Opciones

NUM 9 OCTUBRE NOVIEMBRE 2003

PVP 3 €

INFORMACIÓN PARA EL CONSUMO RESPONSABLE

La pasta de dientes

Obsolescencia planificada

Usar y tirar, o cómo dilapidar absurdamente los recursos

¿Por qué reducir el consumo?

Circuitos de segunda mano

Reducir reutilizando

CRIC

Centre de Recerca i Informació en Consum

Ausiàs March 16, 3er 2a · 08010 Barcelona
Tel. 93 412 75 94 · Fax 93 317 82 42
cric@pangea.org
http://cric.pangea.org

Opcions

Dirección
Montse Peiron

Redacción
Isabel Atela, Montse Peiron, Álvaro Porro

Colaboraciones
Toni Atela, Marc Badal, Mariona Ferret, Jordi Redondo, Gil Toll, Robert Tomàs, Joaquim Vinyoles

Diseño gráfico y maquetación
Muntsa Busquets, Pep Sansó

Fotografía
Laia Navarro

Humor e ilustraciones
Forges, Laia Olivares, Guillem Rodríguez

Impresión
Gramagraf s.c.c.l.

Depósito Legal: B-18353-2002
ISSN: 1579-9395

Impreso en papel reciclado

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

Esta revista también se publica en catalán.

EDITORIAL

El interés por el consumo responsable sigue creciendo en nuestro país. En *Opcions* estamos contentos porque el número de suscriptores sigue aumentando, y sobre todo porque la revista parece resultar realmente interesante y útil a los lectores; el 87% de los suscriptores que recibís la revista desde el principio habéis renovado la suscripción después de nuestros primeros ocho números.

También nos alegra el interés de muchos por colaborar en la evolución de la revista. Hasta ahora hemos recibido una cincuentena de respuestas a la encuesta que enviamos junto con el número anterior. Más adelante las estudiaremos en detalle, pero por ahora una primera valoración nos indica estos resultados:

- La mayoría de secciones se valoran muy positivamente. La sección claramente menos apreciada es la de *Entretenimientos*, por esto seguramente dejaremos de incluirla, al menos por un tiempo, y liberaremos así espacio para cosas que resultan más interesantes.
- Algunos de los productos que más se proponen para tratar en la sección central son ropa, alimentación, cosmética e higiene, coches, artículos infantiles o banca. Iremos estudiando estos productos en los próximos números. Algunos habéis sugerido temas que ya hemos tocado en números anteriores; próximamente publicaremos en nuestra web los sumarios de todos los números, e íntegramente los números que ya están agotados en papel.
- Bastantes lectores/as explican que el cambio más importante en la forma de consumir ha sido el hecho de plantearse más cuestiones, de hacerlo

Cartas a *Opcions*
Enviadlas a: Revista OPCIONS
Ausiàs March 16, 3º 2ª · 08010 Barcelona

más a conciencia. Se comenta que no es fácil encontrar la forma de consumir que más gustaría, pero se introducen pequeños cambios prácticos; los más frecuentes son reducir la cantidad de embalaje, cambiar de marca para algunos productos y reducir el consumo en general.

- Varios lectores nos han pedido una lista de puntos de venta de Comercio Justo en España. Se puede encontrar en la sección *Herramientas* del número 3, que pronto se podrá consultar en nuestra web.

Animamos a los que no habéis contestado aún a darnos también vuestras impresiones. Tenemos previsto publicar en la web un estudio más detallado de las respuestas, así como la propia encuesta para que los nuevos lectores nos hagan llegar también sus valoraciones.

Estamos ampliando los puntos de venta donde se puede comprar *Opcions*. Si conocéis alguno que pueda estar interesado, os agradeceremos que nos paséis el contacto.

SUMARIO

Porqués

¿Por qué reducir el consumo? 4

Opciones

La pasta de dientes 6

Los fabricantes de pasta de dientes 14

Ideas

Compartir coche: una tendencia natural que encuentra nuevas formas de cambio radical 21

Herramientas

Circuitos de segunda mano: reducir reutilizando 22

Trampas

Obsolescencia planificada: usar y tirar, o cómo dilapidar absurdamente los recursos 24

Vínculos

Cambios en la normativa comunitaria sobre control de sustancias químicas 26

Entretenimientos 28

Miradas

La pobreza: una enfermedad? La mirada de Robert Tomàs 29

Viajes

Experiencias neorurales: ensayar otros modelos de vida 30

EN EL PRÓXIMO NÚMERO:
Los muebles

¿Por qué reducir el consumo?

En el número anterior explicábamos que el consumo masivo empezó a aparecer hace cien años escasos, y que podemos hablar propiamente de sociedad de consumo desde hace apenas cincuenta. Alguien podría pensar que no acabamos de empezar a consumir y ya se nos pide que reduzcamos. ¿Por qué?

A escala histórica llevamos pocos años consumiendo de manera masiva, pero el crecimiento ha sido tan rápido que parece razonable empezar a pensar que hemos alcanzado un techo. Veamos algunos datos.

Es habitual encontrar los datos referentes a consumo en términos monetarios (dinero que nos gastamos, proporción que destinamos a los distintos conceptos, etc.). Estas cifras nos hablan de la relación entre el consumo y las economías familiares, pero no de lo que *consumimos* propiamente dicho; es decir, lo que *gastamos* del planeta.

Para hablar de esto, se propone como indicador el *Requerimiento Total de Materiales* (RTM), que mide la cantidad de masa forestal, producción agrícola, pescado, pastos y todo tipo de minerales usados en nuestra actividad productiva o deteriorados por ésta. Otra medida es la cantidad de energía que alimenta los procesos productivos y nuestros bienes.

Como se puede ver en el gráfico, en España estos indicadores se han multiplicado por 4'5 y por 5'8 respectivamente en 40 años. Un crecimiento mucho más acelerado que hasta ese momento: desde la Prehistoria hasta 1955 habíamos llegado a un RTM de 300 millones de toneladas anuales, y le hemos sumado otros 1.000 millones en sólo 40 años. No se han calculado aún datos para todo el planeta, pero la tendencia global es la misma.

SISTEMA INSOSTENIBLE

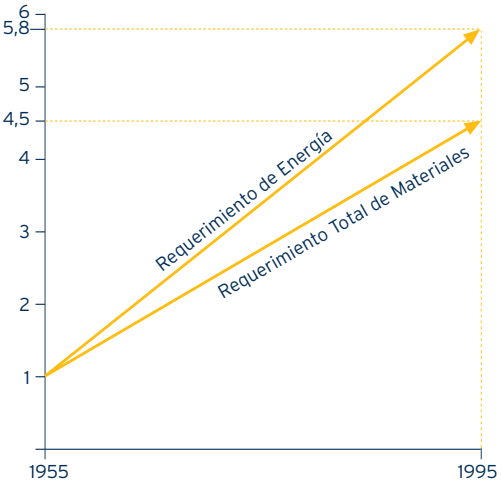
Este nivel de consumo, ¿es poco, es mucho, es demasiado? Veamos otro ilustrativo indicador, la llamada *Huella Ecológica*, que describe la cantidad de superficie terrestre necesaria para abastecer de forma sostenible el consumo de una persona o de un área en cuanto a materiales y energía. Se ha calculado que para abastecer el consumo mundial actual de forma sostenible necesitamos 1'2 veces la superficie de la Tierra. El diagnóstico, pues, es claro: puesto que sólo disponemos de una Tierra, estamos consumiendo, o *gastando*, demasiado.

¿Qué es lo que hace insostenible al sistema? Se dice que un recurso es *no renovable* cuando no se puede regenerar. Son no renovables todos los minerales, incluyendo el petróleo; son renovables los seres vivos, las energías solar y eólica o el agua.

- De los recursos **no renovables** tenemos disponible una cierta cantidad finita. Luego, para poder disponer de ellos indefinidamente tendríamos que reintroducirlos en las cadenas productivas, es decir *reciclarlos*, infinitas veces. Actualmente, entre un 80% y un 90% de los materiales que usamos son no renovables, y el grado de reciclaje es muy bajo. Lo que solemos hacer cuando dejamos de utilizarlos es *tirarlos* (al medio o en vertederos o incineradoras), con lo cual "les perdemos la pista" y dejan de estar a nuestra disposición.
- En cuanto a los recursos **renovables**, en muchos casos se explotan a un ritmo mayor que el de regeneración, de forma que tienden al agotamiento; por ejemplo, los bosques, la pesca o el agua potable. En muchos casos se explotan de una forma que estropea la "maquinaria natural" en su conjunto; por ejemplo, se usan productos químicos que contaminan los suelos o las aguas, de forma que la tierra pierde fertilidad, los vegetales y animales que integran las cadenas alimentarias enferman, etc. Así, pasan de ser materiales integrados en los ecosistemas a potenciales destructores de ecosistemas.

A parte del agotamiento de recursos, tenemos el impacto ambiental de los procesos de extracción, manufactura, distribución, uso y final de vida, generadores todos ellos de residuos y, mayoritariamente, de contaminación. Por otra parte, en nuestro mundo globalizado las distancias entre materias primas, lugares de manufactura, mercados de consumo y espacios de acumulación de residuos aumentan a gran velocidad; los requerimientos de transporte en España se multiplicaron por 25 entre 1955 y 1995. Hoy por hoy el transporte utiliza fuentes de energía no renovables, genera contaminación y requiere una gran cantidad de infraestructuras.

Incremento del consumo español de recursos naturales en 40 años



Fuente: O. Carpintero (ver *Para mas información*).

PARA MÁS INFORMACIÓN:

Óscar Carpintero: *La economía española: el "dragón europeo" en flujos de energía, materiales y huella ecológica, 1955-1995*. Ecología Política núm. 23, 2002.

J.M. Naredo: *Insostenibilidad ecológica y social del "desarrollo económico" y la brecha Norte-Sur*, octubre 1999 (disponible en www.dlh.lahora.com.ec/paginas/debate/paginas/debate26.htm).

D. Wagman y A. Arrizabalaga: *Vivir mejor con menos*. El País Aguilar, 1997.

En resumen, forzamos la maquinaria natural a dar más de lo que puede, a la vez que le causamos "averías".

Además, lo estamos haciendo de una forma socialmente muy desigual. La extracción de recursos naturales y los procesos más contaminantes perjudican más directamente a los países del Sur (aunque a fin de cuentas el perjuicio nos alcanza a todos), que a la vez son los que menos obtienen a cambio en forma de bienes y servicios. De ahí el concepto de *deuda ecológica*.

Algunas soluciones parciales

Necesitamos, pues, cambiar nuestra forma de "estar en el mundo" si queremos habitarlo indefinidamente.

- **Reutilización y reciclaje.** Reusar un objeto al máximo antes de darlo por "inútil" (objetos de segunda mano, retorno de envases, etc.), y, cuando no se pueda usar más, recuperar los materiales de que está hecho para reintroducirlos en las cadenas productivas. En este sentido nos queda mucho camino por recorrer, sobre todo para incentivar la reutilización por encima del reciclaje.
- **Tecnologías limpias.** Fuentes de energía renovables, depuradoras para frenar la emisión de contaminantes, eliminación de materiales no biodegradables, de productos sintéticos en la agricultura y la industria alimentaria, etc. En todos esos aspectos tenemos también mucho por avanzar.

Estas y otras medidas son necesarias, pero no suficientes. La causa última de la degradación constante es el principio básico, estructural, sobre el que hemos fundamentado nuestro sistema: el *crecimiento indefinido*. De la producción, de los beneficios económicos, y por lo tanto del consumo.

Nuestro planeta es finito. Ni la materia ni la energía se pueden *crear*, y por lo tanto hay que reusarlas infinitamente. No es casualidad que los ecosistemas tengan un funcionamiento cíclico: es que es la única forma posible de supervivencia. No podrían haberse desarrollado de ninguna otra forma.

INSATISFACCIÓN PERMANENTE

Es el segundo gran inconveniente que tiene el crecimiento contínuo de la producción y el consumo.

Lo que consumimos hoy satisface la necesidad que teníamos ayer; pero para que consumamos mañana también, hoy se nos tiene que generar alguna necesidad nueva. Tanto es así que una de las piezas clave de nuestro sistema es la "creación de necesidades": idear bienes o servicios susceptibles de ser consumidos y darlos a conocer usando un lenguaje diseñado a partir del estudio de la psicología humana, de tal forma que creamos que los necesitamos o deseamos.

Ello nos lleva a tener la sensación permanente de que "nos falta algo" (la nueva moda, otro complemento para un aparato, etc.). Cuando tenemos algo que deseábamos ya estamos deseando algo más nuevo, y así en un proceso sin fin. Esta insatisfacción permanente lleva asociados otros inconvenientes:

- **Dinero.** Para "saciar" nuestras crecientes "necesidades", nuestra dependencia del dinero crece y por tanto tenemos que trabajar más, endeudarnos más y aceptar condiciones laborales o dinámicas que no nos gustan e incluso que nos perjudican la salud (físicamente o por el estrés).
- **Desvalorización.** Consumir mucho nos hace banalizar los objetos y sus procesos productivos, lo que nos cuesta conseguirlos, y el valor real que tienen. Hay cosas que aportan un gran valor a nuestro bienestar, pero las tenemos por insignificantes; es habitual confundir valor y precio.
- **Frustración.** En no pocas ocasiones, lo que consumimos nos decepciona, ya sea porque no tiene las prestaciones publicitadas, porque su uso es engorroso y nos quita más bienestar del que nos da, o porque lo usamos poquísimas veces; ello llena nuestras casas de trastos, vacía nuestros bolsillos y nos hace sentir mal por gastar el dinero absurdamente. Hemos aumentado nuestro consumo y por tanto la dependencia pero nos hemos quedado igual de insatisfechos o más.

  De hecho, en muchas ocasiones el gancho que nos hace consumir es la promesa de satisfacción de necesidades inmateriales (cariño, identidad, autoestima, sentimiento de grupo, etc.); ¿para quién su coche es sólo un medio de transporte? En este caso la frustración está casi garantizada, puesto que la satisfacción de estas necesidades tiene que venir, al menos en su mayor parte, también del plano inmaterial (relaciones humanas y con nuestro entorno, introspección, educación en valores, etc.).

ACABAR CON EL "SIEMPRE MÁS"

Tanto la insostenibilidad del sistema como nuestra insatisfacción permanente tienen el origen en el "primer mandamiento" de la sociedad de consumo: el "siempre más". El "remedio" más inmediato que tenemos a nuestro alcance es consumir menos. ■

CONSUMIR MENOS

Ventajas	Dificultades	Cómo hacerlo
• Necesitamos menos dinero, por tanto podemos trabajar menos o escoger más entre distintos trabajos • Ganamos tiempo para nosotros • Contribuimos a la sostenibilidad del planeta y nos liberamos de la insatisfacción permanente • Estudiando distintas formas de consumir aprenderemos cosas nuevas sobre cómo funciona nuestro mundo • Hacer cosas nosotros mismos nos permite aprender habilidades y sentirnos capaces y útiles • Valorar más las cosas nos hace disfrutarlas más al usarlas	• Cambiar de hábitos • Adoptar actitudes que pueden resultar "raras" en la sociedad, cuestionar cosas que se dan por incuestionables • Nadar a contracorriente del mimetismo social y torrentes publicitarios • Necesitamos informarnos y aprender sobre temas y habilidades que desconocemos • Dedicar más tiempo a cosas que hacíamos automáticamente (como comprar o tirar algo a la basura) • Valorar prioridades y redistribuir el gasto económico	• Plantearnos si lo que vamos a consumir nos hace más felices y si incrementa nuestro bienestar • Comprar cosas de más calidad, que duren más • Comprar objetos reparables o con recambios • Controlar el consumo de energía (cuánto vamos en coche, qué temperatura tenemos en casa, ¿duchas de agua caliente de 15 minutos todos los días?, desde dónde vienen los productos que consumimos, viajes en avión...) • Reparar siempre que podamos • Hacer nosotros mismos cosas usando recursos que tengamos a mano

Opciones
En la tienda, ¿qué votamos?

