

Tenir més...o



Organització de les Nacions
Unides per a l'Educació,
la Ciència i la Cultura

CENTRE UNESCO DE CATALUNYA
UNESCOCAT



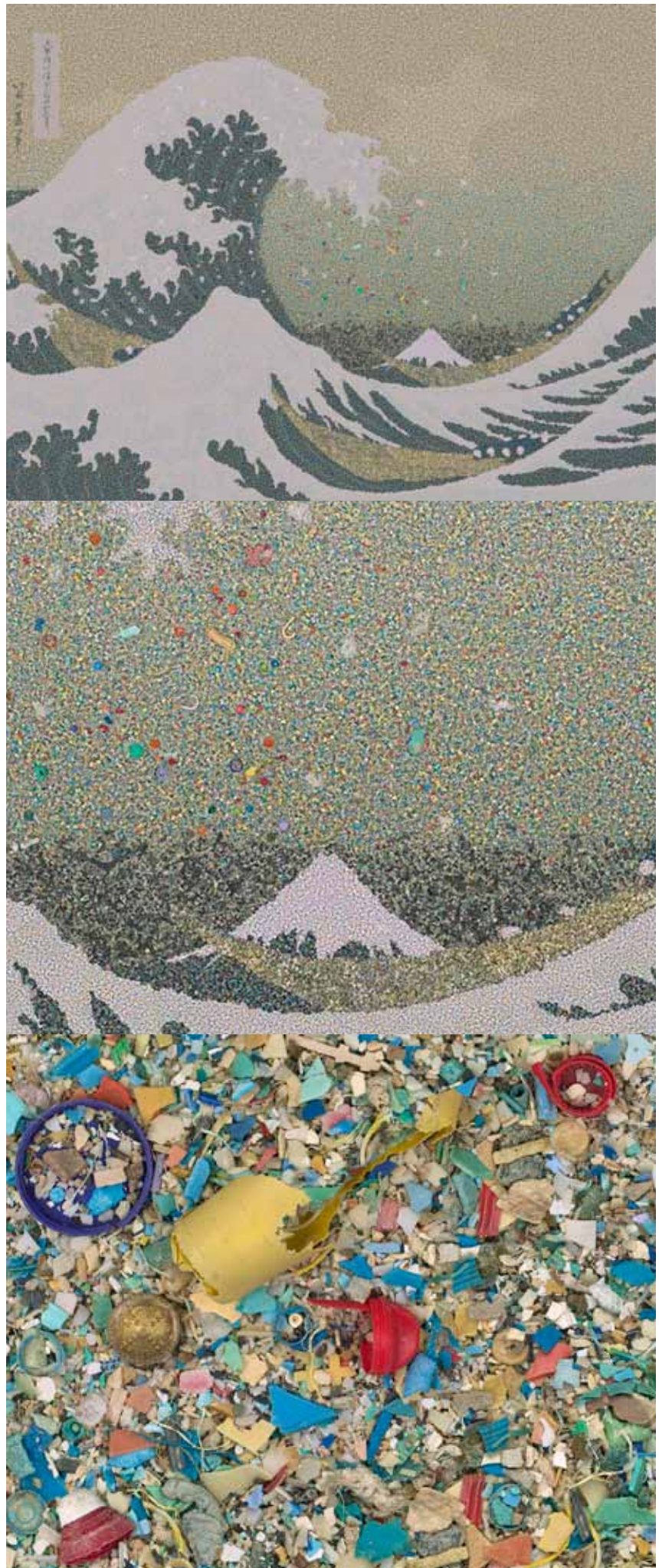
viure mill😊r ?

NO SOM FRICKIES, SOM PIONERS !

Aquesta revista es basa en els continguts del llibre *L'Estat del món 2010. La transformació de les cultures*. El pas del consumisme a la sostenibilitat. Aquest és un informe del World Watch Institute sobre el progrés cap a una societat sostenible. Els articles d'aquest llibre demostren que un canvi de gran magnitud és possible si es revisen els supòsits bàsics de la vida moderna, des de com es gestionen les empreses i què s'ensenya a les aules, fins com se celebren els casaments i com s'organitzen les ciutats.



La coberta de l'*Estat del món 2010* és una obra de l'artista Chris Jordan, anomenada Gyre. Es tracta d'una recreació de 2,44 per 3,35 metres d'una famosa xilografia de l'artista japonès Katsushika Hokusai de la dècada de 1820, La gran onada de Kanagawa. Aquesta obra està feta d'1,2 milions de troços de residus plàstics. Aquest gran nombre representa els quilos i quilos de plàstic que entren cada hora als oceans.





Atenció!

Tens a les mans un material molt perillós. Es tracta d'un document **subversiu**. Que què vol dir subversiu? Capaç de destruir l'ordre establert. Mola, no? Doncs et convidem a un viatge a través d'una de les propostes de canvi més gran i atrevida que es pugui imaginar: passar de les cultures del **consumisme** a les cultures de la **sostenibilitat**.

Per què? Perquè quan una cultura no deixa créixer les persones, és una cultura morta i ha d'estar als museus, no pas a la societat.

Parem-nos a pensar un moment: quins efectes secundaris provoca aquesta cultura del "consumeixo, per tant existeixo"? Deutes, estrès, insatisfacció, incertesa, competitivitat, problemes de salut, injustícia, impotència, crisi ecològica...

parem el carro!

Podem escapar de l'espiral. Cal prémer el botó de **"reinici"** dels valors culturals.

T'animes a pujar al carro creatiu dels milers de persones a tot el món que ja han canviat el xip? Vols ser un **pioner cultural?**

Endavant...

ÍNDEX

1. La cultura del consum en el punt de mira. **PÀG. 4**
2. Tradicions innovadores? **PÀG. 8**
3. Transformem l'educació! **PÀG. 12**
4. El paper de les empreses i l'economia. **PÀG. 16**
5. La funció del govern. **PÀG. 20**
6. Els mitjans de comunicació. **PÀG. 24**
7. El poder dels moviments socials. **PÀG. 28**

Edició: Centre UNESCO de Catalunya, 2012
amb la col·laboració de l'Obra Social "la Caixa" i de la Generalitat de Catalunya

Continguts: Montserrat Besnard, a partir del llibre *L'estat del món 2010* - Revisió tècnica: Sara Batet - Traduccions i revisions lingüístiques: Helena Cots, Amélie Ponce i les estudiants en pràctiques Irene López Barrios i Mary Darby
Disseny i maquetació: Amélie Ponce i Josep Anton

Pots consultar el llibre en català baixant-te'l del web del Centre UNESCO de Catalunya: <http://www.unescocat.org/ca/recursos/publicacions/l-estat-del-mon-2010>

Fotografia de la coberta: © Edina Tokodi, graffiti ecològic fet amb molsa. Vist a: <http://antidepressivo.net/2012/03/29/moss-graffiti-graffiti-ecologico-utilizando-musgo-y-las-obras-de-edina-tokodi/>



1. La cultura del consum...

EL MÓN SEGONS MATRIX

Has vist Matrix? Doncs ara farem una mica com el que passa a la pel·lícula.

Si prens la píndola vermella, veuràs el món com ens el pinten, com volen que el veiem: la societat occidental és un escenari meravellós on qualsevol persona pot arribar a ser el que vulgui i pot arribar a tenir tot el que necessita, només cal que s'hi esforcí una mica. Si estudies, tindràs una bona feina que et permetrà guanyar molts diners i comprar tot allò que et vingui de gust. Seràs feliç perquè podràs tenir un televisor de plasma gegant i un cotxe més gran que el del teu veí. A més podràs comprar ecològic i contribuir així a que el nostre planeta es mantingui verd i saludable.

Si prens la píndola blava, veuràs una altra realitat. Les persones i les seves necessitats no importen tant com els beneficis i els mercats. Per molt que estudiïs pot ser que no trobis una feina, i menys encara ben pagada. Tot i així sentiràs la necessitat de consumir i consumir, perquè això és el que fa tothom i el que no paren d'incitar-te a fer televisió, anuncis, etc. No podràs comprar tot el que vulguis i això et crearà insatisfacció, ràbia i impotència. Però fins i tot el que et puguis permetre comprar no et satisfarà, o ho farà durant molt poc temps. Perquè si et satisfés, deixaries de voler consumir. I els mercats no farien beneficis.

CONSUM VS. CONSUMISME

"Què m'estàs dient, que consumir és dolent?" Doncs no. Consumir és quelcom natural. Qualsevol ésser vivent necessita consumir per mantenir-se viu. El que no és natural és el consumisme. Que és la tendència actual que condueix la gent a buscar el sentit de la seva vida, la satisfacció i l'acceptació dels altres principalment a través del consum.



La cultura és la suma de tots els processos socials que fa que allò artificial, o elaborat pels humans, sembli natural.



El consumisme ha arrelat en la cultura els darrers cinquanta anys. Per tant no ho és, de natural, sinó que és una invenció humana. Es tracta d'un fenomen que s'ha anat tramant al llarg dels darrers segles, gràcies a l'esforç persistent de mercaders i comerciants que van fomentar el canvi cultural per mitjà de diversos artefactes com ara nous tipus de propaganda, dels productes "ganxo", d'investigacions sobre el consumidor o del foment de les modes. Durant la segona meitat del segle passat, innovacions com la televisió, les tècniques de publicitat sofisticades, les empreses transnacionals o internet van acabar d'implantar el consumisme en tot el planeta. Ara és necessari fer un gran esforç en el sentit contrari per desterrar-lo de les nostres cultures.

en el punt de mira



Per tota la insatisfacció, explotació i problemes de salut que genera per a les persones

● Els estudis demostren que mir més no es tradueix necessàriament en una millor qualitat de vida individual!

● Un elevat consumisme té efectes secundaris que van des de l'augment de l'estrès laboral i del deute fins a un increment de les malalties i del risc de mort!

● Avui hi ha 1.600 milions de persones al món amb sobrepès o obeses!

● Les relacions estretes, la vida plena de sentit i la salut són els elements que més contribueixen a crear benestar!



Si tothom tingués el mateix consum mitjà que els EUA, es necessitarien 5 planetes Terra per mantenir la població mundial actual



Campanya de contrapublicitat d'Ecologistes en acció i Consumehastamorir.com

PER QUÈ DESTERRAR EL CONSUMISME?

Perquè ens està portant al col·lapse ecològic

● Les societats humanes creixen per sobre de la capacitat de la natura per mantenir-les. Com a conseqüència, estem degradant el medi fins a tal punt que ja no es pot donar per segur que els ecosistemes del planeta puguin mantenir les generacions futures.

● El consum mundial de recursos naturals s'ha ampliat en un 50% en els darrers 30 anys.

● El canvi climàtic i les greus conseqüències que en deriven també estan estretament vinculats a l'estil de vida consumista.



Muntanya d'aparells electrodomèstics. © Josef Lehmkuhl

QUÈ NECESSITEM REALMENT?

Durant els seixanta, els japonesos consideraven que el ventilador, la màquina de rentar i l'arrossegadora eren estris bàsics per a un nivell de vida satisfactori. Al cap d'un temps van afegir a la llista de coses "bàsiques" el cotxe, l'aire condicionat i la televisió en colors.

