

# Opciones

Núm. 1  
Enero/febrero 2002

INFORMACIÓN  
PARA EL  
CONSUMO

OPCIONES:

## La pasta

ARGUMENTOS:

Producción global  
y producción local

ENIGMAS:

La jornada laboral

VÍNCULOS:

¿Por qué los votos  
en la tienda  
son tan importantes?

VIAJES:

Crecimiento y sostenibilidad

CRIC

## Opcions

Dirección: Montse Peiron

Redacción: Mireia García, Montse Peiron  
Dolors Royo

Colaboraciones: Gemma Espuña, Toni Juan,  
Mer Moreno, Joan Torres, Icaria editorial

Diseño gráfico y maquetación:  
Pep Sansó, Muntsa Busquets

Fotografía: Betty Navarro

Humor: Laia Olivares

Ilustraciones: Eloi

Impresión: Cayfosa-Quebecor

Impreso en papel ecológico

Os agradeceremos que si reproducís  
de la forma que sea cualquier parte de la  
revista, citéis la procedencia.

Este número se ha editado gracias  
al apoyo de la



FUNDACIÓ JAUME BOFILL

Esta revista también se publica en catalán

## SUMARIO

### Presentación

### Posibilidades

Reconvertir la agricultura 3  
en ecológica

### Argumentos

Producción global y 4  
producción local

### Opciones

La pasta 5  
Los fabricantes de pasta 9

### Ideas

Regalar puede ser fácil 16  
y agradable

### Enigmas

La jornada laboral 17

### Miradas

¿Cuánto lugar ocupa el saber? 18

### Trampas

Merchandising 19

### Entretenimientos

### Vínculos

¿Por qué los votos en la tienda 21  
son tan importantes?

### Viajes

Crecimiento y sostenibilidad 22

EN EL PRÓXIMO NÚMERO:

Los detergentes

# El consumo crítico

## Qué es el consumo?

El sistema económico actual, que es la base que configura el modelo social, se fundamenta sobre la espiral de producción y consumo. Así, el consumo es una pieza clave que posibilita que "las cosas se hagan como se hacen". Es la energía que mueve la máquina económica. Cuando compramos cualquier bien, además de satisfacer una necesidad o un deseo, colaboramos económicamente con los procesos que lo han hecho posible. El consumo es el enlace que nos vincula *directamente* a todos los ciudadanos con el modelo social en el que vivimos, aunque habitualmente no seamos conscientes de ello.

## Qué es el consumo crítico?

Cada empresa productora lleva a cabo sus actividades de una manera u otra, de acuerdo con su personalidad. Para escoger entre las distintas opciones de consumo (marcas), acostumbramos a guiarnos por el precio, la calidad o la apariencia. También podemos tener en cuenta otra cosa: el carácter de la empresa propietaria. ¿De dónde es? ¿Dónde se fabrican sus productos? ¿Cómo interacciona con el medio ambiente? ¿Y con la sociedad? El hecho de incorporar esta información a los criterios que usamos para escoger entre las distintas opciones es lo que se ha llamado "consumo responsable", o "consumo crítico", o también "consumo ético".

## ¿Por qué un consumo crítico?

Si tenemos unas ideas propias sobre cómo nos gusta que sea el modelo

El consumo crítico es útil a nivel personal, porque nos ayuda a ser más coherentes con nosotros mismos, y a nivel social, porque facilita que las empresas más influyentes sean las más cercanas al criterio de la población

social, y si queremos que nuestros actos sean consistentes con nuestras ideas, queremos tener en cuenta la personalidad de las distintas empresas para escoger con cuáles colaboramos. Si no lo hacemos, podemos estar dando apoyo a actividades que nos parezcan negativas. Así, el consumo crítico nos es útil a nivel personal, porque nos ayuda a ser más coherentes con nosotros mismos. También tiene un gran valor a nivel social dado que, hoy por hoy, las empresas a quienes más compramos son las que tienen una mayor influencia en la sociedad. Si consumimos de forma crítica, y sobre todo si lo hacemos de forma colectiva, estas empresas más influyentes serán las más próximas al criterio de la población. De hecho, si tenemos presente que las decisiones políticas suelen estar muy ligadas a los intereses empresariales, podemos pensar que posiblemente influiríamos más en la sociedad cuando vamos a comprar que cuando vamos a votar.

Posiblemente influiríamos más en la sociedad cuando vamos a comprar que cuando vamos a votar

## Opcions

La revista que ahora presentamos ofrecerá información para el consumo crítico cada dos meses. Esta información estará en la sección central, *Opciones*. En cada número estará dedicada a un bien de consumo.

En la primera parte, explicaremos a grandes rasgos el proceso de producción del artículo, y describiremos las diferencias entre el convencional y el ecológico. En la segunda parte, diremos cuáles son

las empresas propietarias de algunas marcas. De cada una, daremos algunos datos que nos permitan conocer su personalidad (tamaño, propiedad, ambiciones), y hechos relevantes desde los puntos de vista social y medioambiental.

Algunas de las marcas serán locales de Cataluña, puesto que no tenemos capacidad para abarcar un área más amplia. Animamos a quienes estéis interesados en el consumo crítico fuera de Cataluña a que llevéis a cabo un trabajo similar en vuestros ámbitos.

## El CRIC

El Centre de Recerca i Informació en Consum -CRIC, Centro de Investigación e Información en Consumo- es una asociación sin ánimo de lucro y sin relación con ninguna institución pública ni privada. Nuestro objetivo es facilitar que se pueda llevar a cabo un consumo crítico. El principio básico sobre el que intentamos fundamentar nuestras actividades es el respeto por las personas y el medio.

Hemos publicado tres libros, editados por Icaria editorial:

- *Rebelión en la tienda* (1997, traducción del libro italiano *Boycott*): explica iniciativas llevadas a cabo por organizaciones de todo el mundo con el objetivo de incidir en el sistema económico. Nosotros le añadimos algunas experiencias realizadas en España.
- *Guia per al Consum Responsable de Juguines* (1998, en catalán): explica el carácter de las empresas propietarias de los juguetes que se venden en Cataluña. Además, incluye otras consideraciones de tipo pedagógico, medioambiental y normativo.
- *Come y calla... o no* (2000): demuestra con muchos ejemplos prácticos que entre las empresas existen idiosincrasias muy diversas, y que por lo tanto tiene sentido escoger entre las distintas opciones en función de su carácter. Incluye una pequeña guía para el consumo crítico de aceite de oliva.

