

Opcions

Núm. 3
Maig/juny 2002

INFORMACIÓ
PER AL
CONSUM

Les neveres

Empresa gran,
empresa petita

On trobar productes
de Comerç Just

El rentat verd d'imatge

Opcions

Revista bimestral

Direcció: Montse Peiron

Redacció: Isabel Atela, Montse Peiron

Col·laboracions: Alberto Benbeniste, David López, Vanessa Maxé, Xavier Miró, Carles Porcel, Álvaro Porro, Albert Recio, Manolo Vílchez

Correcció: Gustau Erill, Mariona Ferrer, Meritxell Subirana

Disseny gràfic i maquetació: Muntsa Busquets, Pep Sansó

Fotografia: Betty Navarro. Secció *Viatges*: Manolo Vílchez

Humor i il·lustracions: Laia Olivares

Impressió: El Tinter, S.A.L.

Dipòsit Legal: B-17766-2002

Impressió en paper reciclat

Us agraïrem que, si reproduïu de la manera que sigui qualsevol part de la revista, en citeu la procedència

Aquesta revista també s'edita en castellà

EDITORIAL

Als dos primers números d'Opcions dèiem que la revista tindria continuïtat si despertava prou interès entre els lectors. Esteu llegint el número 3, i això vol dir que la rebuda ha estat suficientment bona. Seguim, doncs, facilitant aquesta informació per al consum crític que demaneu.

Per fer-ho calen recursos econòmics, és clar, que han de provenir de les subscripcions i la publicitat. Pel que fa a subscripcions, vam preveure que calia tenir-ne 500 el juny i 1.000 a final d'any. En el moment d'escriure aquesta editorial hem superat el mig miler (entre individuals i d'entitats), i per tant s'ha aconseguit el que calia. Les mostres d'interès que rebem diàriament ens fan pensar que a final d'any arribarem a les mil subscripcions que necessitem. Donem les gràcies a totes les persones i entitats que ens heu donat suport més enllà de les subscripcions.

Números 1 i 2, esgotats, a la web

Molts subscriptors i gent interessada ens demaneu que us enviem exemplars dels números 1 i 2. Malauradament, l'edició en paper ja s'ha esgotat, però els podeu baixar en format *pdf* des de la nostra web:

<http://cric.pangea.org>

Cartes a Opcions

Envieu-les a:
Revista OPCIONS
Ausiàs Marc 16, 3er 2a
08010 Barcelona

Indiqueu el vostre nom i adreça.

Informació sobre aliments transgènics

La normativa europea actual d'etiquetatge obliga a declarar, a l'etiqueta dels aliments, si contenen algun ingredient derivat de soja o blat de moro transgènic, i si contenen algun additiu o aroma transgènic. Però si l'ingredient és a l'aliment en una proporció molt petita, no és obligatori declarar-ho.

Aquest maig, Greenpeace ha presentat dues llistes amb marques, tant comercials com blanques (de cadenes de distribució). La **llista verda** conté marques d'empreses que han garantit per escrit que els productes no contenen cap mena d'ingredient transgènic ni derivat, i la **llista vermella** conté marques d'empreses que no ho poden garantir. Les llistes s'actualitzen regularment.

Les dues llistes, i molta altra informació relacionada amb els aliments transgènics, les podeu trobar a

www.greenpeace.es

CARTES DELS LECTORS

- ▶ En alguna propera revista valdria la pena comentar una mica "a fons" (dins les possibilitats...) el tema dels transgènics. Ho dic perquè ja l'esmenteu un parell de cops al número 2, crec que comentant que algun producte ho és. Però –i tampoc no és que em sembli malament– no en feu cap judici, és a dir, tampoc dieu si se suposa que això és bo o dolent, o "què vol dir" que porti transgènics. Si no saps què són, potser un es queda una mica parat en llegir-ho. I ja que l'esperit de la revista és purament informatiu i fins ara no es fan gaires "judicis de valor" sinó

que es deixa que el lector tregui les seves pròpies conclusions, no estaria malament algun dia fer un apartat per explicar què són els organismes modificats genèticament, si tenen etiquetes que els distingeixen o no, avantatges i desavantatges, publicar una llista de les empreses-productes que han confirmat que no en porten, les que sí i les que no han dit res... (a la web de Greenpeace hi ha informació sobre això).

Santi Gorostiza
Barcelona

SUMARI

- ▶ Després de llegir el número 2 de la revista *Opcions* trobo a faltar un element que considero de vital importància per poder avaluar els diferents productes que vostès estudien.

Aquest element, almenys de la mateixa importància ètica que la resta dels altres aspectes considerats (medi ambient, social, etc.) és l'experimentació amb animals que, desgraciadament, encara fan algunes empreses.

Crec que donar al consumidor responsable informació sobre si els productes que compra estan fabricats, o no, amb experimentació animal, és una dada importantíssima per prendre una decisió de compra d'acord amb els valors ètics de cada persona. Tenint en compte que cada vegada és més gran el nombre de persones que donen a aquest aspecte la important rellevància que té, no es concep que una revista com *Opcions*, de nova aparició i amb desitjos de ser puntera en els aspectes ètics, pugui obviar l'experimentació amb animals en els informes que facilita als seus lectors.

En definitiva, crec que compartireu amb mi l'opinió que una revista i uns estudis que no contemplin la informació sobre experimentació animal, avui són totalment obsolets i incomplets, i a més no recullen en la seva totalitat els valors ètics de la societat.

Encarna Coll Villar
Madrid

- ▶ Crec que ja era hora que algú realitzés la tasca que ara esteu desenvolupant valtors. Imagino que no és fàcil. És molt important conèixer totes les premisses a l'hora de poder fer una bona elecció, en totes les situacions, i més en tot el que envolta el consumisme del qual tots fem ús. Cal apostar pel consum crític.

Al contrari que d'altres companys, jo he trobat molt interessants les explicacions sobre els processos productius dels diferents productes que es tracten. Però m'agradaria més que us centréssiu primordialment en productes alimentaris.

He trobat molt gratificants aquests dos primers números, per aquest motiu m'he animat a subscriure'm i animaria tots els que han tingut un exemplar a la mà a què us donin suport, ja que la informació és molt valuosa.

Gemma Martínez Llauredó
Tarragona

- ▶ No trobo gaire necessària una secció sobre viatges, per molt interessant que pugui ser, quan una altra secció ha desaparegut per falta d'espai.

També penso que s'hauria de polititzar més el contingut de la revista. Estic d'acord que en certa manera votem amb la nostra actitud davant el consum, però si no ens mobilitzem al carrer i ens organitzem de manera més "sorollosa", no deixarem mai de ser una minoria pintoresca. La fam i la destrucció i expoliació al tercer món (i al primer) és molt més crua que el que pugui reflectir tot un conjunt de dades estadístiques. I se'ns acaba el temps.

M'agradaria tenir alguna informació sobre els anunciants de la revista, per saber fins a quin punt es pot "vendre" el seu missatge. No és cap crítica ni pretenc ferir susceptibilitats, però sóc músic amateur i una vegada vaig tocar en una casa okupada a Vevey (Suïssa), on agraïen el suport que havien rebut de l'empresa Nestlé sense cap mena de vergonya. Probablement aquest suport era una rentada de cara i a més devia desgravar. Tothom té un preu?

Daniel Fossas i Pauné
Girona

- ▶ Com a lector del número 2 d'*Opcions* i de *The Ethical Consumer* a Escòcia, només els recomano que per a una més gran qualitat informativa en la seva revista sobre empreses i multinacionals, aprofundeixin més en temes en els quals moltes d'elles estan implicades, com ara energia nuclear, experiments amb animals, armament, règims opressius, màrqueting irresponsable, enginyeria genètica, etc. Tot això perquè, des del meu punt de vista i com a consumidor, penso que l'arma més bona (igual com ells n'utilitzen d'altres com ara amenaces) per lluitar perquè el consum no comporti recolzar els trangènics, etc., i al cap i a la fi aquestes empreses, és estar informat sobre què fan i com actuen, i així poder dur la informació sobre elles a la pràctica (segons el que decideixi la nostra consciència) a través del boicot.

Els demano que si necessiten informació m'ho facin saber i si puc els informaré, perquè per sort aquí hi ha més boicot a empreses i multinacionals.

Luis Miguel Sánchez
Glasgow, Escòcia

Arguments
Empresa gran, 4
empresa petita

Opcions
Les neveres 5
Els fabricants de neveres 10

Idees
LETS 21

Eines
On trobar productes de 22
Comerç Just

Possibilitats
Lliures de bosses de plàstic 23

Trampes
Verde que te quiero verde 24

Lligams
La porta giratòria 26

Entreteniments
28

Mirades
Repensar-nos per construir 29
una societat equilibrada

Viatges
Vistes sobre Manhattan 30

AL PROPER NÚMERO:
La llet



ALBERT RECIO

Empresa gran, empresa petita

Sovint veiem la mida de l'empresa com un element que diferencia dues alternatives productives. Però la realitat és més complexa i, al marge de les diferències estructurals, potser el tret més distintiu entre empreses grans i petites és el grau de poder que tenen. El comportament pel que fa a drets laborals, medi ambient, etc., depèn de la personalitat de cadascuna i de la permissivitat política i social del context en què actuen.

- ▶ Sovint veiem la mida de l'empresa com un element que diferencia dos móns. Però la realitat és més complexa.

No existeix una línia clara que separi els dos tipus d'empresa. Entre les empreses molt grans (transnacionals, com les grans petrolieres o les automobilístiques, o d'àmbit estatal, com és el cas d'El Corte Inglés) i les microempreses (com les petites explotacions agràries, botigues tradicionals o algunes empreses de serveis especialitzats) hi ha una variada gamma de situacions i mides.

Tradicionalment, la mida de l'empresa ha tingut una certa relació amb el tipus d'activitat. Les grans predominen en els sectors corresponents a béns estandaritzats, que requereixen grans instal·lacions productives o xarxes de gran abast (com les elèctriques o ferroviàries), que tenen una demanda relativament estable, etc. La indústria automobilística o la química són exemples d'aquest model. Per la seva banda, la petita empresa ha predominat en sectors on el fet de produir a gran escala no comporta un estalvi en els costos, i on el producte varia molt sovint i la demanda és canviant. El tèxtil o la construcció de maquinària en són exemples clàssics.

Els darrers anys aquesta diferenciació és, però, menys clara:

- Les empreses grans subcontracten la producció a petites empreses que es mouen en el seu entorn. Per exemple, al tèxtil moltes petites unitats treballen per a les grans cadenes comercials (que sovint dissenyen el producte).
- Sectors tradicionals de petita empresa s'han convertit en xarxes organitzades a través d'una empresa central. Per exemple, molts grups comercials o cadenes de restauració ràpida en realitat són un conjunt de petites empreses independents i franquiciades (paguen una quota a l'empresa gran que els subministra, en determina la imatge, etc.). I les grans empreses han incorporat tecnologies que els permeten fer un producte més variat mantenint els avantatges de la producció en massa. També, moltes petites empreses han incorporat la utilització de productes relativament estandaritzats (com ara els precuinats en els restaurants).

Tenint en compte aquesta complexitat, podem veure algunes de les diferències que malgrat tot són observables.

DRETS LABORALS Les empreses grans acostumen a oferir condicions laborals més bones. Però, com s'ha dit abans, tendeixen a subcontractar la producció a empreses petites en espais amb menys drets laborals. D'altra banda, hi ha grans empreses radicalment antisindicals.

MEDI AMBIENT Les empreses petites tenen menys recursos per introduir millores ambientals, i són més difícils de controlar, per la seva dispersió. Les empreses grans tendeixen a complir més les regulacions ambientals, en els països desenvolupats. No podem, però, oblidar que aquest bon comportament sol desaparèixer en països amb poders públics

febles. De fet, les grans empreses són les promotores d'un model econòmic que té globalment un efecte mediambiental devastador: el transport de mercaderies a llarga distància, l'agroindústria, etc.

VARIETAT PRODUCTIVA La dinàmica de les grans empreses comporta un model de consum estandaritzat, visible en les tendències a la universalització dels models alimentaris, de lleure... Les petites tenen més oportunitats de desenvolupar un model productiu més diferenciat i adaptat a les condicions locals.

COSTOS I PREUS En tots aquells camps on la dimensió compta, les empreses grans tenen avantatges de costos que es poden traduir en preus més baixos. Però no necessàriament: el poder de mercat es pot usar per cobrar un preu diferent a cada mercat local, vendre un producte a preus diferents mitjançant tècniques de màrqueting, etc.

INFLUÈNCIA POLÍTICA Les grans empreses tenen més capacitat de pressió sobre els poders polítics, mitjançant accions directes (promeses de creació de molts llocs de treball, *lobbies*) o indirectes a través dels mitjans de comunicació. Aquest poder només sembla tenir un punt feble: el fet de tenir marques amb bona fama. Els atacs a marques com a denúncia dels abusos socials d'una empresa han constituït de vegades una forma de pressió amb èxit per frenar les tendències a l'abús del poder.

INCIDÈNCIA SOCIAL Les grans empreses gasten en moltes formes de publicitat i en patrocinar actes socioculturals, i així imposen els models de vida adequats als seus interessos. La despesa publicitària influeix a més sobre el contingut dels mitjans de comunicació: si no és plausible als anunciant, els mitjans poden perdre la seva principal font d'ingressos.

DRETS HUMANS No hi ha una relació clara entre la mida i els drets humans. En general les empreses són poc respectuoses quan convé al negoci i el marc sociopolític els ho permet. Les grans transnacionals han comès gravíssims abusos sobre les poblacions indígenes per obtenir recursos naturals (per exemple, els casos de la indústria petrolera a Indonèsia, Nigèria o l'Equador). Però allà on hi ha possibilitats d'endegar activitats informals, dominen les petites empreses: els beneficiaris directes de l'explotació racista a l'agricultura intensiva del sud-est espanyol són petits i mitjans empresaris locals. ■

Les neveres



A finals del segle XIX, els Estats Units exportaven 25 milions de tones de glaç anualment.

Avui la nevera ens sembla un aparell imprescindible, però moltíssimes generacions han viscut sense. Antigament, es recollia neu o glaç a l'hivern, i es guardava durant l'estiu en contenidors de terrissa o en "pous de glaç", unes cavitats que s'excavaven en indrets obacs i boscosos. Les parets es recobrien amb roca seca i es tancaven amb una cúpula. Les nits d'estiu, el glaç es portava en carro a les poblacions, on l'"home del gel" era esperat amb ànsia.

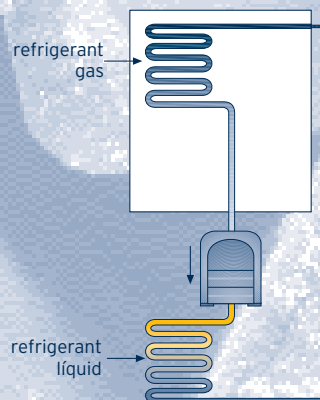
Com passa amb molts altres invents, no hi ha una única persona a la qual es pugui atribuir la invenció de la nevera. A finals del segle XIX i principis del XX, es van desenvolupar a diversos països aparells que acabarien desembocant en la nevera. Les primeres neveres per a ús domèstic es van comercialitzar a finals dels anys 1920.