La pasta de dientes

Cuando comemos quedan restos de comida entre los dientes. Estos restos son alimento para las bacterias y otros microorganismos que habitan en la boca (hay billones, de unos 300 tipos diferentes), y si no los sacamos las bacterias proliferan por encima de la cantidad normal y nos pueden causar varios problemas de salud:

- *Caries*: los residuos de azúcares y proteínas forman una película fina sobre la superficie de los dientes a la que las bacterias se adhieren, formando la *placa bacteriana*. Las bacterias hacen fermentar los azúcares, lo cual genera ácidos que perforan el esmalte de los dientes; así se forma una caries. Si no se para (lo tiene que hacer un dentista), la caries puede llegar a perforar hasta la dentina y la pulpa.
- *Gingivitis*: la placa bacteriana también perjudica las encías y puede hacer que sangren o se inflamen: es la gingivitis. Se puede curar cepillando bien la zona para llevarnos la placa y conseguir que se renueven las células dañadas. Al cabo de unos quince días la placa se calcifica y forma el sarro, lo cual agrava la gingivitis. El sarro se tiene que sacar con una higiene al dentista.
- *Periodontitis*: aparece cuando se tarda mucho en tratar una gingivitis y llega a afectar el interior de las encías y el tejido que sujeta el diente. La tiene que tratar un dentista.

Que queden más o menos residuos de comida entre los dientes depende de muchos factores: composición química de la saliva y del esmalte (son diferentes en cada persona), rugosidad y disposición de los dientes, manera y frecuencia con que te cepilles, estado de salud, dieta y edad. Por lo general para sacarlos nos tenemos que cepillar los dientes, pero hay quien lo hace tres veces al año y tiene una dentadura perfecta, gracias por ejemplo a la naturaleza de la saliva junto con una dieta adecuada.

CURIOSIDADES

La odontología era una de las especialidades médicas más prestigiosas en el antiguo Egipto. En el s. VII aC los etruscos ya usaban dentaduras postizas. A principios de nuestra era la pasta de dientes se hacía a partir de caparazones de moluscos o cenizas de cuerno de ciervo, ricas en carbonato cálcico: el mismo ingrediente básico que las pastas de dientes actuales.

¿COMO SON LOS DIENTES?

Los dientes se dividen en *la corona* (la parte visible) y una o más *raíces*. La corona está recubierta por una capa delgada de *esmalte*, el tejido más duro del cuerpo humano. Debajo hay una capa de *dentina*, menos dura que el esmalte pero más que los huesos. La cavidad que queda en el interior contiene la *pulpa*: un nervio y vasos sanguíneos.

En las raíces también hay pulpa y dentina pero no están recubiertas por esmalte sino por *cemento*, un tejido que une las raíces con un ligamento (la *membrana periodontal*), que es el que está agarrado al hueso de la mandíbula. Alrededor del "cuello" de las raíces están las encías.

¿EN QUÉ CONSISTE LAVARSE LOS DIENTES?

Sacar los residuos de comida de los dientes consiste sencillamente en "barrerlos", es decir, arrastrarlos fuera de los dientes. Se puede "barrer" de varias maneras:

- Hay alimentos que barren por sí mismos (ver el recuadro *La dieta es un factor importante*).
- La propia saliva se lleva residuos, y también tiene componentes antibacterianas y hace subir el pH de la boca, lo cual reduce la acidez (por eso comer cosas ácidas nos hace generar saliva). Es bueno generar saliva por ejemplo masticando hierbas o algunos chicles. En algunos países es habitual masticar y frotarse los dientes con ramas, raíces o trozos de corteza en las zonas rurales, y en las ciudades estos elementos están a la venta.
- Las "partículas a granitos" como el bicarbonato o la sal también frotan los dientes. Sin embargo, si el grano es demasiado gordo puede rozar excesivamente el esmalte y entonces la placa se adhiere más.
- Con el cepillo barremos literalmente los dientes. Se tiene que hacer en vertical, siguiendo la forma de los surcos, y empezar desde la base para limpiar la juntura con las encías. Las cerdas no tienen que ser demasiado flexibles (no harían su trabajo; por esto hay que sustituir el cepillo de vez en cuando) ni demasiado duras (podrían dañar el esmalte o las encías, igual que un cepillado demasiado vigoroso). Para limpiar donde no llegue el cepillo tenemos los palillos, el hilo dental y los cepillos interproximales; el mal olor que hacen al sacarlos es una buena señal: indica que nos hemos llevado las bacterias que se estaban comiendo los residuos.

La pasta de dientes (o el gel) no es imprescindible, porque lo que limpia es el barrido con el cepillo y la saliva. La función de la pasta es ayudar a limpiar y dar olor y sensación de frescor (la sensación de frescor, sin embargo, puede ser traidora: puede hacer que dejemos de cepillar porque nos parece que "ya está limpio" cuando en realidad no hemos barrido lo suficiente).

La pasta de dientes no es imprescindible; lo que limpia es el barrido con el cepillo y la saliva. Hay alimentos que limpian por sí mismos

Un "cepillo de dientes" marroquí: virutas de corteza de nogal

LA DIETA ES UN FACTOR IMPORTANTE

Entre los años 60 y 90 aumentó mucho la incidencia de caries debido a la introducción generalizada en la dieta de más azúcares refinados y alimentos pastosos y pegajosos (bollería industrial, pizzas, croquetas, purés, procesados en general). Estos alimentos tienen dos grandes inconvenientes: que se adhieren más a los dientes, con lo cual es más difícil eliminarlos con el cepillo, y que son blandos, con lo cual hacen trabajar menos los dientes y las encías; este trabajo es necesario para que todo el sistema tenga una buena irrigación, oxigenación, defensas y actividad celular.

La fruta y la verdura, gracias a su contenido en fibra, "rascan" por sí mismas los dientes; es lo que se denomina *auto higiene bucal*. Los alimentos industriales a los que se añade fibra, sin embargo, no hacen el mismo trabajo, porque la fibra (como el resto de nutrientes) está "rota" y no rasca.

Últimamente se ha reducido la frecuencia de caries porque se va más a menudo al dentista y se ha generalizado el uso de pastas con flúor.

Composición de las pastas de dientes

En cualquier pasta encontramos cuatro componentes esenciales:

- **Abrasivos** (es decir, "que rascan"): ayudan a limpiar la superficie por fricción (aunque su papel es secundario respecto al cepillo) y forman la mayor parte de cualquier pasta. Son sustancias minerales como silicatos o carbonato cálcico (parecido a la tiza) en forma de granitos muy pequeños y con forma de bola para que no desgasten demasiado los dientes.
- **Antibacterias**: ayudan a eliminar las bacterias que hayan empezado a proliferar con los restos de comida. Pueden ser aceites esenciales de plantas o sustancias sintéticas. La saliva también tiene componentes bactericidas.
- **Aromatizantes**: dan buen sabor y olor a la pasta. Pueden ser extractos de plantas o sustancias sintéticas.
- **Excipientes**: agua y otros elementos (humectantes, espesantes) que dan consistencia a la pasta.

También pueden haber otros componentes no imprescindibles, pero que se suelen poner en la mayoría de pastas convencionales:

- **Detergentes** o tensioactivos: se ponen sobre todo porque generan espuma, y esto nos hace un efecto psicológico de "limpiar". También ayudan a mantener los residuos en suspensión para que se vayan fácilmente al enjuagar (si bien esta función también la cumple la saliva). Pueden ser de origen natural o sintético.
- **Flúor**: refuerza el esmalte, y por lo tanto hace más difícil que se inicie la perforación por una caries.
- **Blanqueantes** de los dientes: tienen una misión puramente estética (de hecho los dientes de natural no son nunca blancos del todo, y por otro lado los abrasivos ya blanquean). Suelen ser sustancias sintéticas.
- **Colorantes**: hacen que la pasta sea blanca o de otros colores con el objetivo de hacerla más atractiva al consumidor. Suelen ser sustancias sintéticas.
- **Conservantes**: para que la pasta no se eche a perder por una contaminación microbiana. Si la pasta sólo contiene abrasivos y extractos de plantas no son necesarios, porque los microbios no pueden vivir en ella, y por otro lado los aceites esenciales ya tienen componentes antibacterias. En las pastas que no llevan se suelen poner conservantes sintéticos.

No hay diferencia entre las pastas de dientes que se venden en farmacias y las que se venden en otras tiendas, y de hecho las hay que se venden en los dos sitios; el canal de comercialización es una elección del fabricante. Hay la tendencia de vender en farmacias las pastas con alguna especificidad, por ejemplo pastas para encías sangrantes.

Como pasa con la mayoría de los productos de consumo, una de las estrategias de los fabricantes para vender cada vez más consiste en sacar constantemente pastas diferentes con reclamos publicitarios del estilo "más blanco imposible" o "elimina todos los microbios". Como hemos visto, lo que limpia propiamente es el cepillado y para ayudarlo es suficiente con una pasta que contenga los ingredientes básicos. Las pastas especiales para las encías sangrantes sólo eliminan temporalmente los síntomas de la gingivitis; no se curará hasta que quitemos la placa o el sarro. En caso de problemas como por ejemplo que la encía no proteja correctamente los dientes sí que puede ser necesaria una pasta con alguna propiedad específica para complementar la terapia correspondiente.

EL FLÚOR

El uso de flúor en la pasta de dientes es controvertido, porque el cuerpo lo absorbe a través de las encías y mucosas. Un exceso de flúor cuando los dientes se están formando puede provocar *fluorosis* (el esmalte no tiene suficientes minerales y se hacen manchas), debilitación de los huesos, disfunciones de la tiroides y algún otro problema de salud. Hay un límite en la cantidad de flúor que puede llevar un dentífrico (más restrictivo en las infantiles porque los niños se tragan pasta al limpiarse los dientes), pero es imposible determinar el flúor que ingerimos (lo encontramos en varios alimentos como té, patata, espinacas, manzana, guisantes, sardinas, algunos refrescos etc., en el agua corriente, en algunos detergentes y en los recubrimientos de teflon, entre otras fuentes).

La presencia de flúor en las pastas ha contribuido mucho a disminuir la incidencia de caries en los últimos años. Pero los detractores del flúor argumentan que la forma de combatir la caries no es poner una barrera a los ácidos que la generan, sino evitar que se formen estos ácidos manteniendo los dientes limpios, no comiendo un exceso de azúcares ni alimentos pegajosos.

LA PASTA DE DIENTES Y EL MEDIO AMBIENTE

MATERIAS PRIMAS

Buena parte de la composición de las pastas es de origen **mineral** (principalmente los abrasivos). Se extraen de canteras o minas y se procesan para quitarles las impurezas. Pueden requerir alguna otra transformación; por ejemplo, el carbonato cálcico se encuentra directamente en la piedra calcárea pero en una forma demasiado abrasiva; para obtener gránulos más pequeños se calienta para descomponerlo en cal y CO_2 y después se vuelven a juntar los dos componentes.

La extracción de canteras y minas altera de manera importante el paisaje y los ecosistemas y en ocasiones causa problemas sociales y de contaminación en la vecindad de los yacimientos. Por otro lado, los minerales son un recurso no renovable; sólo podremos usarlos indefinidamente si los separamos de los residuos y los reintroducimos en los procesos productivos.

De los **vegetales** se obtienen extractos y aceites esenciales de hierbas, plantas y árboles (dan sabor y olor, son bactericidas y conservantes y activan la circulación) y la glicerina (humectante, se obtiene al hacer jabón a partir de aceites vegetales). Si se recogen en su hábitat natural es importante hacerlo de manera sostenible; los cultivos pueden ser convencionales o ecológicos.

En una pasta de dientes podemos encontrar algunos ingredientes de origen **animal** como el própolis, una sustancia que generan las abejas mezclando resina con néctar. Tiene propiedades antibacterias y muchos nutrientes; las abejas la usan para proteger la colmena de contaminantes externos.

También pueden haber **productos químicos sintéticos**. Las sustancias sintéticas en general tienen varios inconvenientes (ver el recuadro *Las problemáticas asociadas con los productos químicos* en la página 12). Algunos de los ingredientes usados en dentífricos tienen problemas específicos:

- El **lauril sulfato de sodio** (conocido como SLS) es un detergente muy fuerte (se usa para limpieza industrial). Se pone en las pastas porque es barato, no sabe a detergente y genera mucha espuma. Su presencia en la pasta de dientes ha sido objeto de controversia; se ha dicho que puesto que es irritante podría causar llagas en las encías, pero los fabricantes que lo usan afirman que la dosis es demasiado pequeña para producirlas. También se le ha relacionado con varios problemas de salud, y durante la síntesis se usan químicos peligrosos. Existe una variante menos agresiva, el SLES. Se puede encontrar SLS en champús, suavizantes, cremas de afeitar, detergentes para coches o desengrasantes.
- El **triclosan** (o 2-4-diclorofenoxifenol, o 2-4-4'-tricloro-2'-hidroxidifenil éter, o CH -3565, o Irgasan o unas cuantas nomenclaturas más) es un bactericida sintético inventado por Ciba Specialty Chemicals, una empresa que actualmente pertenece a la multinacional Novartis. Uno de los problemas asociados con el triclosan deriva del hecho que las bacterias pueden mutar y hacerse resistentes a él, y se ha visto que esta mutación les puede hacer resistentes también a antibióticos. Puesto que actualmente se usa muchísimo (en jabones, detergentes, desodorantes, tablas de cortar en la cocina (de plástico) y también en los hospitales) las bacterias resistentes son muy abundantes. Ello agrava el problema de la resistencia a los antibióticos, una de las preocupaciones importantes de la salud mundial. La misma empresa Ciba justifica la necesidad del triclosan arguyendo que cada año dos millones de pacientes se infectan en los hospitales norteamericanos por las bacterias que hay; algunos estudios señalan que la omnipresencia del triclosan podría incrementar esta cifra.

  Otro gran inconveniente es que pertenece a la familia de los compuestos aromáticos clorados, como las dioxinas y los PCBs, de las sustancias más tóxicas que se conocen. Durante la síntesis de cualquier miembro de la familia se forman dioxinas, de las que pueden quedar residuos en el producto químico resultante. Por otro lado, el triclosan se puede acumular en el medio y en los tejidos de los seres vivos. Autoridades sanitarias de varios países han recomendado no utilizar productos con triclosan.
- Como humectantes (para evitar que la pasta se seque) se usan varios **glicoles**, que se han asociado con algunas disfunciones orgánicas; en las etiquetas se identifican por las letras *PEG* seguidas de un número. Hay alternativas no problemáticas, como las gomas vegetales (derivadas de algas o de algunos árboles) y la glicerina vegetal.

No es necesario usar ninguna sustancia sintética para hacer una pasta de

No es necesario usar ninguna sustancia sintética para hacer una pasta de dientes que cumpla la función de ayudar a limpiarnos los dientes. Que sea muy blanca o de colorines, genere mucha espuma o nos haga brillar los dientes son necesidades creadas, y satisfacerlas implica mucha actividad innecesaria, con impactos ambientales y con riesgos desconocidos

dientes, pero en todas las pastas convencionales las hay. Es usual que las fórmulas requieran elementos necesarios sólo para que otros se puedan combinar bien químicamente, o incluso para contrarrestar la acción de algún otro; por ejemplo, muchas pastas con detergentes llevan otros ingredientes para controlar la cantidad de espuma que se genera. Cuanto más compleja es una fórmula más difícil es evaluar su toxicidad. Las pruebas de toxicidad se suelen hacer *in vitro* (en España desde 2002 están prohibidas las pruebas en animales para productos cosméticos), es decir, se reproduce lo que puede pasar durante el uso del producto sobre membranas sintéticas que simulan la piel o mucosas. Pero las encías y mucosas de la boca absorben los componentes de la pasta y penetran en el cuerpo, donde interactúan con una cantidad incontable de factores; por eso es imposible determinar de manera concluyente la inocuidad de compuestos químicos complejos.