Durant la Revolució Francesa, els obrers parisencs demanaven espelmes, café, sabó i sucre com a "articles de primera necessitat", quan cent anys enrera tot això, fora de les espelmes, s'havia considerat articles de luxe.

Als EUA, el 2006, un 83 % de la població considerava que l'assecadora era una necessitat.



"Before it's too late" Campanya del WWF per aturar la desertització

Before it's too late. www.wwf.org



Si volem que els humans

prosperin com a espècie en el futur, cal un canvi radical en els diferents àmbits de la societat (com moviments socials, mitjans de comunicació, governs, institucions educatives, comunitats religioses) i en les seves cultures. Les institucions s'hauran d'orientar cap a la sostenibilitat i l'equitat. O sigui, cal un canvi voluntari cap a un model cultural en què les normes, els símbols, els valors i les tradicions:

- **estimulin** NOMÉS el consum JUST per satisfer el benestar humà (de totes les persones i no només d'unes quantes)
- **aparquin** la creença que la natura és una reserva de recursos destinada a l'explotació dels éssers humans (les persones no estem separades de la natura, en formem part!!)
- **reincorporin** la percepció que els recursos naturals són FINITS i que cal respectar els LÍMITS NATURALS.

Sí, sí. Però com?

En poques paraules, hem d'aconseguir que viure sosteniblement demà sigui tan natural com avui ho és el consumisme. El salt cap a una cultura de la sostenibilitat s'haurà de basar en importants xarxes de persones que iniciïn, defensin i encarrillin aquest nou model que es necessita amb tanta urgència.

Per bé que canviar una cultura d'abast global sembla una tasca d'enormes proporcions o fins i tot impossible, cada cop hi ha més PIONERS CULTURALS que estan convencent moltes persones que el món natural s'ha de preservar, que totes les persones han de viure una vida digna i que s'ha de garantir que les generacions futures viuran igual o millor que l'actual.

Empresàries, professors, líders religiosos, publicistes, advocades, músics, mestresses de casa (en tots els casos tant homes com dones) poden fer canvis culturals per contribuir a la sostenibilitat. I aquest canvi ja ha començat. Hi ha una nova generació que està creixent arreu en una època de límits globals. Els JOVES són una potent força cultural i un bon indicador de la direcció que ha agafat la cultura.





Alguns participants de la Conferència Internacional de Joves Tinguem cura del planeta (CONFINT). Més informació: http://www.xesc.cat/xesc/confint_2011_12.html

El
canvi dels
sistemes culturals
és un procés llarg
que no es mesura en
anys sinó en dècades.
És bo ser-ne conscients
per no descoratjar-nos
si no veiem resultats
immediats.



Tot i que encara són relativament pocs els pioners de la sostenibilitat, les seves veus se senten cada cop més. La part positiva és que el procés ja s'ha engegat (com veuràs en les pàgines següents). Les persones pioneres inspiren les persones del seu entorn. Si et fixes, segur que en trobes algun o alguna al teu voltant. Poden inspirar-te. **Tu mateix/a pots esdevenir pioner cultural i acabar inspirant el teu entorn, protagonitzant el canvi, contagiant-lo!**

“No dubteu mai que un grup reduït de ciutadans compromesos i reflexius no pugui canviar el món. De fet, és l'única manera per la qual es pot aconseguir”
(Margaret Mead, antropòloga pionera, 1901-1978)

2.Tradicions...



RENOVAR-SE O MORIR...

Illa de Pasqua, foto: <http://visions-of-earth.com/2010/12/23/satellite-image-of-easter-island-chile/>

Encara que sovint no en siguem conscients, moltes decisions en les nostres vides es veuen reforçades i impulsades per les tradicions, ja siguin tradicions religioses, rituals o el que les persones aprenem dels avis i de les nostres famílies. Podem aprofitar aquestes tradicions i reorientar-les per reforçar maneres de viure sostenibles.

O no fer-ho. I si no, que els ho demanin als rapanuis de l'Illa de Pasqua. La població d'aquesta illa va anar creixent i els boscos van ser talats per a l'agricultura, la llenya, la construcció de barques i de moais (estàtues rituals gegants). Però la gran pressió que exercia l'elevada població sobre els ecosistemes de l'illa va portar al col·lapse de la societat rapanui i a la destrucció del seu medi ambient. La població va caure dràsticament, fins a un reduït nombre de persones que l'illa podia mantenir amb els seus ecosistemes malmesos.

Actualment som 7.000 milions de persones al món i es calcula que l'any 2050 serem 3.000 milions més. Els sistemes ecològics dels quals depèn la humanitat estan sotmesos a una gran pressió.



S'estima que dels 10.000 rapanuis que hi havia a la Illa de Pasqua durant l'època de màxim desenvolupament (anys 1200-1500) en van quedar uns 2.000.



Els tipokians van saber reinventar-se i superar la crisi ecològica que afrontaven.



foto de David Martin i Eric Matson a: <http://www.tallshipstales.de/Restoring-Tikopia-lagoon.php>



Illa Tikopia, a l'arxipèlag de les Illes Salomó. Foto de: http://www.satelliteeye.dk/weeklyimages/week51/week51_2006_2_uk.htm

En canvi, els tikopians, que viuen en una petita illa al sud-oest de l'oceà pacífic, han estat més realistes. Quan van veure els perills que afrontaven a mesura que la pressió sobre els sistemes ecològics augmentava, van aplicar canvis dràstics en els seus rols socials, en les estratègies de planificació familiar i fins i tot en la seva alimentació. Per exemple, van deixar de criar porcs perquè requeria un ús intensiu de recursos. Com a conseqüència la seva població es va estabilitzar i avui continua sent una societat pròspera.

innovadores?

Diverses iniciatives recents s'estan convertint en costums que se celebren en molts països simultàniament. Per exemple el "Dia Mundial sense Cotxes", el "Dia amb Bicicleta a la Feina", el "Dia sense Compres" o l'"Hora de la Terra" (que comporta apagar els llums en una hora concreta)



Setmana Europea de la Mobilitat. <http://www.mobilityweek.eu>



El pastís de casament més car del món val 1,65 milions de dòlars. Està cobert de diamants i safirs. Vist a: <http://www.top-tenz.net/top-10-most-expensive-desserts.php/>

I els tabús, què són? Un tabú és una prohibició no escrita, cultural, d'actes o productes específics (com per exemple el porc per als musulmans, o el fet que en alguns països els homes es facin petons per saludar-se). Diversos tabús contribueixen a la conservació del medi i la sostenibilitat. Per exemple, els ningo de Ghana no cacen tortugues, les protegeixen perquè les consideren déus. Pots imaginar-te com canviarien les coses si aconseguíssim que consumir coses supèrflues tornés a ser un tabú?

Un 80% de les zones de nidificació de les tortugues al llarg de la costa de Ghana són en terrenys protegits pels ningo.



Un cop de mà diví

Sabies que el 86% de les persones que habiten aquest planeta diu que pertany a una religió? Les organitzacions religioses, que cultiven moltes de les creences més profundes de la humanitat, podrien ser de gran ajuda a l'hora de fomentar la sostenibilitat i foragitar el consumisme.

Tu pertanys a alguna comunitat religiosa? Si és així, pots parlar amb el teu líder espiritual o els teus companys de comunitat i intentar implicar-los en:

© la importància d'allunyar el materialisme de les nostres vides i retrobar el sentit de tot plegat en una altra banda: en la simplicitat, l'altruisme, les relacions amb les persones que estimem.

© com podem fer més ecològiques les activitats i les instal·lacions de la nostra comunitat.

Si no pertanys a cap comunitat religiosa pots fer exactament el mateix amb tu mateix, els teus amics i família, els teus veïns...

Avui es necessita més que mai que les religions del món ajudin les persones a redescobrir la idea (que ve de mil·lennis enrere i que totes elles recullen en les seves escriptures o saviesa) que es pot aconseguir més satisfacció amb les relacions que amb les coses i que la simplicitat pot portar a una vida més plena que l'acumulació de béns.

Com tenim fill(e)s

Has pensat mai si tindràs fills, quan i com? I t'has parat a pensar què i qui t'influïx a l'hora de prendre aquesta decisió vital? Tens tota la informació que necessites? Tens accés a mètodes contraceptius? En definitiva, tens llibertat per decidir?

Moltes persones al món no tenen ni la informació ni la llibertat per prendre aquestes decisions conscientment. Això, a banda de ser injust, és precisament l'arrel d'una bona part del problema de superpoblació del planeta. Sabem que la població humana és massa gran per als recursos que tenim al planeta i que, a més, no para de créixer. Podem fer que la població mundial deixi de créixer o, fins i tot, disminueixi?

La resposta és sí, i la clau és la maternitat totalment deliberada. És a dir, caldrà incidir sobre la influència de les famílies, les ensenyances religioses i les pressions socials, per tal de permetre a les dones controlar els seus propis cossos i la seva fertilitat i comptar amb les mateixes oportunitats que els homes, tant pel que fa a l'accés a l'educació com a l'accés al món laboral. Com? A través de l'educació, els missatges dels mitjans de comunicació i la feina dels dirigents polítics.



Un dels Infobus que circulen per les escoles de la regió de Essonne (França) des de l'any 2002.



Aproximadament 2 de cada 5 embarassos no han estat planificats i no són desitjats per les dones que es queden embarassades.



Les dones de Japó i d'Àustria tenen una mitjana d'1,4 fills, mentre que les d'Afganistan i d'Uganda en tenen més de sis.

Per reduir la fertilitat és cabdal l'accés a la contracepció i l'educació de les nenes. Tots els països que ofereixen a les dones i les seves parelles mitjans contraceptius i l'accés a un avortament en condicions, presenten uns índex de fertilitat suficients per frenar o invertir el creixement de la població.

Correlació entre nivell d'educació i fertilitat de les dones

Nivell educatiu	Mitjana de criatures per dona
Dones que no han anat a l'escola	4,5
Dones que han fet l'educació primària	3
Dones que han acabat algun curs de secundària	1,9
Dones que han anat 1 o 2 anys a la universitat	1,7

La gent gran

"Quan a l'Àfrica es mor un ancià és com si s'hagués cremat tota una biblioteca." Amadou Hampâté Bâ, filòsof malià.



A mesura que el consumisme i la seva lloança a la joventut i el rebuig de la tradició s'han propagat per tot el planeta, les persones grans han anat perdent el lloc de respecte que han tingut tradicionalment dins de les comunitats. També han perdut el seu paper de líders que tradicionalment han conservat el coneixement i han donat forma a les normes comunitàries.

Reconèixer el poder de les persones grans i aprofitar tot el seu coneixement pot ser una eina important a l'hora de cultivar les tradicions que reforcen la sostenibilitat. Has demanat mai als teus avis o a alguna persona gran propera quanta roba tenien a la teva edat? Què menjaven? O com compraven els aliments, si no hi havia envasos de plàstic ni tetrabriks? T'han explicat quanta aigua utilitzaven i com, a casa seva?





Els projectes que impliquen la gent gran i que promouen l'aprenentatge intergeneracional (de petits o joves i grans alhora), tal com ja s'ha experimentat en molts països, contribueixen a la consecució d'uns canvis positius i sostenibles en la nutrició, la salut i l'educació, al mateix temps que han frenat la difusió del consumisme.