Com refreden, les neveres?

Quan un líquid s'evapora, absorbeix calor. Per això l'aigua sobre la pell ens fa sensació de frescor, perquè en anar-se evaporant "ens pren" calor. Les neveres es basen en aquest mateix principi de la física, però en lloc d'aigua fan servir un refrigerant que s'evapora a temperatura molt baixa.

A la nevera hi ha un circuit per on, quan el compressor (el motor) està engegat, circula el refrigerant. Una part del circuit és a l'exterior, i una part a les parets interiors. Mentre és al serpentí intern, el refrigerant està en forma de gas. Quan surt de la caixa de la nevera va cap al compressor, que l'escalfa. Llavors circula pel serpentí extern, on es dissipa aquesta calor que ha agafat; l'escuma de les neveres és negra per ajudar a aquesta dissipació. A mesura que es refreda, el gas es liqua. L'últim tram del serpentí extern, abans d'entrar a la nevera, és llarg i molt prim, de manera que quan el refrigerant líquid entra a la nevera hi troba una pressió molt més baixa. Això fa que s'expandeixi i s'evapori, tornant a la forma de gas. Mentre es va evaporant va circulant per l'interior de la nevera, absorbint-ne la calor. Després torna a sortir cap al compressor, i així cíclicament.

El primer tram del circuit intern és al congelador, perquè en entrar a la nevera



és quan hi ha més líquid per evaporar, i per tant és quan s'absorbeix més calor (i es genera més fred). Al final del circuit intern ja quasi tot el refrigerant està en forma de gas, i per tant no s'absorbeix calor. A la nevera hi ha un ventilador que reparteix el fred per tota la caixa.

Dintre la nevera hi ha un termosta que indica quan s'engega i quan es para el motor. Els anomenats *combis* solen tenir dos motors i dos circuits independents, un per a la nevera i un per al congelador.

Per ajudar a mantenir la temperatura, la carcassa de la nevera es recobreix amb algun aïllant, que sol ser una espuma inflada amb un gas.



Les neveres *no frost*

Quan el vapor d'aigua (gas) toca una superfície freda, es condensa i es fa líquid. Per això a l'estiu es formen gotes d'aigua als gots de cafè amb gel.

Quan el vapor d'aigua que hi ha dintre el congelador toca el serpentí, es condensa i es torna líquid. Però com que hi fa molt fred, es glaça. De mica en mica, la capa de gel que cobreix el serpentí es va fent més gruixuda.

A les neveres *no frost* o *frost free* (sense gebre) hi ha un circuit escalfador embolicat al serpentí del congelador. Un temporitzador fa que cada cert interval de temps s'engegui l'escalfador, que fon el gel. Quan el serpentí ha arribat a una certa temperatura, l'escalfador s'apaga. Tot això fa que una nevera *no frost* consumeixi més.

La casa domòtica

Sembla que no trigarem gaire a veure normal que les neveres "sàpiguen" el que contenen, gràcies a un processador incorporat, i enviïn elles mateixes una comanda a la botiga de queviures a través d'Internet.

La majoria de fabricants ja han començat a comercialitzar el que anomenen "electrodomèstics domòtics". Tots estan interconnectats, i a la nevera hi ha una pantalla on es mostra, per exemple, si algun fogó de la cuina s'ha quedat encès, o suggeriments de menú d'acord amb el contingut de la nevera. També s'hi pot veure la televisió o el vídeo.

Les neveres i el medi ambient

Durant molts anys, el refrigerant que s'usava en les neveres ha estat perjudicant la capa d'ozó, sense que en fóssim conscients. No n'érem conscients perquè ningú no es va preguntar "on anava a parar" una vegada es deixava d'usar i s'alliberava a l'atmosfera. Afortunadament, avui l'anàlisi del cycle de vida complet de qualsevol producte és una pràctica cada cop més estesa.



1 EL REFRIGERANT

Quan es van començar a fabricar neveres, majoritàriament s'usava com a gas refrigerant un butà o un propà, que són hidrocarburs (derivats del petroli). Tenien l'inconvenient que són inflamables, i per tant comportaven un risc per a la seguretat (se n'havia de posar més d'un quilo a cada nevera). El 1931, el gegant de la indústria química DuPont va sintetitzar i patentar els gasos cloro-fluorocarburs, més coneguts per CFCs o freons. Tenien l'avantatge que no eren inflamables, i van passar a ser el refrigerant més usat en les neveres i altres aparells (per exemple d'aire condicio-

nat). Més endavant es va descobrir que els CFCs són uns dels principals causants del forat a la capa d'ozó, i se'n va prohibir la fabricació i ús a partir del 1995, a nivell mundial.

En substitució dels CFCs es fan servir principalment dos gasos:

- **R134a.** És un HFC (hidrofluorocarbonur) que és poc perjudicial per a la capa d'ozó. Però els HFCs han estat classificats pel Protocol de Kyoto com uns dels compostos que més contribueixen al canvi climàtic (entre 1.000 i 3.000 vegades més que el CO₂). Una

Vegeu el requadre *La capa d'ozó i les neveres.*

vegada s'acaba la vida útil d'una nevera, l'R134a esdevé un residu contaminant que s'ha de tractar de manera específica i delicada.

- **R600a.** És un isobutà inflamable, però la tecnologia actual permet fer-ne servir molt poc, de manera que tenir una nevera amb R600a a casa és tan perillós com tenir-hi un parell d'encenedors. L'R600a es pot deixar escapar a l'atmosfera sense que causi cap perjudici, i per tant abarateix el cost del desballestament de les neveres.

A la botiga, no és fàcil saber quin refrigerant duu una nevera. A l'etiqueta que hi ha enganxada a la porta no ho diu, i els botiguers no ho solen saber. Per esbrinar-ho, hem d'obrir la porta, buscar un adhesiu enganxat a la paret (de color platejat, i de vegades darrera els calaixos inferiors) i buscar-hi el nom d'un dels dos gasos (sol estar força amagat entre un munt d'altres especificacions tècniques; poques vegades va acompanyat del mot *refrigerant*).

Fer servir un o altre refrigerant, a falta d'una legislació que estableixi res al respecte, és qüestió de voluntat del fabricant (la diferència de cost no és significativa). Probablement, també hi té alguna cosa a veure la pressió rebuda de part dels fabricants d'R134a. Algunes empreses fan servir, en un mateix model de nevera, un gas o l'altre en funció del mercat de destí: R134a per als països llatins, Amèrica i Àsia, R600a per a Centreeuropa.

2 L'AÏLLAMENT

Les primeres neveres que es van fer estaven envoltades per panells de buit que reduïen la transmissió de temperatura entre la nevera i l'exterior. A partir dels anys 1950 es van començar a fer servir espumes de poliuretà, inflades amb un gas CFC, per aïllar la nevera. A principis dels anys 1990 es va passar a usar majoritàriament l'R141b, un HCFC (hidroclorofluorocarburi), patentat també per DuPont. Aquest gas també perjudica la capa d'ozó i contribueix a l'escalfament global.

Paral·lelament, empreses, científics i organitzacions interessades en una alternativa no perjudicial van proposar fer servir ciclopentà, un hidrocarburi inòcua. Avui, pràcticament totes les neveres que hi ha al nostre mercat usen ciclopentà (algunes marques nord-americanes encara duen un HCFC).

Darrerament, algunes empreses centreeuropees ha recuperat la tècnica d'usar un panell de buit d'acer inoxidable per aïllar la nevera.

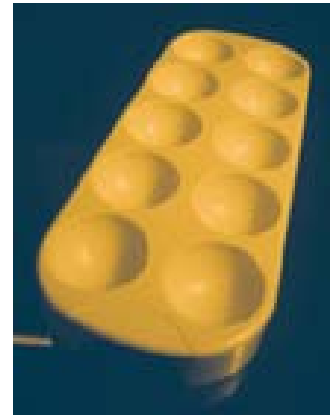
3 L'EFICIÈNCIA ENERGÈTICA

Al voltant d'un 25% del consum elèctric d'un habitatge es pot atribuir a la nevera. Al llarg de la seva vida, una nevera pot gastar en electricitat el doble del seu preu de compra.

A la Unió Europea, l'eficiència energètica d'una nevera es mesura en funció de l'electricitat que consumeix en comparació amb el consum mitjà d'una nevera europea de mida i tipus comparable. Hi ha tres nivells d'eficiència admesos per a les neveres que es venen a Europa: A (el millor), B i C (el pitjor). Per als congeladors s'admeten també els nivells D, E, F i G, que corresponen a eficiències inferiors. Aquests nivells no són absoluts, és a dir: un congelador amb nivell A pot consumir més que una nevera amb nivell A. És obligatori que a les neveres que hi ha exposades a les botigues hi hagi un adhesiu a la porta que indiqui el nivell d'eficiència energètica (i altres paràmetres tècnics).

Aquests nivells es van establir el 1994 (de fet també es van definir nivells inferiors d'eficiència, però es van prohibir el 1999). Des de llavors, la tecnologia ha permès reduir molt el consum de les neveres. Com que es preveu que es trigarà uns quants anys en revisar la normativa d'etiquetatge, s'ha creat el distintiu *Energy+*, que s'atorga a les neveres que tenen més eficiència energètica que les de nivell A. *Energy+* és un projecte en què participen un centenar d'entitats, entre les quals hi ha comerços i institucions que es comprometen a comprar les neveres que rebien el distintiu. L'avaluació la fa un laboratori amb autoritat reconeguda en el sector. Actualment hi ha 78 models de nevera qualificades com a *Energy+* (vegeu la taula de marques a l'apartat dedicat als fabricants); moltes d'elles consumeixen fins i tot menys del requerit pel distintiu.

L'eficiència energètica d'una nevera depèn del motor, de l'aïllament, del disseny, i també del refrigerant que s'usi. Una mateixa nevera consumeix menys amb R600a que amb R134a.



Un dels venedors a qui vam preguntar pel gas refrigerant que usava una nevera ens va respondre: *Gas? La nevera és elèctrica!*

Vegeu l'apartat dedicat als fabricants de neveres a les pàgines següents.

El gas que usa una nevera per a l'espuma aïllant també el trobarem a l'adhesiu amb les especificacions tècniques, generalment al costat dels mots *insulating foam*.





4 LA LONGEVITAT

La garantia que ens ofereixen en comprar una nevera és diferent per cada marca i model. Hi sol haver un període que inclou tota la nevera, i altres que cobreixen algunes parts. El motor sol ser el que té una garantia més llarga (5 anys). Dintre de les marques d'un mateix fabricant, les diferències en el temps de garantia són indicadors de diferents graus de qualitat. Amb la tecnologia actual, una nevera pot funcionar bé durant 10 anys tranquil·lament.

Les neveres de segona mà consumeixen molt més que una de nova, de manera que al cap de pocs mesos de tenir-la podem haver pagat en electricitat més que el que ens hauria costat la nova, i a més mentrestant haurem estat consumint més energia. Per altra banda, fabricar una nevera nova té un cost energètic, de materials i de recursos humans. És difícil dilucidar cap a quin cantó s'inclina la balança.

5 LES NEVERES VELLES

A Catalunya, les neveres en desús (unes 55.000 cada any) es tracten en una planta a Pont de Vilomara (Barcelona), on se separen els diferents materials (ferro, alumini, acer inoxidable, coure, plàstic, olis, espuma aïllant i gas refrigerant). Tots es reciclen excepte l'espuma aïllant, que es porta a un abocador específic. Els CFCs (totes les fabricades abans del 1995 en contenen), HCFCs i HFCs s'han de portar a una planta de França, on s'incineren (aquí encara no ho fa ningú).

La majoria de comerços retiren la nevera vella quan ens vénen a portar la nova. Si no ho fan, hem de portar-la a una deixalleria.



LA CAPA D'OZÓ I LES NEVERES

L'ozó és una molècula formada per tres àtoms d'oxigen. Una de les capes de l'atmosfera està formada bàsicament per ozó, que té la propietat de no deixar travessar els rajos ultravioletes de tipus UVB provinents del Sol; aquests rajos són perjudicials per a la vida.

En la nostra activitat a la Terra, deixem anar moltes substàncies cap a l'atmosfera. Algunes contenen clor (PVC, lleixiu), que es combina amb l'ozó, de manera que la capa passa a estar formada per dos tipus de molècules: clor i un àtom d'oxigen per una banda, i dos àtoms d'oxigen per una altra. Aquestes molècules no filtren els rajos UVB, i per tant conformen un "forat" a la capa d'ozó a través del qual aquests rajos arriben fins a la Terra.

L'any 1974, els científics Rowland i Molina van publicar un estudi que indicava que els CFCs podien contribuir a destruir la capa d'ozó; diversos estudis posteriors confirmaven la hipòtesi (de fet, són els principals causants del forat). El 1985 es va veure que el forat de la capa d'ozó sobre l'Antàrtida era més gran que els Estats Units. El 1987 es va signar el Protocol de Montreal, que establia que no es podrien fabricar ni usar CFCs més enllà de 1995, amb algunes excepcions –va ser el primer acord internacional que s'ha pres per protegir el medi ambient. DuPont ja havia patentat diversos gasos HCFCs i HFCs, que es podien usar

en substitució dels CFCs. L'empresa va invertir quantitats milionàries en la producció d'aquestes substàncies, i quan es va veure que tampoc no són segures per a la salut del planeta va pressionar perquè es fessin servir de totes maneres. El 1994 hi va haver una revisió del Protocol de Montreal; a la reunió hi havia més representants de la indústria que governamentals, i només sis països hi tenien més delegats que DuPont.

El 1995, amb els CFCs ja prohibits, el refrigerant més usat va passar a ser l'R134a (un HFC), i per inflar l'espuma aïllant es va passar a usar sobretot l'R141b (un HCFC). Tots dos són de DuPont, i contribueixen molt al canvi climàtic. L'R141b és força perjudicial per a la capa d'ozó, i l'R134a ho és poc.

Però, ja al 1993, havien sortit al mercat les primeres neveres amb el refrigerant R600a, i amb ciclopentà per inflar l'espuma aïllant. Cap d'aquestes dues substàncies no causen cap perjudici mediambiental. Els darrers anys, la majoria de fabricants van adoptant aquesta nova tecnologia. Cal dir que campanyes de sensibilització com les dutes a terme per Greenpeace han contribuït en bona mesura al canvi. De fet, la mateixa Greenpeace va impulsar un dels projectes industrials de reconversió a l'R600a, l'anomenat *Greenfreeze*.

Regulacions mediambientals

Sobre els HCFCs

La legislació europea actual estableix que la fabricació d'HCFCs s'ha d'anar reduint progressivament, i que no se'n podran produir a partir de l'1 de gener del 2026.

Sobre els HFCs

Segons el Protocol de Kyoto, entre el 2008 i el 2012 la Unió Europea ha d'haver reduït l'emissió de gasos d'efecte hivernacle fins a un 8% per sota del nivell d'emissions del 1990. El Protocol senyala els HFCs com uns dels compostos que tenen més potencial d'escalfament del planeta.