Actualmente colaboramos en el CRIC cinco personas, sin remuneración. Hasta ahora nos hemos financiado mediante una subvención europea, artículos, charlas y aportaciones particulares. A partir del lanzamiento de esta revista, nuestra principal fuente de ingresos serán las suscripciones. Los dos primeros números son gratuitos, y se editan con el apoyo económico de la Fundació Jaume Bofill.

En la sección *Argumentos* expondremos elementos que cada uno puede usar para construir su propio criterio, de cara a valorar aspectos como producción global o local, o políticas sociales de las empresas. En la sección *Vínculos* explicaremos los vínculos que existen entre el poder económico y el político.

A partir del próximo número, publicaremos las cartas de los lectores. Serán fundamentales para orientar el crecimiento de *Opcions*, la primera revista sobre consumo crítico que se hace en España.



## Reconvertir la agricultura en ecológica

La agricultura ecológica tiene por objetivo obtener alimentos sanos, respetando el medio ambiente y sin utilizar productos químicos de síntesis (abonos, plaguicidas, medicamentos). De hecho, y en contra de lo que se suele creer, estos productos en realidad hacen que cultivar sea *más difícil*. Los agricultores que se pasan a la agricultura ecológica se sorprenden al ver cuán eficaz es favorecer el equilibrio natural entre los elementos del campo. Sin embargo, hoy en día los alimentos ecológicos son marginales. Sólo se venden en algunos comercios especializados o en cooperativas, y son bastante más caros que los convencionales. En la mayoría de países europeos la superficie agrícola ecológica oscila entre un 2% y un 3% del total.

### ¿Es posible que en un país los alimentos ecológicos dejen de ser marginales y pasen a ser "normales"?

Sí, si el gobierno tiene la voluntad política de hacerlo. Dinamarca la tiene.

El gobierno de Dinamarca tiene como objetivo a largo plazo reconvertir toda la agricultura en ecológica, porque es consciente de los problemas que genera la agricultura convencional en el medio ambiente. Desde hace más de dos décadas, mantiene una estrecha colaboración con los agricultores ecológicos, y ha llevado a cabo dos planes de acción que incluyen programas de investigación y formación, apoyo a los productores y promoción entre los ciudadanos.

Actualmente, un 6'5% de la agricultura danesa es ecológica. El logro más importante se ha conseguido en el caso de la leche (el 22% es ecológica). El gobierno prevé que en el año 2002 habrá 300.000 hectáreas de cultivos ecológicos (un 10% de la superficie agrícola del país).

En realidad, son los alimentos convencionales los que son "demasiado baratos": es imposible que precios tan bajos puedan mantener un sistema agrícola equilibrado. Pero de esto hablaremos en otra ocasión.



## Producción global y producción local

Históricamente, la economía de un país (o de cualquier área geográfica) se ha desarrollado en función de los recursos de que disponía. Los excedentes en determinados recursos y la escasez en otros generan el comercio internacional. El tamaño de las áreas de intercambio económico no ha dejado de crecer, hasta alcanzar todo el planeta.

Además de ampliarse la red comercial, también se ha desplazado la manufactura, sobre todo en los últimos decenios.

Diremos que una empresa “produce globalmente” cuando lleva a cabo la manufactura más lejos de lo que le sería posible. Es decir: a pesar de disponer de recursos cercanos, decide usar otros más lejanos. La “producción local” sería la que usa los recursos más próximos de que dispone.

**COSTES DE PRODUCCIÓN** Los correspondientes a mano de obra y los fiscales se reducen mucho con la producción global. De hecho, la reducción de estos costes es el principal factor que motiva la producción global (si los costes fueran

iguales en todas partes, no habría razón para mover la manufactura). Las áreas receptoras de la migración son países con mucha mano de obra barata y ventajas fiscales respecto a los países de origen de las empresas productoras. Mayoritariamente, la producción se mueve desde los países del Norte hacia los países del Sur.

Los costes correspondientes al transporte parece que deberían ser mayores con la producción global. No obstante, el precio de la energía y de las infraestructuras de comunicación se ha establecido de manera que la suma de todos los costes siga siendo menor en la producción global. Este bajo precio es posible sobre todo gracias a importantes inversiones públicas (podríamos decir que los contribuyentes subvencionan la producción global).

**BENEFICIOS EMPRESARIALES** Pueden ser mayores para las empresas que producen globalmente, gracias a la reducción en los costes. Ello les proporciona más capacidad para realizar nuevas inversiones, y permite un mayor enriquecimiento económico para sus accionistas (grandes o pequeños).

Por otro lado, la producción global también es ventajosa para todos los sectores relacionados con el transporte (petróleo, infraestructuras, etc.).

**PRECIO DE LOS PRODUCTOS** Los que se producen globalmente pueden ser más baratos, gracias de nuevo a la reducción en los costes. Esto permite que las empresas propietarias sean más competitivas (tienen más probabilidades de ser elegidas por los consumidores).

**ASPECTOS MACROECONÓMICOS** El efecto de la producción global sobre las economías locales es que tienden a especializarse (unas manufacturan, otras se dedican sobre todo al sector de servicios), y por lo tanto se incrementan las interdependencias comerciales. Muchos países del Sur son económicamente dependientes del Norte desde hace algunos siglos, y hoy prácticamente toda su economía está a merced de las inversiones extranjeras. Construir un sistema económico más autodeterminado requeriría un proceso largo y complejo.

La migración de la producción también contribuye a ampliar el alcance de todo el sistema económico. Dado que un sistema económico es algo muy complejo, se diría que cuanto menor sea su alcance, más fácil resultará sintonizarlo correctamente. Un sistema grande también es menos flexible que otro pequeño.

**MEDIO AMBIENTE** La proliferación de infraestructuras de transporte puede tener un impacto negativo sobre el paisaje, y sobre determinados ecosistemas. Hoy por hoy, la energía que se usa es contaminante y no renovable.

Por otro lado, las legislaciones medioambientales laxas son otro factor que hace mover la producción. La industria tóxica migra hacia los países que la toleran (de nuevo, suelen ser los del Sur), y por lo tanto les perjudica más que a los que no la permiten. Sin embargo, éstos también reciben la contaminación a través del viento y de las corrientes marinas o subterráneas.