Foto: Sessió del programa de Diàleg Intergeneracional desenvolupat pel Centre UNESCO de Catalunya i l'Obra Social de Caixa Catalunya (2008)

Com produïm el nostre menjar?

D'on ve la poma que t'has menjat avui? Què vol dir que un aliment és ecològic? Saps què vol dir transgènic? Totes aquestes qüestions poden semblar trivials. Però, de fet, tenen implicacions no només per a la teva salut, sinó també per a la del planeta, i fins i tot estan relacionades amb la justícia o la injustícia en l'ordre econòmic global.



Foto: Tractor fumigant un camp. © PI77, Wikimedia Commons

Sistema agrícola "convencional"
mecanització
monocultiu
fertilitzants sintètics
plaguicides químics

Sistema agrícola sostenible
diversitat d'espècies
fertilitzants orgànics
control natural de plagues
treball per a les persones

Abans d'arribar a la meitat del segle XX, la major part de conreus es produïen sense necessitat d'aplicació de productes químics.



Cultiu combinat de cafè i tomàquets. © Niel Palmer a Wikimedia Commons

L'agricultura és una tradició molt antiga que s'ha vist dràsticament alterada en les darreres generacions. El sistema agrícola dominant que s'aplica avui dia al món, anomenat "agricultura convencional" és insostenible perquè destrueix els recursos de què depèn (esgota els sòls, conta-

mina l'aigua i l'aire, consumeix grans quantitats d'aigua, depèn molt del petroli i contribueix al canvi climàtic).

És necessari (i possible, perquè ja hi ha molts pagesos que ho estan fent) canviar la nostra manera de produir aliments. Sabem que és possible

fer-ho de manera sostenible, és a dir, augmentant la fertilitat del sòl (sense utilitzar productes químics), segrestant carboni de l'atmosfera, preservant els serveis ecològics de l'ecosistema, sense consumir tanta aigua i creant llocs de treball per a les persones.

També les normes alimentàries estan determinades bàsicament per la cultura. El model consumista ens empeny a menjar d'una manera malaltissa i insostenible. Avui hi ha 1.600 milions de persones amb sobrepès o obeses.



Però si no sóc pagès! Què hi puc fer, jo? Doncs almenys dues coses. Primera: **INFORMA'T!** Abans de comprar un producte, pregunta d'on ve. Sempre serà millor que escullis productes frescos, sense embolcalls, ecològics i de proximitat. Evita el consum excessiu de carn (si no en mengem cada dia, la nostra salut i la del planeta ens ho agrairan!). I segona: **PLANTA EL TEU HORT!** Fins i tot a la ciutat és possible... has sentit parlar dels horts verticals i els horts al balcó?



Què pinten els pets de vaca amb el canvi climàtic? Doncs, el bestiar que es cria per satisfer la creixent demanda de carn produeix el 18 % dels gasos d'efecte hivernacle.

3. TRANSFORMEM L'EDUCACIÓ!

Coneixes la cançó i el vídeo **ANOTHER BRICK IN THE WALL** de Pink Floyd? Pot ser que alguns de nosaltres també haguem tingut ganes de fer com els escolars del videoclip, rebel·lar-nos contra una escola que de vegades només ens ensenya a ser ovelletes dòcils i acrítiques, amb les habilitats mínimes per tal de, el dia de demà, ser una peça més en l'engranatge econòmic: el perfecte treballador/consumidor. Fem que l'escola canviï! L'educació és, de fet, la gran aposta per a la transformació de la cultura del consumisme a la cultura de la sostenibilitat.

EDUCACIÓ PRIMÀRIA

Durant la infància es configura en gran mesura gairebé tot, els costums, els valors, les preferències... L'escola en aquesta etapa ens ha d'ajudar a adquirir la valentia, la integritat, el pensament crític i la responsabilitat que ens preparen per a encarar un futur desconegut.

Si
volem
que es produeixi el
canvi que ens ha d'allu-
nyar del consumisme,
cada aspecte de l'educació,
des del menjador i el pati dels
centres fins la feina a l'aula i
fins i tot la tornada a peu
a casa, s'han d'orientar vers
la sostenibilitat



Compostatge al CEIP Farigola, del Clot.

Els infants a qui es donen oportunitats de superar reptes, de cometre errors i de passar-ho bé a la recerca de possibles respostes estan més preparats per encarar les complicades qüestions que comporta el desenvolupament sostenible i la vida mateixa.

L'educació en les primeres etapes de la vida, a més de fomentar l'amor i el respecte per la natura i de crear consciència sobre els problemes que venen d'uns estils de vida insostenibles, ha d'estimular les perspectives i les habilitats bàsiques que permetran als infants actuar amb responsabilitat. L'educació de la primera infància s'hauria de centrar en les **7 erres**:

- 1=REDUIR**: implica disminuir el consum d'aliments, materials i recursos. Problema: la publicitat fomenta un consum sense límits. Per tant, també necessitem ajuda de les famílies, per aprendre a ser crítics amb la publicitat.
- 2=REUTILITZAR**: demostrem que els materials es poden fer servir moltes vegades per a diferents objectius.
- 3=RECICLAR**: fem compost a l'escola amb els residus orgànics, separem la brossa perquè es pugui reciclar.
- 4=RESPECTAR**: hem de comprendre i estimar la natura i els processos naturals i intentar alterar-los el mínim possible.
- 5=REFLEXIONAR**: és un hàbit i una tècnica que hem de potenciar per tal que l'educació ens permeti ser persones crítiques i autònomes.
- 6=REPARAR**: s'ha acabat usar i llençar! Hem de tornar a fer com abans: reparar les coses (roba, calçat, joguines, electrodomèstics...) i seguir utilitzant-les tant de temps com sigui possible.
- 7=RESPONSABILITZAR**: des de petits, se'ns han de confiar tasques i responsabilitats de què puguem encarregar-nos. S'ha acabat que ens sobreprotegeixin o ens prenguin per inútils!



Ensenyar predicant no és tan efectiu com ensenyar amb l'exemple. O sigui, que des de petits hauríem de comptar amb uns models per imitar (més que no pas amb teories per aprendre). Hem de poder veure "en directe" els valors de la sostenibilitat als centres, a casa, als mitjans de comunicació etc. Per això les famílies tenen un paper tant important en l'educació per a la sostenibilitat.

Ja hi ha molts exemples de què això és possible. Fixa't al teu voltant i veuràs que hi ha moltes escoles que incorporen aquestes idees.

Un exemple a Austràlia: els infants treballen en miniprojectes com els dinars amb menys materials de rebuig, la neteja responsable, la reutilització i reciclatge d'objectes, l'organització d'hortos, el registre de plantes autòctones, l'ús eficient dels recursos naturals o la construcció d'una bassa. L'ensenyant planifica l'activitat basant-se en els interessos dels infants.



http://www.derm.qld.gov.au/environmental_management/waste/public_place_recycling/schools_project.html



Hort escolar del CEIP La Pau.
Foto: <http://sadurnihortescolar.blogspot.com.es/>

L'esperit comercial en la vida dels infants

Saps quants anuncis per dia, de mitjana, va emetre la televisió a Espanya l'any 2011? Cada dia 22.614 anuncis!!

La publicitat centrada en la infantesa és un poderós vehicle per inculcar valors capitalistes a les criatures més petites. Les empreses en són plenament conscients, i per això hi inverteixen molts milions de dòlars cada any.

El missatge de gairebé tota la publicitat, independentment del producte que s'anuncia, és que les coses que comprem ens fan feliços. Inculcar als petits la idea que els béns materials són bàsics per a la

realització personal promou l'adquisició d'uns valors materialistes. Això s'associa a una tirallonga de problemes sanitaris i socials dels infants d'avui dia (la depressió, la disminució d'autoestima, l'obesitat infantil, els trastorns alimentaris com l'anorèxia o la bulímia, la violència juvenil, etc.)

Una de les conseqüències més preocupants del màrqueting empresarial, però, és que actualment el joc manual i creatiu són una espècie en perill d'extinció. Una de les activitats de lleure preferides avui pels infants és mirar les pantalles. Els avenços tecnològics (televisió per

cable, internet, telèfons mòbils) han augmentat les vies de fer arribar el màrqueting als infants. Així doncs, des de petits fan que perdem habilitats essencials que el joc fomenta com ara la curiositat, el raonament, l'empatia, el fet de compartir, la col·laboració i el sentit de la competència, la creença que la persona pot influir en el món.

Hem de rescatar els nens i nenes (i nosaltres mateixos!!) del consumisme i proporcionar-los temps de lleure creatiu, sense estructura i que no fomenti els valors o els desitjos de consum.

Un estudi internacional realitzat en 16 països revela que només un 27% dels infants practicava el joc imaginatiu i que només un 15 % dels pares i mares considerava que el joc era essencial per a la salut dels seus fills.



Als EUA, les criatures passen més hores davant de la pantalla del televisor que en qualsevol altra activitat, fora de dormir: unes 40 hores per setmana fora de l'escola.

Al Quebec, Canadà, els anuncis televisius adreçats a infants de menys de tretze anys estan prohibits.



El joc és reconegut com un dret de l'infant segons les Nacions Unides (Convenció del 1989) perquè és clau per a un desenvolupament sa.



LA REVOLUCIÓ AL MENJADOR ESCOLAR!



Mobilització a Marsella (França) del col·lectiu de pares "Canviem el menjador". Foto de Christine Kristof. Més informació a <http://cantinemarseille.canalblog.com/>

Si et preguntessin per què menges el que menges i no una altra cosa, què diries? Si no t'hi has parat a pensar mai, pot ser que et quedis amb cara de mico. En realitat els nostres costums alimentaris són el resultat de l'aprenentatge amb la família i els amics, a casa i a l'escola.

És importantíssim que els valors i les actituds respecte de l'alimentació sana configurin tots els aspectes de l'entorn escolar –l'aula, el menjador, la màquina expendedora, els patis. I ho és no només per cre-

ar noves generacions de ciutadans-consumidors informats, sinó perquè, a més, té un gran potencial transformador en la resta de la comunitat (pot afavorir els petits pagesos i el teixit econòmic local i pot involucrar famílies).

Per exemple, a Escòcia moltes escoles participen en un programa en el qual s'ha implicat els petits proveïdors de la regió, que els forneixen d'aliments, frescos, de qualitat, ecològics i de proximitat. Se'ls va convidar a les aules per explicar com

produïen els seus aliments. També hi van participar els pares, amb una sèrie de demostracions de "consells de cuina sana". Així s'ha reduït un 70 % la distància que recorren els aliments abans d'arribar al menjador i han disminuït de manera molt important els residus d'embolcalls, al mateix temps que s'ha proporcionat noves oportunitats als pagesos locals, s'ha creat xarxa a la comunitat, i el que és molt important: als nois i noies els agrada molt més dinar a l'escola!



Un dels països que es poden considerar capdavaners en la revolució de l'alimentació escolar és Escòcia.



L'ingredient més important d'un menjador escolar sostenible: uns consumidors informats que es preocupen per l'origen dels aliments que ingereixen.

Els resultats podrien ser espectaculars si s'estengués la revolució alimentària tot el sector públic: hospitals, residències de la gent gran, facultats, universitats, presons, dependències governamentals....