L'últim document de la UE que parla dels HFCs és de l'abril del 1999, i consisteix en una *avaluació preliminar de les alternatives i costos de controlar[-los], i també dels impediments per implementar polítiques de reducció d'aquests gasos*. El document enuncia possibles mesures a prendre, però no parla de prendre cap mesura concreta. També reconeix que les dades d'emissions de què disposa i les estimacions de costos que fa són poc acurades.

L'etiqueta ecològica europea

Les condicions que ha de reunir una nevera per rebre el distintiu de l'etiqueta ecològica europea (*Ecolabel*), que atorga la Unió Europea, són les següents:

- El nivell d'eficiència energètica ha de ser més alt que el que s'etiqueta amb la lletra A.
- Ni el refrigerant ni el gas per a l'espuma aïllant no poden perjudicar la capa d'ozó ni contribuir al canvi climàtic.
- No pot contenir retardants de flama.
- El soroll ha de ser inferior a 42 dB.
- Ha d'estar dissenyada de tal manera que sigui fàcil desballestar-la i reciclar-la.
- Ha d'adjuntar instruccions per a l'usuari per tal que en faci un ús mediambientalment adequat.
- Ha d'oferir una política de recollida per quan deixi de ser útil.

A més, el fabricant hauria d'oferir una garantia d'almenys tres anys, i garantir que disposarà de peces de recanvi almenys fins 12 anys després d'haver deixat de fabricar-la.

Actualment només tenen l'*Ecolabel* la marca danesa Vestfrost i un model d'LG. Cap d'aquestes neveres no és al mercat espanyol.

ALGUNS CONSELLS PRÀCTICS

EN COMPRAR LA NEVERA

- Que faci servir refrigerant R600a i ciclopentà per a l'aïllament (ho haurem de buscar a l'interior de la nevera). Moltes botigues encara posen l'adhesiu "Sense CFC" o "CFC-Free" a les neveres; avui, aquests reclams no tenen cap significat, perquè els CFCs estan prohibits des del 1995. El que sí que és interessant és "Sense HFC", perquè vol dir que el refrigerant és R600a.
- Com més eficiència energètica, millor. Una nevera amb nivell C pot resultar a llarg termini més cara que una amb nivell A, encara que el preu sigui inferior.
- Com més gran és una nevera més consumeix, per això és convenient no comprar-la més gran del volum que ens és necessari. Les *no frost* consumeixen més que les altres.
- Alguns models permeten apagar separatament la nevera i el congelador. Així es pot desconectar la nevera per exemple si hem d'estar uns quants dies fora de casa.
- Pel que fa als congeladors, els de tipus cofre gasten menys que els verticals. També és convenient plantejar-nos la mida que ha de tenir, que pot ser funció de... la quantitat d'aliments precuinats que volem menjar.
- Si fa poc soroll estarem més de gust a casa.

EN USAR LA NEVERA

- Cal posar-la en un lloc fresc, lluny del forn o la cuina i que no li toqui el sol. L'esquena ha d'estar ben ventilada i sense pols.
- Si hi posem coses calentes la fem treballar més del necessari.
- Es recomana regular la temperatura al voltant dels 5°C.
- Obrir la porta el mínim nombre de vegades, i tenir-la oberta la menor estona possible. Obrir-la durant 10 segons implica que trigarà 40 minuts en tornar a la temperatura on estava abans d'obrir.
- Si descongelem el menjar a dintre la nevera, aquesta aprofita el seu fred.
- Si la nevera està molt buida consumeix més, perquè l'aire no reté el fred. Es recomana que estigui aproximadament tres quarts plena. Si no hi tenim menjar hi podem posar qualsevol cosa, per exemple gerres d'aigua.
- Les que no són *no frost* consumeixen més quan el gruix de gel és gran. Per això és convenient descongelar-les regularment.
- El segellat de la porta ha d'estar en bon estat.

Els fabricants de neveres



Hi ha tres grans orígens per a les neveres que trobem a les nostres botigues: Europa, els Estats Units i Corea del Sud. Les americanes van ser les primeres que van oferir tecnologia *no frost*, una prestació que cada vegada es demana més per la comoditat que comporta. Darrerament les vendes de neveres americanes estan cedint lloc a les de coreanes, que són més barates i a més s'han adaptat a les mides estàndard europees (les americanes són molt més grans). De totes maneres, les neveres que es venen més són les europees.

Cada empresa no fabrica les seves neveres, sinó que totes les plantes fabriquen per a moltes marques. A Espanya encara no hi ha cap planta que hagi incorporat la tecnologia *no frost*.

Tots els fabricants d'electrodomèstics han començat a incorporar prestacions de domòtica.

Les neveres amb nivell d'eficiència energètica C cada cop són més escasses. Tots les marques es van passant a l'R600a com a gas refrigerant, però algunes més de pressa que d'altres.

Ariston

Aquesta marca i Indesit són de la italiana Merloni Elettrodomestici, la tercera productora europea d'electrodomèstics de línia blanca. És la més jove d'entre les grans empreses europees (va néixer el 1975). Té 21 filials arreu del món.

Merloni forma part d'un grup empresarial encapçalat pel *holding* financer Fineldo, controlat per la família Merloni. Al grup hi ha Merloni Progetti (es dedica a oferir enllumenat de baix consum per a grans instal·lacions, d'interior i d'exterior, com vies públiques, túnels, etc.), Merloni Progetto Energia (genera i distribueix electricitat) i tres empreses financeres. Participa en l'editorial de còmics i cromos Panini, la fabricant de motos Benelli i els estudis cinematogràfics Cinecittà.

- A la pàgina web de l'empresa no hi ha cap referència a temes mediambientals.
- Merloni gestiona una planta incineradora de residus a Itàlia.

 ARISTON

MEDI AMBIENT

 **Balay**

 **BOSCH**

SIEMENS

Balay, Bosch, Siemens

Aquestes marques de neveres pertanyen a BSH (Bosch-Siemens Hausgeräte), un grup empresarial que es va formar el 1967 a mitges entre Bosch i Siemens. Avui reuneix unes 250 empreses en 50 països, que inclouen les espanyoles Balay (la va comprar el 1988) i Ufesa. BSH és líder en electrodomèstics a Alemanya i a Europa; a Espanya, Balay té una quota similar a Fagor en neveres (al voltant del 22%). També són d'aquest grup les marques Crolls (ara ja s'han deixat de fabricar, tot i que encara se'n poden trobar alguns aparells a les botigues) i Superser (ara ja no se'n fan neveres, però sí altres aparells), i els electrodomèstics de luxe Gaggenau.

El 1886, l'enginyer alemany Robert Bosch va fundar l'empresa que duu el seu nom. Avui és una multinacional amb filials a 130 països. L'activitat principal de Bosch és la tecnologia per a automòbils (aporta un 71% de la facturació total). A més té activitats diverses relacionades amb l'enginyeria elèctrica i electrònica: motors, maquinària i automatitzacions, electrodomèstics, alarmes i sistemes de seguretat, satèl·lits, telecomunicacions i enginyeria aeroespacial.

Entre els seus principis hi ha la qualitat i la innovació (és una de les empreses que més patents té). Recentment ha enginyat el motor de cotxe que gasta menys del món (0'89 litres cada 100 quilòmetres). Des d'aquest any, les parets interiors de les neveres Bosch estaran recobertes amb un material basat en plata que evita l'acumulació de bacteris i fongs.

Siemens va néixer el 1847. Està present en els sectors de telecomunicacions, automatització, energia (el número dos del món en generació i distribució), construcció de plantes generadores d'energia, transport, equipament clínic (ortopèdia, aparells quirúrgics, de ressonància magnètica, diàlisi, radiologia, etc.), il·luminació (marca Osram), finances, i microelectrònica per a ordinadors i comunicacions. Té el 50% de Fujitsu Siemens Computers, l'empresa líder a Europa en ordinadors.

Siemens també té un gran nombre de patents. La propera tardor començarà a comercialitzar el teclat virtual per a telèfon mòbil; és un aparell que projecta un teclat sobre qualsevol superfície plana i capta quines tecles es pitgen mitjançant rajos infrarojos. A Espanya, Siemens té adjudicada la construcció de diverses centrals energètiques de cycle combinat. Ha guanyat el concurs per construir el tren d'alta velocitat entre Barcelona i Madrid.



- Bosch va ser la primera empresa que va fer servir exclusivament R600a. El 1988, un any després de signar-se el Protocol de Montreal i set anys abans del termini establert per eliminar els CFCs, ja n'havia reduït l'ús en un 50%. Mai no va fer servir HFC, i va comercialitzar les primeres neveres amb R600a el 1994. Per a l'aïllament, ha substituït les espumes de poliuretà per revestiments al buit d'acer inoxidable.
- BSH té un programa per reduir el consum d'energia, l'ús d'emballatges i la generació de residus i d'emissions de CO₂ a totes les seves plantes. El programa inclou objectius concrets i defineix un calendari per assolir-los. En diverses plantes del grup, fa auditories ambientals una empresa externa i independent. Les substàncies tòxiques estan prohibides, i tots els productes es dissenyen *tenint el reciclatge al cap*. Una de les plantes alemanyes obté l'energia de la combustió de biomassa i distribueix l'energia sobrava al veïnat.
- BSH va ser una de les empreses col·laboradores en el projecte *Zaragoza, ciudad ahorradora de agua*, impulsat per la Fundació Ecología y Desarrollo. Entre 1997 i 1999 va aconseguir reduir el consum domèstic d'aigua en un 5'6% anual, i 300.000 ciutadans van adoptar algun hàbit per estalviar aigua a casa.
- Siemens participa activament en la indústria de l'energia nuclear: subministra equipament per a centrals nuclears, dissenya reactors, proveeix urani i recull residus radioactius. La filial *Environment Systems* (Sistemes del Medi Ambient) fa aparells per mesurar la radiació radioactiva i s'encarrega del control de la dosi de radiacions que rep el personal.
- Siemens està involucrada en la construcció de diversos grans embassaments que han despertat un fort rebuig social pels danys ecològics i socials que poden causar. Entre ells hi ha el Pantà de les Tres Gorges, a la Xina, el més gran del món.

MEDI AMBIENT

L'aïllament mitjançant un panell de buit ja s'usava a principis de segle, abans que se sintetitzessin els CFCs.



ASPECTES
SOCIALS

- Entre els clients de Bosch Telecom i de Siemens hi ha el sector militar. Siemens ha treballat per al Ministeri de Defensa anglès en el desenvolupament de programes informàtics per al seguiment de míssils.

LOBBIES

- Siemens és membre de l'ERT i del TABD, i participa activament en UNICE. Hi ha força intercanvi de personal entre Siemens i el Banc Mundial (vegeu l'article *La porta giratòria a secció Lligams*).

Candy

Candy Elettrodomestici va néixer a Itàlia el 1945, fent rentadores. Va comprar diverses empreses, entre elles l'espanyola Mayc (propietària de la marca Otsein) i la filial britànica de la nord-americana Hoover (líder a Europa en aspiradores). Des dels anys 80 també es dedica a construir fàbriques equipades amb tecnologia moderna (fins ara n'ha construït a Rússia, Àsia i Àfrica).

CANDY

**Otsein
HOOVER**



PERFIL DELS FABRICANTS DE NEVERES

Marca	Empresa	Tipus	D'on és	Activitats	Propietat
ARISTON	Merloni Elettrodomestici	Multinacional	Itàlia	Electrodomèstics	38'9% Fineldo, resta accionistes
Balay BOSCH SIEMENS	BSH (Bosch-Siemens Hausgeräte)	Grup de dues multinacionals	Alemanya	Electrodomèstics, electrònica Bosch i Siemens: vegeu el text	50% Bosch, 50% Siemens Bosch: 92% Fundació Robert Bosch, 8% família Bosch Siemens: accionistes (25% individuals, resta empreses).
CANDY Otsein HOOVER	Candy Elettrodomestici	Multinacional	Itàlia	Electrodomèstics	Família Fumagalli
Electrolux AEG	Electrolux	Multinacional	Suècia	Electrodomèstics, maquinària de jardineria	10% Electrolux, 5'3% família Bosch, resta accionistes
FAGOR	Fagor Electrodomésticos	Cooperativa multinacional	País Basc	Electrodomèstics	Els socis de la cooperativa
GENERAL ELECTRIC	General Electric	Multinacional	Estats Units	Maquinària pesant, energia, química	Accionistes
LG	LG	Multinacional	Corea del Sud	Química, energia, electrònica, comerç	No hi ha una empresa matriu
LIEBHERR	Liebherr	Multinacional	Alemanya	Construcció, maquinària pesant, turisme, neveres	?
Miele	Miele	Multinacional	Alemanya	Electrodomèstics	?
NEW POL	Grupo Antonio Merloni	Multinacional	Itàlia	Electrodomèstics, tancs de gas	Antonio Merloni
SAMSUNG	Samsung	Multinacional	Corea del Sud	Electrònica, maquinària pesant, armament, energia, química, comerç	Accionistes
Whirlpool	Whirlpool	Multinacional	Estats Units	Electrodomèstics	Accionistes majoritaris: JP Morgan, Citibank

Font: les empreses mateixes.

(1) Política actual de l'empresa quant a eficiència energètica i refrigerant (a les botigues s'hi poden trobar neveres amb altres nivells). També s'indica si l'empresa fa algun model amb el distintiu Energy+.

(2) Aquesta empresa usa HCFC a l'espuma aïllant

(3) Dades corresponents a l'any 2000

Electrolux

AEG



Electrolux, AEG

L'empresa sueca Electrolux és la més gran productora del món d'electrodomèstics, aspiradores i aparells elèctrics per al jardí (no són al mercat espanyol), per als sectors domèstic i industrial. Quan va néixer, el 1901, va llençar els primers llums de querosè per usar a l'exterior, que van ser tot un èxit. El 1912 va presentar la primera aspiradora domèstica del món. És líder a Europa en electrodomèstics de línia blanca des que va comprar la italiana Zanussi, el 1984. El 1987 va comprar l'espanyola Corbero. És líder mundial en rentadores industrials, tractors per a jardí, segadores de gespa i serres mecàniques.