**ASPECTOS SOCIALES** El hecho de que los “ricos” estén en mejor posición para seguir enriqueciéndose, y por lo tanto que aumenten las desigualdades, es intrínseco al sistema vigente, no depende del lugar de producción. Pero, si ésta se aleja, se hace más difícil conocerla e inspeccionarla, y le resulta más fácil transgredir legislaciones o estándares éticos. Estar fuera de control es especialmente fácil para las grandes empresas multinacionales: como están “en todas partes”, no está claro a quién tienen que rendir cuentas; además, su poder les permite ser ellas mismas quienes establecen las reglas del juego. A medida que crece el alcance del sistema, se hace más difícil gobernarlo democráticamente.

En los países receptores de la migración de la producción, la mano de obra es barata no sólo por el cambio de moneda, sino porque los salarios son bajos respecto a su propio nivel de vida. Esto es posible gracias a la represión social (los trabajadores suelen estar sometidos a violencias de todo tipo, los sindicatos suelen estar prohibidos, etc.). Por otro lado, los países que quieren seguir atrayendo la producción global han de ofrecer unas condiciones laborales y medioambientales cada vez más pobres, porque éstas son justamente las ventajas que motivan la migración de la producción. Para ser “competitivos”, deben ser “cuanto peores, mejor”.

**CALIDAD DE LOS PRODUCTOS** A priori es independiente del lugar de producción, pero se puede ver afectada por la falta de control sobre la producción global. Por otro lado, como ésta se suele llevar a cabo en condiciones laborales pobres, es más fácil que los trabajadores no se sientan estimulados a trabajar con esmero. También, el hecho de buscar condiciones laborales pobres puede ir asociado con poca preocupación por la calidad por parte de la empresa productora.



## Regalar puede ser fácil y agradable

A veces, hacer un obsequio nos resulta un problema: no se nos ocurre ninguna "buena idea". A menudo, también es un problema decir qué nos gustaría que nos regalaran.

Aquí ofrecemos algunas ideas para que tanto regalar como recibir regalos sea más fácil.



Hacer un regalo en principio es un acto sencillo y agradable, pero a veces nos cuesta encontrar qué regalar. Acabamos yendo a una tienda de objetos de regalo para comprar "algo", y nos llevamos un objeto "bonito", pero a menudo inútil. Todos hemos experimentado alguna vez la contradictoria sensación de agradecer un obsequio y a la vez no saber dónde "ponerlo".

El primer paso para hacer un regalo realmente agradecido, es pensar en la persona a quien va dirigido: ¿Qué gustos tiene? ¿Qué necesita? ¿Qué puede hacerle ilusión? Puede pasar que no dispongamos de mucho dinero o que queramos ser originales pero no se nos ocurra ninguna "buena idea". Con un poco de imaginación se pueden encontrar obsequios útiles, originales y baratos. Incluso los podemos hacer nosotros mismos; aquí damos un par de ideas.

¿Y para recibir regalos? Muchas veces, cuando nos preguntan "¿Qué necesitas? ¿Qué te gustaría que te regalara?", no sabemos qué responder. Puede ser una buena costumbre ir haciendo una lista de cosas que día a día vemos que necesitamos o que nos gustaría tener.

**Todos hemos experimentado alguna vez la contradictoria sensación de agradecer un obsequio y a la vez no saber dónde "ponerlo"**

### *Velas de diseño único*

En un recipiente al baño maría calentamos parafina sólida o cera natural (se pueden encontrar en las buenas droguerías), o una mezcla de las dos. Podemos añadir un lápiz de cera, para darle color, y aceites esenciales para perfumarla. Previamente habremos contruido moldes de cartulina, en forma de cubo, cilindro o prisma; para que la parafina no se escape por las esquinas hay que sellar bien las juntas con cola adhesiva. Podemos añadir conchas, ramitas u hojas, que decorarán la vela. Sostenemos un hilo grueso de algodón que toque el fondo del molde, mientras vertemos la parafina. En pocos minutos se solidifica y podemos dejar de aguantar el hilo. Cuando se haya enfriado, retiramos el molde. También podemos verter la parafina en un recipiente que ya será el candelabro.

### *Una agenda personalizada*

Cortamos papel de la medida que queramos la agenda. Escoger con delicadeza el color o la textura ayuda a obtener un mejor resultado. Trazamos una línea horizontal que divida la hoja en dos partes, dejando margen para encuadernar. Hacemos lo mismo en el reverso del papel. Cada hoja quedará dividida en cuatro partes que corresponden a cuatro días del año. Con ayuda de un calendario escribimos en cada cuadro el día y otras informaciones que creamos convenientes (por ejemplo, nuestro aniversario...). También podemos añadir decoraciones de todo tipo. La agenda puede tener secciones como un bloc de notas o un directorio de teléfonos, separadas por cartulinas. Al principio podemos poner una hoja con los datos del futuro propietario. Finalmente, cortamos dos cartulinas gruesas que hagan de tapa, y agujereamos todas las hojas y las cubiertas para poner anillas. Otra posibilidad es llevar la agenda a una casa de encuadernación.



Hoy, la elaboración de pasta está muy automatizada. Pastas Gallo explica que sus productos "no han sido tocados por la mano del hombre en ningún punto de la cadena productiva". En consecuencia, su plantilla se ha reducido en un 25% los últimos 5 años. Lo mismo sucede en todos los sectores productivos. La eliminación de miles de puestos de trabajo no impide a empresas muy bien situadas hacer tanto trabajo como antes. Lo que pasa es que, simplemente, se puede realizar con menos mano de obra.

**EL ENIGMA ES: con los avances más y más rápidos en la automatización de muchos procesos...¿por qué seguimos trabajando 8 horas al día, si hay tanto paro y cada vez somos más gente?**

Supongamos que trabajásemos 5 horas cada día, o quizás 4 días cada semana, u 8 meses al año. Seguramente estaríamos menos estresados... Tendríamos tiempo

**Con la automatización de muchos procesos, el trabajo puede realizarse con menos mano de obra.**

para imaginar formas de llenar el tiempo libre, yendo más allá de comprar ofertas de ocio "precocinadas"... Y desaparecería la presión para producir "cualquier cosa" para generar los

empleos que nos dan poder adquisitivo para comprar cualquier cosa producida gracias a los puestos de trabajo (más precarios que los anteriores) que nos dan poder adquisitivo para comprar cualquier cosa producida... sobreexplotando muchos recursos naturales y dificultando que disfrutemos de la vida a placer.