PROCESO DE FABRICACIÓN

La elaboración de pasta de dientes puede ser un proceso relativamente sencillo, se trata simplemente de mezclar todos los ingredientes en un determinado orden y con una cierta temperatura. El proceso se complica a medida que añadimos ingredientes a la fórmula. No se generan residuos especialmente problemáticos.

ENVASE

Los tubos de pasta de dientes son de plástico, generalmente polietileno, o bien de aluminio; ninguno de los fabricantes que hemos consultado los usa reciclados.

Desde un punto de vista medioambiental no está claro qué opción es mejor. El plástico tiene el gran inconveniente que deriva del petróleo, y el aluminio que la extracción genera residuos sólidos muy problemáticos y la elaboración requiere un gran consumo de energía (hace falta una temperatura de 1.700ºC). Los dos se pueden reciclar si se tiran y recogen de manera adecuada. En las cadenas de selección de residuos seguramente será más difícil separar los tubos de plástico, por lo que es más probable que ésos acaben en la incineradora o el vertedero. En cualquier caso será mejor el tubo que sea de un solo material (algunos tubos de aluminio tienen el cuello de plástico).

USO Y RESIDUO

Mientras nos lavamos los dientes el cuerpo absorbe pasta a través de las mucosas. Cuando acabamos, la pasta que escupimos se va por el desagüe y llega a las aguas residuales. Por los dos motivos es importante no usar pastas con ingredientes problemáticos.

EL DEBATE TAL Y COMO LO PLANTEA EL CRIC

LAS PROBLEMÁTICAS ASOCIADAS CON LOS PRODUCTOS QUÍMICOS

Se suelen denominar sustancias *naturales* las formadas por moléculas que hay en la naturaleza, ya sea en minerales, vegetales o animales; las obtenemos por algún proceso de extracción (por ejemplo, se pueden obtener componentes de una planta por infusión, maceración, destilación, etc.). Una sustancia se denomina *sintética* cuando su estructura molecular ha sido construida en un laboratorio; la molécula puede ser copiada de una natural (por ejemplo, se hacen piedras preciosas y vitamina C sintéticas) o bien inventada (por ejemplo todos los plásticos).

Hay cuatro grandes aspectos problemáticos relacionados con los productos químicos sintéticos:

- **Las copias son desnaturalizadas**. Actualmente se sintetiza una sustancia existente en la naturaleza siempre y cuando hacer la síntesis resulte más barato que obtenerla del origen natural (por ejemplo, sale a cuenta sintetizar sorbitol, un ingrediente habitual en las pastas de dientes, porque sólo se encuentra en pequeñas cantidades en algunos frutos; pero en cambio es más barato obtener vitamina B_{12} alimentando abejas que la generan que construirla en el laboratorio). Las copias sintéticas no pueden ser idénticas que las sustancias naturales, porque en la naturaleza intervienen un gran número de elementos (no sólo físicos sino también energéticos) imposibles de reproducir. Por ejemplo, podemos construir en un laboratorio una molécula como la de la vitamina C, pero no podemos reproducir la gran cantidad de componentes aromáticos y oligoelementos que la rodean en un limón (los aromas naturales son sustancias muy complejas, tal como demuestra la infinita variedad de olores que nos ofrece la naturaleza; por ejemplo, el del café tiene unos 120 componentes), ni los vínculos energéticos que hay entre ellos. En el caso de las sustancias minerales (como el bicarbonato sódico) las copias son más fáciles porque las moléculas son poco complejas y bien conocidas desde hace años.
- **Generación de contaminación**. Durante muchos años la industria química ha vertido residuos a los ríos y vertederos y por las chimeneas de forma incontrolada. Estos residuos pueden ser contaminantes por dos motivos. En el caso de las sustancias sintéticas inventadas, lo que pasa es que son "ajenas" a la naturaleza, que no tiene prevista una forma de interaccionar con ellas; las moléculas pueden no ser biodegradables, es decir, no se descomponen y se acumulan en el medio o en los seres vivos, y pueden causar disfunciones en los ecosistemas y enfermedades a los organismos. La otra causa de contaminación es la concentración en grandes cantidades; hay residuos que se podrían incorporar sin problema al medio pero no en la cantidad en que salen de una fábrica.

  Hoy la situación ha cambiado bastante, la mayoría de fábricas tienen depuradoras y filtros y los vertidos incontrolados son menos frecuentes. Lo que hacen las depuradoras y filtros es atrapar los componentes de los residuos (líquidos o gases) que perturbarían el ecosistema y verter sólo la parte no contaminante (o con una concentración baja de contaminantes). Pero, ¿qué se hace con los componentes atrapados? Técnicamente es posible transformar cualquier compuesto para obtener elementos químicos que se podrían reintroduir en los procesos productivos; es decir, se podría reciclar cualquier tipo de residuo. Pero a la práctica lo que todavía se hace más habitualmente es guardar los residuos contaminantes en algún recipiente hermético y depositarlo en un vertedero, porque tal y como están montados los sistemas productivos reciclar los residuos aún sale caro (aunque la tendencia es que cada vez sea económicamente más viable). Algunos residuos se pueden tratar en depuradoras biológicas, que son "piscinas" con microbios que se comen los residuos; si no contienen tóxicos (como por ejemplo metales pesados), la masa formada por los microbios se usa como fertilizante.
- **Derivados del petróleo**. La mayoría de sustancias sintéticas de la llamada "química orgánica" (las sustancias no minerales) tienen como principal materia prima derivados del petróleo. El petróleo está asociado con varias problemáticas que ya hemos mencionado en otros números de *Opcions* (ver la editorial del núm. 6 o la sección *Trampas* del núm. 7).
- **Toxicidad desconocida**. Como hemos visto, las sustancias sintéticas inventadas son ajenas a la naturaleza. A priori no se sabe qué pasará si entran en un organismo vivo: puede que el organismo las expulse, puede que las acumule y puede que le causen una alteración más o menos grave, es decir una enfermedad; en este caso se dice que la sustancia es tóxica (en la naturaleza hay tóxicos bien conocidos como los venenos naturales o la solanina, un cancerígeno que se encuentra en las partes verdes de las patatas). Por eso, antes de usar un producto sintético habría que evaluar su toxicidad; pero esta evaluación tiene muchas dificultades.

  La más importante es que es muy difícil reproducir en un laboratorio las circunstancias en que se encontrará la sustancia cuando entre en un organismo. Los seres vivos son sistemas muy complejos en los que interactúan muchísimos de factores. Por esto los análisis de toxicidad incluyen pruebas en animales vivos y en ocasiones personas.

  A la dificultad de hacer la evaluación de la toxicidad de una sustancia se suma la gran cantidad de ellas que se fabrican (sólo se conocen completamente los riesgos de seis de las 100.000 sustancias sintéticas de alto volumen de producción presentes en el mercado europeo). La Unión Europea acaba de elaborar una normativa para el control de sustancias sintéticas; las presiones de la industria química han conseguido relajar la normativa (ver la sección *Vínculos* de este número).

Hoy las sustancias sintéticas son omnipresentes en nuestra vida; en muchas ocasiones tienen alternativas naturales. Detrás de los sintéticos se encuentran los costes de la gestión de los residuos contaminantes, la dependencia del petróleo y la potencial toxicidad. En nuestro sistema económico y político, sin embargo, se da esta paradoja: el precio de venta al público es más alto para los productos naturales, aun cuando su ciclo de vida (desde las materias primas hasta los residuos) es más sencillo e inocuo, y son más adecuados para interactuar con nuestro organismo y con todos los seres vivos y ecosistemas.

El consumo responsable nos lleva a pensar en todo esto a la hora de escoger entre las diferentes opciones.

¿QUÉ HAY EN MI PASTA DE DIENTES?

La ley obliga a declarar todos los ingredientes de la pasta (excepto algunos excipientes) en orden decreciente de cantidad según una nomenclatura estándar internacional (INCI). Si la fórmula contiene algún ingrediente asociado con alguna problemática, como por ejemplo cualquier compuesto de flúor o algún alergénico, en la etiqueta debe ponerse "Contiene" y el nombre del compuesto. Si un fabricante no quiere declarar algún ingrediente (por ejemplo porque es una novedad y lo quiere esconder a la competencia) tiene que pedir permiso a la autoridad competente; si se le otorga podrá usar un "álias" (un número de siete cifras asignado por la autoridad) en vez del nombre del ingrediente.

Los ingredientes minerales suelen incluir las palabras *silicate* o *carbonate*. En las pastas que no contienen sustancias sintéticas (las encontraremos habitualmente en tiendas de productos ecológicos), el resto de ingredientes corresponden a nombres de plantas como menta, mirra, ratania, caléndula, lavanda, eucalipto, aloe vera o romero; suelen ir acompañados de las palabras *extract* o *oil*. Los ingredientes sintéticos son nombres de compuestos como *sodium sacharine*, *calcium gluconate*, *sorbitol* o *metylparaben*. Los más problemáticos son *sodium lauryl sulphate* (SLS), *PEG* y *triclosan*. Los aromatizantes se resumen con la palabra *aroma*, y los colorantes se identifican por las letras *CI* seguidas de un número de cinco cifras.

RESUMIENDO:

CÓMO REDUCIR EL CONSUMO DE PASTA DE DIENTES

El objetivo de lavarnos los dientes es quitar de la boca los residuos de comida para que las bacterias no proliferen. Para conseguirlo, lo importante es "barrer" los dientes con el cepillo. La pasta no es imprescindible, pero ayuda a limpiar y da sensación de frescor y buen olor.

- La frecuencia con que debemos lavarnos los dientes depende de cada persona, de hecho hay personas que no necesitan ni cepillarse porque la saliva ya limpia. Podemos probar qué pasa si nos cepillamos sin pasta, o usando pasta sólo en una de las cepilladas del día. Para el frescor y el buen olor podemos masticar hojas de menta o caramelos.
- Para mantener los dientes limpios: limitemos la cantidad de alimentos pegajosos. Comamos alimentos enteros (no procesados) ricos en fibra (verdura, fruta), porque ellos mismos frotan los dientes. Masticar también es bueno para mantener en buena forma todo el sistema bucal. Masticar hierbas u otros elementos vegetales o determinados chicles hace generar saliva, que se lleva residuos de los dientes, tiene componentes bactericidas y hace bajar la acidez de la boca.
- La típica imagen publicitaria de un cepillo totalmente recubierto con una tira de pasta es engañosa: basta con un poco de pasta para que haga su función.
- Aprovechamos bien la pasta, apretando desde el final del tubo para que no quede atrás; si es de aluminio se puede ir enrollando para exprimirla toda.

PUNTOS CALIENTES

- Las sustancias sintéticas en general tienen cuatro grandes inconvenientes (ver el recuadro de la página anterior y la sección *Vínculos* de este número). No es necesario usar ninguna sustancia sintética para hacer un dentífrico que cumpla la función de ayudar a limpiarnos los dientes.
- En muchas pastas de dientes hay ingredientes no imprescindibles: detergentes, flúor, colorantes y blanqueantes de los dientes (estos dos últimos son los más superfluos). Usar sustancias sintéticas es doblemente innecesario para estos ingredientes.

NOTAS PRÁCTICAS

- En la tabla de Puntos Calientes (p. 20) se indican los tipos de ingredientes que usan las distintas marcas.
- En el recuadro *¿Qué hay en mi pasta de dientes?* (arriba) se explica qué dicen las etiquetas.
- Los ingredientes más problemáticos son el triclosan, el lauril sulfato sódico (*sodium lauryl sulphate*) y los glicoles (*PEG* seguido de un número).
- En las tiendas de productos ecológicos y naturales suelen haber pastas que mayoritariamente no llevan ingredientes sintéticos.
- Para obtener la información que no podamos encontrar en las etiquetas ni en *Opcions*, pidámosla al fabricante (los contactos están en la tabla de la página 17).

- En nuestro mercado los tubos de pasta son de plástico o de aluminio no reciclados. Ambos materiales son medioambientalmente problemáticos.

- Es más fácil separar de la basura un tubo de aluminio que uno de plástico, per eso es más probable que se reciclen los de aluminio.
- Cuando se acabe el tubo, tirémoslo al contenedor correspondiente.
- Tengamos el grifo cerrado mientras nos cepillamos.
- Es conveniente cambiar el cepillo cuando las cerdas dejan de ser rígidas. Si usamos cepillos con cabezal recambiable reutilizamos el mango, con lo cual contribuimos a reducir el consumo de materiales y la generación de residuos.

Los fabricantes de pasta de dientes

Binaca, Sensodyne

Estas dos marcas son de GlaxoSmithKline (GSK), la segunda multinacional farmacéutica del mundo; tiene la sede social en el Reino Unido pero dirige las operaciones desde los Estados Unidos. También fabrica productos de higiene personal y bebidas nutricionales. Nació de la fusión, en el 2000, de las dos multinacionales Glaxo Wellcome y SmithKline Beecham. Hoy tiene 100.000 trabajadores en 91 plantas de producción y 24 centros de investigación en 38 países. Sus productos se venden en 191 países y tiene más de 1.200 marcas; según la empresa, cada minuto se hacen 1.100 recetas con productos suyos y 200 millones de personas usan sus cepillos de dientes o cremas.

MEDIO AMBIENTE

- Según la organización británica *Friends of the Earth*, una de las fábricas de GSK en el Reino Unido es una de las principales productoras de sustancias cancerígenas del país (773 toneladas en el 2001, un 24% más que el año anterior).[1]
- El informe ambiental de GSK dice que ha reducido la producción de compuestos orgánicos volátiles y residuos peligrosos y el uso de CFCs, y que ha destinado unos 150 millones de euros a limpiar áreas contaminadas por sus fábricas. Da la información de manera escueta y ambigua.
- GSK dice que experimenta con animales y con animales modificados genéticamente para producir sus medicamentos (no para los dentífricos).[2]

ASPECTOS SOCIALES

- Varios medicamentos de GSK han sido cuestionados los últimos años por organizaciones de consumidores y científicos, y algunos se han prohibido. El Seroxat, uno de los productos más rentables de GSK, es un antidepresivo muy consumido en el Reino Unido (4 millones de recetas el 2001). Desde hace un año y medio los medios de comunicación británicos han hablado a menudo de él, y las hojas de reclamaciones de la sanidad británica tienen más quejas sobre este medicamento que sobre los 20 otros más criticados juntos. Este mes de mayo GSK hizo público un informe, elaborado durante los años 90, que asocia el Seroxat con un aumento de suicidios entre los pacientes que lo tomaban, y dejó de afirmar en los anuncios que el medicamento no genera adicción. En junio, el organismo encargado del control de medicamentos lo prohibió para menores de 18 años.[3]
- GSK es líder en la producción de medicamentos para el sida, que tiene patentados desde hace 20 años. Junto con otras multinacionales farmacéuticas ha sido acusada de abusar de sus derechos de patente imponiendo precios desorbitados a estos medicamentos en los países del Sur; la presión de organizaciones sociales de todo el mundo está haciendo cambiar la situación, pero es una lucha larga y difícil. El país donde hay más enfermos de sida es Sudáfrica (unos cuatro millones). Este octubre, GSK anunció que bajaba el precio de uno de los principales medicamentos contra el sida[4] (aunque sigue siendo un 40% más caro que el que ofrece una fabricante de genéricos india, denunciada por GSK por violación de su patente) el mismo día que la Comisión de la Competencia sudafricana admitía la denuncia de la *Treatment Action Campaign* (TAC, una organización sudafricana) contra GSK y otra farmacéutica por precios abusivos[5]. Este agosto, la Organización Mundial del Comercio (OMC) aprobó, a petición de 146 países, la *cláusula de licencia obligatoria*, por la cual un país puede romper el monopolio de los medicamentos patentados por motivos de salud pública (los EEUU habían impedido tomar este acuerdo en la cumbre de la OMC en Doha el 2002). Ahora la TAC reclama a su gobierno que aplique esta cláusula.
- Según *Advertising Age*, una revista emblemática del mundo publicitario, en el 2001 GSK era la decimonovena empresa del mundo en gasto publicitario (unos 1.000 millones de euros). La agencia británica de control de la publicidad ha censurado dos veces a GSK por publicidad engañosa (decía que una bebida era inocua para los dientes[6] y exageraba la efectividad de sus pastillas contra la nicotina[7]). En la conferencia mundial sobre sida en 1998, en Ginebra, el diario norteamericano USA Today repartió gratuitamente una edición especial en la que los productos de GSK se anunciaban en portada con formato de noticia.[8]
- GSK ha respondido de manera muy incompleta el cuestionario que le hemos enviado.