Electrolux forma part d'una xarxa d'empreses que està controlada per la família Wallenberg. El *holding* de la família, Investor, té un 5'3% de les accions d'Electrolux, però un 22'4% dels drets de vot. Altres membres de la

Algunes empreses fan servir, en un mateix model de nevera, un gas o l'altre en funció del mercat de destí: R134a per als països llatins, Amèrica i Àsia, R600a per a Centreeuropa

Treballadors	Facturació 2001 (milions d'euros)	Beneficis 2001 (milions d'euros)	Plantes de producció	Mercat	Eficiència energètica ⁽¹⁾	Refrigerant ⁽¹⁾	Altres marques
20.000	1.971	116	16 (7 a Itàlia)	Tot el món (21% Itàlia)	? Energy+	?	Indesit
36.500 (3.600 a Espanya) Bosch: 220.000 Siemens: 484.000	6.092 Bosch: 34.000 Siemens: 87.000	126 Bosch: 650 Siemens: 2.088	39 (7 a Espanya)	Tot el món (29% Alemanya, 50% Europa Occidental)	A, B Energy+	R600a	Superser, Crolls, Ufesa, Lynx, Gaggenau, Blaupunkt
5.700 (2.180 a Itàlia, 550 a Espanya)	925	Confidencial	12 a Europa (5 a Itàlia, 1 a Espanya)	Tot el món	? Energy+	R134a	Hoover, Iberna
87.140 (8% a Suècia, 3.000 a Espanya)	14.681	564	115 a 23 països (13 a Suècia)	Tot el món (47% Europa, 39% Amèrica del Nord)	A, B (Corbero C) Energy+	R600a R134a	Zanussi, Corbero, Kelvinator
5.000	870	13'63	12 a Espanya, 1 al Marroc, l'Argentina i Polònia	Més de 80 països (57% Espanya)	A, B, C	R134a R600a	Edesa, Aspes, White Westinghouse
300.000 (158.000 als Estats Units)	134.000	14.574	?	Tot el món	C	R134a ⁽²⁾	
? (100 a Espanya)	?	?	?	Tot el món	?	R134a	
19.000	4.212 ⁽³⁾	?	? (2 a Espanya)	Tot el món	A, B	?	
15.300 (150 a Espanya)	2.170	?	9 a Alemanya, 1 a Àustria	Tot el món (38% Alemanya)	A, B	R600a	
6.000 (300 a Espanya)	1.200	?	?	Tot el món	A, B, C Energy+	R600a	Sauber
174.000 ⁽³⁾	129.270 ⁽³⁾	7.950 ⁽³⁾	?	Tot el món	?	R600a R134a	
59.400 (33% als Estats Units, 80 a Espanya)	11.015	22'4	40 a 13 països	Tot el món	? Energy+	R600a R134a	Bauknecht, Ignis, KitchenAid

xarxa són Ericsson, Saab i Astra Zeneca.

A conseqüència d'uns resultats econòmics no gaire bons, entre 1997 i 1999 va eliminar 11.000 llocs de treball i va tancar 23 plantes de producció i 50 magatzems. El 2001 va eliminar uns 5.000 llocs de treball més, per reduir costos. També està reduint el nombre de marques, i està fent els diferents models d'electrodomèstics més homogenis, per simplificar-ne la producció.

MEDI AMBIENT

- La nevera combi ER8100B d'Electrolux és la que té més eficiència energètica d'Europa. Consumeix 203 kWh l'any (el consum mitjà de neveres de mida similar és de 600 kWh anuals).
- El gas refrigerant que s'usa depèn de la marca: R600a en AEG i Electrolux, R134a en Corbero i meitat i meitat en Zanussi. Totes les neveres Corbero tenen un nivell C d'eficiència energètica, mentre que a partir d'aquest estiu totes les neveres AEG tindran el nivell A. Segons ens ha explicat l'empresa, el motiu de les diferències és que Corbero és una marca *orientada a preu* i per tant *no cal que sigui ecològica*, i en canvi AEG i Electrolux *tenen imatge de nòrdiques i ecològiques*. Aquestes dues marques, però, usen R134a en les neveres que es venen als Estats Units i a altres mercats.
- Una segadora de gespa d'Electrolux funciona amb energia solar.
- El 2001, Electrolux va actualitzar el document de principis pel que fa a qüestions mediambientals que havia redactat el 1992, però no hi va posar objectius concrets (al document original tampoc no n'hi havien).
- Electrolux ven la rentadora Wascator a la indústria nuclear. El seu disseny evita que hi quedin partícules radioactives adherides.
- Algunes de les empreses que controla la família Wallenberg estan involucrades en enginyeria genètica, deforestació, energia nuclear, producció de pesticides i construcció de pantans.

ASPECTES SOCIALS

- Electrolux és una de les proveïdores del Departament de Defensa dels Estats Units.

LOBBIES

- Electrolux forma part del TABD i de l'ICC, i participa activament en UNICE. L'accionista majoritària d'Electrolux, Investor, és membre de l'ERT.

Fagor

Fagor Electrodomésticos és una cooperativa basca amb una clara voluntat d'internacionalització: s'anomena a si mateixa "la multinacional espanyola d'electrodomèstics". El grup Fagor té 24 filials arreu del món, i és líder en diversos mercats (a Espanya es disputa el lideratge en neveres amb Balay). Té tres plantes productives a l'estranger. Aquest juny entra en funcionament una planta de producció d'olles a la Xina que Grupo Fagor comparteix amb una empresa local (en el que s'anomena una *joint ven-*

Fagor forma part de Mondragón Corporación Cooperativa, el grup cooperatiu més gran del món

ture). Darrerament ha comprat, conjuntament amb Elco (una de les principals empreses israelianes), una part de Brandt, la marca líder en línia blanca a França. Juntament amb l'empresa alemanya Vaillant ha posat en marxa a Espanya la planta de producció d'escaladors més moderna d'Europa.

Fagor és la societat que lidera la divisió industrial de Mondragón Corporación Cooperativa (MCC), una "cooperativa de cooperatives" que agrupa 82 empreses industrials, 5 entitats financeres, 8 empreses de distribució, 3 centres de recerca, 12 entitats de serveis comercials internacionals i una universitat. Totes aquestes entitats tenen la forma jurídica de cooperatives i són les propietàries d'MCC. Aquesta estableix l'estratègia del grup i s'encarrega del màrqueting. Factura més de 6.000 milions d'euros i hi treballen més de 47.000 persones. MCC és el primer grup empresarial basc, el setè d'Espanya i el grup cooperatiu més gran del món.

- Actualment el grup Fagor està introduint el gas R600a, en duen un 20% - 25% de les neveres. No ho ha fet abans perquè la legislació no hi obliga.



MEDI AMBIENT

500m² de "Super" Espai Biològic

bio
SPACE

el més complet



Carns d'animals ecològics, sense hormones, sempre lliures



Restaurant menús al migdia (Di-De de 13 a 16h) vegetarià-carni



Fruïtes i verdures sense pesticides, sense químics, sense transgènics



Perruqueria Tractament i cures del cabell només amb productes naturals



Làctics, formatges i derivats elaborats amb llet ecològiques sense conservants ni colorants



Toga, tai-cci, cuina natural... Massatges, naturopatia, acupuntura, bioenergètica



Proteïna vegetal ecològica



Cosmètica per a la cura interna i externa del teu cos. Complementos dietètics... etc.

C/ València, 186 - Tel. 93 453 15 73 - bioespacio@bioespacio.com - www.bioespacio.com
HORARI: De 8h a 20:30h - Dissabtes fins a les 14:30h.

Imagina els teus **estalvis invertits** a plantar arbres.

Imagina que n'obtiens una **alta rendibilitat** econòmica.

Imagina que n'obtiens una alta rendibilitat **mediambiental**.

Imagina que obtens tot això **sense especular**.

Fes-ho realitat comprant arbres a

Sierra de Segura
MADERAS NOBLES

Per conèixer el projecte contacta amb nosaltres:

Ausiàs March, 16, 3r 2a - 08010 Barcelona

Tel. **933 178 434**

maderasnoblescatalunya@hotmail.com

www.maderasnobles.com.

elTinter

Arts gràfiques, edicions i produccions S.A.L.

La nostra tinta,

Apostem pel verd!
cian, magenta, groga i negra;

la nostra voluntat, verda!

Som una impremta certificada ISO 14001 i EMAS

Això vol dir que adquirim el compromís de desenvolupar totes les nostres activitats (comercials, administratives, de producció i d'investigació) amb el màxim respecte per la protecció i la conservació del medi ambient



La Plana, 8, 08032 Barcelona
Tel.: 93 357 00 50 / 93 357 06 04 Fax: 93 357 02 66
E-mail: eltinter@eltinter.com Web: www.eltinter.com

eCRAC - productes ecològics

Recollida selectiva: bosses compostables, cubells d'escombraries, contenidors...

Articles per a festes: vaixel·la compostable (plats, gots, coberts, bols)

Solucions ecològiques

Papereria + impremta ecològica

per a tothom: botigues, associacions, comunitats

de veïns, ajuntaments,

congressos, empreses...

Embalatge: bosses comercials compostables (samarreta, ronyó), Flupis (material de farciment), precinte de paper

Electrònica: lot, ràdio dinamo-solar

Estalvi d'aigua: economitadors, dutxes

<http://www.ecrac.8m.com>
eCRAC@eCRAC.8m.com · Tel./Fax 93 318 77 94

General Electric

La nord-americana General Electric és una de les empreses més grans del món. Fa motors per a maquinària pesant (avions, vaixells, perforadores de mines, locomotores, etc.), electrodomèstics, aparells elèctrics (interruptors, llums, etc.), generadors, turbines, reactors nuclears, equipament clínic, plàstics, i altres materials i productes químics, com ara diamants sintètics. Té filials financeres, d'assegurances i immobiliàries, genera i distribueix electricitat, i és la propietària de la cadena de televisió NBC. A través de la seva pàgina web es pot comprar un avió *on line*.

Segons la revista *Fortune*, és la vuitena empresa del món per ordre de facturació, i la més admirada als Estats Units des de fa cinc anys. Un dels principals motius és que les seves accions pugen un 10% de mitjana cada any i que és percebuda com una empresa no especuladora perquè fa béns tangibles. El motor de l'*Air Force One*, l'avió privat del president dels Estats Units, és seu, i el sistema d'enllumenat de l'Estàtua de la Llibertat també.

Es va formar el 1892, com a fusió de l'empresa fabricant de bombetes fundada per Edison i una altra empresa nord-americana. El 1914 es va obrir el Canal de Panamà, operat amb motors de General Electric. El 1992 va construir el *Mars Observer*, l'aparell espacial que es va enviar a estudiar la superfície del planeta Mart.

MEDI AMBIENT

- Les neveres de General Electric usen un HCFC per inflar l'espuma aïllant.
- General Electric és proveïdora de centrals nuclears d'arreu del món i és una de les més grans generadores d'energia nuclear als Estats Units.



- A partir dels anys 1930 i fins que no hi ha hagut regulacions mediambientals, General Electric ha abocat incontroladament grans quantitats de substàncies tòxiques, especialment als Estats Units. Els darrers anys, l'administració nord-americana li requereix que netegi rius, abocadors incontrolats, etc. La resposta de l'empresa consisteix a fer campanyes de relacions públiques per intentar convèncer que les neteges no són necessàries.

Els directors que contracta General Electric reben cursos d'"Evitació de Sindicats". Una de les tècniques per tractar el personal s'anomena "Coça al Cul"

- General Electric és proveïdora de la indústria militar.
- General Electric es declara com una empresa "no sindical". Els directors que es contracten han de rebre un curs durant el primer any de feina en el qual se'ls ensenyen, entre altres coses, tècniques de "UA": *Union Avoidance* (Evitació de Sindicats).
- Des de fa dues dècades a les fàbriques de General Electric s'aplica un mètode de treball anomenat "gestió per estrès". Consisteix en mantenir un nivell de tensió elevat entre els treballadors i fer-los sentir constantment el temor de ser acomiadats. Els anys 1990 es donava formació als nivells intermedis perquè tractessin la mà d'obra amb tècniques determinades; una d'elles l'anomenaven "Coça al Cul".
- La "gestió per estrès" també inclou pressionar els proveïdors perquè abarateixin els preus, movent si cal la manufactura a països de costos laborals baixos (amb l'amenaça de retirar-los les comandes si no ho fan). L'any passat, diverses organitzacions sindicals de 20 països es van reunir per buscar maneres de defensar-se davant de les amenaces constants per part de General Electric de canviar d'empreses a qui subcontracta la manufactura.

ASPECTES SOCIALS

- Segons l'organització *Center for Responsive Politics*, General Electric va donar 150.000 euros al partit demòcrata i 281.000 al partit republicà durant l'última campanya presidencial nord-americana.
- Forma part de la ICC, la USCIB i la USCSI.

LOBBIES



Liebherr

Les activitats principals del grup alemany Liebherr són la construcció d'edificis, l'enginyeria civil i la maquinària pesant: tot tipus de grues, excavadores, camions cimenters, tractors oruga, perforadores de mines, etc. També fa contenidors, neveres i congeladors, i equipament per a vehicles i avions, i gestiona hotels de luxe a Irlanda, Àustria i Alemanya. Té unes 70 filials arreu del món.

LIEBHERR



LG

LG és un conjunt de grans empreses coreanes, però sense una empresa matriu que les posseeixi totes (té previst crear aquesta matriu pròximament). Consta de 52 empreses estructurades en quatre grans divisions: Química i Energia (substàncies per a medicines, hormones, vacunes, neteja –detergents, ambientadors–, cosmètica, higiene –sabó, xampú, pasta dentífrica–, agroquímica, substàncies químiques, enginyeria genètica, petroquímica, refinaria de petroli, distribució de gas natural i d'electricitat), Electrònica i Telecomunicacions (dispositius elèctrics, components electrònics i ordinadors, diversos components per a la indústria militar –control de míssils, radars, comandaments d'avions–, electrodomèstics, sistemes de seguretat, aparells de mesura, mineria i fundició –or, plata, coure, sulfurs etc.–, cable, fibra òptica), Finances (agències de borsa, entitats de crèdit) i Serveis (comerç internacional).

MEDI AMBIENT

- Diverses de les activitats d'LG són nocives per al medi ambient (vegeu el paràgraf anterior).

ASPECTES SOCIALS

- LG fabrica equipament per a la indústria militar.

LOBBIES

- LG és membre de la ICC.



- La meitat de les neveres Liebherr tenen un nivell d'eficiència energètica A, i un 40% tenen el nivell B.
- Entre els clients de Liebherr hi ha la indústria minera.

MEDI AMBIENT

- Entre els clients de Liebherr també hi ha la indústria militar.

ASPECTES SOCIALS



Miele

Miele es dedica a fer electrodomèstics i maquinària per a instal·lacions comercials i cuines. És una empresa familiar des que es va fundar, el 1899. L'empresa explica que fabrica només a Alemanya i Àustria perquè dóna molta importància a la qualitat. La majoria de components dels electrodomèstics els fabrica ella mateixa, i té un plec de condicions estrictes de qualitat per als seus proveïdors.

Miele

- Miele va redactar el primer document de política per a la protecció mediambiental el 1951, i des del 1970 recull sistemàticament dades relacionades amb el medi ambient. A totes les seves fàbriques es fan auditories ambientals des del 1996. Tots els seus proveïdors han de complir les normes mediambientals que Miele estableix.