Campus de la Brigham Young University, Utah, USA. Foto: www.byu.edu

LA UNIVERSITAT

Tens ganes d'anar a la universitat? Ja tens una vocació clara? Per a què serveix i per a què hauria de servir la universitat? El que està clar és que la universitat hauria de permetre a les persones joves (i a les que no ho són tant també) abordar les qüestions mundials cada cop més complexes i alarmants.

I és que en la situació de crisi actual, molts joves pensen que no val la pena esforçar-se per res, perquè sigui com sigui no hi ha futur. Davant l'angoixa, la desesperació i el nihilisme que les notícies funestes i els greus problemes econòmics i socials poden generar entre el jovent, cal que l'educació per la sostenibilitat sigui un exercici d'esperança pràctica. La universitat ens ha de proporcionar

les tècniques, les aptituds, els mitjans analítics, la creativitat i la resistència per somiar, actuar i dirigir d'una manera mai vista.

Com a positiu hi ha el fet que això ja es comença a posar en pràctica. Cada cop hi ha més universitats que imparteixen programes específics de ciències ambientals i cada cop hi ha més facultats que impregnen els seus diversos graus i postgraus d'una visió sostenibilista (per exemple escoles d'agricultura que ensenyen tècniques sostenibles, facultats de medicina amb laboratoris ecològics, o escoles d'administració i gestió d'empreses que incorporen d'una manera activa les idees de sostenibilitat).

A banda del currículum, és prioritari canviar els dissenys dels campus mitjançant la millora de l'eficiència, la reducció de les emissions de carboni, la disminució dels residus, el reciclatge i la construcció d'edificis d'alt rendiment.



La Facultat d'Econòmiques de la Universitat de Melbourne (Austràlia) coneguda com "the spot" és el primer edifici guardonat amb 5 estrelles verdes pel Consell d'Edificacions Verdes d'Austràlia. Més informació a: <http://www.gbca.org.au/green-star/green-building-case-studies/>



La Universitat Loyola Marymount a Califòrnia té tres edificis reconeguts com a leaders en disseny energètic i ambiental. Vegeu: http://www.lmu.edu/sites/Community_home/green/The_Campus/Built_Environment.htm



Encara que ja hi hagi exemples d'enfocaments novadors en algunes universitats, el cert és que queda un llarg camí per endavant. Reivindiquem els nostres drets! Volem formar-nos per canviar el món! (no per allargar l'agonia d'una societat que s'enfonsa...)

4.

I les empreses? Tenen un paper a jugar en aquest canvi de paradigma que s'està tramant al món?

L'activitat empresarial no és només un dels components bàsics de l'economia mundial sinó també un dels principals motors de les societats, les cultures i fins i tot la imaginació. Tot i que actualment l'activitat empresarial determina una visió cultural que gira al voltant del consumisme, aquesta visió es podria basar perfectament en noves prioritats de gestió.

Si canviem aquestes prioritats i afavorim que les empreses funcionin per veritablement millorar la qualitat de vida de les persones, aleshores l'economia global pot ajudar a evitar la catàstrofe. Seria el començament d'una edat d'or sostenible.



La cobdícia segons Brittany Jackson

Allò que de debò fa falta és oferir vides satisfactòries que requereixin menys activitat econòmica, matèries primeres, energia i treball.

El paper de les empreses i l'economia global



El port de Shangai és des de l'any 2005 el més gran del món en volum de tràfic. Fotografia de reb42 a Creative Commons.



“Avui estem robant el futur, el venem en el present i l'anomenem producte interior brut. Seria igual de senzill tenir una economia que consistís en guarir el futur en lloc de robar-lo”. Paul Hawken, empresari i ambientalista.



Creixement vs. decreixement. Il·lustració de Colcapona per al diari "Le Monde" del 15-16/11/2009.

Canvi de rumb

La prioritat principal serà comprendre que el creixement continu NO és possible, perquè la capacitat ecològica de la Terra es va esgotar fa més de 20 anys. Això ja ho hem dit, però és que a més, pretendre que l'economia creixi per norma ni tan sols és desitjable, perquè això no ens fa viure millor. Si el consum material va més enllà del que és estrictament necessari, en la pràctica es redueix el benestar general i això crea un impuls insaciable per tenir més coses.

Això vol dir que l'objectiu ha de ser el no creixement econòmic o el decreixement econòmic?

Doncs ni sí ni no. Vejam. Per començar, i com a principi clau, l'objectiu d'una economia hauria de ser millorar el benestar humà i la qualitat de vida, i no la maximització del creixement econòmic.

Per tal que això sigui possible, en alguns llocs del món l'economia encara pot créixer (en els països menys desenvolupats). Però aquest creixement econòmic en cap cas és l'objectiu, sinó el mitjà per assolir l'objectiu principal: millorar el benestar de les persones d'aquell país.

En canvi, per assolir aquest mateix objectiu, les economies industrialitzades no poden seguir creixent. A fi d'alliberar recursos per al funcionament de la Terra i permetre que els països en via de desenvolupament satisfacin les necessitats de les seves poblacions, les economies dels països més desenvolupats s'han de contraure de manera significativa. Podem establir nous objectius, noves regles, eines i institucions que ho facin possible: el creixement econòmic NO ÉS NECESSARI!

Qui pot prendre la iniciativa en la idea del no creixement? Alguns experts assenyalen Escandinàvia, que té una població reduïda, amb una bona formació i amb molts recursos, com una regió que podria liderar el camí i demostrar la viabilitat d'una economia estable: menys hores de treball, menys béns de consum, més temps per a la família i els amics, més temps per al compromís cívic, més lleure.



Països com ara Noruega o Suècia, podrien ser pioners de l'economia que no persegueix el creixement sinó el benestar de les persones.

Ja hi ha molts economistes que des de fa anys pensen així. Començant per l'economia ecològica i continuant per l'economia del bé comú, de models i de propostes pràctiques n'hi ha, només cal la voluntat de dur-les a la pràctica. És hora que les persones i no les grans fortunes decidim quin tipus d'economia volem: una que fa que uns pocs tinguin molt més o una que busqui que tothom visqui millor?



L'eurodiputada Hanna Dahl vota al ple del Parlament, 2009, REUTERS

HORARIS LABORALS SOSTENIBLES PER A TOT HOM

Imagina't que treballes en una empresa. I que gràcies al fet que a l'empresa els processos s'han repensat i ara són més eficients, avui pot produir més en menys temps. Si l'empresa et proposa que escullis entre treballar les mateixes hores (o sigui, produir més i guanyar una mica més) o bé treballar menys hores (per produir el mateix que abans i cobrar igual, però tenir més temps lliure), què escolliries?

En la transició cap a cultures i economies més sostenibles, la població s'haurà d'adaptar a nous horaris i ritmes laborals. La cultura de les llargues jornades laborals i d'estar sempre atrafegats que caracteritza molts països benestants s'haurà de substituir per models més sostenibles d'ús del temps. Per bé que l'ajustament comportarà un preu, un ritme de vida més lent i més humà té beneficis socials per al benestar familiar, col·lectiu i individual.

Les persones que són "pobres de temps" (és a dir, treballen moltes hores) solen adoptar estils de vida que consumeixen més recursos. El seu trajecte emet més carboni. Megen més sovint. Tenen cases més grans i per tant consumeixen més energia. L'estrès de temps limita la participació en activitats de baix impacte que requereixen temps, com ara plantar verdures o fer bricolatge (o estar amb els fills!).

L'increment dels ingressos té un gran efecte beneficiós sobre les persones que viuen en la pobresa, però quan s'arriba als ingressos de la classe mitjana, el benestar addicional que se n'obté és sorprenentment limitat.

Ara mateix hi ha moltes persones que treballen massa hores i guanyen massa diners i converteixen aquests ingressos en un increment de consum, fins i tot quan altres busquen feina. Dividir les hores laborals d'una millor manera no tan sols posarà remei a l'atur sinó que proporcionarà a més persones els mitjans necessaris per tenir un nivell de vida bàsic i aportarà més temps lliure per gaudir de la vida fora del lloc de treball.



<http://www.geo.fr/> © FancyVeer/Corbis



Les llargues jornades laborals són estressants, perjudiquen la família i les relacions socials, i provoquen malalties físiques i trastorns emocionals.

El canvi de les cultures empresarials des de dins

Què poden fer les empreses per canviar les coses? Les empreses tenen davant el repte de fer un canvi profund dins la seva cultura organitzativa: han d'explorar noves visions del món i descartar les velles visions defectuoses, fomentant la reflexió personal i un nou diàleg sobre el propòsit i la responsabilitat de l'activitat empresarial (què fem? per a què serveix el que fem? quines necessitats reals de la comunitat cobreix la nostra activitat? A qui beneficia i a qui perjudica? Quins efectes sobre el medi té?...). Han de proposar visions de l'empresa atrevides (tant que ens deixin sense paraules) i han



d'aconseguir que la sostenibilitat sigui un element definidor que es revela en totes les decisions, és a dir, un viatge estratègic i emocional que potencia l'empresa de dalt a baix.

Cada cop són més les empreses que recorren a la sostenibilitat com a font d'avantatge comparatiu. Moltes companyies, però, s'encallen perquè no acaben de comprendre aquest repte: el veuen tan sols com un conjunt de problemes tècnics que s'han de resoldre o pensen que se'n poden sortir amb una campanya de màrqueting verd intel·ligent.

En canvi, les empreses que estan disposades a afrontar el canvi en un nivell cultural més profund, i abracen un nou paradigma construït sobre els valors de la sostenibilitat, recolliran els beneficis de sortir en primera posició i alhora afavoriran i faran accelerar els canvis socials fonamentals.



Que potser es poden fer productes ecològics en una empresa que no ho sigui?

En els àmbits social, empresarial i personal, la comprensió i l'adopció de les pràctiques de sostenibilitat no estan tan limitades per la innovació tècnica com per la incapacitat de les persones de posar en dubte maneres de pensar antiquades i de canviar les normes actuals.

EMPRENEDORS SOCIALS: INNOVAR PER SER SOSTENIBLES

Més enllà del sistema empresarial hi ha l'oportunitat de reinventar de dalt a baix el propòsit de l'activitat empresarial. Aquesta activitat no ha de consistir únicament en el lucre sinó que el lucre ha de proporcionar un mitjà per finançar una missió social més àmplia. Les anomenades empreses socials es dediquen a afrontar problemes socials urgents, des de la pobresa fins al deteriorament ecològic i, a més, en treuen profit.

L'emprenedoria social és una etiqueta que designa les iniciatives que treballen activament per corregir problemes socials o ambientals per mitjà del subministrament d'un producte o servei que directament o

indirectament catalitza el canvi social. Els emprenedors socials utilitzen formes organitzatives molt diverses, des de les cooperatives i les empreses socials fins a entitats sense ànim de lucre o entitats benèfiques. Tots tenen una cosa en comú: la utilització i la combinació innovadora de recursos per aprofitar les oportunitats per catalitzar el canvi social.

Una de les maneres més potents perquè els emprenedors socials puguin propiciar el canvi és posant en dubte les maneres acceptades de fer les coses i demostrar la validesa de les alternatives: una contribució important per erosionar el manteniment de l'estatus quo.



Treball artístic fet amb pastilles anticonceptives i condons caducats exposat al restaurant Cabbages and Condoms de Bangkok (Tailàndia), que promou la salut i seguretat i l'ús del condó d'una manera divertida i entretinguda alhora que genera ingressos per a una organització sense ànim de lucre tailandesa.