[1] www.foe.co.uk/resource/press_releases/20021023000159.html
[2] www.gsk.com/about/animal_research.htm
[3] *The Guardian* 3 mayo 2003, 9 mayo 2003, 11 junio 2003.
[4] www.gsk.com/media/pressreleases.htm
[5] www.guardian.co.uk/aids/story/0,7369,1064951,00.html; www.tac.org.za
[6] *The Ethical Consumer* núm. 80, diciembre 02-enero 03.
[7] www.asa.org.uk/research/documents/upl_14.pdf
[8] www.citizen.org/publications/release.cfm?ID=6648

VÍNCULOS CON EL PODER

- GSK forma parte de ICC, EuropaBio y ABPI. La industria farmacéutica en general es señalada por muchas organizaciones sociales como una de las más poderosas del planeta y cuya actividad es de las más perjudiciales y cuestionables.
- GSK es la décima entre las empresas que más dinero dieron a la candidatura de Bush en las últimas elecciones presidenciales norteamericanas (le dio 1'3 millones de euros); más del 80% de sus donaciones son para el partido republicano.[9]
- En el consejo de dirección de GSK están el presidente de la agencia de información Reuters y un miembro del consejo ejecutivo de Imperial Tobacco, la cuarta tabacalera mundial (GSK es una de las principales fabricantes de medicamentos para dejar de fumar y líder en medicamentos para el aparato respiratorio). El presidente de la empresa, Jean Pierre Garnier, es miembro del consejo directivo de United Technologies, una empresa de armamento que fabrica el helicóptero Blackhawk.[10]

Close Up, Signal

Estos destíficos pertenecen a Unilever, una de las mayores multinacionales de productos de consumo (ver la columna *Otras marcas* en la tabla de la página 17). Actualmente está en proceso de "minimización" (tal como ya explicamos en el número 2 de *Opcions*): ha pasado de tener 1.600 marcas en el 2000 a tener 400 líderes y 250 secundarias; en el año 2002 vendió o cerró 81 plantas de producción.[11] En España tiene 2.800 trabajadores.

MEDIO AMBIENTE

El informe medioambiental de Unilever[12] incluye objetivos concretos y un calendario para lograrlos en siete aspectos (reducción de los consumos y de las emisiones); los objetivos son moderados y en 2002 los había alcanzado en cuatro de los siete aspectos. Tiene planes estratégicos respecto a:

- agricultura: reconoce que el uso de productos químicos en la agricultura puede no ser sostenible, cosa que le preocupa porque más de dos tercios de sus materias primas son productos agrícolas; tiene cinco proyectos piloto, poco relevantes, para buscar otras formas de cultivar.
- pesca: dice que en 2005 quiere obtener todos los productos pesqueros de fuentes sostenibles.
- agua: dice que ha reducido el consumo por tonelada de producción en un 15%, pero reconoce que la cifra puede derivar de cambios en la forma de contabilizar el consumo.

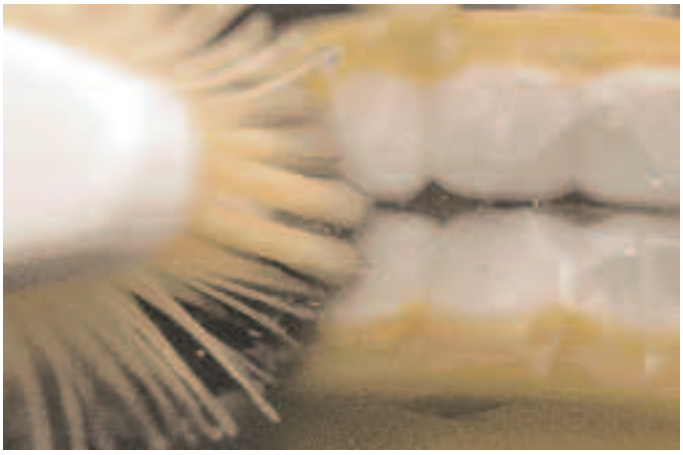
ASPECTOS SOCIALES

- Unilever es la 54ava empresa del mundo en facturación, pero la tercera en gasto publicitario.
- Elabora anualmente un informe social[13] con datos y objetivos concretos relativos a los 11 países donde se lleva a cabo un tercio de su producción. Analiza parámetros como sindicación, promoción de la mujer o accidentes laborales (quiere conseguir llegar a cero en 2003, pero en 2001 ocurrieron más que en 1998); no estudia la temporalidad de los contratos.
- Participa en varios programas basados en campañas de publicidad masiva para promocionar el uso del jabón en países del Sur. En la región india de Kerala, la filial Hindustan Lever (HLL) ha puesto en marcha el programa WASH junto con la ONU y el Banco Mundial. Varias organizaciones indias cuestionan este tipo de iniciativas porque el problema de la higiene tiene más que ver con la falta de agua limpia, y el problema no es de infraestructuras sino de reparto equitativo; en ciudades con infraestructuras y agua para los ricos hay mucha población sin agua corriente.[14] Algunos denuncian que estos programas más bien son estrategias de expansión de mercados, que además expulsan a los productores locales. De hecho, Kerala es la región de la India con menor mortalidad infantil y el nivel más alto de alfabetización entre mujeres y de higiene; tiene, por lo tanto, un buen potencial de compra.
- La M. Venkatarangaiya Foundation (MVF) es una organización india que trabaja hace tiempo en la lucha contra la explotación infantil en la industria de las semillas de algodón. Junto con varias organizaciones holandesas, Oxfam y Amnistía Internacional ha acusado a Unilever de permitir el uso de mano de obra infantil por parte de proveedores suyos en esta industria. Unilever afirma que cuando las organizaciones se pusieron en contacto con ella mantuvo un intenso diálogo y les ofreció hablar directamente con la filial HLL; también dice que controla que no haya explotación infantil entre sus proveedores. Las organizaciones dicen que Unilever sólo les escribió una carta negando su responsabilidad en el tema, y que sólo han conseguido hablar con HLL después que el caso haya saltado a los medios de comunicación.

  Este octubre, la MVF ha hecho público un acuerdo con varias multinacionales del sector (Syngenta, Monsanto, Proagro, Advanta y Unilever) para erradicar la explotación infantil; las empresas reconocen su responsabilidad por las condiciones laborales que se dan en las cadenas de proveedores, pero Unilever sigue negando que se hayan dado casos entre los suyos.
- Unilever no ha respondido el cuestionario que le hemos enviado.

VÍNCULOS CON EL PODER

- Unilever forma parte de ERT, EuropaBio, EuroPEN, ICC, USCIB y WBCSD.



[9] www.opensecrets.org/overview/topcontribs.asp?Cycle=2000&Bkdn=DemRep
[10] *The Ecologist para España y Latinoamérica* núm. 14, julio-septiembre 2003.
[11] Informe anual de Unilever 2002
[12] www.unilever.com/environmentsociety/sustainability
[13] www.unilever.com/Images/3_6451.pdf
[14] Lalitha Sridhar: *Handwash or Eyewash? Selling Soap in the Name of Public Private Partnerships*, India Resource Center, 19 agosto 2003

Colgate

Colgate era una empresa norteamericana fundada por William Colgate en 1806; en 1928 se fusionó con Palmolive. Hoy es una multinacional, Colgate Palmolive, que fabrica productos de cosmética, higiene bucal y limpieza del hogar.

MEDIO AMBIENTE

- Colgate no nos ha facilitado un informe medioambiental de su actividad (y, a diferencia de empresas de similar envergadura, no lo tiene en su web).
- La organización de defensa de los animales británica BUAV (*British Union for the Abolition of Vivisection*) dice que Colgate experimenta con animales para hacer sus productos cosméticos.

ASPECTOS SOCIALES

- La *Baby Food Action Network* ha denunciado que Colgate incumple el código de conducta de la Organización Mundial de la Salud para el marketing de leche en polvo para bebés en la publicidad de los biberones Curity.[15] Según la OMS, cada año muere un millón y medio de niños debido a incumplimientos de este código (ver la sección *Trampas* del núm. 5 de *Opcions*).
- En el año 2001 fue la 42ava empresa que más gastó en publicidad.
- Según la organización *Citizens for Tax Justice*, en 1998 Colgate estaba entre las 24 empresas a quien la hacienda norteamericana devolvió dinero, aunque sus beneficios fueron de más de 1.000 millones de euros.[16]
- Colgate no ha respondido el cuestionario que le hemos enviado, aunque su código de conducta dice que se compromete a compartir información medioambiental con los consumidores. En la web, Colgate dice *hable con nosotros, y esté seguro que le escucharemos! Nuestro Departamento de Atención al Consumidor está formado por personal entrenado, preparado para ocuparse de todos sus comentarios, preguntas y preocupaciones*. Pero el teléfono de atención al consumidor que ofrecen no existe (de hecho contestan los bomberos porque empieza por 080); al avisarles por correo electrónico, contestan con un correo automático que dice que llames a este mismo número.

PERFIL DE LOS FABRICANTES DE PASTA DE DIENTES

Marca	Empresa	Tipo	De dónde es	Propiedad	Actividades	Trabajadores	Facturación 2002 (miles de euros)
Binaca, Sensodyne	GlaxoSmithKline	Multinacional	Reino Unido y Estados Unidos	Accionistas	Fabrica medicamentos y productos de higiene y cosmética	100.000	27.052.000
Mentadent, Signal	Unilever	Multinacional	Reino Unido y Holanda	Nationale Nederlanden, 9.500 accionistas	Fabrica productos de alimentación, cosmética, higiene, perfumería y limpieza	247.000	48.760.000
Colgate	Colgate Palmolive	Multinacional	Estados Unidos	38.800 accionistas	Fabrica productos de limpieza, higiene y cosmética y comida para animales	37.700	7.865.273
Desensin, Vitis	Dentaid	Mediana	Cerdanyola del Vallès (Barcelona)	Mayoría familia Masdevall	Fabrica productos para la salud bucal. Hace investigación en microbiología bucal	162	17.500
Homeodent z	Boiron	Multinacional	Francia	Familia Boiron 50,1%, Groupama (una aseguradora) 6'9%, trabajadores 4'3%, otros accionistas 38'7%	Fabrica medicamentos homeopáticos, productos cosméticos y complementos alimenticios	2.836	287.100
Lacer	Lácer	Grande	Barcelona	Familia Andrés	Fabrica medicamentos y productos para la salud personal. Hace investigación farmacéutica	600	150.300
Licor del Polo	Henkel	Multinacional	Alemania	Accionistas	Fabrica productos de limpieza y cosméticos, adhesivos y tecnología	47.203	9.656.000
Própol Mel	A. Folch, Apsara	Pequeña	Santa Coloma de Gramenet (Barcelona)	Enrique Sanz 99%, Llorenç Teixé 1 %	Fabrica y vende cosméticos naturales	4	180
UE	Urtekram	Pequeña	Dinamarca	Green Venture Foundations 60%, Oestjydsk Bank (el banco local) 20%, Lisbeth Damgaard 20%	Fabrica productos naturales de cosmética e higiene y comercializa alimentos ecológicos y de comercio justo	60	No lo revela
Weleda	Weleda	Multinacional pequeña	Suiza	No lo revela	Fabrica medicamentos y productos naturales de cosmética y higiene	1.264	150.253

Fuente de los datos: las propias empresas. *No contesta* indica que la empresa no dialoga con nosotros. *No lo revela* significa que prefiere que no se publique el dato.

VÍNCULOS CON EL PODER

- Colgate Palmolive forma parte de EuroPEN, USCIB y de la *Cosmetic, Toiletry and Fragance Association*, la patronal cosmética norteamericana que ha sido acusada de presionar para que el gobierno no prohíba los ftalatos en productos cosméticos.[17]
- En su código de conducta se compromete a no hacer donaciones a partidos o campañas políticas.

[15] www.ibfan.org/english/codewatch/btr01/CURITY-en.HTM
[16] *Multinational Monitor* núm. 6 vol. 22, junio 2001
[17] *Environment News Service*, noviembre 2002

LOBBIES

En este número aparecen por primera vez tres grupos de presión (para información sobre el resto ver el número 2 de *Opcions*):

- ABPI (*Association of the British Pharmaceutical Industry*) es la patronal británica de las empresas farmacéuticas. Su misión es *representar los puntos de vista de la industria farmacéutica. [..] sus opiniones tienen un peso real, y asegura una vía rápida de negociaciones entre la industria, el Gobierno, la Unión Europea y otras autoridades*.
- El CEFIC (*European Chemical Industry Council*) agrupa a las patronales químicas europeas y algunas grandes empresas del sector. En sus palabras, *juega un papel importante en la promoción del desarrollo de legislaciones científicamente fundamentadas, factibles, proporcionadas y previsibles junto con las autoridades, a la vez que asegura la competitividad de la industria y protege el Mercado Único*.
- La CTFA (*Cosmetic, Toiletry and Fragrances Association*) agrupa a unas 600 empresas norteamericanas de productos cosméticos y de perfumería. Explica que *educa a los legisladores sobre el impacto que ciertas propuestas legislativas tienen sobre la industria [y] presiona para cambios en las regulaciones sobre cosméticos que faciliten a la industria hacer negocios en todo el mundo*.

