que afectan a Navarra. Además, el Centro de Recursos Ambientales de Navarra ofrece sus instalaciones para debates, encuentros, acciones formativas promovidas por terceros y otras actividades de aquellas entidades que los demanden. Asimismo, es un lugar abierto a otras aportaciones, sugerencias y propuestas de todas las personas y entidades que se interesan por el medio ambiente y la sostenibilidad.

CENTRO DE RECURSOS AMBIENTALES DE NAVARRA
C/ Padre Adoain 217 bajo
31015 Pamplona (Navarra)
Tfno. 948 140818
Fax: 948 123235
Web: www.crana.org
e-mail: crana@crana.org