El economista Edmund Phelps da una respuesta al enigma: "La inseguridad que pesa sobre los trabajadores, permite a los empresarios reducir los costes salariales, crear puestos de trabajo [...] especialmente en el sector servicios [que no sólo están] mal pagados, sino que además son precarios". En otras palabras: que haya paro es necesario para que la población esté dispuesta a coger "cualquier cosa", y se puedan reducir los costes laborales. El Fondo Monetario Internacional decía en 1994: "Los gobiernos europeos no deberían permitir que el temor por las repercusiones de sus acciones sobre la distribución de las rentas les impidiera llevar a cabo con más audacia una reforma del mercado de trabajo [que] pasa por la revisión del subsidio de paro, del salario mínimo legal y de las disposiciones que protegen el trabajo". En marzo de 1996 se anunció la creación de 705.000 empleos en Estados Unidos; en consecuencia, la bolsa de Nueva York sufrió la caída más fuerte desde 1991. El diario francés Le Monde comentaba al respecto: "Las plazas financieras parecen vulnerables a cualquier mala noticia" (el subrayado es nuestro).

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) se encarga de establecer estándares internacionales en aspectos laborales. Podría establecer una convención como ésta:

- Considerando que el paro está siendo tan extendido y de larga duración que en la actualidad hay muchos millones de trabajadores en todo el mundo que sufren dificultades y privaciones de las cuales no son responsables personalmente y de las cuales tienen en justicia el derecho de ser liberados;
- Considerando que es deseable que los trabajadores, en la medida de lo posible, puedan compartir los beneficios de los rápidos progresos técnicos característicos de la industria moderna; y
- Considerando que en cumplimiento de las Resoluciones ya adoptadas por la OIT es necesario hacer un esfuerzo continuado para reducir en lo posible las horas laborales en todas las formas de ocupación,

Los países de la OIT que ratifiquen esta Convención declaran que están de acuerdo en

- a. que el principio de la semana de X horas se aplique de tal forma que el nivel de vida no se reduzca en consecuencia; y
- b. tomar o facilitar las medidas que se crean oportunas para conseguir este objetivo.

De hecho, éste es el texto de la Convención de la Semana de Cuarenta Horas (cambiando "40" por "X"), que la OIT tomó... ¿en qué año? Pista 1: desde entonces ha habido una Guerra Mundial. Pista 2: los primeros ordenadores aparecieron 10 años más tarde; la automatización electrónica masiva es, por lo tanto, posterior. Pista 3: la misma OIT había establecido la semana de 48 horas sólo 16 años antes: en 1919.



## La jornada laboral ¿Por qué trabajamos tanto?

Desde que se estableció la jornada laboral de 40 horas semanales, se han producido grandes avances tecnológicos. Parece que no sería necesario trabajar tantas horas. Pero ello provocaría menos demanda de trabajo, y los costes salariales tendrían que ser mayores.





## ¿Cuánto lugar ocupa el saber?

por Toni Juan Hormigo

El poder siempre se ha basado en el control de algo fundamental y nuevo por parte de una minoría o élite. Durante mucho tiempo, quien tenía acceso a los libros (a la información) tenía el poder. Hoy en día, el poder está en la mano de aquellos pocos que saben qué es lo que vale la pena leer.

Toni Juan Hormigo es la oveja negra de una familia de artistas ibicencos. En su tiempo libre trabaja como profesor titular en la Universitat Politècnica de Catalunya.

A lo largo de la historia de la humanidad, el poder se ha basado en el control de algo fundamental y nuevo por parte de una minoría o élite. Empezando por el control del fuego, y seguido por el control de las fuentes de alimentación (agricultura, ganadería), los procesos de fabricación industrial y, hoy en día, el control de la información.

Hasta la invención de la imprenta por Gutenberg en 1493, la vida era local y la transmisión del conocimiento oral. Sólo unos pocos privilegiados tenían acceso a los escasos libros existentes. Con la llegada de la imprenta se hace posible la difusión del libro a grandes cantidades de personas, y empieza a ser normal entre la población saber leer y escribir. De todas formas, un libro seguía siendo algo demasiado caro para que pudiera ser accesible para la mayoría. Añadimos la revolución industrial a la imprenta, y ya tenemos libros baratos para todos.

Sólo en España, se editaron más de 62.000 libros en el año 2000, de los que 46.680 eran primeras ediciones. Desde el punto de vista de nuevo conocimiento, para abarcar todo lo que se publica en España deberíamos leer 128 libros al día, 365 días al año. Si miramos qué pasa en todo el planeta, resulta que el total de libros distintos disponibles se acerca hoy en día a los 200 millones.

Si tenemos en cuenta que la esperanza de vida al nacer en España está entre los 75 y los 82 años, y que en los primeros diez años de nuestra vida tenemos suficiente trabajo con aprender a leer, nos quedan una media de 68 años útiles para leer. Ni el mejor de los lectores sostiene un ritmo de más de un libro, cuatro revistas y catorce diarios por semana. Siendo muy optimistas, esto nos da un límite de 3.536 libros, 14.144 ejemplares de revistas y 49.504 periódicos en toda la vida.

Por suerte o por desgracia, el conocimiento sólo aumenta (aunque una pequeña parte, de valor incalculable, se

pierde por culpa de guerras o la desaparición de culturas ancestrales). Nos encontramos ante demasiado conocimiento acumulado para que una sola persona pueda abarcar una ínfima parte del total.

Hoy en día, la mayor parte de la población de los países que denominamos desarrollados tiene acceso a toda la información disponible de forma instantánea. Hemos pasado del control del acceso a la información al control del acceso a la clasificación de la información. Seguimos obsesionados con la cantidad, cuando nos deberíamos preocupar de la calidad. Ninguno de nosotros podrá leer en toda

su vida ni una millonésima parte de todo el conocimiento que se ha creado y acumulado de forma escrita. ¡Qué horror!, ¡qué presión para los pobres lectores ilustrados, que se quedan paralizados viendo cómo se les escapará el 99,9999% de dicho conocimiento! Lo más interesante es que sólo el 0,0001% de todo ese conocimiento merece ser leído, y el verdadero problema, el que a mí me quita el sueño, es el de saber qué 0,0001% leer.