MEDI AMBIENT

- Els aprenents reben formació relacionada amb temes mediambientals.
- Els electrodomèstics Miele estan dissenyats per durar 20 anys. El 1995 va posar en marxa un servei que permet actualitzar els programes de les màquines de rentar, per tal que sempre puguin tenir els més avançats i per tant els que consumeixen menys aigua o electricitat. Es redueix el nombre de materials, de cargols i de tancaaments, per facilitar el reciclatge.
- Aquest any ha tret al mercat una assecadora que va amb gas. Consumeix un 43% menys d'energia que una assecadora elèctrica equivalent i comporta una reducció en emissions de CO₂ d'un 48%.
- Els electrodomèstics Miele estan recoberts amb esmalt sense dissolvents sintètics i estan fets sobretot de metalls; els pocs plàstics que hi ha estan degudament identificats per tipus, per facilitar-ne la separació i el reciclatge. Per als mobles de les cuines no es fa servir PVC ni fustes tropicals. El cadmi està prohibit des del 1984. Miele no ha fet servir mai PCBs, unes substàncies que es van prohibir el 1987 perquè són cancerígenes.
- Juntament amb empreses recicladores alemanyes, està investigant la manera d'aprofitar alguns tipus de plàstic que actualment no es recuperen. Des del 1994 té un acord amb els comerços alemanys per col·laborar en la recollida i el reciclatge dels electrodomèstics, de qualsevol marca, que els clients deixen d'usar.
- Entre 1996 i 1999, el consum d'emballatges per màquina fabricada va decaure en un 23'5%.
- Entre 1996 i 1999, el consum d'energia a les fàbriques va incrementar-se en un 0'6%, tot i que van produir un 7'1% més. Ho van aconseguir amb il·luminació de baix consum, bona ventilació i aïllament, aprofitament de totes les fonts de calor, etc. El consum d'aigua i les emissions de CO₂ es van reduir en un 14%.
- La flota de vehicles per al transport es renova per tal que tingui els motors de menys consum i menys contaminants. Un programa informàtic determina la manera més ecològica de transportar les diferents comandes; la majoria dels transports es fan per tren (ja el 1907, la ubicació de la planta principal de producció es va escollir perquè era propera a una línia de tren). Els viatges dels camions es programen de manera que vagin plens tant a l'anada com a la tornada.



- Miele finança diversos projectes d'educació ambiental en col·laboració amb el Ministeri d'Educació.
- Miele té normes molt estrictes per garantir la seguretat i la salut als llocs de treball.
- Miele és proveïdora del Departament del Defensa dels EUA.

ASPECTES SOCIALS



New Pol

Aquesta marca era de l'empresa catalana Domar. Quan va néixer, el 1928, fabricava les neveres de fusta Pingüino. El 1966 va ser comprada pel grup italià Antonio Merloni. Antonio Merloni és germà dels propietaris de Merloni Elettrodomestici (marques Ariston i Indesit), però els dos grups empresarials són totalment independents.

El grup es dedica a la fabricació d'electrodomèstics i de tancs de gas propà. Les neveres New Pol estan fabricades a Itàlia.

- Actualment totes les neveres New Pol es fabriquen amb R600a, si bé encara se'n poden trobar amb R134a a les botigues.



MEDI AMBIENT



Samsung

Samsung és un dels principals conglomerats empresarials de Corea del Sud. Quan va néixer, el 1938, es dedicava a exportar aliments. Ara té cinc grans divisions: electrònica (xips, ordinadors, telecomunicacions i telefonia mòbil, components electrònics, piles, imatge i so, electrodomèstics, plaques solars –només per al mercat coreà), maquinària pesant (vaixells i avions civils i militars, naus i estacions espacials, línies de tren d'alta velocitat, gratacels, centrals nuclears, plantes industrials, plataformes petrolíferes, tancs, carros de combat i altres equipaments militars), indústria química (agroquímics, petroquímica, enginyeria genètica, teixits sintètics, pintures per a vehicles i vaixells, substàncies per a

Diversos fabricants de neveres són proveïdors de les indústries nuclear i militar. General Electric és un dels principals generadors d'energia nuclear dels Estats Units, i Samsung és fabricant de carros de combat

medicines), serveis financers (empreses d'assegurances, entitats de crèdit, agències de borsa, fons d'inversió) i altres (comerç internacional, detall i electrònic, construcció d'habitatges, enginyeria, sistemes de seguretat, tèxtil –des de matèries primeres fins a producte final–, un parc temàtic –el setè més gran del món–, camps de golf, un hotel de luxe, un equip de beisbol, hospitals, diversos centres de recerca i diverses fundacions).

El 1993 va establir el programa *Nova gestió*, que significava un gir important en la manera de gestionar l'empresa. Declarava que *a partir d'ara considerarem els defectes com a crims*. Es va adoptar el sistema de producció *Stop Line*, que permet a un treballador aturar la cadena de producció si troba algun defecte en un producte. El pla demana als treballadors que procurin cuidar-se mútuament i comportar-se d'una manera ètica.

El 1999, el president va donar a l'empresa uns 2.400 milions d'euros que tenia en accions, per ajudar-la a superar el gran endeutament que tenia en aquell moment.



- Diverses de les activitats de Samsung són nocives per al medi ambient (vegeu els paràgrafs anteriors).
- Una de les filials químiques és compartida amb la petrolera britànica BP.

MEDI AMBIENT

- Samsung fabrica vehicles de combat, sistemes de guiatge de missils, avions de guerra i altres equipaments militars.
- Samsung subcontracta part dels seus processos productius a *maquiles* situades en *zones franques* de diversos països. Les *maquiles* són naus industrials on es fan processos de manufactura que requereixen gran quantitat de mà d'obra no especialitzada; solen ser sub processos com ar muntar les peces d'un televisor, posar producte en caixes o cosir botons. Les últimes dècades, les maquiles s'han fet "famoses" per les pèssimes condicions laborals en què es treballa. Les *zones franques* són polígons industrials on s'ubiquen maquiles; les empreses que contracten processos a zones franques tenen condicions fiscals privilegiades (exempció de tota mena d'impostos, lliure circulació de mercaderies i capital a través de les fronteres, etc.). Les zones franques solen estar en països del Sud, i les empreses que contracten feina a les maquiles solen ser del Nord.

ASPECTES SOCIALS

Vegeu algunes informacions sobre BP a la secció *Trampes* d'aquest mateix número.

- Samsung forma part del WBCSD i de la ICC.
- Hi ha molt intercanvi de personal entre Samsung i el Banc Mundial.

LOBBIES



Whirlpool

Empresa nord-americana fundada el 1911, líder mundial en producció i venda d'electrodomèstics (té un 40% més de quota de mercat que el competidor més proper); també fa mobles de bany i cuina. Diversos membres del seu consell directiu ocupen també llocs executius a altres grans empreses com Johnson&Johnson, Gillette, Williams, Polaroid, 3Com, Dow Chemical, Morgan Stanley o The Reader's Digest.

El 2001 va tenir uns beneficis de 22'4 milions d'euros, molt menys que l'any anterior (391 milions). Ha previst un pla de reestructuració que preveu tancar



quatre plantes productives i eliminar 6.000 llocs de treball (al voltant d'un 10% del total), cosa que li permetria un estalvi d'uns 266 milions d'euros a finals del 2002.

- A la web de Whirlpool no hi ha cap referència al medi ambient. MEDI AMBIENT
- Whirlpool subministra al Departament de Defensa dels EUA. ASPECTES SOCIALS
- El 1999, un tribunal dels Estats Units va multar Whirlpool amb 619 milions d'euros perquè va adreçar una campanya de marqueting per vendre canals de televisió per satèl·lit específicament a persones analfabetes i pobres.

Lobbies

Al número 2 d'*Opcions* hi podeu trobar la descripció de la majoria de *lobbies* que esmentem en aquest article. N'apareixen dos de nous, que es defineixen a si mateixos de la manera següent:

UNICE - Union of Industrial and Employers' Confederations of Europe (Unió de les Confederacions Europees d'Industrials i Empresaris; agrupa les patronals empresarials dels països europeus)

Tenim tres missions: promoure els interessos professionals comuns de les empreses representades pels nostres membres, informar els processos de presa de decisions en l'àmbit de la Unió Europea per tal que les polítiques i les propostes legislatives que afecten el món empresarial a Europa prenguin en consideració les necessitats de les

empreses, i representar els nostres membres en el diàleg entre els interlocutors socials, al qual el Tractat de la Unió Europea dóna una importància màxima.

USCSI - United States Coalition of Service Industries (Coalició Nordamericana d'Empreses de Serveis)

És l'organització empresarial més important que es dedica a reduir les barreres a les exportacions dels Estats Units i a desenvolupar polítiques internes nord-americanes constructives,

incloent-hi les polítiques sobre impostos, que potenciïn la competitivitat global dels seus membres.

Ha tingut un paper clau en el treball del GATS i en els Acords sobre Serveis Financers i de Telecomunicacions que ha pres l'OMC.

La capacitat de l'USCSI per usar les negociacions en el comerç de serveis per satisfer els interessos dels seus membres no té parangó. Representa agressivament els interessos dels seus membres en tots els fòrums dels EUA i internacionals en els quals es poden potenciar els objectius dels seus membres. ■

▶ Els sistemes d'intercanvi i comerç local LETS (*Local Exchange and Trading System*) es van crear l'any 1983 al Canadà. En un LETS, un grup de persones s'organitza de manera que qualsevol d'elles pugui intercanviar béns o serveis amb qualsevol altra, sense intervenir-hi els diners.

N'hi ha diverses variants: bancs de temps, xarxes d'intercanvi de coneixements, etc. Un exemple de com pot funcionar un grup de LETS és el següent.

Cada membre del grup fa una llista dels béns i serveis que pot oferir, d'acord amb les seves habilitats, i dels que vol rebre. Totes les llistes es mantenen en un directori central, juntament amb el nom i telèfon de cada persona, de manera que qualsevol membre es pot posar en contacte amb aquell que tingui el que

li cal, o que necessiti el que ell ofereix. Hi ha una "moneda" interna (cada grup li dóna un nom) per comptabilitzar les transaccions, i un registre central amb un compte per a cada membre. Quan

dues persones es posen d'acord per fer un intercanvi, pacten el valor que té en unitats monetàries. Qui dóna el bé o servei suma al seu compte el valor pactat, i qui el rep el resta del seu.

Les diverses variants de LETS es diferencien fonamentalment en la forma de comptabilitzar. Per exemple, els bancs de temps solen comptabilitzar en hores de

feina. També és possible comptar només el nombre d'intercanvis fets.

Amb el temps, els LETS han gaudit d'una creixent popularitat. Avui hi ha milers d'iniciatives arreu del món.

Els sistemes LETS tenen diverses característiques positives:

- Permeten crear riquesa per a la comunitat i afavoreixen el desenvolupament de l'esperit de cooperació, alhora que satisfan unes necessitats tangibles.
- Ajuden a millorar l'autoestima, perquè cadascú ofereix allò que pot i vol fer d'acord amb les seves qualitats.
- Tenen un poder integrador i aglutinador de gran valor, perquè estan oberts a qualsevol persona, sense cap limitació d'edat, coneixements, etc.
- El fet que a més de llistar el que es necessita es llisti el que es pot oferir, multiplica les possibilitats d'intercanvis.

El potencial dels LETS com a economia paral·lela és enorme. Hi ha moltes experiències al món que ho avalen.

LETS que no prosperen

Des que van sorgir els LETS s'han creat molts grups d'intercanvi, però és possible que n'hagin desaparegut encara més. Un dels factors que dificulten que les iniciatives prosperin és que hi ha gent que, pel fet de ser membre d'un grup, es creu "obligada" a establir una relació més enllà d'allò estrictament mercantil amb la persona amb la qual intercanvia. ■



LETS

Sistemes d'intercanvi i comerç local

Els grups de LETS faciliten l'intercanvi de béns i serveis entre un grup de persones sense intervenir-hi els diners. En una crisi econòmica poden esdevenir clau per a la supervivència.

L'Argentina intercanvia en temps de crisi

El primer grup de LETS a l'Argentina data del 1995. Arran de la profunda crisi que el país viu actualment, l'intercanvi ha tingut una expansió impressionant. Es calcula que avui cinc milions de persones en viuen, repartides en 5.000 grups arreu del país. El centre d'estudis sociològics *Unión para la Nueva Mayoría* preveu que arribaran a ser set milions de persones a finals d'any.

La moneda per fer els intercanvis s'anomena *crédito*, i es fa servir per bescanviar tota mena de serveis: viatges, cursos, advocats, etc. S'estan establint acords amb laboratoris farmacèutics per vendre medicaments usant crèdits, i alguns municipis permeten pagar-hi els impostos. Cada vegada més empreses i pagesos poden reactivar la seva activitat i evitar la fallida gràcies als crèdits.





ALBERTO BENBENISTE

On trobar productes de Comerç Just

Amb el lema *No ajuda, sinó comerç* va néixer el moviment de Comerç Just, que estableix relacions comercials amb productors del Sud en condicions dignes (a diferència del comerç convencional, en el qual els productors solen ser menystinguts pels compradors del Nord). Avui, a l'Estat espanyol hi ha uns 600 punts de venda de productes de Comerç Just.

► El moviment del Comerç Just és una iniciativa impulsada per ONGs de tot Europa des de finals dels anys 60, per canviar les regles del comerç internacional i orientar-lo al servei de les persones. Tot i que encara és una activitat minoritària, la seva força principal rau a demostrar que el benefici econòmic, els drets dels treballadors i el respecte pel medi poden anar junts.

Es tracta d'establir relacions comercials entre productors de països del Sud i importadors de països del Nord, amb les característiques següents:

- Es promou un desenvolupament que millora la qualitat de vida dels productors i que és sostenible per al medi natural. Els productors participen en la presa de decisions, perquè les seves organitzacions funcionen democràticament.
- S'ofereixen oportunitats als productors més desfavorits, especialment dones i indígenes. Dones i homes reben el mateix tracte. No hi ha explotació infantil.
- S'estimula la producció de béns propis de cada cultura, fets a partir dels seus recursos naturals i fent servir coneixements autòctons, per preservar i desenvolupar les diferents identitats culturals.
- El preu de compra s'estableix de manera que els ingressos dels treballadors els permetin cobrir les seves necessitats bàsiques, incloent-hi l'atenció a la salut, l'educació i la capacitat d'estalvi. Això sol representar un

sobrepreu respecte als productes convencionals de prop d'un 20%.

- Els importadors financen per avançat fins a un 60% de la producció. Així s'evita que els productors hagin de demanar préstecs.
- Els acords comercials són a llarg termini, de manera que possibiliten una continuïtat de la producció.
- S'intenta minimitzar el nombre d'intermediaris.
- Els contactes regulars garanteixen una relació molt estreta entre productors i importadors. Ambdós són transparents en tot allò que pugui aportar una millora per al sector.
- La majoria dels beneficis que obtenen els distribuïdors s'han de destinar a accions de sensibilització (conferències, fulletons, campanyes en centres educatius) per donar a conèixer que aquest tipus de comerç permet assolir un nivell més alt de justícia, i difondre'l com a model vàlid per canviar les estructures i actituds injustes del comerç internacional.

Els productes majoritaris d'aquest tipus de comerç són tropicals, com el cafè, el te, el cacau o els plàtans, i també altres com la mel, el tèxtil, la joieria o els productes d'artesanaria.