Beneficios 2002 (miles de euros)	Plantas de producción	Mercado	Puntos de venta	Otras marcas	*Lobbies*	Contacto
9.700.000	91 en 38 países	Todo el mundo	Todo tipo de comercios (excepto ecológicos)	Parodontax, Eno (sal de frutas), Hibitane, Lactacyd, Nicorette, Augmentine, Clamoxil, Zovirax, Ventolin y otros (1)	EuropaBio, ICC, ABPI	www.gsk.com Filial en España: 91 807 03 00
5.125.000	409	Todo el mundo	Todo tipo de comercios (excepto ecológicos)	Knorr, Starlux, Tulipán, Ligeresa, Findus, Frudesa, Frigo, Dove, Rexona, Sunsilk, Patrics, Calvin Klein, Cif, Skip, Mimosín y otros (2)	ERT, EuropaBio, EuroPEN, ICC, USCIB, WBCSD	www.unilever.com Filial en España: 91 398 30 00
1.703.500	Unas 250	Todo el mundo	Todo tipo de comercios (excepto ecológicos)	Profidén, Palmolive, NB, Ajax, Nanas, Xanpa, Cristasol, Hill's	CTFA, EuroPEN, USCIB	www.colgatepalmolive.com Filial en España: 91 393 96 00
No lo revela	1 en Cerdanyola del Vallès	90% España, 10% Europa y América Latina	Farmacias y parafarmacias	Interprox, Perio.Aid, Fluor.Aid, Halita, Plac.control, Waterpik		93 580 94 94
23.000	3 en Francia	68% Francia, resto 50 países	Farmacias, los cosméticos también en parafarmacias	Oscillococcinum, Sedatif PC, Coryzalia, Homeovox, Homeoplasmine, Avenoc, Bioptimum, Cicaderma, Paragrippe, ...		www.boiron.com Filial en España: 91 484 04 38
No contesta	1 en Cerdanyola del Vallès	36 países	Farmacias, los cosméticos también en parafarmacias	Thrombocid, Thrombolastic, Atriscal, Contusín, Nodolfen, Aveendix, Balsoderm, etc.		93 446 53 00
666.000	Más de 200 en 75 países (9 en España)	Todo el mundo	Todo tipo de comercios (excepto ecológicos)	Fa, Diadermine, La Toja, Magno, Schwarzkopf, Denivit, Vademecum, Country Colors, Poly Swing, Nordic Colors, Brillance, Mistol, Wipp, Persil, Dixan, Vernel, Micolor, Perlan, Neutrex, Conejo, Estrella, Tenn, Bref WC, Pritt, Loctite, Solyplast	WBCSD, CEFIC, ICC	www.henkel.com Filial en España: 93 290 40 00
24	1 en Santa Coloma de Gramenet	80% Cataluña, 20% España (exportaciones puntuales)	Tiendas de productos ecológicos y herboristerías, farmacias y parafarmacias, venta directa	Apsara Vital, Adabel, Kiom-Derm, Ora et Labora		93 468 32 18
No lo revela	1 en Dinamarca	75% Dinamarca, 25% Europa	Tiendas de productos ecológicos y herboristerías			www.urtekram.dk Distribuidora en España: 93 319 89 68
3.607	1 en Francia, 1 en Suiza y 1 en Alemania	41 países	Tiendas de productos ecológicos, herboristerías, farmacias y parafarmacias			www.weleda.com Filial en España: 91 358 03 58

1. Mejoral Cafeina, Corega, Polident, Maria Yvonne, Niquitin, Seretide, Zantac, Alquen, Becloforte, Flixotide, Inigran, Lacipil, Lamictal, Pritor, Zinnat, Zyloric, Bactroban Pomada, etc.
2. Flora, Artúa, Hellmann's, Calvé, Maizena, Iglo, Agrigel, Lipton, Rama, Capitán, Salto, Los Salteados, Lux, Pond's, Timotei, Tensifirm, Equilibran-T, Axe, Organics, Atkinson, Otelo, Cerruti, Karl Lagerfield, Chloé, Valentino, Surf, Luzil, Domestos, Ballerina.

Desensin, Vitis

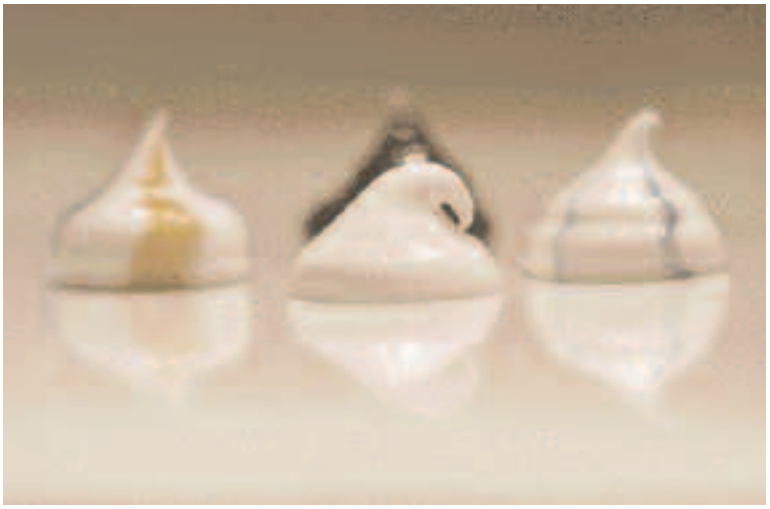
Estas marcas son de Dentaid, una empresa de Cerdanyola del Vallès (Barcelona) fundada en 1980. Fabrica productos para la salud bucal (cepillos de dientes, colutorios y dentífricos) y tiene un laboratorio de microbiología bucal. La producción de la pasta de dientes se subcontrata a una fábrica catalana. Vende sus productos a profesionales de la salud (en clínicas y hospitales) y en farmacias. Tiene seis filiales en España y filiales comerciales en Perú, Chile y Benelux. Está en proceso de expansión internacional.

Homeodent

Homeodent pertenece al grupo francés Boiron, una multinacional que se dedica principalmente a fabricar medicamentos homeopáticos. Fue fundada en 1932 por el padre del actual presidente. El 90% de los medicamentos se fabrican en tres plantas de producción en Francia y el 10% en laboratorios descentralizados (tiene cuatro en España) que elaboran medicamentos siguiendo las recetas de los médicos.

MEDIO AMBIENTE

- Boiron recoge las plantas con las que elabora sus productos de su entorno natural para garantizar que mantengan todas sus propiedades, de una forma que asegura la no extinción de las especies. Certifica que no contienen organismos modificados genéticamente ni contaminación radiactiva.
- El consumo de agua y energía y la generación de residuos y gases en las plantas de producción han crecido considerablemente menos que el volumen de producción en los dos últimos años.



ASPECTOS SOCIALES

- Tiene políticas de flexibilidad de horarios en función de las necesidades de los trabajadores y aumentos de la demanda.
- El 90% de los contratos son indefinidos, y facilita el acceso a contratos a tiempo parcial.
- Tiene una política de distribución entre los trabajadores de los beneficios que superen un mínimo fijado previamente. Los incrementos en productividad (facturación respecto a total de horas trabajadas) se traducen en un aumento colectivo de los sueldos, una disminución colectiva del horario laboral o una inversión en mejoras sociales.

Lácer

Lácer es una empresa farmacéutica catalana fundada en 1949. Desde 1960 su principal especialidad son los medicamentos para el sistema cardiovascular. También fabrica productos de salud personal (pasta y cepillos de dientes, cremas para la piel, champús, analgésicos, etc.). Dedica un 10% del presupuesto y un 13% del personal a investigación, y colabora con centros internacionales de investigación. Vende sus productos a profesionales de la salud (en clínicas y hospitales) y en farmacias.

ASPECTOS SOCIALES

- Lácer no ha respondido el cuestionario que le hemos enviado.

Licor del Polo

Es una de las numerosas marcas de Henkel, una de las mayores multinacionales químicas. La fundó Fritz Henkel en 1876, en Alemania. Tiene filiales en 75 países y unas 130 plantas de producción (siete en España, con 1.700 trabajadores). Fabrica productos de limpieza (su principal producto son los detergentes, ver el número 2 de *Opcions*), cosmética, higiene y adhesivos, y tiene una rama de nuevas tecnologías.

MEDIO AMBIENTE

- Henkel tiene un informe medioambiental que establece objetivos concretos y un calendario para alcanzarlos; no son muy ambiciosos y el nivel de logro es discreto, pero la mayoría están establecidos para finales de este año o el que viene.
- Tiene industrias petroquímicas y de investigación en biotecnología.

ASPECTOS SOCIALES

- Tiene un plan para reducir los accidentes laborales con objetivos concretos y un calendario para alcanzarlos.
- Ofrece a los trabajadores apoyo financiero y horario flexible para proyectos personales extralaborales.
- En 2001 era la 32ava empresa del mundo en gasto publicitario.
- Henkel no ha respondido el cuestionario que le hemos enviado.

VÍNCULOS CON EL PODER

- Henkel forma parte de WBCSD, ICC y CEFIC.

LA MEDICINA HOMEOPÁTICA

La medicina convencional ve las enfermedades como algo malo que nos ocurre, y los medicamentos están pensados para luchar contra la enfermedad y sus síntomas. Desde el punto de vista de la homeopatía, en cambio, los síntomas de una enfermedad indican que el cuerpo está intentando resolver algún problema por sí mismo; los medicamentos son sustancias que producirían los mismos síntomas en una persona sana, de forma que lo que hacen es "acompañar" y potenciar lo que el cuerpo está haciendo, en vez de acallarlo. El efecto curativo es más potente cuanto más diluido esté el medicamento; al estar en forma más "sutil" actúa sobre la totalidad la persona y no sobre algún órgano particular.

La homeopatía es una corriente médica desarrollada por el médico alemán Hahnemann (1755-1843), si bien el principio ya había sido propuesto por el físico y alquimista Paracelsus en el siglo XVI.

500m² de "Super" Espacio Biológico

bio SPACE

el más completo

Carnes de animales ecológicos, sin hormonas, siempre sueltos.

Restaurante menús al mediodía (L-V de 13h a 16h) vegetariano - cárnico.

Frutas y verduras sin pesticidas, sin químicos, sin transgénicos.

Peluquería. Tratamiento y cuidados del cabello sólo con productos naturales.

Lácteos, quesos y derivados elaborados con leches ecológicas sin conservantes ni colorantes.

Yoga, tai-chi, cocina natural... Masajes, naturopatía, acupuntura, bioenergética.

Proteína vegetal ecológica.

Cosmética para el cuidado interno y externo de tu cuerpo. **Complementos dietéticos...** etc.

C/ Valencia, 186 · Tel. 93 453 15 73 · bioespacio@bioespacio.com · www.bioespacio.com
HORARIO: De 8h a 20:30h · Sábados hasta las 14:30h.

Imagina tus **ahorros invertidos** en plantar árboles.

Imagina que obtienes una **alta rentabilidad** económica.

Imagina que obtienes una alta rentabilidad **medioambiental.**

Imagina que obtienes todo esto **sin especular.**

Hazlo realidad comprando árboles a

MADERAS NOBLES De la Sierra de Segura

Para conocer el proyecto contacta con nosotros:

Sant Vicent, 91, 6º - 12 - 46007 Valencia
Tel. **963 107 207 · 963 422 203**
info@maderasnobles.com
www.maderasnobles.com

REVISTA MENSUAL DE PENSAMIENTO Y CULTURA

Fundada en 1951

www.elciervo.es

eCRAC-productos ecológicos

Recogida selectiva: bolsas compostables, cubos de basura, contenedores...

Artículos para fiestas: vajilla compostable (platos, vasos cubiertos, tazones)

Papelería + imprenta ecológica

Embalaje: bolsas comerciales compostables (camiseta, riñón), Flupis (material de relleno), precinto de papel

Electrónica: interna, radio dinamo-solar

Ahorro de agua: economizadores, duchas

Soluciones ecológicas para todos: tiendas, asociaciones, congresos, comunidades de vecinos, ayuntamientos, empresas...

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

Propol Mel

Esta marca es propiedad de una persona particular; Laboratorios Apsara Vital es la empresa que fabrica la pasta de dientes (de forma artesanal) y la comercializa; los datos de la tabla corresponden a esta empresa. Se fundó en Santa Coloma de Gramenet (Barcelona) en 1992 y tiene cuatro trabajadores. Fabrica productos cosméticos naturales.

MEDIO AMBIENTE

- Apoya proyectos de desarrollo de cultivos ecológicos.

ASPECTOS SOCIALES

- Apsara ofrece flexibilidad laboral a sus trabajadores.
- Apoya proyectos de desarrollo de Comercio Justo y de integración de personas de colectivos discriminados.

Urtekram

Es una pequeña empresa danesa fundada en 1972 que produce productos cosméticos y de higiene naturales, y comercializa alimentos ecológicos y productos de Comercio Justo. Tiene una planta de producción en Dinamarca. Exporta el 25% de la producción a varios países europeos.

MEDIO AMBIENTE

- Todos los productos cosméticos están basados en productos vegetales, no contienen conservantes ni ninguna sustancia derivada del petróleo y tienen el sello ecológico nórdico Cisne Blanco. La mayor parte de los ingredientes vegetales que usa son silvestres o de cultivo ecológico.
- Toda la energía que se consume en la fábrica es eólica u obtenida por combustión de paja.
- Los trabajadores que van al trabajo en bicicleta reciben una compensación económica por kilómetro recorrido.

ASPECTOS SOCIALES

- Todos los trabajadores tienen contrato indefinido.
- Urtekram es uno de los fundadores de la *Good Food Foundation*, que promueve proyectos para cultivar de forma ecológica en varios países (Turquía, Sri Lanka, África); las empresas miembro de la fundación compran las cosechas a los agricultores siguiendo las normas del Comercio Justo.

Weleda

Es la marca de una pequeña multinacional suiza fundada en 1921. Elabora medicamentos y productos cosméticos y de higiene naturales de acuerdo con la filosofía antroposófica, que parte del principio que el hombre se desarrolla mejor cuando vive en armonía con la naturaleza. La mayor parte de la producción se lleva a cabo en Alemania, Francia y Suiza, y también tiene laboratorios en los países donde tiene filiales.

MEDIO AMBIENTE

- La mayoría de los ingredientes vegetales que usa son de cultivos biodinámicos propios, y tiene contratos de suministro a largo plazo con otros agricultores ecológicos. No usa derivados del petróleo.
- Los residuos orgánicos de las fábricas se compostan.

ASPECTOS SOCIALES

- Todos los trabajadores tienen contrato indefinido.
- Ofrece flexibilidad horaria a los trabajadores para que puedan compatibilizar el trabajo con las obligaciones familiares. En la fábrica de Alemania hay una guardería para los hijos de los trabajadores.
- Weleda trabaja con el Triodos Bank, una de las principales entidades dentro del mundo de la banca ética. Sólo financia a empresas y organizaciones con objetivos sociales, medioambientales y culturales positivos.
- Apoya iniciativas de Comercio Justo.

LOS FABRICANTES Y LOS PUNTOS CALIENTES

Marca	Las pastas se basan en ingredientes vegetales o sintéticos?	Ingredientes innecesarios sintéticos que usa	Usa triclosan en alguna pasta?	Pone flúor en alguna pasta?	Donde se fabrica la pasta de dientes	Transparencia
Binaca SENSODYNE	Sintéticos	SLS, blanqueantes, colorantes, conservantes	Sí	Sí	Reino Unido	Deficiente
Close up Signal	Sintéticos	SLS, blanqueantes, colorantes, conservantes	Sí	Sí	No contesta	Deficiente
Colgate	Sintéticos	SLS, blanqueantes, colorantes, conservantes	Sí	Sí	No contesta	Deficiente
Desensin VITIS	Sintéticos	SLS, colorantes, conservantes	No	Sí	Cataluña	Correcta
Homeodent Z	Sintéticos	SLS, conservantes, colorantes	No	Sí	Francia	Correcta
LACER	Sintéticos	SLS, blanqueantes, conservantes	Sí	Sí	Cataluña	Deficiente
LICOR DEL POLO	Sintéticos	SLS, blanqueantes, colorantes, conservantes	Sí	Sí	No contesta	Deficiente
Propol Mel	Vegetales	SLS	No	No	Cataluña	Correcta
	Vegetales	Ninguno	No	Sólo en una	Dinamarca	Correcta
WELEDA	Vegetales	Ninguno	No	No	Alemania y Suiza	Correcta

GIL TOLL

Compartir coche

Una tendencia natural que encuentra nuevas formas de cambio radical

Los coches generan contaminación –causante del calentamiento global–, ruido, atascos, agresividad, requieren infraestructuras... Aquí presentamos maneras de utilizar el coche que permiten reducir el tráfico global.