Y volvemos al punto de partida. Hoy en día, para muchos, lo importante no es tener acceso a la información, sino tener acceso a la información que merece ser leída. Aquí es donde juega un papel crucial la figura del clasificador/seleccionador de la información, esas pocas personas y/o medios de comunicación en los que confiamos para que nos informen y nos aconsejen por donde seguir, qué vale la pena leer.

**Sólo el 0,0001% del conocimiento escrito merece ser leído, y el verdadero problema, el que a mí me quita el sueño, es el de saber qué 0,0001% leer**

Hoy en día el poder está en la mano de aquellos pocos que saben qué es lo que vale la pena leer. La mayor duda que me queda es la de saber si no habré contribuido a ese 99,9999% de material escrito que confunde al lector y esconde ese 0,0001% que merece ser leído.



Biblioteca Nacional de la República Checa, Praga.

Los supermercados están diseñados para que los carritos lleguen lo más llenos posible a las cajas. De hecho, es bastante inusual que contengan sólo lo que habíamos apuntado en la lista de la compra. Los expertos en *merchandising* conocen muy bien la psicología de los consumidores, e incluso las tendencias del cuerpo humano. En algunos puntos de venta hay cámaras de video para estudiar el comportamiento de los consumidores.

**UBICACIÓN** Los supermercados están en lugares de fácil acceso en coche. Suelen tener parking y una gasolinera cerca. Si el importe de la compra es superior a cierta cantidad, te "regalan" gasolina y un rato de parking gratis.

**APARIENCIA EXTERIOR** Es impecable y luminosa, con grandes ventanales. La puerta te invita a entrar: es ancha, transparente y automática.

**ARQUITECTURA INTERIOR** La entrada y los pasillos laterales son amplios y acogedores. Las estanterías se disponen de forma que sigas un determinado circuito. Los pasillos interiores no son muy anchos, para que mires los estantes de ambos lados.

**DISTRIBUCIÓN DE LAS SECCIONES** Tenemos la tendencia natural de mirar hacia la derecha cuando entramos en un lugar. Por eso, toda la superficie es a la izquierda de la entrada, y a la derecha se ponen artículos que no pensabas comprar en el supermercado (ropa, pilas, herramientas, artículos de fotografía y sonido...). En las "zonas calientes" (por donde seguro que pasa todo el mundo:

entrada, pasillos grandes, cajas) se ponen artículos superfluos, y en las "zonas frías" (fondo, rincones) hay los artículos de primera necesidad. De hecho, éstos están repartidos por todas

partes para que recorras el máximo de superficie.

Cuando entras, tu prioridad es comprar lo que sabes que necesitas (comida, normalmente), y cuando ya lo tienes están más abierto a distraerte con otras cosas. Per eso, las secciones "accesorias", como la cosmética, están entre la alimentación y las cajas. Mientras haces cola en la caja es cuando estás más nervioso. Per eso se ponen ahí artículos "autogratificantes", como golosinas, bombones o helados.

**DISPOSICIÓN EN LOS ESTANTES** Se distinguen tres alturas. El nivel de los ojos es el primero que se ve, y donde se ponen artículos caros o que den un margen comercial mayor. El nivel de las manos es de donde es más fácil coger cosas, y se ponen productos superfluos. El nivel de los pies te obliga a agacharte, y se ponen las cosas más necesarias (sal, aceite, detergentes). Al principio de la "góndola" (estantería) se ponen las promociones o artículos llamativos. Se suelen poner artículos complementarios juntos, para que compres por asociación de ideas (por ejemplo, se pone la salsa de tomate al lado de la pasta).

Los estantes están muy atiborrados, lo cual da sensación de abundancia, y por lo tanto de seguridad.

**CARRITOS** Las ruedas están hechas de forma que el carrito tiene tendencia a desviarse hacia la izquierda. Así lo empujas con la mano izquierda, y la derecha te queda libre para coger productos. También sirve para que te acerques a los estantes. Tirar el carrito atrás es incómodo, para garantizar la "fluidez del tráfico". En las zonas donde no te tienes que parar, el pavimento deja deslizar bien el carrito, mientras que donde tienes que ir más despacio es más rugoso.

**PRECIOS** Si les falta un duro para llegar a un centena o millar parecen más bajos de lo que son (si algo cuesta 3995 ptas. te fijas en el "3", cuando en realidad es como si costara 4000). Si están escritos a mano y en carteles grandes y visibles dan la impresión de "cosa barata".

**AMBIENTACIÓN** Un supermercado nunca es un lugar inhóspito. La temperatura es agradable. El color de la luz varía según las secciones: en la carnicería es rojiza, en los quesos es amarilla, en la pescadería es azulada y en las verduras es verde. Cuando hay poca gente, la música es lenta para que te entretengas, y cuando hay mucha es rápida para que aligeres el ritmo.



## Merchandising

*Merchandising* es la palabra que identifica la técnicas que se usan en los puntos de venta para incrementar el consumo. En los supermercados y grandes superficies, no hay nada que no esté pensado para hacernos consumir cuanto más mejor.





## El último palillo

Se ponen 15 palillos sobre una mesa, tal como se ve en la figura. Juegan dos jugadores, que tiran alternadamente. Cada tirada consiste en retirar el número de palillos que se quiera, pero de una misma columna. Pierde el jugador que tiene que retirar el último palillo.

## Sabidurías

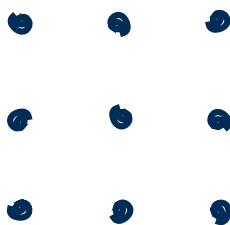
*Es más fácil cubrirnos los pies con sandalias que cubrir la Tierra con alfombras.*

Proverbio indio

*No puedes tener un dominio mayor ni menor que el que tengas sobre ti mismo.*

Leonardo da Vinci

## Cuatro rectas



Sin levantar el lápiz del papel, se pueden trazar cuatro líneas rectas que unan los 9 puntos del dibujo, sin pasar dos veces por un mismo punto.