Foto: <http://thepleasureproject.org/wordpress/wp-content/uploads/2009/11/cc1.JPG>



Reunió d'informació per a la concessió de microcrèdits, fotografia de <http://microeconomia.org/guillermopereyra/>

El Grameen Bank és un bon exemple d'emprenedor pioner: al final de la dècada dels 1970 va començar a oferir crèdits als més pobres d'entre els pobres al Bangla Desh rural sense que els prestataris haguessin de presentar avals per aconseguir els préstecs.



A Bangla Desh, el 2009, gairebé 8 milions de persones havien rebut microcrèdits del Grameen Bank. El 97 % eren dones.

Muhammad Yunus, fundador del Grameen Bank, va guanyar el Premi Nobel de la Pau l'any 2006



La relocalització de les empreses

Per què es parla de la relocalització d'empreses? Que potser s'han perdut? No exactament, el que passa és que, lligat amb el procés de globalització econòmica que el món ha experimentat en les darreres dècades, els productes i serveis que consumim en un lloc poden haver estat produïts en qualsevol altra banda del planeta més que no pas a prop de casa.

I per què es vol tornar a fer que les empreses treballin per al seu entorn proper més que no pas per a d'altres països? Es tracta d'un

model més sostenible, perquè per exemple, com que les empreses locals solen utilitzar matèries locals i vendre en mercats locals, els seus mitjans de producció i els seus productes requereixen menys transport, consumeixen menys energia i emeten menys contaminants, com ara els gasos amb efecte d'hivernacle. Si l'economia d'un territori està constituïda per empreses de propietat local, les autoritats poden aplicar amb més rigor les normes ambientals, amb la confiança que les seves empreses s'hi adaptaran en

lloc de fugir cap a altres localitats on la legislació ambiental és més permissiva o la mà d'obra és més barata.

Les empreses locals estan començant a aflorar. La població està creant alternatives locals, des d'adrogues i restaurants fins a explotacions agrícoles i empreses d'energies renovables. En contraposició a les multinacionals, aquestes empreses locals presenten un millor rendiment ambiental, tracten millor els treballadors, ofereixen productes més sans i més diversos.



A Itàlia, l'associació Coldiretti, que agrupa prop del 50% de pagesos del país, ha endegat amb molt d'èxit la campanya 'Km Zero, Campagna Amica'. http://www.gastroteca.cat/ca/noticies/fitxa-afons/quilometre_zero:_la_proximitat_en_valor/

Malgrat els avantatges de les empreses locals, la localització topa amb barreres formidables com ara l'allau de milers de milions de dòlars en publicitat global que reben les persones, que moltes vegades no són conscients de les bondats dels béns i serveis locals.



Logo de marques de Jacob Cass, a <http://logodesignerblog.com/free-logo-copyright-poster/>

La marca Producte Local neix amb la intenció de donar suport a l'activitat agrària i pesquera de les Illes Balears i mantenir el seu teixit social i empresarial. Foto: <http://cpsantbartomeu13.blogspot.com.es/2012/02/taller-de-productes-locales.html>

5.

La funció del govern



I els governs què? Evidentment també els governs tenen molt a dir i a fer per contribuir a la construcció d'una societat sostenible. Els governs, que estableixen lleis, creen prioritats socials i planifiquen les ciutats i els pobles on viu la gent, han de comprometre-s'hi fermament, amb fets i iniciatives que s'apliquen (i no només amb discursos, com de vegades passa...)

Heus aquí algunes coses que els governs poden fer pel canvi de cultura:

Una reunió del Comitè de Ministres del Consell d'Europa. Foto: Candice Imbert © Council of Europe



ELIMINEM LA CONDUCTA INSOSTENIBLE

Una de les funcions que els governs poden exercir és l'eliminació de la decisió no sostenible. Què vol dir això? Que els governs poden fer que una opció de consum que se sap que és perjudicial per al medi ambient i/o per a les persones, deixi de ser disponible. Ho poden fer, per exemple, prohibint un producte, aplicant-hi uns impostos molt elevats (de manera que la gent no utilitzarà aquests productes) o subvencionant alternatives més sostenibles.

Alguns exemples són la prohibició de les bosses de plàstic a Rwanda, la retirada progressiva de les bombetes incandescentes al Canadà, els elevats impostos sobre el carboni a Suècia, o les subvencions a l'energia solar a la Xina. Són exemples de mesures

que fan que la població visqui de manera més sostenible sense que això representi un esforç per a les persones. Però podríem demanar-nos: qui decideix què es pot comprar i què no? El consumidor no ha de poder decidir lliurement?

Abans de respondre ens convé saber que, de fet, el consumidor mai no ha pogut decidir lliurement. Després de la Segona Guerra Mundial va sorgir una estratègia per reconstruir l'economia a partir de l'expansió del consum de masses: es van presentar com a lògiques i inevitables les opcions que consumien més energia, gastaven més recursos i generaven més consum. Altres opcions més sostenibles que es van descartar, cada cop van ser més difícils de trobar i van acabar

desapareixent.

Aleshores, per què no s'aplica aquesta estratègia (l'eliminació de la decisió no sostenible) per transformar el consumisme en un fenomen més sostenible?



El Govern australià és el primer a "prohibir" la bombeta incandescent a favor de les de baix consum i els LED. Si tothom fes igual, la caiguda en el consum d'electricitat al món permetria tancar 270 centrals tèrmiques de carbó.



L'auge de cultures insostenibles es va veure afavorit per l'eliminació de la decisió sostenible per part d'una elit que va canviar a posta el ventall d'opcions a l'abast del consumidor a favor d'un consum desmesurat i insostenible.



QUÈ ENTENEM PER SEGURETAT NACIONAL?

Què fa que les persones ens sentim segures o insegures? En què hauria d'invertir l'estat per millorar la seguretat nacional? En armes? En energies renovables?

Quan els governs parlen de seguretat nacional es refereixen generalment a exèrcits i policia. Però això ha de canviar, ja que actual-



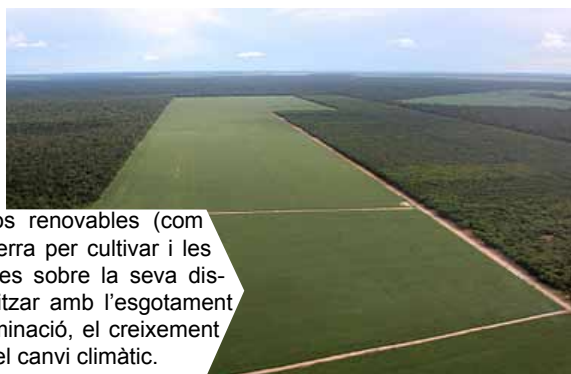
ment les pitjors amenaces contra la seguretat nacional no són els exèrcits estrangers ni les amenaces terroristes sinó el mal estat del planeta. Cal entendre que la seguretat nacional depèn principalment de factors econòmics, demogràfics i ambientals (que no es poden resoldre per la força de les armes).

Si parlem de seguretat hem de parlar de:



L'ús i abús de recursos no renovables (com ara els combustibles fòssils, els metalls i els minerals) l'extracció dels quals ha atiat greus violacions dels drets humans, sistemes de govern corruptes i fins i tot guerres civils, així com rivalitats entre països, al llarg de la història i avui dia.

Foto: <http://www.protegeonslaterre.com/energie-fossile.html>



L'ús i abús de recursos renovables (com l'aigua, els boscos, la terra per cultivar i les pesqueries). Les disputes sobre la seva distribució es poden aguditzar amb l'esgotament dels recursos, la contaminació, el creixement demogràfic i l'impacte del canvi climàtic.

Cultiu de soja a l'Amazonia. <http://jadoncelld.blogspot.com.es>



L'atur. Quan un gran nombre d'adults i joves tenen males perspectives econòmiques i el sou no els arriba per establir-se i sostenir una família, el seu descontentament es pot traduir en inestabilitat social.

Marxa contra l'atur i les retallades socials al País Basc. Foto: <http://www.cgt-lkn.org/bizkaia/?m=201106>



Les catàstrofes naturals, que són cada cop més freqüents i devastadores, poden perjudicar la seguretat humana, agreujant la pobresa, aprofundint les desigualtats, el malestar i les crisis polítiques.

Un "tsunami" envaeix la ciutat japonesa de Miyako, l'11 de març del 2011. Foto: Mainichi Shimbun/Reuters



Moviments de població. Cada cop hi ha més persones al món que es veuen obligades a abandonar la seva terra, sigui per culpa de guerres, persecució, catàstrofes naturals, degradació ambiental, problemes econòmics... Les persones refugiades i immigrades poden ser vistes com a competidores per la terra, l'aigua, els llocs de treball i els serveis socials, fet que podria donar lloc a episodis d'agitació social i de violència.

Campament de refugiats somalis i etiops a Al Kharaz, Iemen. Foto de Rocco Nuri a <http://blog.mondediplo.net/2010-12-20-Migrants-oublies-du-Yemen>

Per tant, no seria millor agafar els 1,5 bilions de dòlars anuals que es destinen a la despesa militar per dedicar-los a solucionar els problemes ambientals i socials? Aquest canvi farà més per protegir les persones que l'arsenal nuclear més gran, i a més, es crearia noves oportunitats econòmiques i noves oportunitats per millorar les relacions diplomàtiques entre països.

Una manera intel·ligent d'invertir en la seguretat nacional és impulsant polítiques que afavoreixen la igualtat i que impedeixen les vulneracions dels drets de les persones, perquè d'aquesta manera s'evita conflictes socials, delinqüència i inestabilitat.

Les ciutats del futur

Imagineu una ciutat que utilitza íntegrament energia renovable... on la major part dels desplaçaments es fan en metro lleuger elèctric, bicicleta o a peu... on l'edifici d'oficines solar està ple d'empreses verdes... on al mercat local de pagesos es venen productes frescos bioregionals... on els pares i mares es troben als parcs i jardins mentre els seus fills juguen sense por, perquè als carrers no hi circula cap cotxe... Un somni? Doncs no, aquesta ciutat existeix, es diu Vauban i és a Friburg, Alemanya.



Vauban, a Alemanya, és una nova ecociutat de 5.000 habitatges.



Foto: <http://www.iclei-europe.org>

Si es pensen bé les coses, els cotxes podrien desaparèixer de les ciutats, i s'hi podria produir bona part de l'energia que necessiten i fins i tot dels aliments aprofitant els terrats i els espais verds per posar-hi plaques solars, aerogeneradors i horts.



Foto: <http://www.livingsmart.org.au>

Diverses polítiques dels governs poden ajudar les ciutats a fer el camí cap a la sostenibilitat (des de regulacions, a incentius fiscals o inversions en innovació, recerca i desenvolupament, planificació adequada, formació per a la població...). Les polítiques per desincentivar l'ús del cotxe en són el millor exemple.

Hi ha exemples a molts països on s'estan endegant projectes en aquest sentit. Per exemple, a Perth, Austràlia, les famílies que participen al programa "LivingSmart" estan fent canvis instantanis i radicals (substitució de llums ineficients, instal·lació de plaques fotovoltaïques, aigua calenta solar, sistemes de reciclatge de les aigües grises).