La idea de compartir coche surge de forma natural a toda persona que intenta racionalizar su transporte personal en el modelo de movilidad que tenemos, en el que el automóvil particular tiene el protagonismo principal. Los motivos esenciales de este razonamiento son el económico y el medioambiental: compartir la factura de la movilidad es atractivo para colectivos en precario, como por ejemplo jóvenes y trabajadores poco cualificados; a la vez, las personas ambientalmente concienciadas pueden encontrar más sostenible el uso del coche compartido, que recorta las emisiones a la atmósfera y el ruido, además de minimizar los atascos.

La aplicación más inmediata del coche compartido es en el entorno de cada cual, pero enseguida surge la necesidad de ampliar el radio para abarcar más posibilidades de destinos y horarios. Crear un espacio de encuentro entre las personas que estarían dispuestas a compartir coche es una ocupación que han emprendido grupos de espontáneos a través de los tablones de anuncios que hay en universidades, librerías o centros cívicos. Internet ha supuesto un paso más formal, puesto que los grupos de espontáneos han dejado paso a la iniciativa más o menos institucional de las webs universitarias o de las municipales. Las universidades de Murcia, Alicante, las Islas Baleares o la Autónoma de Barcelona disponen de webs o secciones que pretenden poner en contacto a la gente que acude a los centros. Una ojeada a estos espacios permite constatar que las fechas del grueso de mensajes que aparecen son muy espaciadas, o sea, que el uso que se hace de ellas es más bien reducido.

Las webs de ayuntamientos como Tarragona, Bilbao, Zaragoza, Rubí, Vilanova i la Geltrú y otros tienen un espacio dedicado a compartir coche, pero todas remiten a otra web general, www.compartir.org, que es de alcance europeo y que contiene divisiones geográficas suficientes para combinar los desplazamientos comarcales y los continentales.

En algún caso la página municipal recoge itinerarios específicos que llevan a los polígonos industriales. La mala comunicación de estos espacios laborales con la red de transporte público es una carencia generalizada en muchas ciudades.

Un poco más allá encontramos la opción del "carsharing". La expresión se usa para hablar del *coche multiusuario*: un servicio de propiedad compartida de una flota de coches. La iniciativa funciona con éxito en países como Suiza,

Alemania, Francia, Canadá o Estados Unidos. Sólo en Suiza, los usuarios del sistema superan los 50.000. A principios del próximo año llegará a Cataluña de la mano de una fundación impulsada por la Asociación para la Promoción del Transporte Público y en la que figuran también el Ayuntamiento de Barcelona y la Generalitat de Cataluña.

El coche multiusuario está pensado para ciudadanos que tienen resueltas las necesidades básicas de movilidad con el transporte público. El coche se utilizaría ocasionalmente para hacer un encargo en una zona mal comunicada de la ciudad, acompañar un familiar, hacer unas compras o para las salidas fuera de la ciudad en fin de semana o vacaciones. El sistema contará sólo en horas, en lugar de la unidad diaria de los servicios de alquiler de coches. También habrá diferentes tipos de vehículos según la necesidad a satisfacer.

La proximidad será otro de los valores del sistema, según afirman sus promotores. Dicen que será posible encontrarse al volante quince minutos después de hacer la reserva por teléfono o internet. La primera fase de implantación será en la ciudad de Barcelona, pero más adelante se pretende llegar al área metropolitana y a las principales ciudades del país.

Con respecto a los precios, se habla de una cuota inicial y única de unos 300€ para los que se hagan socios, que disfrutarán de descuentos del 10% en las tarjetas multiviaje de transporte público. Otra modalidad es la de cliente, que pagará una cuota mensual de 10€. Los dos tipos de usuarios pagarán también un precio por kilómetro de 0,18€ y 2,40€ por hora. Todo ello combinado con promociones para los fines de semana o vacaciones. ■

Circuitos de segunda mano

Reducir reutilizando

Muchos objetos que ya no necesitamos pueden ser útiles a alguien más; nos puede hacer falta algo que no tiene que ser necesariamente nuevo. Los circuitos de segunda mano son una herramienta excelente para reutilizar recursos en lugar de destruirlos.

EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL

Dentro del mundo de la segunda mano encontramos bastantes empresas de *economía social*: entienden que el fin de la economía no es generar beneficios monetarios sino proveer de manera sostenible las bases materiales necesarias para que todas las personas podamos disfrutar de una buena calidad de vida. Tienen una organización democrática, intentan repartir los beneficios de manera justa y persiguen la cohesión social y el equilibrio medioambiental. Incluyen cooperativas, organizaciones de apoyo a personas con disminuciones y empresas de inserción laboral.

Éstas tienen por objetivo facilitar que personas con alguna dificultad para incorporarse a la vida sociolaboral (ex-presos, ex-drogodependientes, jóvenes sin la enseñanza obligatoria, disminuidos, inmigrantes, parados de larga duración, etc.) puedan encontrar trabajo. Suelen actuar como empresas de tránsito donde estas personas aprenden algún oficio y las actitudes requeridas para incorporarse al mundo laboral "normal" mientras trabajan.

Las empresas de economía social que se dedican al mercado de segunda mano suelen recoger artículos usados sin dar dinero a cambio. Tras seleccionarlos, reparan los que lo requieren y los venden en tiendas propias, junto con los que llegan en buen estado. Los que no se pueden aprovechar se llevan a circuitos que los intentarán reciclar. La ropa es el artículo mayoritario, pero también podemos encontrar libros y discos, juguetes, calzado, muebles, electrodomésticos, informática, menaje, etc. En Cataluña, la mayoría están agrupadas en el proyecto *Roba Amiga*, promovido por AIRES (Asociación Intersectorial de Recuperadores y Empresas Sociales de Cataluña), Caritas Cataluña y la Fundación Un Sol Món. El proyecto incluye la colocación de contenedores para ropa usada en espacios públicos como mercados, escuelas, puntos verdes, etc.

Por otra parte, la mayoría de parroquias tienen algún centro donde se puede llevar ropa usada, que después darán a familias o personas con poco poder adquisitivo. También hay entidades que recogen materiales (como por ejemplo ordenadores) para enviarlos a países del Sur.

TIENDAS, CADENAS Y OTROS PUNTOS DE VENTA

En muchos municipios o barrios hay tiendas de artículos de segunda mano (dentro de la economía "convencional"); una manera de localizarlas puede ser acudiendo al servicio de información de los diferentes ayuntamientos. También hay algunas cadenas con varias tiendas (que suelen ser franquicias).

Quien quiera deshacerse de algún objeto puede ir a estos establecimientos donde evaluarán si se lo quieren quedar y se acordará un precio. Algunas tiendas compran al contado, otras cogen el objeto en depósito y liquidan con el antiguo propietario una vez se ha vendido; si no se vende en un periodo acordado, lo devuelven.

Para algunos productos (como libros, discos, coches, ropa o bicicletas) el mercado de segunda mano ya tiene bastante tradición y en muchas poblaciones son bien conocidas las zonas donde se desarrolla. Estos articulos no los solemos encontrar en establecimientos que tienen "de todo" (joyas, menaje, imagen y sonido, instrumentos, equipamiento deportivo, herramientas, electrodomésticos, decoración, complementos, etc.).

También tenemos los mercados informales o rastros donde se pueden comprar/vender y también intercambiar artículos de segunda mano; los hay en diferentes poblaciones y barrios.

LOS INTERCAMBIOS

En muchas localidades se organizan ferias de intercambio sin dinero; nos pueden informar en los ayuntamientos. Las hay para profesionales y también destinadas al público en general. Entre las más conocidas en Cataluña está la Fira d'Intercanvi de Mieres (en la Garrotxa), que se celebra el segundo domingo de noviembre (más información en el 972 68 01 84).

También, algunas organizaciones montan lo que llaman "tiendas gratis", un espacio donde se puede ir a dejar y coger cosas. En Barcelona hay una de ropa y calzado, en el centro social okupado Can Masdeu (pic@hypocrisy.org).

PUBLICACIONES, INTERNET, OTROS

A nivel de municipios o comarcas hay publicaciones donde se pueden poner anuncios de ofertas y demandas de artículos de segunda mano, ya sea gratuitamente o pagando. Las revistas *Segundamano* y *Anuntis-Primeramà* son de alcance estatal.

En internet hay muchas páginas dedicadas a segunda mano, que se pueden encontrar con un buscador. Algunas tienen un espacio destinado a intercambios o a subastas (en este caso se dice que hay que tener cuidado para evitar fraudes).

Varias ONGs o asociaciones montan algún tipo de circuito de segunda mano, ya sea de manera permanente o esporádicamente para recaudar fondos para algún proyecto concreto. ■

TIENDAS DE 2ª MANO DE EMPRESAS DE INSERCIÓN LABORAL EN CATALUÑA

Población	Entidad	Teléfono
Barcelona	Engrunes	902 360 387
	Formació i Treball	93 308 64 00
	Prisba	93 310 23 54
Banyoles	Centre Assistencial Canaan	972 58 27 57
Berga	Grup Horitzó del Berguedà	93 821 20 72
Cornellà	Recibaix	93 375 01 02
Granollers	Dimas - El Penjador	93 846 62 82
L'Hospitalet de Llobregat	Recollim	93 336 01 75
Manresa	Caritas Manresa - El Trau	93 872 15 42
Mataró	L'Arca del Maresme	93 790 55 60
Molins de Rei	Solidança	93 685 44 34
Montcada i Reixach	Andròmines	93 564 15 74
Olot	L'Encant d'Olot	972 26 99 08
Sabadell	Drapaires d'Emaús	93 727 27 16
	Formació i Treball - Farcells	93 723 07 16
Salt	Recicla Girona	972 24 40 04
Sant Cugat del Vallès	Engrunes	902 360 387
Sant Feliu de Llobregat	Solidança	93 685 44 34
Sant Joan Despí	Solidança	93 685 44 34
Solsona	Volem Feina de Solsona	973 48 11 62
Terrassa	Can Revifa	93 780 57 22
Tortosa	Caritas Diocesana Tortosa	977 44 11 43
Vic	El Fil	93 883 13 91

CONTACTOS DE EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL EN OTRAS COMUNIDADES

Comunidad autónoma	Entidad	Teléfono
Andalucía	Traperos de Emaús	958 30 09 86
Aragón	A todo trapo	976 29 47 30
Asturias	INSERTAS	985 16 46 12
	Emaús Fundacion Social	985 16 46 12
Canarias	ANAGOS	922 62 95 81
Castilla y León	FECLEI	947 24 45 11
Castilla La Mancha	R que R	967 52 36 88
Islas Baleares	Reas Illes Balears	971 70 60 05
La Rioja	Caritas	941 204178
	El Trastero	941 232156
Madrid	AMEI	91 522 08 43
	Caritas Española	91 444 10 00
	Emaús Fundación Social	943 45 45 73
Murcia	Traperos de Emaús	660 33 33 83
Navarra	Traperos de Emaús	948 30 28 88
País Valenciano	Engrunes Barcelona	93 223 27 29
País Vasco	Emaús Bilbao	94 416 74 00
	Emaús Fundación Social	943 45 45 73

CADENAS DE TIENDAS

Cadena	País de origen	Ámbito	Artículos	Teléfono
Cash Converters	Australia	España	De todo excepto ropa	902 44 44 48
La Trocante	Francia	Barcelona (en expansión por toda España)	Sobre todo muebles, también imagen y sonido, libros y discos, informática y otros	93 443 60 37
Second Company	España	Cataluña, Murcia y Alicante	De todo	93 417 75 62
Troc International	Francia	Cataluña y Baleares (en expansión por Levante, Madrid y Aragón)	Sobre todo muebles, también electrodomésticos y otros	93 635 83 50
Daily Price	Alemania	Toda España	CDs, DVDs, videojuegos	902 157 418
La Gran Oportunidad	España	Baleares y Málaga	De todo excepto ropa, muebles	971 462 712

EL CASO DE HUMANA

Humana forma parte de Tvind, una empresa danesa que tiene unas treinta escuelas e institutos en Dinamarca y plantaciones de fruta tropical en el Caribe. Algunos ex-alumnos de Tvind han declarado a varios periódicos que se les hacía trabajar muchas horas vendiendo postales en la calle o en tiendas Humana para pagarse la matrícula.

Humana invita a los ciudadanos a dar ropa (tiene 17.000 contenedores en Europa y Norteamérica) diciendo que destinará los beneficios de la venta a proyectos de cooperación en países del Sur; un estudio de 1992 del gobierno sueco concluyó que destinaba un 2% de los beneficios. Ex-voluntarios de estos proyectos han declarado que su trabajo consistía sólo en vender ropa, por debajo de los precios del mercado local; esto perjudica la economía de estos países.

Unicef y Médicos sin Fronteras dejaron de colaborar con Humana a principios de los 90. La Unión Europea dejó de darle subvenciones en 1985. Varias ciudades escandinavas han prohibido los contenedores de Humana en sus calles.

Foto cedida por la revista *Parrac*

Joaquim Vinyoles

Obsolescencia planificada

Usar y tirar, o cómo dilapidar absurdamente los recursos

Hace años, casi la mejor noticia que te podían dar acerca de un objeto era "te va a durar toda la vida"; ello generaba tranquilidad y satisfacción por disponer de un bien valioso. Hoy, en nuestro mundo esta frase suena a chino porque no se concibe no sustituir cualquier objeto regularmente. Este artículo es un breve extracto de un capítulo del libro *Ecodiseño, hacia un diseño y una producción en armonía con la naturaleza* (en proceso de edición) donde se muestran algunas de las prácticas que hacen que las cosas se conviertan rápidamente en inútiles.

Se usa el término *obsolescencia planificada* para hacer referencia al hecho de programar una vida útil para los objetos, edificios, entornos, productos en general, más corta de lo deseable y técnicamente posible. Durante la euforia que acompañó la plena mecanización en Europa y sobretodo en Estados Unidos, la obsolescencia fue considerada como un factor muy favorable para la dinamización de las sociedades de consumo; hoy sigue siendo bien vista según la lógica económica vigente, sin embargo constituye uno de los más graves factores de impacto ecológico con los que nos enfrentamos.

La sistematización programada de la inutilidad de las cosas como un valor positivo por sí mismo no puede ser entendida sin las nociones de *tiempo* y *materia* dominantes en nuestra sociedad. La noción del tiempo se centra en el instante presente, tendemos a no contemplar cualquier implicación o consecuencia futura vinculada a nuestros productos. Y la materia se entiende como una realidad sin valor por sí misma; lo que tiene valor son las prestaciones que nos proporcionan los productos. Es decir, el valor y la utilidad de las cosas se encuentra estrictamente en lo que éstas "hacen para nosotros en estos momentos".

En nuestra cultura, los ciudadanos se debaten entre dos luchas de sentido contrario: por un lado, la lucha instintiva para que su existencia sea lo más larga y agradable posible (instinto del que por supuesto participan el resto de los seres vivientes); y, por otro, la vana ilusión de que es posible obtener la felicidad haciendo que todo a nuestro alrededor tienda a la durabilidad cero. Es como si quisiéramos resolver la dramática condición de lo fugaz de la vida a través de la instauración de otro nivel de lo efímero, éste enteramente humano, artificial.

Veamos algunas de las prácticas de nuestro sistema de producción y consumo que hacen que las cosas se conviertan rápidamente en inútiles.