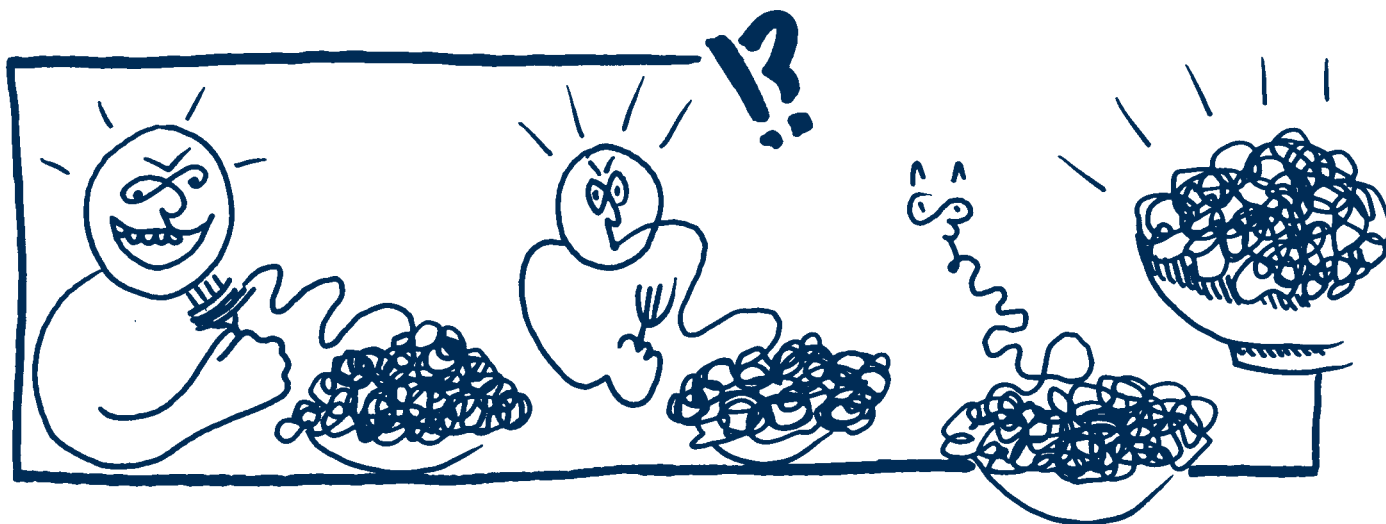
Pista: no hay más restricciones que las que hay. 😊

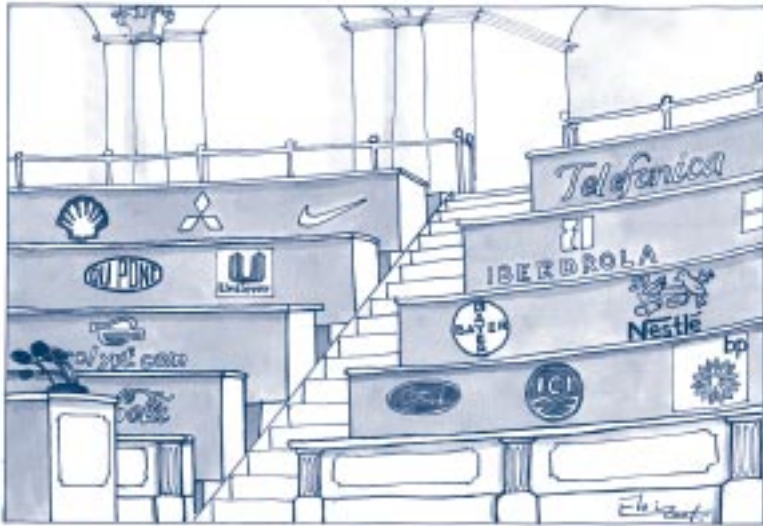
## Megacifras

La carne de cerdo es omnipresente en nuestras mesas. ¿Os habéis preguntado alguna vez cuántos cerdos "gastamos"?

En Cataluña, se sacrifican para destinarlos a alimentación **un millón de cerdos cada mes.**

(Fuente: Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca de la Generalitat)





Según se ha dicho “toda la vida”, votar es el principal medio que tenemos para influir sobre cómo se gobernará nuestra sociedad. ¿De dónde sale, pues, esto de que influimos más en la sociedad cuando compramos que cuando votamos?

Pues viene del hecho que existen una serie de mecanismos que permiten una relación muy estrecha entre el poder económico y el político. No hablamos de corruptelas (que por otra parte también existen). Nos referimos a mecanismos institucionales, establecidos públicamente. Eso sí: no se habla mucho de ellos, se mantienen en un cierto “secreto”. Por ello no es habitual que sepamos que existen, y es menos habitual aún que conozcamos sus efectos sobre la sociedad.

**Quizás lo que potenciamos con nuestro consumo es contradictorio con lo que quisiéramos potenciar a nivel social**

Algunos de estos mecanismos son una presencia privilegiada en instituciones intergubernamentales (como la Organización Mundial del Comercio o las Cumbres sobre distintos temas), los grupos de presión o *lobbies*, o la financiación de campañas electorales. En los artículos de esta sección explicaremos cómo funcionan y veremos que, efectivamente, quien toma las decisiones importantes es el poder económico. Luego, nos podremos preguntar: si hay alguna situación en el mundo que nos parezca injusta, y contra la cual quizás luchamos a nivel social... ¿podría ser que se hubiera forjado gracias a nuestro consumo? O bien: las propuestas sociales que nos parecen más positivas, y a favor de las cuales quizás trabajamos... ¿podría ser que con nuestro consumo estuviéramos dificultando que se lleven adelante? En este primer número, dejemos que nos expliquen los vínculos que hay entre los poderes económico y político sus propios protagonistas.

## ¿Por qué los votos en la tienda son tan importantes?

*Son más influyentes los “votos” en las tiendas que los votos en las urnas.*

Este lema expresa la motivación que nos lleva a consumir de forma crítica. El objetivo de esta sección es explicar por qué este lema tiene sentido.

*Acceso significa llamar a Khol y recomendarle que se lea un informe. También significa que John Major te llame para agradecer los puntos de vista de la ERT, o comer con el primer ministro sueco justo antes de la decisión sueca de incorporarse a la Unión Europea.*

Keith Richardson,  
en abril de 1993, cuando era secretario general de la ERT  
(*European Round Table of Industrialists*, un grupo de presión europeo).