Els segells

A Europa hi ha diversos segells que identifiquen els productes de Comerç Just, com *TransFair*, *Max Havelaar* o *FairTrade*. Estan integrats en FLO (*Fair*

ORGANITZACIONS DE COMERÇ JUST

Comunitat	Organització	Telèfon	Comunitat	Organització	Telèfon
Andalusia	Ideas	95 729 69 74	País Basc	Emaús - Erein	94 345 45 73
Balears	S'altra Senalla	97 171 59 15		Medicus Mundi	94 528 80 31
Canàries	Por ellos	928 24 83 32		Mercadeco	94 476 30 55
Castella La Manxa	Romero	967 22 80 93	València	Camp de Morvedre	96 267 90 26
Catalunya	Alternativa			Ecosol	96 370 91 58
	Solidària Plenty	93 443 17 35		Petjades	96 383 00 99
	Cooperació	93 318 34 25	Tot Espanya	Alternativa 3	93 735 30 47
	Xarxa de Consum Solidari	93 268 22 02		Equimerca	902 15 19 62
Galícia	A Cova da Terra	98 223 02 11		Espanica	91 522 10 35
	Panxea	98 181 91 01		Intermón-Oxfam	902 330 331
Madrid	Copade	91 561 74 27		Setem	91 549 91 28
	Ideas	91 377 25 32		Sodepaz	93 301 01 71
	Iepala	91 408 41 12		Solidaridad Internacional	91 541 37 37
	La Aldea del Sur	91 477 64 73			
	La Ceiba	91 420 16 17			
	OCSI	91 474 57 02			
	Subiendo al Sur	91 548 11 47			
	Unis	91 393 18 96			
	Utopía	91 663 81 64			

Coordinadora Estatal de Comerç Just

Pl. Centenario 3, bajo
20006 Donostia
Tel. i fax: 94 346 15 78
coordcoj@euskalnet.net
www.e-comerciojusto.org

Aquestes organitzacions ens poden informar sobre punts de venda de Comerç Just a la vora de casa nostra. Solen ser associacions cíviqes, botigues de barri i algunes cadenes de supermercats, com Bonpreu, Esclat, Kampió i Plusfresc.



Trade Labelling Organization, Organització per l'Etiquetatge del Comerç Just), una entitat que defineix criteris específics per a cada producte, i generals per al Comerç Just. Només els productors i comerciants que han firmat contractes amb FLO i que compleixen els criteris són autoritzats a comprar i vendre productes etiquetats amb els segells. FLO controla totes les parts involucrades per garantir que no es cometin fraus.

Les importadores espanyoles encara no tenen cap segell; actualment estan considerant integrar-se a FLO. La Coordinadora Estatal de Comerç Just atorga el distintiu *Justo Aquí* a les botigues i altres punts de venda de Comerç Just.



Les principals importadores espanyoles són ONGs com Intermón-Oxfam, Ideas o Alternativa 3, que abasteixen les diferents botigues, pròpies o no (a l'Estat espanyol hi ha uns 600 punts de venda). L'any 2000 van facturar 3'8 milions d'euros, encara molt lluny de les més grans: *GEPA* (Alemanya, 29'8 milions d'euros), o *Fairtrade Organizatie* (Holanda, 15'9 milions d'euros). ■

COMERÇ JUST A INTERNET

Webs amb informació sobre punts de venda

www.e-comerciojusto.org/organizaciones_y_tiendas.html
www.nodo50.org/espanica
www.comerciosolidario.com
www.solidaridad.org/pages/lista.htm
www.intermonoxfam.org/html/com_tie.html
www.sodepaz.org/tienda
www.redalternativa.com/tiendassolidarias.htm
www.medicusmundi.es/alava/comercio.htm (Àlaba)
www.pangea.org/xarxaconsum/venda.html (Catalunya)

Webs per comprar per Internet

www.eurosur.org/comercio_justo
www.solidaridad.org/pages/tienda.htm
www.intermonoxfam.org/tienda
www.comerciojusto.com
www.alternativa3.com
tendas.mundo-r.com/panxea/menu_principal.html
www.equimercaado.org/equi_mercado
www.sodepaz.org/tienda

Locals de Barcelona on es poden prendre productes de Comerç Just

Amaltea, Diputació 164 · Anem al Gra, Bailèn 115 · Bar Colòmbia, Fabra i Puig 1 · Bar La Cotxera, Antoni Costa 31 · Bar La Granja, Vidriera 9 · Bar La Tertúlia, Artesania 88 · Bar Menjador L'Ateneu, Portlligat s/n · Bar Oviso, N'Aray 5 · Cafè Just, Sots-tinent Navarro 18 · Cafeteria del Parlament, Parc de la Ciutadella · Centre Cívic Ateneu, Gran de St. Andreu 111 · Clàssic Gòtic, De la Plata 3 · Facultat de Medicina, Hospital de Sant Pau · Local Bar, Ases 7 · Manolo's Bar, Lancaster 3.



Lliures de bosses de plàstic

► Les bosses de plàstic que ens donen a les botigues es fabriquen per transportar allò que comprem des del comerç fins a casa. Després, en la majoria dels casos, es converteixen en un residu, la gestió del qual cada vegada és més problemàtica perquè el volum de bosses és cada vegada més gran. A l'Estat espanyol, una gran superfície "regala" als seus clients aproximadament 70 milions de bosses de plàstic cada mes.

Molts països busquen solucionar el problema de l'acumulació de bosses de plàstic a l'entorn i als abocadors i incineradores, amb iniciatives com ara no fer servir bosses massa primes (que no es poden reutilitzar), cobrar-les als clients o imposar-hi taxes.

És possible eliminar les bosses de plàstic d'un país?

Sí. L'1 de març passat, Bangla Desh va aprovar un pla per prohibir l'ús, venda i fabricació de bosses de plàstic. Es va aprovar una llei que permet sancionar amb 10 euros qui utilitzi una bossa de plàstic, i amb 10 anys de presó qui continuï fabricant-ne.

A la capital, Dacca, es feien servir 10 milions de bosses cada dia, i només un 10%-20% anaven a les escombraries. La resta es llençaven a l'entorn, bloquejaven les clavegueres i causaven greus inundacions. També, la fabricació i la incineració del polietilè (el tipus de plàstic de què estan fetes les bosses) causen problemes de salut per les emissions de dioxines i de cianur d'hidrogen, sobretot al personal que treballa en aquests processos.

Les bosses de plàstic havien aparegut a Bangla Desh a començament dels anys 80 i ràpidament es van popularitzar, perquè eren barates i fàcils de portar. Fins aleshores es feien servir bosses de jute, una fibra vegetal de la qual Bangla Desh era el productor líder en el món. El 1988 els grups ecologistes es van adonar de l'impacte negatiu de les bosses de plàstic sobre el medi, i van alertar del problema. Es va començar una llarga campanya contra les bosses de plàstic i a favor de materials alternatius, com paper, cotó o jute.

Avui, el país aposta clarament per tornar a les de jute. Es fan campanyes per incentivar-ne l'ús i es donen ajuts per proporcionar tecnologia senzilla a petites empreses perquè en fabriquin. El govern pensa que la indústria del jute requerirà més mà d'obra que la del plàstic, perquè es preveu una enorme demanda.

A Irlanda, des del març passat tots els botiguers han de cobrar als compradors per cada bossa una taxa de 0'15 euros. En dos mesos, el consum de bosses en una de les principals cadenes de supermercats ha caigut en un 97'5%. ■



ÁLVARO PORRO GONZÁLEZ

Verde que te quiero verde

El greenwashing o rentat verd d'imatge

T'arriben a fer creure que estàs netejant l'atmosfera quan conduïxes el cotxe amb gasolina de BP. El *greenwashing* (rentat verd d'imatge) manipula la imatge de moltes empreses i distreu l'atenció de les seves activitats agressives amb l'entorn natural. És sorprenent veure com grans multinacionals perverteixen el debat mediambiental amb espectaculars campanyes d'imatge.

► Us heu adonat, alguna vegada, que el logo de la BP és un sol, que el de Gas Natural és una papallona ostentosa-ment jovial, que Repsol patrocina el temps? En la cultura del logo, de la "imatge", manejar percepcions, jugar amb l'ambigüitat i la desinformació, manipular els subconscients i els instints, enganyar les sensibilitats, etc., són pràctiques esteses i gairebé "legítimes". Tot és veritat i és mentida, i al final les coses són el que semblen ser. És per això que fer que les coses "semblin alguna cosa" és, avui, tot un art i una ciència amb un poder imparabile.

El *greenwashing* o rentat verd d'imatge és una estratègia adoptada per empreses amb activitats perjudicials per al medi ambient, que no tenen voluntat de canviar-les. Essencialment, són campanyes que aconsegueixen canvis significatius d'imatge, de reputació, mentre es produeixen insignificants canvis en les pràctiques de l'empresa. Es pinta de verd per tapar la brutícia que queda sota la pintura; sembla rentat, però només és pintat. Malauradament, el rentat verd és una de les "polítiques mediambientals" més desenvolupades entre les grans empreses, especialment multinacionals.

Un exemple molt representatiu el podem trobar en British Petroleum, més coneguda com BP, amb força activitat a l'Estat espanyol. El 1999, BP compra Solarex, la productora de plaques solars més gran del món. Així es converteix en l'"empresa líder" mundial del sector de les energies renovables, alhora que és la segona petroliera mundial. Pocs dies després anuncia la seva nova campanya *Endollat al sol*, nou logo (un sol), nou lema (*Més enllà del petroli*), grandiloqüents iniciatives com la de posar plaques solars a 200 gasolineres arreu del món... Tanmateix, tot això, malgrat que monopolitza tota la seva imatge, resulta insignificant i marginal en la seva activitat productiva. Serveixi d'exemple mostrar que davant dels 49 milions d'euros que es va gastar per comprar Solarex, va gastar 600 vegades més per comprar la petroliera Arco, i 5.500 milions d'euros en una perforació de només cinc anys a Alaska, en una zona de gran valor ecològic.

El rentat verd sorgeix els anys 60 als Estats Units i Europa, quan paral·lelament a l'auge dels moviments ecològics que alertaven i destapaven la brutal degradació ambiental que les indústries provocaven, imatges enverdides de companyies van inundar els diaris, televisions i ràdios. Va ser la resposta de la cultura del logo, perquè les empreses

veïen amb ulls temorosos el creixent interès públic que despertaven els casos d'empreses altament contaminadores.

A l'Estat espanyol el concepte potser no és tan conegut, però la pràctica està molt estesa. Endesa, per exemple, exposa clarament com a raons per elaborar els seus principis de política mediambiental *el creixent rebuig a aquelles empreses que degraden el medi ambient amb la consegüent publicitat negativa i pèrdua d'imatge i l'augment de l'interès públic per activitats o productes amb algun tipus de distintiu ambiental*. Per tant, fent una lectura molt positiva, podem veure que el naixement del rentat verd és la conseqüència del triomf de les campanyes de denúncia del moviment verd. Però resulta ser també una perversió del debat mediambiental, i de qualsevol camí cap a una solució del problema. I també és una mostra de la capacitat intrínseca del sistema per esquivar les escomeses dels moviments socials i la conscienciació col·lectiva.

Alhora que constitueix una defensa davant dels atacs del moviment verd, obre les possibilitats d'expandir mercats i afegir "atractius extra" als productes. Un cas històric en aquest sentit es va donar el 1985, quan la petroliera nord-americana Chevron, amb la seva campanya de rentat verd *People do* (La gent fa), va aconseguir que les seves vendes

Essencialment, el greenwashing són campanyes que aconsegueixen canvis significatius d'imatge, de reputació, mentre es produeixen insignificants canvis en les pràctiques de l'empresa

augmentessin en un 10%, perquè va ser percebuda com la petroliera més respectuosa amb el medi als Estats Units. El més sorprenent és que dins del sector de consumidors hostils a la companyia, els socialment i ecològicament sensibles, les vendes van augmentar en un 22'5%.

Entre les diferents eines del rentat verd hi trobem els logos i altres imatges associades, anunciar als quatre vents esquifides iniciatives verdes, col·laborar en projectes o amb determinats grups o institucions, patrocinar certes activitats... Aquesta estratègia de patrocinis ha estat

usada hàbilment per Gas Natural per desenvolupar aquesta imatge d'empresa compromesa amb el medi ambient que distribueix una energia "neta". A Catalunya patrocina l'espai de medi ambient previ al telenotícies de TV3; a Barcelona i Madrid patrocina autobusos urbans "ecològics" que funcionen amb gas. Tot això ajuda a enfortir i donar cos

El gran problema del rentat verd d'imatge és que fa de la sensibilització col·lectiva sobre el medi ambient un joc trivial d'aparences, en el qual resulta fàcil netejar-se la consciència però difícil arribar a reflexions i canvis efectius en els nostres hàbits de consum

al missatge de l'empresa, que presenta el gas quasi com una energia renovable. Basant-se en el fet que emet menys gasos d'efecte hivernacle (responsables del canvi climàtic) que el petroli, es presenta a si mateixa com l'energia més neta, quan no és una energia renovable ni neta perquè emet gasos contaminants i implica molts costos mediambientals d'extracció i transport. Jocs de paraules que aprofiten la confusió i l'ambigüitat: segons ells, com que el gas emet menys

ALTRES RENTATS

A part del rentat verd d'una empresa per millorar la seva pròpia imatge, trobem el rentat que fan grups empresarials (*lobbies*) orientat a entorpir l'establiment de regulacions sobre la seva activitat, tant a nivell internacional com estatal. És el que s'ha anomenat *greenwashing profund*.

També hi ha rentats d'imatge "d'altres colors". El *rentat blau* pretén donar a l'empresa una imatge de respecte pels drets humans. El *sweat washing* ("rentat de suor") la vol fer aparèixer com a respectuosa amb els drets laborals.

Parlarem d'aquests altres rentats en propers números d'*Opcions*.

CO₂, es dedueix que contribueix a disminuir l'efecte hivernacle, i per tant es proclama com *la solució idònia al canvi climàtic o l'única energia que pot fer compatible progrés econòmic amb preservació del medi ambient*. Seria com dir que, com que Noruega caça il·legalment menys balenes que Japó, llavors Noruega contribueix a la conservació de la població mundial de balenes.

També hi ha el rentat verd institucional, és a dir, el que intenta donar una imatge de les institucions públiques compromeses amb el medi amb gestos externs sense transcendència política. Per exemple, quan el Partit Popular va arribar al govern va crear un Ministeri de Medi Ambient, cosa que havia pregonat als quatre vents durant la campanya electoral. Però la dotació pressupostària va ser menor que la de la secretaria d'estat a la qual substituïa.

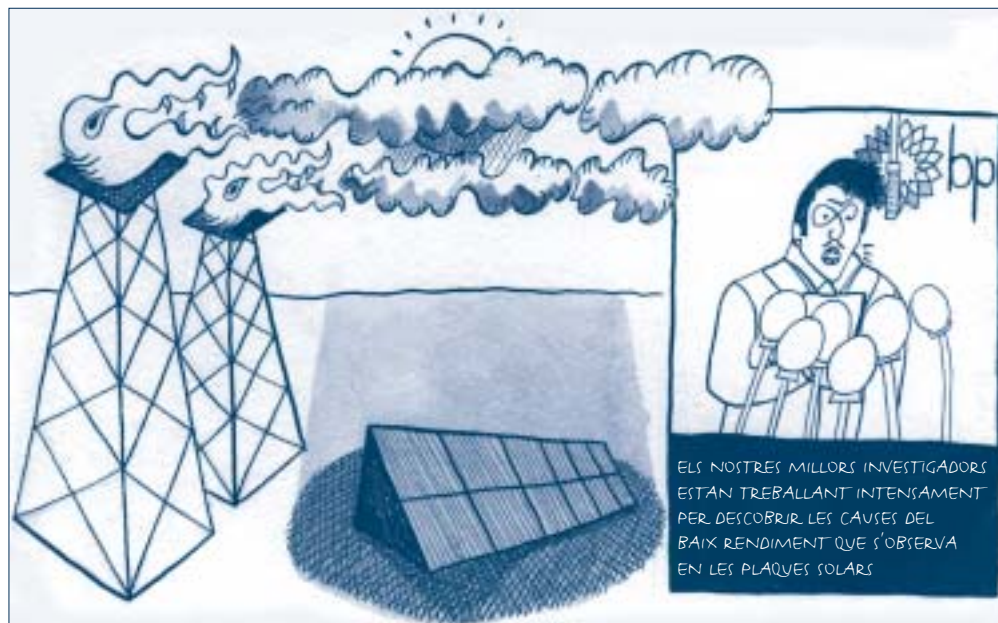
El rentat verd té unes característiques que el fan molt difícil de combatre.