És possible, és necessari. Redissenem els llocs on vivim per tal que sigui més fàcil viure-hi sosteniblement! Fem que les nostres ciutats i pobles deixin petjades ecològiques més petites o fins i tot no en deixin cap!



Amb el programa LivingSmart, a Perth, Austràlia, les famílies s'estalvien l'emissió d'1,5 tones de diòxid de carboni cadascuna i fins a un 10 % en les factures de gas, electricitat, aigua i benzina.

Reinventar l'assistència sanitària

Ja ho diu la dita, que val més prevenir que curar. Doncs això és també aplicable, i molt, al sistema sanitari. I és que la resposta als problemes de salut de la població s'ha centrat bàsicament a alleujar els símptomes, a curar les malalties. És innegable que els avenços en aquest sentit han sigut importantíssims i que el descobriment dels antibiòtics i l'antisèpsia (la prevenció de la malaltia) han deslliurat la humanitat de malalties històricament persistents i han permès augmentar molt l'esperança de vida de les persones.



©Grant Cochrane, freedigitalphotos.net

No obstant això, en els darrers seixanta anys han aparegut noves afecions que no són causades per bacteris, virus o altres microorganismes, sinó que són desencadenades per la contaminació ambiental i factors relacionats amb els estils de vida, com ara una dieta pobre i la manca d'exercici.



©sdmania, freedigitalphotos.net

Les dues teràpies bàsiques del maletí de la medicina —la cirurgia i els fàrmacs— no solucionen els nous trastorns de l'envelliment i els estils de vida dolents. Aquests mals s'han de tractar des de la prevenció, és a dir, amb modificacions en l'estil de vida, des de la millora de les dietes i l'exercici fins als esforços per reduir el consum de tabac i alcohol.

La majoria dels principals factors que contribueixen actualment a la mortalitat mundial es poden evitar. L'Organització Mundial de la Salut (OMS) calcula que la malnutrició infantil i materna provoquen una pèrdua anual de 200 milions d'«anys de vida», seguida per la inactivitat física i l'obesitat (150 milions d'anys), el sexe insegur (80 milions d'anys) i el tabac (50 milions d'anys).

Als
Estats Units, si es
continua propagant
l'epidèmia de l'obesitat,
els infants d'avui seran
els primers de la història
dels Estats Units que no
viuran tant com els
seus progenitors.



Els
índexs de
diabetis i obesitat a
Cuba van minvar dràstica-
ment després que els Estats
Units imposessin l'embarga-
ment comercial a la dècada de
1960 i, per tant, caigués l'accés
als aliments calòrics i poc
saludables i al transport
mecanitzat.



L'obesitat infantil, un dels
10 principals problemes
de la joventut actual.
Foto: <http://www.toptenz.net/top-10-issues-facing-our-youth-today.php/childhood-obesity>



A molts països, l'obesitat ha esdevingut la «norma» i això té repercussions sanitàries en forma de diabetis, hipertensió i artritis.

I per què no es dediquen més recursos i esforços a modificar els estils de vida, per evitar que les persones emmalalteixin? Pot ser perquè des d'una perspectiva financera, la prevenció no rendeix gaire, a diferència de la malaltia.

Els serveis socials tenen un paper molt important en la prevenció de la malaltia. Es tracta de programes i ajuts que les administracions posen en marxa per donar suport a les famílies i les persones en risc d'exclusió. Potenciar els programes socials que lluiten contra la pobresa i l'exclusió és molt necessari ja que aquests dos factors condicionen enormement la salut de les persones.

El pressupost mundial de salut ha d'incloure un compromís molt més gran amb l'educació sanitària. L'analfabetisme en matèria sanitària és el principal factor de mort arreu del món, i val la pena parar-hi atenció.

JURISPRUDÈNCIA DE LA TERRA

La constitució dels països hauria de reconèixer els drets de la Terra? Les legislacions poden ajudar a promoure relacions beneficioses entre els humans i la resta de la natura?

Actualment els sistemes jurídics gairebé mai no integren els drets dels sistemes de la Terra. Aquesta és una causa bàsica de la destrucció ambiental, ja que els actuals sistemes legals estan concebuts per perpetuar la dominació humana sobre la naturalesa en lloc de promoure relacions mútuament beneficioses entre els humans i els altres integrants de la comunitat de la Terra. Però els legisladors estan començant a reconèixer que el benestar humà és una conseqüència del benestar dels sistemes de la Terra que ens sostenen.

Actualment una de les novetats més fascinants del dret és el sorgiment a diversos continents d'iniciatives que propicien un canvi fonamental en els sistemes legals humans. Totes aquestes iniciatives defensen un enfocament conegut com a jurisprudència de la Terra. Segons aquesta filosofia, les societats humanes només seran viables i progressaran si es regulen com a part de la comunitat més àmplia de la Terra i ho fan d'una manera coherent amb les lleis o els principis fonamentals que regeixen el funcionament de l'univers.



La nova Constitució de l'Equador reconeix que la naturalesa té drets que la llei ha de fer valer. Estableix el benestar en harmonia amb la naturalesa (el *sumak kawsay*) com a objectiu bàsic de la societat.



Parc Nacional de Yusani, declarat Reserva de la biosfera de la UNESCO l'any 1989. Foto: <http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com.es/2011/08/parque-nacional-yasuni-ecuador.html>

Els sistemes legals no protegeixen la comunitat de la Terra en part perquè reflecteixen la creença subjacent que els humans estan separats de la resta d'integrants de la comunitat i són superiors a ells, i que la funció bàsica de la Terra és servir «recursos naturals» per al consum dels humans. Això ha de canviar!



6. Els mitjans de comunicació

T'has parat mai a pensar si els mitjans de comunicació afecten allò que penses, allò que creus, allò que desitges? Doncs la veritat és que és molt possible que sí, perquè els mitjans de comunicació són una eina molt eficaç per influir les persones, els seus comportaments i els seus idearis, per donar forma a les cultures. Els mitjans de comunicació han estat i són utilitzats per difondre un model cultural consumista. **I si girem la truita?**

El màrqueting social

Si fa seixanta anys els experts en màrqueting van poder reorientar massivament els valors i els comportaments en un temps relativament curt, no ho podrien tornar a fer ara? Es podrien utilitzar els seus principis, en lloc de per vendre un producte, per impulsar un nou conjunt de valors, nous estils de vida sostenibles, grans canvis polítics?

Segons algunes veus expertes, el màrqueting social s'hauria de basar en personatges i històries humanes, més que no pas en fets i informacions objectives. Sembla que allò que fa que les persones canviem les nostres maneres de ser, la nostra identitat, el nostre comportament no és només tenir informació (raons i arguments) sinó més aviat les històries que ens toquen emocionalment.

En els darrers anys aquest enfocament s'ha aprofitat en el camp de la salut pública, aplicat en obres radiofòniques i *reality dramas* i s'han aconseguit èxits molt més importants que mitjançant altres formes d'educació en matèria de salut pública.



Mont Vinson, Antàrtida. <http://www.flickr.com/photos/350org>

Pel que fa al màrqueting social per encarar les qüestions ambientals més urgents, la lliçó encara no s'ha aplicat adequadament. Actualment els esforços encara estan massa enfocats a oferir dades exclusivament. Fa falta amb urgència anar més enllà dels fets i la informació i passar a les crides emocionals, perquè quan es tracta d'adoptar mesures les persones no ens solem regir per criteris racionals.

Pensa en tu mateix/a. Oi que tens molta informació a l'abast sobre els efectes nefastos del canvi climàtic? Això ha fet canviar el teu comportament d'alguna manera? Potser sí, però en la major part dels casos no és així. En canvi, fixem-nos en una iniciativa popular com 350.org, en què unes quantes persones van començar a organitzar-se per fer accions creatives (esquiadors baixant una glacera en procés de fosa, bucejadors manifestant-se sota l'aigua...). A més de convèncer alguns líders polítics del seu missatge (reduir les emissions de carboni en un 80 % abans del



El 2008, la despesa en publicitat va superar els 643.000 milions de dòlars arreu del món. Avui, només un de cada mil dòlars del màrqueting es destinen a emetre anuncis per promoure el bé públic, i tan sols una mínima part d'aquest dòlar es destina a qüestions relacionades amb la sostenibilitat.

A Sud-àfrica el drama setmanal *Tsha-Tsha* va atraure 1,8 milions d'espectadors. Les persones que van veure el programa prenen més precaucions per no contraure el VIH, com ara l'abstinència i el sexe segur.



A Tanzània el 40 % dels nous usuaris dels serveis de planificació familiar a les clíniques públiques hi anaven perquè havien sentit l'obra radiofònica *Twende na Wakati*.

2050) la idea ha servit d'inspiració a milers de persones a tot el món, que s'hi han unit i s'han compromès a actuar contra el canvi climàtic. A través de la web 350.org, l'equip s'ha ampliat per incloure joves d'arreu del món, que el 24 d'octubre del 2009 van protagonitzar més de 5200 accions en 181 països. Segons la cadena de televisió CNN, va ser el "dia d'acció política més gran de la història del planeta".

L'avantatge amb què juguem respecte als anys cinquanta, quan la televisió era una novetat i uns quants agents dominaven el paisatge audiovisual és que estem al temps de les xarxes socials. Un temps en què la connectivitat creix exponencialment, un temps de lliure circulació de la informació i de costos de distribució espectacularment baixos. Si combinem les lliçons clau del màrqueting del passat amb les oportunitats de la revolució actual dels mitjans socials, tenim la possibilitat de crear un altre gran canvi i empenyer el món cap a un futur sostenible.

Alfabetització audiovisual

Ja estàs immunitzat/da contra les falses promeses implícites en els anuncis publicitaris? Ets capaç de llegir entre les línies dels missatges amagats i tan minuciosament coreografiats que ens tempten amb imatges maquillades? Veus on volen enganyar-te i com s'ho fan?

Els consumidors i les consumidores no solen ser conscients que les imatges són retocades per sistema, ni solen parar-se a pensar per què és tan difícil fer realitat les gratificacions emocionals que ens prometen els anuncis en l'àmbit del consum. Immunitzar-se contra els mètodes de persuasió de la publicitat és un pas important en el camí cap a les pràctiques culturals sostenibles. Aprendre a mirar amb esperit crític la televisió, les revistes, les pel·lícules i Internet és essencial



Contrapublicitat de consumeastamorrir.com i Ecologistes en Acció.

en un paisatge audiovisual descontrolat i dominat per la publicitat. Això és el que s'anomena alfabetització audiovisual.

Les imatges tenen un gran poder de persuasió, sovint molt més que les paraules. Si un anunci digués «els que beuen Coke són prims, populars i sempre estan feliços» — gairebé ningú no se'ls creuria. Però un anunci on un grup de joves súperguapos beuen Coke mentre riuen i s'ho passen bé, fa més bona feina, confereix un sentiment d'identitat de grup i pertinença. El nostre

subconscient capta el missatge: “jo també vull ser com ells, haig de beure Coke!”