PRODUCTOS DE USAR Y TIRAR O DE UN SOLO USO. Constituyen el paradigma de la obsolescencia ya que representan de manera literal la durabilidad cero. Salvo muy escasas excepciones, este tipo de productos son incompatibles con la reducción del impacto ambiental ya que, en el mejor de los casos, aunque cada uno de ellos haya sido fabricado con la mínima cantidad posible de recursos y de energía, su lógica productiva a gran escala implica un derroche brutal, sistemático e innecesario de materia, generándose además inmensas cantidades de residuos, por lo general no degradables. Los productos de usar y tirar generan, además, otro tipo de consecuencias que entran dentro de la categoría de lo psicológico o emocional: su cortísima vida impide el surgimiento de toda vinculación profunda entre el usuario y el objeto. Es típico el ejemplo de los envases para alimentos, bebidas o cosmética: en la inmensa mayoría de los casos sólo sirven para contener el producto una sola vez para ser luego rechazados.

ARBITRARIEDAD FORMAL Y CROMÁTICA. Si durante el diseño de un producto no se contemplan las complejas interacciones con el usuario ni el conjunto de prestaciones requeridas, ese producto es candidato a convertirse en obsoleto al ser sus formas arbitrarias. La noción de belleza que impera en estos momentos fomenta precisamente que esto suceda, ya que a menudo lo bello se relaciona con la imagen externa, lo aparente, lo superficial y lo espectacular. Una silla que no contempla los criterios ergonómicos puede resultar muy divertida y espectacular, puede ser hasta cierto punto "bella", pero en tanto que objeto para sentarse durará o se usará poco. De modo análogo, también los colores asociados a un producto pueden ser inadecuados y provocar estrés visual y cansancio, lo que fomenta el deseo de poner fin a su vida útil. Sería el caso por ejemplo de una lavadora con colores vivos y chillones.

> Según las nociones de tiempo y materia dominantes en nuestra sociedad, el valor de las cosas se encuentra estrictamente en lo que éstas "hacen para nosotros en este momento"

DINÁMICA DE LA MODA. La lógica de la moda se basa en crear una determinada tendencia y difundirla en los medios de comunicación para luego sustituirla por otra nueva que a su vez será difundida y pretenderá ser válida por definición. Cuanto más se delimita una tendencia y menos neutra es, más fácil resulta provocar la obsolescencia de los productos que formaron parte de ella ya que más obvio resulta el choque con las nuevas tendencias. Con frecuencia, la moda dicta tendencias o introduce tipologías marcadamente deficientes desde el punto de vista funcional (por ejemplo, calzado muy cerrado para el verano o

Cuando un aparato se estropea, el "servicio técnico" nos suele recomendar comprar uno nuevo porque el precio de la reparación es desorbitado, aunque la disfunción sea fácilmente subsanable

grandes plataformas que ocasionan lesiones en los pies), deficiencias que obviamente los usuarios detectan y sufren cuando ya han sucumbido a la tentación de la adquisición.

ESTRATEGIAS DE MÁRKETING. También contribuyen a la obsolescencia, bien por incitar sutil o brutalmente al derroche (un anuncio de dentífrico que nos indica que la cantidad de producto necesaria por unidad de servicio coincide con la longitud total del cepillo), bien por orquestar sistemas para incitar a la sustitución de los productos aunque estén en buen estado y cumplan satisfactoriamente su función. Por ejemplo, se fomenta que consideremos normal cambiar de reloj o de teléfono móvil, incluso de automóvil, a pesar de que puedan encontrarse en perfecto estado.

DIFICULTAD DE REPARACIÓN O MANTENIMIENTO. Todo producto es susceptible de averiarse, y el sentido común nos indica que, precisamente por esta razón, todo producto debería poder ser reparado ya sea por el propio usuario, el servicio técnico o industriales externos a la marca. Cuando los productos no están pensados para su reparación y mantenimiento, o cuando las piezas de recambio resultan caras en relación a los precios de los propios productos, o cuando el repararlos se convierte en un proceso largo y engorroso, se pasa con gran facilidad de una relación de utilidad a otra de conflicto y molestia. ¿Quién no ha sufrido alguna vez la tiranía de ver como planchas, secadores de pelo, ventiladores, calefactores, robots de cocina, teléfonos móviles, etc. se estropean cuando apenas llegan a un año de vida útil sin posibilidad de reparación, incluso si la disfunción es perfectamente subsanable técnicamente?

CONCEPCIÓN DISTORSIONADA DE LA NOVEDAD. En un entorno comercial saturado y muy competitivo, la "novedad" constituye una herramienta muy útil en virtud de su poder de estimulación y de sorpresa. Si bien es cierto que desde la perspectiva de la dinámica de mercado resulta obvio que están apareciendo continuamente "nuevos" productos, ello tiende a suceder en el sentido de que se trata de productos que ayer no existían, cuando el concepto de *novedad* debería ir asociado a cambios estructurales y conceptuales, a la mejora significativa de las prestaciones de los productos, a la capacidad para hallar maneras alternativas más eficaces de satisfacer necesidades, etc. Por ejemplo, cuando se habla de un "nuevo" modelo de automóvil, con frecuencia se trata más que nada de pequeños cambios que sólo afectan a su apariencia.

LOS GADGET. Utilizamos la palabrara *gadget* para referirnos a aquellos productos cuya utilidad se encuentra en el límite, al no estar muy claro para qué sirven aunque tampoco puede decirse que sean totalmente inútiles. Su lógica central se basa en el chiste o la ocurrencia, la sorpresa y la seducción instantáneas, pero cuando éstas pasan (y ello suele suceder en muy poco tiempo) aparece el aburrimiento y son rechazados. Es fácil hallar numerosos ejemplos de *gadget* en cualquier tienda de "Todo a cien", de *souvenirs* o de objetos de regalo.

ALMACENAMIENTO DEFICIENTE DE LOS PRODUCTOS. Exponerlos a humedades o temperaturas inadecuadas, o simplemente guardarlos demasiado tiempo (productos con fecha de caducidad, por ejemplo). En estos casos el producto se habrá convertido en residuo sin haber sido siquiera utilizado o consumido.

AVANCE TECNOLÓGICO. Hemos dejado esta tipología de obsolescencia para el final, porque así como las otras poseen unas connotaciones inherentemente negativas, el caso de la obsolescencia tecnológica es muy distinto. Es evidente que el avance tecnológico constituye un proceso imparable a través del cual se provoca no sólo la obsolescencia de muchos productos, sino también la de sus procesos de fabricación. Este desarrollo no tiene por qué ser negativo en términos ambientales y, de hecho, puede ser muy positivo si conlleva una maximización de las prestaciones junto con una reducción en los impactos ecológicos. Un ejemplo positivo de obsolescencia tecnológica son los DVD para el almacenamiento de información frente a la solución tradicional del papel impreso (una enciclopedia entera o una guía telefónica caben en un solo DVD), ya que permiten un drástico ahorro de materiales. Un ejemplo negativo podrían ser las bolsas de plástico en sustitución de contenedores reutilizables o hechos con materiales biodegradables. ■

Cambios en la normativa comunitaria sobre control de sustancias químicas

Este artículo, basado en el informe *US Intervention in EU Chemical Policy* (Intervención Norteamericana en la Política Europea sobre Sustancias Químicas) de la organización *Environmental Health Fund**, muestra que los intereses económicos de la industria consiguen modificar las legislaciones en detrimento de la salud pública.

*El autor, Joseph DiGangi, tuvo acceso a documentos internos del gobierno de los EEUU gracias al Acta de la Libertad de Información, una ley que garantiza este acceso a los ciudadanos norteamericanos en todos los casos excepto los que cumplan una docena de excepciones.

Hasta los años 80, en la Unión Europea se habían usado sustancias químicas sin ningún tipo de control. La primera ley que se hizo obligaba a las empresas a dar información sobre la seguridad de los productos sintetizados a partir de 1981; pero el 99% de las sustancias ya existían antes y se estaban usando.

En 1993 se aprobó la *Regulación de Sustancias ya Existentes*, que establecía que se tenía que evaluar la toxicidad de 141 productos sintetizados antes de 1981; hoy se han estudiado menos de la mitad y se han regulado menos de cinco. En 1998 el Consejo de Ministros de Medio ambiente de la Unión Europea comenzó un proceso que culminó con la publicación, en febrero del 2001, del *Libro Blanco sobre una Política Futura de Sustancias Químicas*.

Siguiendo las líneas marcadas en el Libro Blanco, la Comisión Europea elaboró la política que se conoce como REACH (de las siglas en inglés de *Registro, Evaluación y Autorización de Sustancias Químicas*). El pasado mayo publicó un borrador en la web, para que quien quisiera aportara comentarios o propusiera enmiendas. Los rasgos esenciales eran estos:

- las empresas tendrían que aportar datos sobre la toxicidad de sus productos, tanto nuevos como viejos conocidos, y detallar las formas en que las personas y el medio puedan estar expuestos a ellos;
- las sustancias producidas en grandes cantidades y las especialmente tóxicas requerirían una evaluación;
- las sustancias más tóxicas (cancerígenas, mutagénicas, etc.) no se podrían sacar al mercado sin una autorización expresa.

La Unión Europea calculó que aplicar el REACH costaría a la industria entre 1.400 y 7.000 millones de euros en 11 años, siendo la cifra más probable unos 3.600 millones de euros; es decir, menos del 0'1% de la facturación de la industria química. También calculó que los ahorros en salud ocupacional (entre los principales perjudicados por los productos químicos están los trabajadores que las fabrican) serían de entre 18.000 y 54.000 millones de euros en 30 años (corresponden a entre 2.200 y 4.300 casos menos de cáncer cada año).

La industria química europea y norteamericana, con la ayuda de los gobiernos respectivos, han presionado mucho para hacer esta normativa menos estricta, ya desde la publicación del Libro Blanco. Según el New York Times, en el año 2001 representantes del Departamento de Comercio de los EEUU se reunieron con la industria química porque era *imperativo que el gobierno de los EEUU empiecen a la mayor brevedad posible un diálogo con la UE sobre la estrategia con la esperanza de influir el texto del borrador*; lo que preocupaba era cómo la normativa afectaría *al comercio de productos químicos entre los EEUU y la UE*.

En enero del 2002 se celebró una reunión de dos días en la sede de la patronal química norteamericana American Chemistry Council (ACC) a la que asistieron miembros de los departamentos de Estado y Comercio y de la Agencia para la Protección del Medio Ambiente de los EEUU y representantes de la UE. Las actas de esta reunión muestran que industria y gobierno norteamericanos se exigían mutuamente maximizar los esfuerzos de presión para intervenir en la normativa europea: *el gobierno EEUU ha aconsejado a la industria que desarrolle con la mayor brevedad posible una postura oficial y una estrategia que le ayude a influir el borrador de la UE. [..] La industria alerta que los estados miembros de la UE y países terceros no son conscientes de la iniciativa legislativa y querría que el gobierno EEUU trabajara para educarles de manera que puedan unirse a los EEUU para exponer los aspectos preocupantes de la propuesta europea para este importante sector*. Un documento de enero del 2002 del Departamento de Comercio muestra que el gobierno EEUU tenía quizás más prisa que la industria por influir sobre la normativa europea: *La industria química de los EEUU ha sido lenta al responder al Libro Blanco. [..] Debido al ritmo lento de la respuesta de la industria, [..] el Departamento de Comercio y la Agencia para la Protección del Medio Ambiente redactaron un conjunto preliminar de preguntas sobre la Estrategia y las pasaron a la Comisión en diciembre. Representantes de Comercio también se reunieron con miembros de la Comisión en aquella ocasión*.

Las presiones de la industria química han conseguido que una "minimización de la exposición" a las sustancias más tóxicas sea condición suficiente para autorizarlas

Después de que se publicara el informe en el que se basa este artículo, el presidente de la patronal química norteamericana American Chemistry Council declaró a la revista Chemical Week: *estaríamos locos si la administración Bush no presionara a favor de los intereses industriales norteamericanos*

Otros altos cargos de la administración Bush también se apuntaron a la campaña para bloquear el REACH. En marzo de 2002, el Secretario de Estado Colin Powell envió un cable con una "llamada a la acción" a las embajadas norteamericanas en países de la UE donde les instaba a expresar su preocupación a los gobiernos locales, y en 2003 envió uno directamente a los países europeos con un contenido similar. El texto decía que el REACH *sería significativamente más costoso para las empresas y el gobierno que las normativas actuales*. El embajador de los EEUU en la UE, Rockwell Schnabel, criticó repetidamente la iniciativa en escenarios públicos y privados. En mayo de 2002, el Secretario de Comercio Donald Evans aseguró a un ejecutivo del gigante químico Dupont que los EEUU estaban trabajando activamente para sabotear el REACH.

Todas estas acciones de presión tuvieron efecto. Según Greenpeace, el borrador del REACH que la Comisión hizo público el pasado mayo ya establecía que se podría autorizar el uso de las sustancias más tóxicas si se hacía un "control adecuado", mientras que la idea inicial era que sólo se pudieran autorizar si se consensuaba que eran estrictamente necesarias y no existía ninguna alternativa más segura.

Tras la publicación del borrador, las presiones de la industria y los gobiernos norteamericano y europeos continuaron. Este septiembre, Tony Blair, Gerhard Schröeder y Jacques Chirac enviaron una carta a la Comisión Europea criticando el REACH.

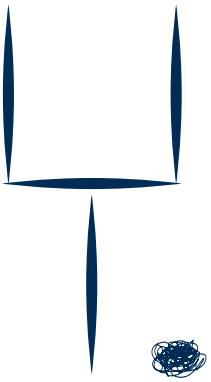
La Comisión retocó el borrador de acuerdo con las respuestas recibidas y publicó el texto definitivo a finales de este mes de octubre. Antes de que entre en vigor tiene que ser aprobado por el Parlamento y el Consejo Europeo, en un proceso que puede durar hasta dos años más. Según Greenpeace, hay cambios importantes respecto al borrador: el "control adecuado" que permite autorizar las sustancias más tóxicas consiste en una "minimización de la exposición", y se ha burocratizado el proceso de acceso a la información, de forma que ahora la industria puede retrasarlo o incluso bloquearlo. Parte de la información (datos sobre exposición, volúmenes de uso, etc.) no estará disponible en la web. La normativa permite que dos tercios de todas las sustancias químicas que se registren hasta once años después de la entrada en vigor no aporten a los consumidores y distribuidores toda la información necesaria sobre seguridad. ■

GUÍAS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL

Puede solicitarlas en el
Centre de Recursos Barcelona Sostenible
Nil Fabra, 20 bajos
Tel. 93 237 47 43
recursos@mail.bcn.es
o consultarlas en
www.bcn.es/agenda21

1. Guia del compostatge
2. Fem biogàs
3. La mobilitat sostenible
4. Propostes senzilles per reduir els residus
5. Guia de l'oficina verda
6. Les Festes més sostenibles
7. L'aigua a la ciutat
8. Menys soroll millor
9. De la ciutat a la natura
10. Posem verdes les associacions

Ajuntament de Barcelona



Estos cuatro palillos forman un recogedor de basura. Se trata de poner la basura dentro del recogedor moviendo sólo dos palillos.

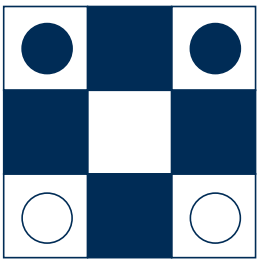
SABIDURÍAS

Sí sólo hubiera una verdad,
no se podrían hacer
cien lienzos sobre
el mismo tema.