Nosaltres, com a consumidors, volem creure el que ens diuen, perquè moltes vegades és el que ens resulta més còmode per qüestió de preus o de gustos, o fins i tot d'hàbits. Netejo la meua consciència sense haver de canviar de proveïdor o marca i sense disminuir el meu consum. T'arriben a fer creure que estàs netejant l'atmosfera quan condueixes el cotxe amb gasolina de BP.

També es dona la circumstància clau que pot ser molt confús i polèmic distingir què és rentat verd i què són iniciatives ben intencionades de canvi. Respecte d'això, l'ONU va fer un estudi el juny del 2000 sobre les iniciatives voluntàries de les empreses en el terreny mediambiental, que conclou que aquestes *acaben majoritàriament sent incoherències, criteris dobles, objectius*

o criteris inadequats i rentat verd. Veient aquestes conclusions, es revela que és important que els consumidors creem els nostres propis mecanismes d'informació i verificació. S'ha de rascar per veure què trobem sota aquestes capes verdes que ara molts llueixen.

El gran problema del rentat verd és que desincentiva canvis veritables, i fa de la sensibilització col·lectiva sobre el medi ambient un joc trivial d'aparences, en el qual resulta fàcil netejar-se la consciència però difícil arribar a reflexions i canvis efectius en els nostres hàbits de consum. ■





VANESSA MAXÉ, XAVIER MIRÓ

La porta giratòria

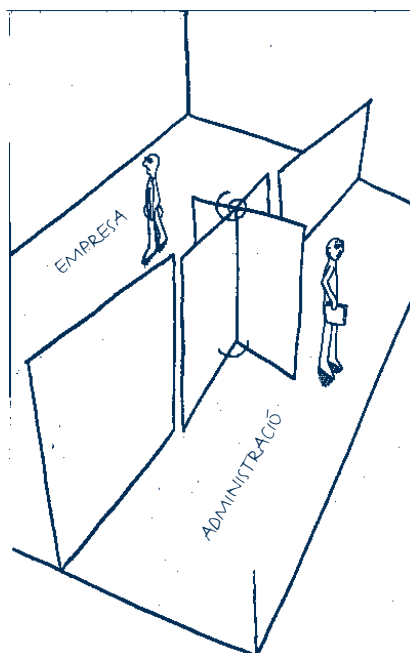
Porta giratòria és un terme que s'usa per designar el fet que algunes persones, en passar del món empresarial al polític o viceversa, aprofiten que poden "remenar les cireres dels dos cistells" per afavorir els interessos propis, fins i tot en casos en què aquests interessos perjudiquen l'interès general.

▶ Els anys 80, la multinacional agroalimentària Monsanto va crear l'hormona transgènica rBGH, que si s'administra a les vaques fa que produeixin més llet. L'FDA (*Food and Drugs Administration*, l'autoritat del govern dels Estats Units en matèria de seguretat dels aliments i els medicaments) es va encarregar d'avaluar-la.

Diversos estudis científics i les filtracions d'alguns investigadors relacionaven aquesta hormona transgènica amb problemes de salut en les vaques. Almenys un investigador de l'FDA va afirmar que aquest organisme no estava preparat per dur a terme l'avaluació de l'hormona, i fins i tot algun funcionari va denunciar que la revisió s'estava fent de manera molt limitada. Finalment, l'FDA només va donar per bons els informes presentats per Monsanto, i el 1993 va declarar que l'hormona era segura. El febrer següent, Monsanto va començar a comercialitzar a gran escala el primer producte amb rBGH. Més endavant, altres estudis científics van indicar que hi podia haver connexió entre els residus de l'hormona a la llet i el càncer en éssers humans.

La persona que va supervisar la redacció de les normes d'etiquetatge per als productes amb rBGH va ser Michael Taylor, el vicecomissari de política de l'FDA. El 1994 va fer-se públic que Michael Taylor havia treballat durant set anys com a advocat de Monsanto (on justament havia elaborat un informe sobre la possible inconstitucionalitat que els estats imposessin lleis d'etiquetatge als productes que continguessin rBGH). La vicedirectora de l'Oficina de Nous Fàrmacs Animals de l'FDA era Margaret Miller, que havia treballat a Monsanto fins el 1989 investigant la seguretat de l'rBGH. I l'avaluadora principal de l'hormona per part de l'FDA era Suzanne Secher, que anteriorment també havia investigat sobre l'hormona amb finançament de Monsanto. L'agència encarregada de controlar la rectitud de les accions governamentals (la *General Accounting Office*) va determinar que la vinculació dels membres de l'FDA amb Monsanto no suposava cap conflicte d'interessos. L'administració donava prioritat al benefici empresarial en lloc de donar-la a la seguretat pública.

En dictaminar que l'hormona transgènica rBGH és segura, l'administració nord-americana va donar més prioritat al benefici empresarial que a la seguretat pública



o amb alternança— alts càrrecs en els móns de la política i l'empresa, i que aprofiten el fet de "remenar les cireres dels dos cistells" per afavorir els interessos propis. Quan passen de l'empresa a la política, legislen o regulen a favor de l'empresa d'on provenen. Quan passen de la política a l'empresa, se serveixen de les influències entre el món polític.

Algunes característiques

Hi ha una sèrie d'elements que caracteritzen el fenomen de la porta giratòria:

- **Un grup restringit.** Són poques cares les que van passant d'un món a l'altre. Hi ha un cert hermetisme o endogàmia entre les dues cúpules de poder. Això ve donat pel fet que les persones que en formen part tenen procedències familiars enllaçades, han estudiat en determinades universitats o es mouen en cercles socials i culturals comuns. Per exemple, Alejandro Agag, futur gendre del president del govern, va cursar EGB i BUP al col·legi de l'Opus Dei Retamar i va tenir com a companys, entre d'altres, els fills de Suárez, Ruiz Mateos o Calvo Sotelo. Després del seu pas per les joventuts

Aquest cas és un molt bon exemple del fenomen anomenat *porta giratòria*, i de les conseqüències socials que pot tenir. És el trànsit bidireccional de persones que van ocupant al llarg de la seva trajectòria professional —de forma paral·lela

del Partit Popular Europeu i de ser un dels ajudants personals del president, passarà a ocupar un alt càrrec a la banca portuguesa.

- **Discreció.** Malgrat que els protagonistes del procés de porta giratòria ocupen llocs rellevants i d'interès públic, el fenomen es desenvolupa en un relatiu silenci social. En molts casos, l'opinió pública no arriba a conèixer la procedència dels que poden ser els seus representants polítics i, en conseqüència, no té l'opció de qüestionar-se els efectes socials que se'n puguin derivar.
- **Informalitat.** Molts cops, la interacció entre els dos costats de la porta transcedeix els mecanismes legals estipulats i es duu a terme de manera informal: nomenaments a dit, acords que es prenen en un sopar o en una conversa telefònica, etc. Els estaments previstos per les constitucions

democràtiques per supervisar les preses de decisions moltes vegades actuen com a meres comparses.

En el si d'una societat democràtica, la realitat quotidiana i fenòmens com la porta giratòria ens permeten "intuir" que hi ha ciutadans que tenen més pes que d'altres. I mentre es van conquerint i consolidant drets socials, algunes persones se salten els mecanismes que pretenen fer la societat igualitària. Això ens fa plantejar diverses qüestions:

- Quin pes té el principi d'igualtat de tots els ciutadans davant de l'elitisme?
- Per accedir als llocs de poder, quin paper juguen els mèrits propis i quin els privilegis de determinats grups o "classes"?
- Què s'afavoreix, els interessos generals o els d'una minoria amb més recursos per actuar com a *lobby*?

La pràctica de la porta giratòria és només un exemple que ens indica cap a quin cantó s'inclina la balança. Però no es tracta només de preguntar-nos quina

No es tracta només de preguntar-nos quina és la democràcia real de la nostra societat. La porta giratòria pot dur a prendre decisions que perjudiquen l'interès general

és la democràcia real de la nostra societat. La "frivolitat" d'usar els braços del poder polític i empresarial en benefici propi pot tenir conseqüències socials greus. Casos com el de Monsanto ens mostren com hom pot arribar a posar en perill la salut pública en pro d'uns guanys i interessos particulars. ■

ALGUNS EXEMPLES DE PORTA GIRATÒRIA

A Catalunya

Entre la Conselleria d'Economia del govern de la Generalitat i Acesa (*Autopistas Concesionaria Española S.A.*, empresa que s'encarrega de la construcció, conservació i gestió d'autopistes de peatge en règim de concessió) hi ha pràcticament una "autopista giratòria". Els exconsellers Macià Alavedra i Josep Manuel Basáñez van passar, en deixar el càrrec, a president de les autopistes del Garraf i a president d'Acesa respectivament. Ja a la dècada dels 70, Jordi Pujol havia estat membre del consell d'administració d'Acesa. L'actual conseller, Francesc Homs, va treballar durant un temps a l'empresa Àreas, la filial d'Acesa que gestiona les àrees de les autopistes (actualment s'anomena Areamed 2000).

La qüestió dels peatges a les autopistes catalanes ha estat polèmica d'ençà de la construcció d'autovies gratuïtes a la resta d'Espanya, que ha creat un greuge comparatiu. Des de la Generalitat s'ha impulsat la rebaixa dels peatges a canvi d'un allargament en el període de concessió (això beneficia Acesa, és clar). Durant la presidència de Basáñez, Acesa va presentar recursos contra la construcció de l'autovia Lleida-Barcelona a l'alçada de La Panadella. D'aquesta manera retardava el funcionament de l'autovia i beneficiava l'autopista A2, de peatge i propietat d'Acesa.

Als Estats Units

Dick Cheney, l'actual vicepresident dels Estats Units, havia estat Secretari de Defensa durant la Guerra del Golf. Entre el 1995 i el 2000 va ser cap executiu de Halliburton, l'empresa de serveis per a la indústria petrolera (pous, canonades, etc.) més gran del món. No tenia cap experiència prèvia en direcció d'empreses, però feia 25 anys que es movia pel govern dels EUA. Això devia ser el que li va permetre aconseguir molt bons resultats:

- En dos anys, Halliburton va rebre 1.600 milions d'euros en préstecs i subvencions del govern (entre 1990 i 1995 n'havia rebut 108)
- El govern la va contractar per una facturació total de 2.500 milions d'euros (entre 1990 i 1995 havien estat 1.300)
- Halliburton va ser l'empresa nord-americana que més beneficis va aconseguir en els negocis amb l'Irak (25 milions d'euros), tot i que Cheney havia estat un dels arquitectes de les sancions econòmiques contra l'Irak.

Icaria  editorial

Llibres per
construir un
món millor

Icaria editorial, Ausias Marc 16, 3r 2a, 08010 Barcelona.
Tel.: 933 011 723 / 933 011 726
www.icariaeditorial.com

ELEKTR-N

Energies renovables Mesura ambiental

Descarregui el catàleg des de la nostra web

www.elektron.es

Farigola, 20 local 08023 Barcelona elektron@arrakis.es
Tel. 93 210 83 09 Fax: 93 219 01 07
Horari: de 9 a 19 h. de dilluns a divendres



Savieses

No volem que ens donin
un cop de mà;
volem que ens treguin
les mans de sobre.

Un indígena de Guatemala

El vent no trenca l'arbre
que es pot vincilar

Proverbi sukuma
(poble que habita el nord de
Tanzània)

Megaxifres

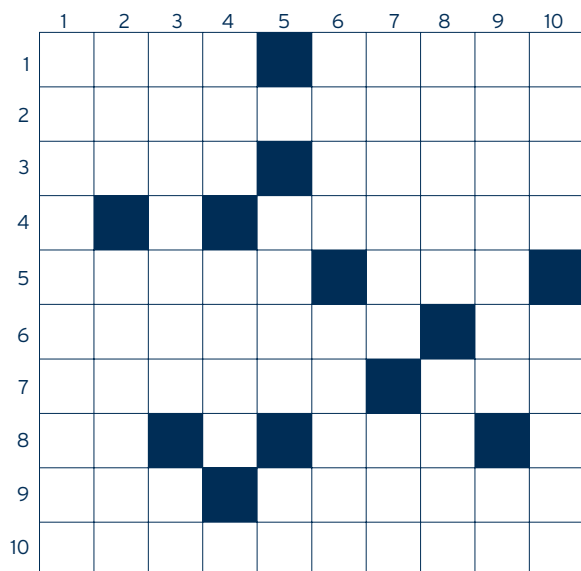
De mica en mica,
l'activitat constructora va prenent
terreny a l'espai natural verge.

**A l'àrea metropolitana de
Barcelona, els darrers
25 anys s'ha doblat
la superfície urbanitzada.**

És a dir, s'ha artificialitzat tant territori
com en tota la història precedent.

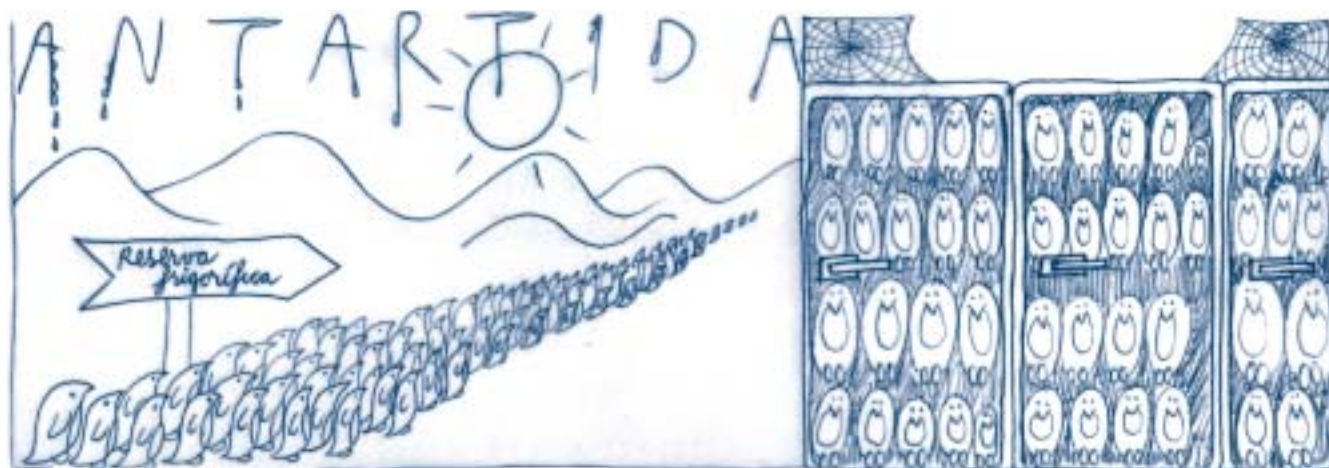
(Font: Consell Municipal de Medi Ambient i
Sostenibilitat de l'Ajuntament de Barcelona)

Mots encreuats DAVID LÓPEZ



Horizontals: 1 Les neveres en generen. Persona que observa cautelosa i amagadament el que fan d'altres. 2 Terrenys inundats permanentment. 3 Que té nusos. (A l'inrevés) Recull informació per via nasal. 4 Infusió. Un romà. Cossos celestes. 5 Inquietud angoixosa i malaltissa. Bones sigles per a un futur Institut de la Salut Natural. 6 Governador d'una província en l'antiga Pèrsia, que vivia de conya. Estàndard musical. 7 Incorporar fills a un teixit, alhora que es preparen complots. Curiosament, no es pot dir mai. 8 Noranta-nou habitants d'Emerita Augusta. Vocal d'amagatall. Greix que serveix per cuinar i per cridar l'amic de l'Stan Laurel. Vocal d'oliareu ;) 9 Si l'hem fet, hem arribat molt alt. Diuen la seva. 10 Transformarà en substància pròpia (com els aliments, per exemple).