No només ens convé ser crítics amb la publicitat. També les notícies, que en principi haurien de ser objectives i “asèptiques” tenen un gran poder de manipulació. Prenem, per exemple, un programa televisat de l'any 2006 (a la cadena nordamericana WTOK-11) en què dos «destacats científics», un meteoròleg i un oceanògraf, afirmaven que la connexió entre la recent temporada d'huracans i el canvi climàtic era «pura xerrameca». El que no es va dir als espectadors és que el vídeo va ser finançat per l'empresa petroliera ExxonMobil. Poques persones entre l'audiència podien haver reconegut que aquesta «notícia» no contenia cap argument científic sinó que servia els interessos polítics i econòmics dels llobbistes de la petroliera que van escriure-la i finançar-la. Alerta amb els interessos econòmics que hi pugui haver rere les notícies!



Contrapublicitat de consumeastamorrir.com i Ecologistes en Acció.

Arreu del món està creixent un moviment dinàmic a favor de l'alfabetització audiovisual, que inclou activistes comunitaris, professionals de base, reformadors dels mitjans de comunicació i autoritats, a més d'educadors.



Imatges del muntatge fotogràfic on es veu el procés de maquillatge i retocs amb photoshop emprat en els anuncis. Campanya “Dove for real beauty” del Dove Self-Esteem Fund. a: <http://youtu.be/qhib8XiDc9Y>

I per què no fer un pas més enllà? No només ser crítics i no empassar-nos els centenars d'hams que constantment ens llancen els mitjans de comunicació sinó, com diu l'ensenyant audiovisual DeeDee Halleck: «No miris la TV. Fes-la!»

Si partim del fet que els mitjans de comunicació són el mitjà amb què la població es comunica i comparteix el coneixement i la creativitat amb el públic global, totes podem ser un mitjà de comunicació! Treu la càmera, o fes una presentació, aprofita

Youtube i el poder viral de les xarxes socials! Cadascú de nosaltres podem promoure missatges, històries humanes, contranarratives imaginatives que serveixin d'antídot al consumisme i revulsiu per caminar cap a la sostenibilitat.

La música al servei del canvi

La música és molt poderosa, perquè ens emociona. Però a més, o precisament per això, la música té la capacitat de fomentar la participació social. Històricament, el poder de la música de comunicar i crear connexions ha ajudat a unir les persones al voltant d'una identitat o un propòsit comuns. La música es continua utilitzant com una manera de connectar els valors, el patrimoni i les preferències culturals de la població per tal de fomentar el canvi de conducta.

En l'era actual dels mitjans de comunicació

digitals, cada cop hi ha més oportunitats per recordar, compartir i utilitzar música per a la mobilització. La tecnologia ha facilitat l'accés a la música, i això ha permès a artistes independents de penjar el seu treball a Internet, als fans de compartir arxius i lletres, i a les comunitats virtuals de reunir-se per mitjà de les xarxes socials com Facebook o Twitter.

La música pot tenir un paper destacat per estimular la sostenibilitat a través de l'educació i de l'entreteniment.

Ja a la dècada de 1980, els músics van començar a cridar l'atenció cap a les causes humanitàries organitzant grans espectacles amb molta publicitat. Més recentment, Internet ha permès que aquests espectacles tinguin un abast internacional més gran. El 2007, per exemple, el concert espectacle Live Earth es va emetre durant 24 hores per tots els continents. Entre els artistes que hi van participar figuren Madonna, The Police i Snoop Dogg. Des d'aleshores, Live Earth s'ha convertit en una «campanya multianual per empènyer particulars, empreses i governs a actuar per solucionar la crisi climàtica».

Una altra manera de conscienciar les persones és a través de les pròpies pràctiques durant les grans gires, ja que aquests esdeveniments poden consumir molts recursos i emetre alts nivells de gasos hivernacle. Cada cop més, els grans festivals intenten minimitzar l'impacte sobre el medi, reduir les seves emissions de carboni i els seus residus.



Pòster del concert del 2007 a: <http://inhabitat.com/live-earth-today/>



El Festival de Glastonbury (Anglaterra) fomenta la utilització del transport públic, la plantació de bardisses, la reducció dels residus, la utilització de tractors que funcionen amb biodièsel i d'energia solar als seus esdeveniments.



Al Japó triomfa el programa infantil de televisió Ecogainder, sobre un grup de superherois ambientals. Els creadors han reforçat el seu missatge amb una cançó enganxosa.

Tot i que la música pot ser una eina de mobilització potent, el seu poder resideix en les persones que creen, promouen i utilitzen un moviment actiu a favor de la sostenibilitat. Tal com ha observat el fundador de la campanya Together, Steve Howard, «quan s'acaba la música, tots hem de començar a actuar».

7. El poder dels moviments socials

Si hi ha una força capaç de canviar la història de manera no violenta és la dels moviments socials. Des de l'abolició de l'esclavatge fins al dret a vot de les dones o l'alliberament de nacions dels règims colonials, els moviments socials han modificat de baix a dalt la història i han estimulat l'evolució cultural durant segles.

Les persones som les que fem el món tal i com

és. Per tant, podem canviar-lo. Podem organitzar-nos i aprofitar el poder dels moviments socials per fer evolucionar els valors i el comportament de la societat. Hem de construir aquest canvi. De fet, ja hi ha molts exemples de moviments socials que s'impliquen per posar a la pràctica el rebuig del consumisme i l'aposta per la sostenibilitat. Vegem-ne uns quants.

Manifestació a la Plaça Tahir d'El Caire, Egipte. Les revoltes populars de la "Primavera àrab" han mogut els ciments de diversos regims autoritaris del nord d'Àfrica en els darrers anys. <http://elkioscoblogger.wordpress.com/2011/12/27/recuento-2011-la-primavera-arabe/>

És important que ens plantegem què és veritablement important, què és la "bona vida" i ens preguntem sobre la naturalesa de la felicitat.

MENYS ÉS MÉS

Què és realment important per a tu a la vida? Quines coses penses que et fan feliç? Per què val la pena esforçar-se? Molta gent posa en dubte que el més important a la vida, com ens volen fer creure, siguin els diners o les possessions materials. De fet, està comprovat que arriba un punt en què obtenir més diners no fa les persones més felices. És clar que les persones necessitem un cert nivell de diners, però el desig de tenir-ne més fa que no veiem les coses importants, com ara l'amistat, la família i la comunitat.

Per això moltes persones ja aposten per un enfocament diferent, que els porta a viure d'una manera diferent, més senzilla i més plena alhora, més pausada i més intensa, més comunitària i menys material. Heu sentit mai a parlar de la simplicitat voluntària?

La simplicitat voluntària és una filosofia antiquíssima que defensa apartar-se dels diners, les pos-

sessions i la cobdícia per tal de viure més profundament i plenament, limitant la riquesa exterior a favor d'una major riquesa interior. Avui dia, la simplicitat voluntària és un moviment viu, que està a favor de la sostenibilitat i la felicitat en una societat postconsumista.

A un nivell pràctic la simplicitat voluntària es tradueix en consumir menys. Això ajuda les persones que ho experimenten a sentir-se més realitzades, perquè tenen més temps per relacionar-se amb els altres, més temps per passar-lo a la naturalesa i obtenen més satisfacció, seguretat i equilibri. És a dir, prescindeixen de les coses superflues per tenir temps per a les coses essencials.

El moviment de la simplicitat voluntària defensa una vida basada en les relacions, l'amor i el bé comú. Considera essencial vèncer l'hiperindividualisme que el consumisme ha fet imperar, perquè provoca greus danys a la nostra societat, el nostre clima i les nostres vides privades. Per això la simplicitat voluntària proclama com a bàsic l'enfortiment del sentiment de comunitat. Per exemple, "fer barri", o "fer poble" (és a dir, enfortir els vincles entre les persones que hi viuen), no només ens empodera com a col·lectiu i ens permet treballar plegats i aconseguir objectius comuns, sinó que, a més, aquestes relacions ens fan viure millor perquè ens proporcionen confiança, amistat i diversió (o trobes que és millor estar sol davant la tele?).

Tenir relacions afectuoses és el que fa la felicitat de les persones. Per això en la simplicitat voluntària, menys és més: més seguretat, més tranquil·litat, més alegria, més felicitat.

Arreu del món la població està desenvolupant fórmules que desafien el consumisme i creen cultures post-consumistes. Alguns exemples:



El moviment Slow comença el 1986, com a reacció a l'obertura d'un McDonald's en una plaça de Roma. El restaurant de menjar ràpid (fast food) va esdevenir a Itàlia la representació física de l'agressió a la cultura alimentària sana, sostenible i autòctona. Des de llavors, Slow Food s'ha convertit en un moviment mundial present en 132 països i amb més de 100.000 membres. Treballen per fomentar el "menjar bo, net i equitatiu" i transformar així les cultures a través de l'alimentació.

Després de Slow Food, apareixerien noves aplicacions a altres àmbits com el sexe, la salut, el treball, l'educació o el lleure que acabarien per conformar el moviment Slow.

L'expressió àlgida del moviment, que es va iniciar a Itàlia amb la finalitat de combatre el ritme de vida frenètic actual, s'exemplifica en les anomenades Slow Cities (ciutats lentes, Cittaslow). En aquests moments s'ha convertit ja en una extensa xarxa d'àmbit internacional. Els municipis

que en formen part es comprometen en la lluita contra l'homogeneïtzació, creant espais que permetin un desenvolupament desaccelerat. Per exemple, s'afavoreix que les persones es trobin a les places i altres espais públics (que hi passin l'estona, hi juguin, hi xerrin, comparteixin...), es fomenta la producció d'aliments autòctons i els petits negocis artesanals així com un menor ús dels cotxes.



La influència del moviment slow s'ha fet més notable a Europa que en cap altra banda, encara que ja s'ha estès per tot el planeta. Deixem de córrer: Slow is possible!!

Una altra iniciativa relacionada, però amb un enfocament diferent, és el moviment dels pobles en transició (*transition towns*), comunitats que es creen amb la intenció de ser social i econòmicament resistents als problemes que cada cop seran més evidents, com ara l'escassetat de re-

ursos i el canvi climàtic. Les comunitats se centren a millorar la qualitat de vida dels seus habitants i alhora viure de manera sostenible.

Per exemple, mitjançant la reducció del consum de petroli. I això com es fa? Sense agafar el cotxe? Doncs no només: saps que gairebé tot el que comprem està relacionat amb aquest hidrocarbur, tant en la seva fabricació com el seu transport o la seva comercialització? Així doncs, hi ha un munt de maneres de reduir-ne el consum.

En els pobles en transició, per exemple, els veïns col·laboren per comprar productes i aliments locals i s'anima la població a compartir projectes com les monedes locals, els intercanvis d'eines, el cotxe compartit, els horts i jardins comunitaris i els mercats de pagesos. Tots aquests projectes, a més, comporten la col·laboració i la cooperació amb altres persones, desplaçant així la competitivitat de la societat consumista.



Manifestació a Barcelona, "La nostra alimentació o els seus beneficis" (15/10/2011) © hortdignebcn.



Instal·lació de plaques fotovoltaïques a Totnes. Foto: <http://www.transitiontowntotnes.org>

Totnes (Anglaterra) és un dels pobles en transició més conegut, però en trobem d'altres a la resta del Regne Unit, Austràlia, als EUA, al Japó i a Xile, entre altres països.