*Lo que nos ha impedido ganar de nuevo en el Congreso es que los republicanos han recibido 22.500 millones de pesetas más que nosotros.*

Bill Clinton,  
cuando era presidente de Estados Unidos, después de que el Partido Demócrata perdiera las elecciones al Congreso norteamericano en 1994.

*Reivindico la primacía de la política sobre un mercado que parece ser el nuevo amo del juego, que se impone a nuestras sociedades [...]. El mercado es una potencia anónima, con designios misteriosos, de la que se habla como de una persona a quien se atribuyen los poderes más impresionantes, a quien se presta una racionalidad infranqueable y que está en el camino, ni más ni menos, que de imponerse a la democracia [...].*

Philippe Séguin,  
presidente de la Asamblea Nacional francesa, en enero de 1997.

*La confianza y el compartir información entre las empresas y los gobiernos nunca puede ser excesiva. [...] No es sorprendente que hayáis tenido una influencia capital en el resultado [de las conversaciones].*

Pascal Lamy,  
comisario de comercio de la Unión Europea, en mayo del 2000 en una conferencia dirigida al TABD (*Transatlantic Business Dialog*, un órgano consultivo formado por grandes empresas), después de hablar sobre la incorporación de China a la Organización Mundial del Comercio.



## Crecimiento y sostenibilidad

### ¿Qué podemos aprender de la historia?

El esplendor de una sociedad genera entusiasmo, hoy y siempre. La satisfacción por el desarrollo conseguido nos hace querer llegar siempre más allá. El crecimiento de las civilizaciones de las que hablamos en este artículo, sin embargo, se truncó cuando el medio no dio más de sí. Mirándolo desde nuestros días, pensamos que la caída se debió a limitaciones insuperables: en Sumeria y Centroamérica las condiciones agronómicas eran pobres, y la Isla de Pascua está aislada en medio de un vasto océano (es la que está más lejos de otra isla o continente). En cambio ahora, pensamos, no tenemos estas limitaciones: nos podemos establecer en *cualquier* lugar del planeta, y tenemos acceso a *todos* sus recursos. Claro que... ¿quizás la Tierra es un planeta minúsculo aislado en medio de un vasto universo?

En la prehistoria, los humanos se alimentaban de lo que recogían y cazaban. A medida que la población crecía, iba moviéndose hacia nuevos territorios. Pero llegó un momento en que ya eran demasiados para seguir con esta dinámica, y tuvieron que buscar nuevos mecanismos para sobrevivir. Así nació la agricultura.

Un campo lo puede cultivar una familia, pero da comida para mucha más gente. Así, por primera vez hubo personas que podían comer sin tener que cazar ni cultivar, y se dedicaron a la artesanía, la construcción, la política, la religión, etc.

Para el sostenimiento de una sociedad era indispensable que el superávit de comida que producían los agricultores fuera suficiente para alimentar a los ciudadanos que se dedicaban a otras cosas. El incremento en el superávit de comida y el incremento en la demografía forman una espiral que permite avanzar en desarrollo... mientras no se sobrepase la capacidad del medio, tal como les ocurrió a algunas civilizaciones antiguas.

ES EL CASO DE SUMERIA, una sociedad que ideó una forma de escritura (parece que fue la primera del mundo), se rigió por instituciones políticas altamente desarrolladas, y destacó en la contabilidad, las ciencias y las artes. Sumeria estaba en la parte baja de Mesopotamia, donde la climatología hacía indispensable regar los cultivos, y la geología hacía que el agua de riego, con sus sales minerales, quedara empantanada. El calor evaporaba el agua de la superficie, y quedaba una capa de sal en el suelo que impedía seguir cultivando. Cuando un campo se salinizaba, pasaba a cultivarse tierra nueva, hasta que ya no quedó más. Alrededor del 2000 aC se cosechaba un tercio del grano que recogía el 2500 aC. Las distintas ciudades-estado fueron conquistadas a medida que las cosechas declinaban. Después de 1800 años de civilización, Sumeria se convirtió en un territorio despoblado y pobre perteneciente al imperio babilonio, que tenía el centro en la parte alta de Mesopotamia.

EN LAS LADERAS DE LAS MONTAÑAS DE CENTROAMÉRICA, el suelo se erosiona. Los mayas las pudieron cultivar porque construyeron terrazas, y también cultivaron zonas pantanosas gracias a un complejo sistema de acequias. Ello les permitió formar una gran civilización, brillante en las matemáticas, la astronomía y todas las formas de arte. Cada vez se construían más y mayores pirámides,

lo cual requería cantidades crecientes de mano de obra y por lo tanto de superávit de comida. Pero a los mayas tampoco se les ocurrió tener en cuenta las restricciones impuestas por el medio. Las últimas investigaciones arqueológicas señalan que el sistema agrícola fue insuficiente para alimentar a la población hacia el año 800. En este caso no hubo conquistas externas, pero proliferaron las peleas internas para quedarse con la escasa comida que había. Ambas cosas provocaron una gran caída demográfica, y la estructura social se desmoronó. Los pocos supervivientes se dispersaron (más tarde formarían otro núcleo, más al norte), y la jungla enterró las ciudades en cuestión de décadas.

**El incremento en el superávit de comida y en la demografía forman una espiral que permite avanzar en desarrollo... mientras no se sobrepase la capacidad del medio**