Verticals: 1 Màgica, irreal, onírica. 2 Es fot del corrent d'aigua. L'egoista per antonomàsia. 3 Narcís ho era, i molt. Més desvocalitzat. 4 A l'inrevés i en tots els sentits, nord. Shirley MacLaine va ser la dolça d'en Billy Wilder. Copulativa. 5 La primera. Pòquer d'asos. Arbre de dues lletres. 6 Esma esbojarrada. Es diu d'allò que ens és qualitat personal o característica. 7 Deixava un lloc. Lli que ha passat per la centrifugadora. 8 Accions en les quals es vessen llàgrimes. Val més que sigui de minerals que antipersona. 9 Dona natural d'Eivissa (per exemple). atoN. 10 A l'inrevés, mancada de gràcia. Deessa grega, objectiu de molts trets.



► Recentment, Ramón Fernández Durán deia a la revista *El Ecologista*: *[En el procés de crear experiències de transformació alternativa -formes de vida, econòmiques, laborals, de relacions interpersonals, etc.] s'ha de donar una enorme importància a la reconstrucció de les nostres ments, tan colonitzades pel pensament occidental dominant, per recomposar el nostre jo escindit. [...] Cal descolonitzar el nostre imaginari, individual i col·lectiu, per poder canviar veritablement el món.*

Alguns membres de moviments socials i altres persones amb inquietuds poden pensar que això no és important; creiem que fem coses molt diferents del que dicta la cultura dominant. Això és cert, però només en part.

Un exemple. Fa anys era president d'una associació de consumidors de productes biològics. Estava molt il·lusionat per la meua elecció perquè estava amb companyes i companys compromesos amb l'agricultura ecològica. Tots compartíem esta idea, però el nostre comportament estava farcit de les fílies, fòbies i neures que nosaltres mateixos

criticàvem: culpabilitzacions, desqualificacions, etc. Tots érem molt "enrotllats", però estava clar que amb la voluntat no n'hi havia prou.

Anys més tard, fruit de la meua experiència en el camp de les interrelacions humanes, vaig arribar a la següent conclusió: per dur a terme projectes com el

Treballar en el nostre desenvolupament humà ens permetria ser més eficaços en els nostres propòsits, i fer-nos una idea més acurada de com funciona la nostra societat

citat, cal fer-se conscient que les maneres habituals de pensar i actuar típiques de la nostra cultura poden ser un fre, i que cal construir-ne de noves. I per aconseguir això hi ha un camí: el desenvolupament humà.

Però est concepte és estrany en la nostra cultura, i específicament en els nostres moviments socials. Les afirma-

cions de Fernández Durán crec que no tenen ressò en el moviment ecologista (i per extensió en els altres) perquè no disposem de referències específiques personals de què volen dir. I poden parèixer una intel·lectualització.

Quins poden ser els beneficis de desenvolupar certes capacitats i actituds en els moviments socials o a nivell individual? Anem a vore algunes de les possibilitats.

Prevenició i evitació de conflictes interpersonals, promoció de relacions personals fluides, dins i fora dels moviments socials, establiment d'objectius clars dins de les organitzacions, evitar conductes ineficaces, aprendre a organitzar



amb més eficiència, eixir d'algunes "automarginacions" i aprendre a connectar amb força amb els ciutadans, trencar visions maniqueistes: "nosaltres bons/vosaltres roïns", que fan allunyar dels nostres moviments persones que podrien participar-hi, etc. Això és només una xicoteta mostra de les immenses possibilitats.

Com fer-ho? Una forma és aprenent disciplines pràctiques, com PNL, sistèmica, etc., que poden ser molt útils en els nostres moviments socials (no és per casualitat que moltes empreses i institucions, sabent del seu potencial, cada volta les utilitzen més). Això tindria alguns efectes positius: ser més eficaços en els nostres propòsits, o fer-nos una idea més acurada de com funciona la nostra societat en termes dels mecanismes psicològics que poden facilitar i potenciar notòriament el canvi social.

Per la meua experiència, una forma de potenciar una societat més equilibrada és aprendre a utilitzar individualment i social els nous conceptes i ferramentes mentals que ens aporten les noves disciplines de la conducta i del pensament humà. ■



Repensar-nos per construir una societat equilibrada

LA MIRADA DE
Carles Porcel

Sovint, els moviments socials, malgrat ser avantguardistes, no són conscients que segueixen, en la conducta i el pensament, patrons de la cultura occidental que limiten l'èxit del seu activisme. L'autor creu que per avançar en els canvis socials cal aprendre a pensar, sentir i actuar de maneres diferents, en el contingut, i especialment en la forma. D'aquí la importància del desenvolupament humà col·lectiu.

Carles Porcel és ecologista i filòsof. Professionalment imparteix cursos de desenvolupament personal i comunicació. És autor del llibre *Què és la PNL* (RBA/Integral).



MANOLO VÍLCHÉZ,
FUNDACIÓ TERRA

Vistes sobre Manhattan

D'un visitant catalogat com a ecologista

Nova York és la ciutat on totes les xifres són astronòmiques. Entre tants gratacels, és una abraçada sorpresa conèixer els jardins i horts que *Green Guerrillas* han estat muntant i cuidant des de fa trenta anys en espais abandonats de tots els barris.

El viatge virtual

Al "super": www.wholefoodsmarket.com

Al mercat ecohortalà:
www.ny.com/dining/green.html

Als hortals urbans: www.greenguerrillas.org

Als artistes en defensa dels horts i jardins:
www.earthcelebrations.com

Al mapa verd de NY: www.greenmap.org

► Pot estar bé que el primer que es faci només d'arribar a Manhattan sigui pujar en ascensor a tota pastilla els vuitanta i escaig pisos de l'Empire State (a 427 metres per minut, uff), que és com una petita ciutat vertical que en consum de materials i energia supera moltes poblacions. En arribar a la terrassa, el millor mirador per veure des de dalt el que ens espera a baix, és un bon moment per valorar i reflexionar sobre el monstre urbà que respira sota els nostres peus.

Dotze mil tones d'escombraries surten cada dia des de la ciutat de Nova York i arriben en alguns casos a més de quatre-cents quilòmetres; per aconseguir-ho calen 600 camions. No fa gaire que van haver de tancar l'abocador habitual, al qual des de vaixells enormes arribaven moltes més tones de residus. Des de l'administració s'aposta per força pel reciclatge dels residus, tot i que costa percebre les infraestructures a simple vista.



Impressiona ser en un territori que disposa de 1.150 quilòmetres de vies de metro i 470 estacions per arribar a quasi tots els racons; és usat diàriament per 3'5 milions de persones, i un altre milió i mig es mou per l'exterior amb la xarxa d'autobusos. Per les entranyes del monstre pedalegen cada dia en algun moment 70.000 ciutadans. Gairebé 10.000 quilòmetres de tuberïes per distribuir l'aigua potable, i 10.100 de clavegueram per recollir-la i evacuar-la. 650.000.000 km. de cable telefònic i milions de quilòmetres de conduccions pel gas i instal·lacions elèctriques, que subministren energia per al continu moviment. Energia que prové en un 10% d'olis residuals, en un 17% de cola, 22% nuclear, 30% de gas i un 20% hidroelèctrica. La ciutat disposa d'una mena de sistema de ventilació natural que fa que, malgrat la contaminació del trànsit, l'aire es renovi contínuament.

A Nova York s'hi pot trobar menjar bio a dojo i a miquetes. A dojo, al *Whole Foods Market* de Chelsea, una hectàrea

de supermercat bio. De tot, i algunes coses a preus molt interessants –muntar-se un biomenú d'entrepans pot sortir més econòmic que al carrer. Entre tantes prestatgeries trobo el "Pa"



Newman. Resulta que l'artista i la seva dona han invertit en el negoci saludable, i sucs, galetes i pots de salses tenen la foto de la parella i una inscripció a les etiquetes: *Paul Newman dona tots els royalties després de taxes per la venda del producte a una entitat social que es dedica a l'educació*. La veritat és que em compro unes cookies amb fórmula ancestral i estan divines.

A miquetes, els dissabtes, quan el *Green Market* envaeix la zona nord de Union Square. A les paradetes hi trobem els fruits del bon fer de la terra i els seus cuidadors: diversos ecoagricultors familiars porten la seva producció de temporada, tot amb ecogaranties.

Green Guerrillas

Sóc al centre de la *city* mirant cap amunt l'edifici on tenen l'oficina els *Green Guerrillas*, que són per als emotius uns ídols de l'agricultura urbana. El 1973, Liz Christy, una artista del Lower East Side, va començar a netejar i ocupar un xamfrà dels carrers Bowery i Houston, amb un grup d'amics. Així va començar la revolució verda de NY, amb recursos propis, totxos procedents de la neteja



dels espais, botigues que van donar plantes i materials –els “super” ja tenien on compostar les sobres de les verdures. Intel·lectuals, artistes, arquitectes, mestres i estudiants, jubilats i parats i mestress@s de casa van posar i posen el seu temps i talents al servei de la causa. Quan els veïns trobaven un espai lliure,

La revolució verda de Nova York (1973) té ara més de 700 espais ajardinats o convertits en horts pels i per als veïns de la comunitat

de seguida *Green Guerrillas* trobava la possibilitat d'un altre jardí per a la comunitat. Hi ha jardins bonics, cuidats, permaculturitzats, amb casetes de conte, amb tocs de refinat art visual, escultures i olors, amb horts de producció biointensiva, amb petits escenaris de fusta per a actes socials, amb la zona segura de jocs per als petits, amb dificultats per accedir a l'aigua, amb murals preciosos a les parets dels edificis veïns... De tots emanen aires de llibertat i compromís.

Green Guerrillas actualment té més de 200 voluntaris i 800 membres que recolzen les seves tasques i mantenen part de la seva economia, que es nodreix de donacions, una festa benèfica anual i aportacions d'altres fundacions. Juntament amb altres organitzacions és culpable de més de 700 espais ajardinats o convertits en horts pels i per als veïns de la comunitat i el plaer dels turistes més compromesos. Distribuïts per tots els barris de NY, són tan diversos com les gents del Bronx, Harlem, Manhattan, Brooklyn...

Alguns dels horts i jardins ja són història: l'espai torna a estar edificat, perquè... com és possible que els veïns ocupin terrenys que gestiona l'ajuntament més especulador que es coneix, pel que fa a sòl urbà? El moviment comunitari porta anys de resistència, veu com van desapareixent alguns dels seus espais i defensa amb alegria la preservació dels que queden. A l'altra banda hi ha les constructores. *Green Guerrillas* dedica els seus esforços a estar atenta legalment contra els interessos especulatiu i lluita per preservar per a les generacions futures els fruits col·lectius. Dóna tallers i assessora els actuals i futurs encarregats dels jardins, i proporciona una sèrie de serveis enfocats als aspectes de gestió material i humana i a tècniques de cultiu en més de 300 espais.

Buscant la “12a Processó de Ritus de Primavera per Salvar els Jardins”, trobo quelcom semblant a un carnestoltes. Un munt de persones amb disfresses al·lucinants. *Earth Celebrations* és una organització formada per artistes, músics i poetes que en aquesta ocasió passen vuit hores mostrant art, rituals, *performances*, música, dansa i poesia per defensar els espais verds comunitaris. A cada parada hi ha un acte, a cada jardí el seu cuidador s'encarrega de rebre la comitiva festiva. Unes paraules m'impresionen per la seva força i l'expressivitat del nostre, sonen davant d'un mur de formigó on abans hi havia hagut un jardí. Un saxofonista a la coberta d'un edifici dóna la sortida a una tirolina per on es desplaça una papallona de roba gegant. La veritat és que és un espectacle, i fins i tot emocionant. New York, New York... ■



Opcions

SUBSCRIPCIONS I COL·LABORACIONS

Nom i cognoms
 Domicili
 Codi postal Població
 Adreça electrònica NIF

Vull subscriurem a Opcions: en català en castellà Data

Forma de pagament: Taló a nom de CRIC (18 euros) Domiciliació bancària:
 Titular del compte
 Banc o Caixa d'Estalvis
 Número de compte: Entitat Oficina D.C. Núm. llibreta o CC
 Domicili de la sucursal
 Codi postal Població

Vull col·laborar amb el CRIC mitjançant

Copia o retalla aquesta butlleta, omple-la i envia'ns-la:
 CRIC
 Ausiàs Marc 16, 3er 2a
 08010 Barcelona

També pots enviar les dades per correu electrònic a cric@pangea.org

Preu de la subscripció anual (6 números): 18 euros.

Per a entitats i institucions, es fan descomptes a partir de 50 subscripcions.

De moment, *Opcions* no es distribueix a través dels quioscos. Però sí que es pot comprar en alguns establiments:

- Botigues i cooperatives de productes ecològics
- Punts de venda de productes de Comerç Just
- Locals socials on hi hagi revistes a la venda
- Qualsevol comerç que hi estigui interessat

Si treballes en algun d'aquests establiments i et sembla interessant distribuir *Opcions*, posa't en contacte amb nosaltres.

També es pot tenir en locals públics perquè la llegeixin els visitants:

- Centres cívics, ateneus
- Restaurants
- Biblioteques, sales de lectura, centres de cultura
- Consultes mèdiques o d'altres tipus

Si treballes en algun d'aquests locals i vols que els visitants puguin llegir *Opcions*, posa't en contacte amb nosaltres per fer una subscripció.

C R I C · 93 412 75 94
cric@pangea.org

A qui comprem?



Tenim
Opcions
per triar!

SI ESTÀS INTERESSAT/DA EN LA INFORMACIÓ

QUE OFERIM A TRAVÉS D'AQUESTA REVISTA,

ÉS IMPORTANT QUE T'HI SUBSCRIGUIS.

Dóna *Opcions*
a algú altre
PASSA-LA!!
Regala una subscripció!