Al mercat local de Totnes s'hi fa la compra amb moneda local. Foto: <http://www.transitiontowntotnes.org>

LES ECOVILES

Una altra variant d'un plantejament similar són les ecoviles. Les ecoviles són com un laboratori de recerca, formació i demostració que la qualitat de vida es pot mantenir o fins i tot millorar alhora que es redueix significativament el consum i la producció material.

Hi ha dos tipus d'ecoviles. Als països industrialitzats, es tracta de comunitats que les persones han creat intencionadament al voltant de valors i objectius concrets, donant prioritat a la sostenibilitat. Als països en via de desenvolupament, es tracta de pobles que sempre han estat sostenibles i que intenten mantenir els seus valors tradicionals i els seus trets culturals distintius i recuperar un major control dels seus destins econòmics davant les pressions de la globalització econòmica. Tots plegats formen part de la Xarxa Global d'Ecoviles.

A les ecoviles es té molt clar que l'acumulació de béns materials no té res a veure amb el benestar de les persones. En una ecovila ningú pretén maximitzar els ingressos. En aquestes comunitats tot es planifica i es pensa per reduir la intensitat energètica i el consum de materials.

En una ecovila, la renda és baixa, però la qualitat de vida sol ser-hi alta. Sens dubte molt més alta que la d'altres comunitats de nivells de renda igualment baixos. Per què? Doncs precisament perquè s'hi cultiven i es valoren més altres formes de "capital", sobretot el "capital social", o sigui, la riquesa social. Alguns exemples poden ser els sòlids vincles que es desenvolupen entre les persones dins de les comunitats; el sentiment de pertinença i compromís en quelcom comú, veritable, just; el fet que el treball es concep no només com un mitjà per aconseguir un fi, sinó com una part agradable de la vida de les persones (perquè fan coses

útils per a elles, per a la comunitat i per a l'entorn); o el fet que el treball de les persones sigui justa i equitativament recompensat.

I no només les persones hi viuen bé, sinó que realment ho fan d'una manera més sostenible. Diversos estudis recents ho confirmen: l'impacte ecològic de les ecoviles és bastant inferior a la mitjana de les poblacions convencionals.



Les emissions per capita de les ecoviles de Sieben Linden i de Kommune Niederkufungen són un 28 i un 42 %, respectivament, de la mitjana alemanya.



Sieben Linden produeix actualment el 70% dels aliments que consumeix.
Foto: <http://farewellburt.wordpress.com/pilots-pages/95a-sieben-linden-eco-village-germany/>

A mesura que el món intenti fer la transició cap a una societat global rica, diversa i sostenible, és probable que l'experiència de les ecoviles sigui una font important d'informació i inspiració



El consum energètic de l'ecovila Ithaca, al nord de l'estat de Nova York, és més d'un 40 % inferior a la mitjana dels Estats Units.



Foto i més informació a: <http://ecovillageithaca.org/evi/>

T'agradaria aprendre més sobre les ecoviles i com apliquen la sostenibilitat a la pràctica? En la darrera dècada s'han dut a terme nombroses iniciatives educatives a les ecoviles. La immersió en aquests laboratoris vius pot ser una experiència molt transformadora i profunda per als estudiants, ja que experimenten d'una manera tangible la relació dinàmica entre els valors, l'estil de vida i les estructures de la comunitat.

Imaginació al poder!

No vols o no pots anar a viure a una ecovila o a un *transition town*, però tens ganes d'organitzar-te amb altres persones per actuar contra el consumisme i per la sostenibilitat? Algunes idees més o menys estrambòtiques, però totes elles divertides que poden inspirar-te per desafiar el consumisme:

Per exemple, el "Dia de No Comprar Res" o Buy Nothing Day. Aquesta diada se celebra cada any, a finals de novembre, justament abans de començar la temporada de compres nadalenques, per fer una crida a la moderació i a la reflexió pel que fa als 'hàbits' de compra. En ocasió d'aquesta diada a diverses ciutats del món, en més de 65 països, s'hi organitzen actes de sensibilització i d'acció, com més originals millor.

Una altra idea imaginativa que trobem a Estats Units és "El pacte" (*The Compact*), una iniciativa en què els participants accepten passar un any sense comprar res de nou. Als membres del Pacte només se'ls permet comprar roba interior, aliments i articles de salut i seguretat, com ara líquid de frens i paper higiènic. Durant un any els membres del Pacte podran comprar només en botigues de segona mà. També es poden intercanviar o simplement compartir amb els altres els béns que vulguin. Les escombraries d'algú són un tresor per a algú altre!

Hi ha qui acaba fent *freeganism*, que entre altres coses comporta buscar entre les deixalles els aliments i altres articles que s'han llençat però que estan perfectament bé, recollir els cultius sobrants que els agricultors no aprofiten, recollir aliments silvestres, fer horts urbans o ocupar pisos en edificis buits.

No tens diners però vols viatjar? Un altre moviment que apel·la especialment a la gent jove és el *Couch Surfing*, que permet viatjar econòmicament gràcies a les estades gratuïtes en cases que troben per Internet. L'agost de 2011 CouchSurfing comptava amb aproximadament 3 milions de membres de 249 països. Una iniciativa semblant és la del *woofing* (World Wide Opportunities on Organic Farms, oportunitats mundials en granges biològiques), en què la gent treballa en granges biològiques a canvi de pensió completa.



El woofing es pot practicar amb criatures. Foto: <http://www.woofinternational.org>

La simplicitat voluntària és al mateix temps una pràctica, una filosofia i un mètode de canvi social que pot contribuir a transformar les cultures del consum ajudant les persones a entendre que menys és més.

Decreixement

Totes aquestes iniciatives d'arreu del món poden emmarcar-se dins de l'anomenat moviment del decreixement. Un moviment que persegueix una societat radicalment diferent: una societat del decreixement centrada en la sostenibilitat i la proximitat, en què, per exemple, es relocalitza la producció i el consum.

Segons un dels ideòlegs del moviment, en Serge Latouche, "en un món en decreixement, les persones es passaran menys temps treballant

i més temps aprofitant la vida. No consumiran tant, però el seu consum serà millor, no produiran tants residus, reutilitzaran i reciclaran més, comprendran les conseqüències del comportament humà i deixaran les empremtes ecològiques que es poden sostenir. Les persones trobaran la felicitat en les relacions humanes i viuran en la cordialitat i no en la pressió inescapable d'acumular cada vegada més béns de consum. Tot plegat implica un seriós replanteja-

ment de les idees actuals que tenen les persones sobre la realitat, i també una gran imaginació però ben segur que el canvi de les realitats ecològiques proporcionarà la inspiració necessària per abordar-lo."

Un somni??? Si no somniem, no evolucionarem! És necessari que lluitem pels nostres somnis. Com diu un dels eslògans del 15M: "Si no ens deixen somniar, no els deixarem dormir!!!"



Més informació de la diada i foto a la revista impulsora de la iniciativa: <http://www.adbusters.org/campaigns/bnd>



Menjar en bon estat recuperat dins d'un contenidor de Sussex, Anglaterra, per un activista "freeganist". Foto: <http://mylionsden.blogspot.com.es/2009/07/freeganism.html>

RECORDA!

És l'Homo sapiens realment una espècie intel·ligent? Ho haurem de demostrar... El camí és incert, no tenim GPS, però canviar el rumb de les nostres vides **ÉS POSSIBLE!!** (i no ens enganyem... és imprescindible!).

A continuació trobareu algunes de les idees principals que es desprenen d'aquesta revista. Esperem que us encomanin el cuquet de la rebel·lió, les ganes de formar part de la xarxa mundial de pioners culturals que desafien el consumisme i experimenten vies cap a la sostenibilitat.

Hi ha molts fronts diferents on es poden fer coses. No ens amoïnem, no cal que ens dediquem a tot. Qualsevol petita iniciativa, les petites coses que anem transformant en les nostres vides, tenen molt de valor. Perquè el que compta és la suma! Tots junts podem!

El consumisme:

- ☹ Ens ha estat imposat.
- ☹ No ens fa feliços
- ☹ I està acabant amb el planeta!!!

Transformant la nostra alimentació podem transformar el món.

- ☺ Millor productes frescos, ecològics, de proximitat i sense embolcalls.
- ☹ Les dietes molt càrniques són insanes i fan molt de mal al planeta i al clima.

Hem de "desaprendre" moltes coses. El sistema educatiu també. Volem que ens ajudi a ser persones crítiques, creatives i capacitades per actuar en un món incert que cal reinventar.

Desenganyem-nos! Encara que ens vulguin fer creure el contrari, el creixement econòmic infinit

- ☹ NO és possible, perquè la capacitat física dels ecosistemes de la Terra que ens sostenen és limitada.
- ☹ NO és necessari. Ni tan sols desitjable, perquè no sempre ens fa viure millor.

Podem viure millor amb pocs diners. Reinventem les nostres vides, deixem de consumir coses supèrflues, cultivem els nostres aliments (fins i tot al balcó!), dediquem el nostre temps lliure a les coses importants de la vida, el que realment ens omple: les relacions amb la família i els amics, el contacte amb la natura, la implicació en moviments socials...

La simplicitat voluntària porta les

persones a viure senzillament (amb pocs recursos materials) **però plenament** (més seguretat, més tranquil·litat, més alegria, més felicitat). El suport mutu és més poderós que qualsevol assegurança.

No ens aniria malament un cop de mà diví: les religions del món poden ajudar les persones a redescobrir els beneficis de la simplicitat voluntària.

Les empreses també poden contribuir al canvi. Si basessin la seva activitat en "guarir el futur", en millorar la qualitat de vida de les persones i la salut del medi ambient en comptes de basar-la en fomentar el consumisme, aleshores l'economia global podria ajudar a evitar la catàstrofe.

Necessitem més i més emprenedors socials (siguin empreses, associacions, cooperatives o la fórmula que sigui): persones que posen en marxa iniciatives innovadores per corregir problemes ambientals i socials, oferint a la societat productes o serveis que fomenten el canvi cultural.

Repartint-nos el treball, hi hauria menys gent en atur i els i les treballadores tindrien més temps lliure.

Els nostres governs han de ser molt més valents i innovadors. És urgent que es posin a treballar per aconseguir, per exemple:

- ☺ ciutats i pobles dissenyades per a les persones, no per als

cotxes!

- ☺ més polítiques d'igualtat i redistribució de la riquesa i menys exèrcits.
- ☺ un ús racional i sostenible de recursos renovables (com l'aigua, els boscos, la terra per cultivar i les pesqueries) i no renovables (petroli, carbó, gas, minerals, metalls)
- ☺ un canvi de model energètic, per fer-lo més net i basat en fonts renovables.
- ☺ Afavorir el canvi d'hàbits de la gent per tal que millori la nostra salut

La publicitat ens enganya subtil o descaradament. Immunitzem-nos contra les seves falses promeses.

Siguem crítics amb tot allò que veiem i sentim als mitjans de comunicació (o permetràs que et manipulin els interessos ocults que de vegades mouen els fils?)

La unió fa la força. Organitzem-nos per accelerar el canvi!

Lesecoviles, els pobles en transició, el moviment slow, 350.org són exemples dels milers d'iniciatives imaginatives que les persones duen a terme individualment i col·lectivament arreu del món per enderrocar el règim del consumisme i obrir el camí a una societat postconsumista basada en el respecte a les persones i el planeta Terra.

... T'HI APUNTES?