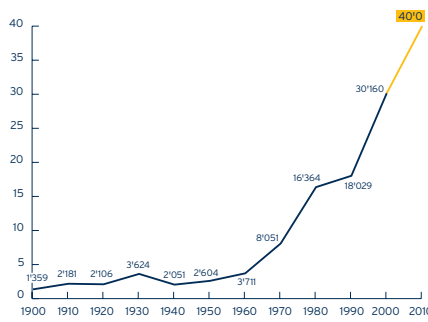
CUANDO LOS POLINESIOS LLEGARON A LA ISLA DE PASCUA, en el siglo V, la encontraron tapizada de palmeras gigantes. Se alimentaban básicamente de pollos y boniatos, un cultivo que no requería demasiados esfuerzos y dejaba mucho tiempo libre. Ello les permitió crear una de las sociedades más avanzadas de la Polinesia. La población llegó a ser de unos 8.000 habitantes, que se dedicaron mucho a actividades ceremoniales. Levantaron las famosas estatuas de piedra, los moais, y los diferentes clanes rivalizaban para hacer más y más grandes. Hay distintas teorías para explicar cómo se transportaban los moais desde las canteras hasta los lugares donde se erigían, pero parece que lo más probable es que se llevaran sobre troncos rodando o sobre raíles de madera untados con aceites vegetales. Lo cierto es que hubo una intensa deforestación, lo cual trajo a su vez erosión del suelo, pérdida de cultivos, escasez de madera para construir casas y barcos... y peleas entre los clanes, e intensificación de la obsesión para hacer estatuas cada vez más espectaculares (las dos mayores se han encontrado inacabadas, en la cantera). La espiral que avanzaba hacia el esplendor, de repente resultó avanzar hacia la aniquilación. En 1722 llegó a la isla el primer navegante occidental; cada clan aún veneraba sus moais. Cuando se volvió en 1774, quedaban escasos árboles y unas 600 perso-

nas. Ya no hacían actividades rituales, y cada clan había destruido los moais de los demás. Los arqueólogos han encontrado evidencias de canibalismo, y pinturas de pájaros volando; sin madera para construir barcos, poderse escapar de la isla volando debía ser digno de veneración.

La Isla de Pascua es un pequeño triángulo de unos 22 kilómetros de largo por 11 de ancho. Sus habitantes la podían recorrer a pie en un día; les era fácil ver cuántos árboles quedaban...

EN EL SIGLO XXI, el crecimiento en demografía es espléndido. Los *Homo Sapiens Sapiens* hemos tardado 30.000 años en llegar a ser 3.000 millones, y sólo 39 años en ser 3.000 millones más. Según la ONU, los próximos 3.000 millones llegarán en 40 años. El desarrollo de la civilización también avanza a buena marcha: tenemos muchos proyectos de crecimiento que nos permitirán multiplicar muchos números en poco tiempo. Por ejemplo el Plan Delta, que prevé doblar la superficie del puerto de Barcelona en sólo 10 años. El Plan incluye hacer una tercera pista en el aeropuerto, porque el tráfico de pasajeros también se doblará en 10 años, y desviar el tramo final del río Llobregat.

El Plan Delta se ha elaborado con el ánimo de que Barcelona tenga esplen-



Evolución del movimiento de mercancías en el puerto de Barcelona durante el siglo xx (en millones de toneladas). En amarillo, la previsión del Plan Delta.

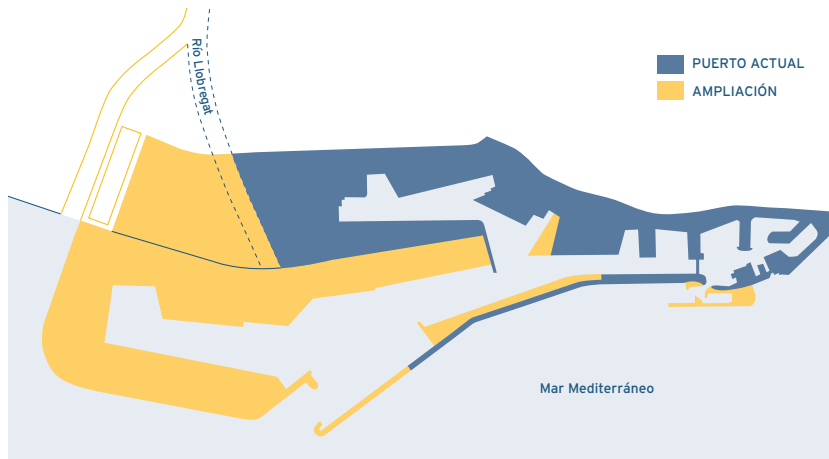
FUENTE: Autoritat Portuària de Barcelona.

dor, y que tenga más que otras ciudades. Nos lo cuenta Joaquim Tosas, presidente del Puerto de Barcelona, en su epílogo al libro *El Port de Barcelona* (Lunwerg editores): "Estamos hablando de que el Puerto de Barcelona llegue a ser el principal centro logístico [del sur de Europa y del Mediterráneo]. [...] Tenemos que crecer si no se quiere correr el riesgo de quedar atrasados respecto a nuestros competidores".

Este escrito de Joaquim Tosas empieza con esta frase: "La historia nos alecciona".

Obras previstas en el Plan Delta. En amarillo, la superficie que se añadirá al puerto y el tramo desviado del río Llobregat. En línea de puntos, el curso actual del río.

FUENTE: Autoritat Portuària de Barcelona.



## SUSCRIPCIONES Y COLABORACIONES

Opcions

Nombre y apellidos .....  
 Domicilio .....  
 Dirección electrónica .....  
 Código postal ..... Población .....

### Subscripción

- Cheque a nombre de Centre de Recerca i Informació en Consum, por valor de 18 euros (3.000 ptas.).  
 Domiciliación bancaria

Català Titular de la cuenta ..... NIF ..... Fecha .....  
 Castellano Banco o Caja de Ahorros .....  
 Número de cuenta: Entidad ..... Oficina ..... D.C. .... Núm. libreta o CC .....  
 Domicilio de la sucursal .....  
 Código postal ..... Población .....

### Colaboración

Quiero colaborar con el CRIC mediante .....

Firma



Los votos en las tiendas  
son más influyentes  
que los votos en las urnas

## SUSCRIPCIONES Y COLABORACIONES

*Opcions* es la primera publicación con información práctica para un consumo crítico que se edita en España. El CRIC no recibe financiamiento estable de ninguna institución pública ni privada. Los dos primeros números se editan gracias a una subvención de la Fundació Jaume Bofill, y son gratuitos. A partir del número 3, la revista se distribuirá sólo a los suscriptores.

El precio de la suscripción anual (6 números) es de 18 euros (3.000 ptas.)

También puedes dar apoyo al CRIC proporcionándonos información, ideas, material, dinero, o colaborando con nosotros.

La continuidad de *Opcions* más allá del tercer número está supeditada a una buena acogida por parte de los lectores.

Si estás interesado/a en la información que ofrecemos a través de esta revista, es importante que te suscribas.

Da *Opcions* a otra persona. ¡ Pásala !