Pablo Picasso

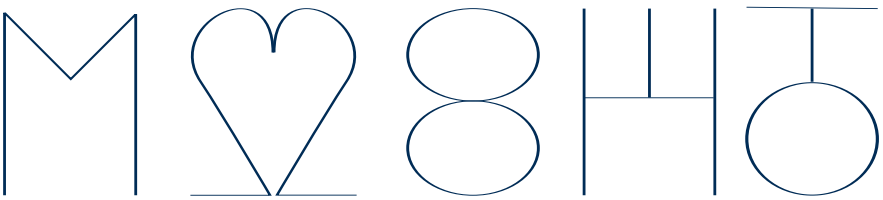
La sonrisa es más barata
que la electricidad
y da más luz.

Proverbio escocés



Las fichas blancas y negras pueden intercambiar sus posiciones haciendo sólo movimientos como los de un caballo en el ajedrez.

Aquí tenemos una serie lógica de figuras. ¿Cómo continúa?



La pobreza, ¿una enfermedad?

LA MIRADA DE
Robert Tomàs

Este artículo es un extracto del artículo *Como si fuera enfermedad*, publicado en La Vanguardia el 15 de enero del 2003. En él, el autor nos cuenta que la noción occidental de pobreza no es la única que existe, y que imponerla al resto del mundo junto con la "receta" para aliviarla es una forma de colonización cultural que llega a destruir formas sociales distintas a la nuestra.

ROBERT TOMÀS
es profesor de Economía Aplicada en la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha realizado varias misiones de cooperación en África por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Actualmente se dedica al estudio de la pobreza y la cooperación al desarrollo desde las coordenadas de la crítica al desarrollo.

La pobreza es uno de los males que aquejan hoy en día a la humanidad, según cuentan cada día los medios de comunicación. Las imágenes, siempre patéticas, y los datos que nos facilitan fuentes de reconocida solvencia nos transmiten siempre el mismo mensaje: la pobreza es una calamidad universal que hay que combatir por todos los medios.

No es cierto que no haya más que una pobreza, ni que ser pobre sea obviamente malo. Es innegable la existencia de situaciones en que gentes sufren privaciones de todo tipo y que provocan, con razón, la repulsa de las personas sensibles. Pero no se puede englobar una gran diversidad de situaciones bajo una única concepción. La noción dominante de pobreza es una de las más poderosas y sutiles armas de dominación cultural, bajo cuya imposición la diversidad de las culturas no occidentales queda reducida a una diferencia de cantidad en la escala de la riqueza.

Según esta noción occidental, la pobreza presenta tres características fundamentales: individualidad, materialidad y naturalidad. La primera nos dice que la pobreza es algo que afecta al individuo. Empleando una metáfora médica, la pobreza sería como una enfermedad. Un individuo puede librarse de la pobreza si, como en la medicina, existe un experto capaz de diagnosticar y recetar la solución más conveniente. No son los pobres quienes pueden hablar de la pobreza. Sólo unos pocos, los expertos de clase media, pueden decidir qué es la pobreza y proponer soluciones para acabar rápidamente con ella.

La segunda característica de la pobreza reside en que consiste en una carencia material; según la definición más común, es pobre quien obtiene un ingreso diario inferior a un dólar estadounidense. Así como el enfermo se encuentra en un estado de postración que disminuye sus facultades, el pobre se halla en una situación intelectual, social y política de inferioridad. Puesto que los pobres carecen de los medios para llevar una vida digna, están también privados de las facultades de las que goza la gente socialmente sana. De ahí la incuestionable legitimidad del experto para opinar y decidir en su nombre.

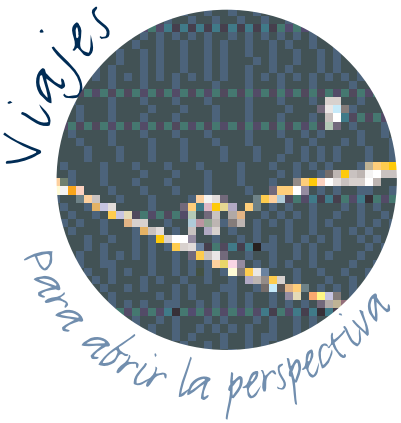
La tercera característica, la naturalidad, designa el hecho de que la pobreza no es considerada como un proceso social o cultural, sino que pertenece a la condición más primitiva de la sociedad humana. Sólo con el nacimiento de la sociedad moderna el hombre se ha podido liberar del reino de la necesidad. Ser pobre no puede ser pensado como una opción sana ni racional. Las culturas de la pobreza son reliquias primitivas, etapas anteriores que deben transformarse, modernizarse o perecer.

La noción dominante de pobreza es una poderosa y sutil arma de dominación cultural, bajo cuya imposición la diversidad de las culturas no occidentales se reduce a una diferencia de cantidad en la escala de la riqueza

La solución no puede ser más clara. Si ser pobre significa tener ingresos bajos, hay que lograr un crecimiento económico acelerado. O lo que es lo mismo, seguir el camino de la modernidad occidental.

Pero esa pobreza está engendrada por la propia modernidad. El remedio propuesto, la adopción por parte del resto del mundo del modelo occidental de sociedad, está destruyendo culturas enteras y empobreciendo, en el sentido moderno del término, a poblaciones que vivían enraizadas en una pobreza diferente. Sometidos a los imperativos de la economía, los países del Sur han visto como desaparecen muchas de sus formas de vida colectiva y, simultáneamente, aumenta la cantidad de personas desarraigadas que pasan a engrosar los suburbios de las grandes aglomeraciones urbanas.

Cuando se proclama la lucha contra la pobreza se está diciendo que sólo hay un camino: el de la sociedad del crecimiento sin fin, del consumo febril y de la creciente miseria material y moral. Como solución, Occidente propone acabar con las múltiples culturas sustentadas en otros valores, de los que la pobreza material forma parte, para imponer la triste pobreza de la modernidad con su falsa promesa de una riqueza para todos en un futuro eternamente aplazado. ■



MARC BADAL

Experiencias neorurales

Ensayar otros modelos de vida

Una de las opciones para transformar el "des-orden" de nuestro mundo sobredesarrollado es instalarse en un entorno rural abandonado. El autor ha conocido y vivido varias experiencias de este tipo durante cinco años.

Corren tiempos de desengaño. Cada día son menos las personas que se tragan las promesas de prosperidad y seguridad ilimitadas, y las instituciones empiezan a quitarse la máscara sin ningún pudor. En medio de este desbarajuste global, a la ciudadanía del mundo sobredesarrollado le toca jugar un papel poco gratificante: como consumidores, prácticamente no podemos mover un solo dedo sin contribuir al mantenimiento del "des-orden" actual; y por otra parte, en nuestro rol de trabajadora/estudiante/jubilada nos vemos abocadas a una precariedad creciente que nos recuerda que no sólo somos cómplices de la barbarie sino que somos, también, sus víctimas. Por suerte, son muchas las personas que trabajan, todavía, por subvertir esta realidad y que nos recuerdan que tenemos muchas opciones al alcance para empezar a transformar nuestro día a día.

Una es instalarse en una casa o pueblo abandonado para ensayar nuevos modelos de vida, alejándose, en parte, de la voracidad y el vacío propias de los tiempos en que vivimos.

Los núcleos rehabitados ponen la atención sobre el gravísimo agravio histórico, cultural y personal que supuso la desaparición de la forma de vida de las sociedades campesinas, el modelo económico y ecológico en que se sostenían y las culturas propias que desarrollaron. Económicamente, el punto de partida para el despoblamiento rural y la desaparición de las sociedades campesinas lo encontramos en el paso del modelo económico rural, que buscaba la máxima *producción* (para garantizar la alimentación de la comunidad), a otro que persigue la máxima *rentabilidad*.

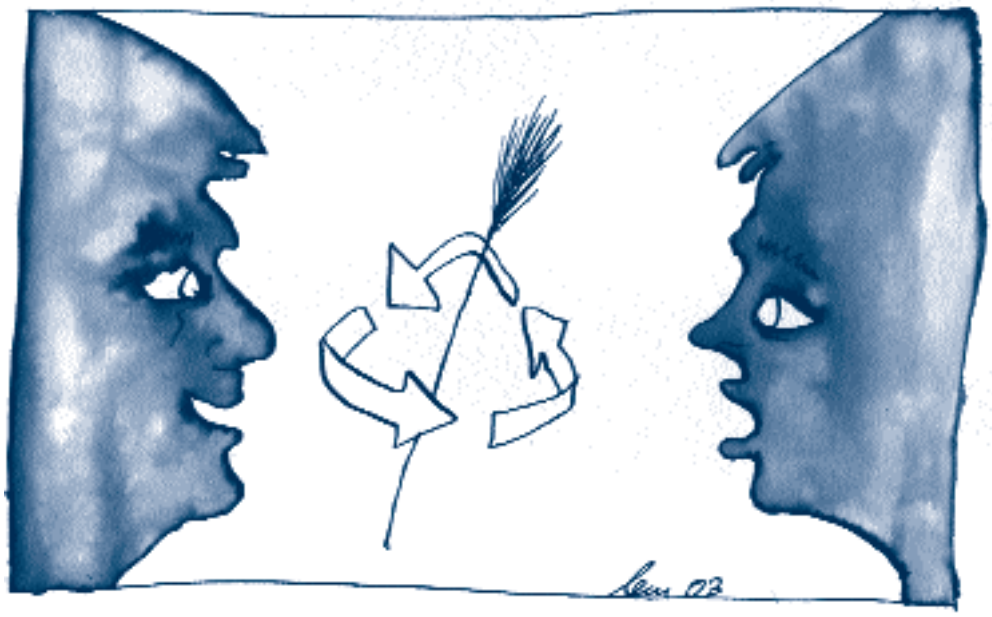
Es mucha la gente que se ha instalado en pueblos abandonados, pero no todas las experiencias de los núcleos rehabitados pueden ponerse dentro de un mismo saco. De hecho, la heterogeneidad es tan grande que el término *neorural* no dice prácticamente nada: el modelo económico, la ideología, la relación con los movimientos sociales o con la población "autóctona", los recursos disponibles, el número de gente, etc., varían mucho entre los distintos casos. Mientras que muchos de estos "jóvenes idealistas" tienen la artesanía, el mundo del espectáculo o el trabajo asalariado como fuente principal de ingresos, hay otros que además de vivir en la montaña también quieren vivir de la montaña. En este caso, a menudo acaban convirtiéndose en pequeños productores ecológicos que distribuyen por los mercados próximos. Finalmente, encontramos otro tipo de experiencias que han optado por proyectos agroecológicos (agricultura, ganadería, bosque, etc.) orientados al autoabastecimiento alimentario del propio grupo.

Autoabastecerse a partir de la gestión de los ecosistemas locales y los recursos propios del grupo responde a la voluntad de no estropear los ecosistemas próximos, a la vez que se intenta no trasladar efectos perjudiciales (ecológicos o sociales) a otros lugares. Autoproducirse el alimento es la alternativa que han encontrado los grupos que no tienen suficiente poder adquisitivo para comprar productos ecológicos certificados y quieren comer alimentos nutritivos y libres de tóxicos. La búsqueda del autoabastecimiento sigue patrones y estrategias diversas, es un proceso lento que no puede culminarse de un día para otro, sobre todo cuando la experiencia y los recursos son mínimos. Las experiencias que llevan más años han logrado cotas de autoabastecimiento notables por lo que respecta a la producción agroganadera, la gestión del bosque, el agua o la energía; y han reducido considerablemente su dependencia de recursos foráneos. Así, han recuperado la visión campesina del proceso productivo, en la que el *aprovechamiento* y la *conservación* son aspectos indesligables de la gestión agroecológica.

En el aspecto personal, esta búsqueda desemboca en un proceso continuo de aprendizaje: incrementar las cotas de autoabastecimiento implica un buen conocimiento de los ecosistemas y del clima locales, redescubrir y dominar las más variadas técnicas, tomar conciencia de los vínculos que nos unen a los ciclos naturales, aprender a organizar las tareas y trabajar sin patrones ni coacciones, y comprobar que la reducción de los niveles de consumo no supone, en realidad, ninguna renuncia al goce de la vida.

Pero no todo es bonito en esta historia. La falta de gente, los conflictos de convivencia, la precariedad, la dureza del clima

o la hostilidad de las administraciones, propietarios y vecinos, son algunos de los factores que mantienen este tipo de experiencias en un estado de vulnerabilidad permanente. Vulnerabilidad que no sólo se traduce en abandonos, separaciones o desalojos, sino que se refleja también en dificultad a la hora de emprender proyectos colectivos de cariz económico, cultural o reivindicativo. Pese al valor y la originalidad de las aportaciones prácticas e ideológicas de estas experiencias, son todavía prácticamente desconocidas. Ello es debido a que no se hace propaganda, pero desgraciadamente también es debido a la dificultad para coordinarnos y difundir el contenido de nuestra acción. Quién sabe si seremos capaces de articular un movimiento social coordinado que refuerce y enriquezca las diferents experiencias y dé a conocer todo el contenido subversivo que las impregna. ■



Subscriu-te a *Parrac* i col·labora en la lluita contra l'exclusió social!

Quatre números a l'any més un d'extraordinari, per només 10 €.

Nom i cognoms: _____

Adreça: _____

Adreça electrònica: _____

Dades bancàries:

Entitat ☐☐☐☐ Oficina ☐☐☐☐ DC ☐☐ Número de compte ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

Signatura:

Envia aquesta butlleta a:
Redacció PARRAC
La Plana, 10. 08032 Barcelona
Tel.: 93 429 76 29 - Fax: 93 357 02 66

SUSCRIPCIONES y COLABORACIONES

Nombre y apellidos .....

Domicilio .....

Código postal ..... Población .....

Dirección electrónica o teléfono .....

Quiero suscribirme a Opcions: ☐ en catalán ☐ en castellano a partir del número ..... Fecha .....

Forma de pago: ☐ Cheque a nombre de CRIC (18 euros) ☐ Domiciliación bancaria

Titular de la cuenta ..... NIF .....

Banco o Caja de Ahorros .....

Número de cuenta: Entidad ..... Oficina ..... D.C. ..... Núm. libreta o CC .....

Quiero colaborar con el CRIC mediante .....

.....

También podéis rellenar el boleto de subscripción desde nuestra web: http://cric.pangea.org

Opcions

Copia o recorta este boletín, rellénalo y envíanoslo:

CRIC
Ausiàs March 16, 3º 2ª
08010 Barcelona

También puedes enviar los datos por correo electrónico a cric@pangea.org

Precio de la suscripción anual (6 números): 18 euros.

Para entidades e instituciones se hacen descuentos por suscripciones masivas.

¿Cómo consumimos?

De momento, *Opcions* no se distribuye a través de los quioscos. Pero sí se puede comprar en algunos establecimientos:

- Tiendas y cooperativas de productos ecológicos
- Puntos de venta de productos de Comercio Justo
- Librerías
- Locales sociales donde haya revistas en venta
- Cualquier comercio que esté interesado

Si conoces alguno de estos establecimientos que pueda estar interesado en distribuir *Opcions*, ponte en contacto con nosotros.

También se puede tener en locales públicos para que la lean los visitantes:

- Centros cívicos, ateneos
- Restaurantes
- Bibliotecas, salas de lectura, centros de cultura
- Consultas médicas o de otros tipos

Si trabajas en alguno de estos locales y quieres que los visitantes puedan leer *Opcions*, ponte en contacto con nosotros para hacer una suscripción.

CRIC · 93 412 75 94
cric@pangea.org

Tenemos *Opcions* para escoger!

SI ESTÁS INTERESADO/A EN LA INFORMACIÓN QUE OFRECEMOS A TRAVÉS DE ESTA REVISTA, ES IMPORTANTE QUE TE SUSCRIBAS.

Da *Op* a otra persona

PÁSALA!!

Regala una suscripción!